



**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico

Innóvate Perú

TALLER

APRENDIENDO A EMPRENDER

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

El presente taller tiene como característica principal ser dinámico y sobretodo práctico donde la intervención de los participantes, a través de un diálogo constructivo en el que las preguntas, opiniones, experiencias y sugerencias propician que cada sesión sea lo más enriquecedora posible tanto en contenido como en forma.

II. OBJETIVO DEL TALLER

Al finalizar este taller, el participante será capaz de identificar ideas de negocio. Con estas ideas de negocio, será capaz de plantear modelos de negocio innovadores que podrán ser desarrollados en un plan de negocios completo.

Otro beneficio importante del taller, es que los facilitadores cuentan con amplia experiencia dictando el curso “Proyecto Empresarial” así como amplia experiencia en el mundo corporativo y emprendedor, combinación muy relevante para el desarrollo de un taller como este.

III. CONTENIDO

UNIDAD DIDACTICA I: La Idea de negocio

- ¿Cómo descubrir la idea de negocio? Oportunidades o Problemas
- Validación de la idea de negocio

UNIDAD DIDACTICA II: Preparación de la puesta en marca.

- Las acciones de marketing
- Las acciones de operaciones y RRHH



IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Las sesiones son eminentemente prácticas y de aplicación de los temas abordados en el taller. Durante 7 sesiones, los participantes del taller estarán en una constante construcción de nuevos y mayores aprendizajes a través de las preguntas y la discusión constructiva que surjan de los ejercicios, dinámicas y trabajos colaborativos que se desarrollarán.

Los facilitadores del taller incentivarán la creación de un clima en donde predomine una actitud abierta y flexible, centrada en el respeto y la valoración a la diversidad de opiniones, posturas y estilos culturalmente diferentes y dentro de la ética y valores establecidos por la universidad.

El aprendizaje será verificado reforzado con actividades fuera del aula, en las cuales los participantes investigarán, visitarán de campo, repasar la bibliografía y la teoría y hacer análisis profundos de la información recolectada para su proyecto.

V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

1. Chaffey Dave y Ellis-Chadwick Fiona, Marketing Digital, Edición 5, 2014, Pearson
2. Chopra & Meindl “Administración de la cadena de suministro Estrategia, Planeación y Operación 5ta Edición Pearson
3. Heizer & Render “Dirección de la producción y operaciones Decisiones estratégicas” (2007) 8va edición Pearson.
4. Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane, DIRECCIÓN DE MARKETING, Edición 15, 2016, Pearson-Prentice Hall.
5. Mullins J (2010) The New Business Road Test: What entrepreneurs and executives should do before writing a business plan, tercera edición.
6. Osterwalder A and Yves Pigneur (2011) Generación de modelos de negocio. Traducción de Lara Vásquez, Grupo Planeta. Tercera reimpresión, Trama Equipo Editorial, S.L.
7. Weinberger V, Karen (2009) Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Nathan Associates INC.
8. Chiavenato, I., & Villamizar, G. (2009). Gestión del talento humano.



VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL TALLER

SESIÓN	CONTENIDO A DESARROLLAR	OBJETIVO DE LA SESIÓN	TEMAS POR DESARROLLAR
1	¿Cómo descubrir ideas de negocio? Oportunidades o Problemas	<p>Conocer el proceso creativo/ emprendedor.</p> <p>Aprovechar oportunidades de negocio mediante el conocimiento de tendencias y macroentorno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para identificar ideas de negocio: <ul style="list-style-type: none"> o El sector/ Industria. Tendencias. o El mercado. Tendencias. • Idea de negocio vs. modelo de negocio. • EL RETO
2	Validación de la idea de negocio	<p>Plantear un modelo de negocios y conocer su estructura.</p> <p>Conocer variables del microentorno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión de la industria, el mercado y el cliente <ul style="list-style-type: none"> o Dinámica de la industria y competencia. o Investigación de mercado o Canvas Value proposition • Business Model CANVAS ajustado
3	Las acciones de marketing	<p>Delinear los aspectos principales a considerar sobre marketing para que el emprendimiento logre definir correctamente el valor que ofrecerá al mercado y la manera adecuada de cómo será comunicado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación estratégica de Marketing. <ul style="list-style-type: none"> o Estrategia de segmentación o Estrategia de posicionamiento • Mezcla de Marketing • Marketing de producto • Marketing de servicio
4			<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de Marketing Digital • Business Model CANVAS ajustado.
5	Las acciones de operaciones y recursos humanos	<p>Conocer los diversos procesos que forman parte de la cadena de suministros así como identificar las restricciones de la misma.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logística y Cadena de suministros <ul style="list-style-type: none"> o Operaciones en servicios y producción o Cuellos de botella en servicios y producción • Almacenamiento y Distribución <ul style="list-style-type: none"> o El inventario y sus defectos
6		<p>Determinar los procesos directos en la cadena de suministros y aquellos que son tema de decisión y su tercerización.</p> <p>Determinar la estructura organizativa más adecuada para el negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Decisiones de tercerización de alguna etapa de la cadena de suministro. • Estructura organizativa y sus ventajas • Business Model CANVAS ajustado
7	Exposiciones	<p>Poner en práctica los conocimientos adquiridos y compartirlos en clase.</p>	

VI. DATOS DE LOS FACILITADORES



JORGE TRUJILLO SOSA

Docente de la
Universidad del
Pacífico

Profesor en temas de Marketing y Planes de Negocio en la Universidad del Pacífico. Mentor en Emprende UP. Gerente General en Upgrade Business Partners, consultoría enfocada en desarrollo del talento y temas educativos. Experiencia de trabajo de más de 25 años en puestos gerenciales relacionados a las áreas de marketing y ventas, planes de negocio, planificación estratégica, comercio electrónico, capacitación y entrenamiento, programas de calidad y programas de relacionamiento para Perú, Ecuador, Colombia, Centroamérica.

Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico. Maestría en Marketing y Dirección Comercial por la UPC / EOI y Maestría en Desarrollo Organizacional y Dirección de Personas en la Universidad del Pacífico.



ELIANA GÁLVEZ PAIBA

Docente de la
Universidad del
Pacífico

Profesora de Planes de Negocio en la Universidad del Pacífico. Más de 10 años de experiencia docente en temas relacionados a marketing, gestión comercial y emprendimiento en universidades tales como Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y Universidad Científica del Sur. Experiencia laboral de más de 15 años en puestos gerenciales relacionados a las áreas de marketing y ventas en empresas nacionales y transnacionales. Experiencia como consultora en temas de emprendimiento, planes de negocio, planes de marketing e implementación de sistemas de gestión de la calidad y norma ISO 9001.

Magister en Administración Estratégica de Empresas por Maastricht School of Management, Máster en Marketing por EADA Business School y Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico. Especializaciones en Dirección de ventas del PAD - Universidad de Piura, Marketing Digital por Universidad ESAN y Sistemas de Gestión de la calidad- Norma ISO 9001 en SGS del Perú.

VI. DATOS DE LOS FACILITADORES



ERICK ANTICONA SUAREZ

Docente de la
Universidad del
Pacífico

Profesor del área de Logística y Supply en la Universidad del Pacífico, con más de 10 años de experiencia en la docencia y con más de 20 años de experiencia laboral ocupando diversos cargos gerenciales. Experiencia en consultoría en temas de producción, inventarios, distribución, habiendo desarrollado a lo largo de su carrera diversos proyectos en el país y en el exterior.

Ingeniero Químico con especialización en procesos, Maestría en Supply Chain Management de la Universidad del Pacífico, Master en Supply Chain Management & Logistic (España) Universidad de Barcelona - Escuela de Administración de Empresa (EAE Business School), Especialización en Finanzas en ESAN, Diplomado en SCM en Inteligencia Logística (México), conocedor de las metodologías empresariales de Oliver Wight.





Universidad del Pacífico – Pabellón H
Jirón Sánchez Cerro 2121, Jesús María
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2633
emprendeup.pe