

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**EL MODELO DE NEGOCIOS COMO REFORZADOR DEL
EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO
TORIBIO DE MOGROVEJO**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

JAVIER CARLOS PENALILLO GALLO

ASESOR

Mgr. DIÓGENES JESÚS DÍAZ RIOS

Chiclayo, 2019

Dedicatoria

A Dios, mis padres, mi esposa y mi hija.

Agradecimiento

A Dios, por todas sus bendiciones.

A mis padres, apoyo único e incondicional.

A mi esposa e hija, por darme el empuje necesario para culminar esta investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivos analizar el curso de plan de negocios para determinar si genera las capacidades necesarias para el desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de los estudiantes, egresados y profesores, en la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Los objetivos específicos fueron: Determinar las opiniones de los estudiantes que llevaron el curso de plan de negocios; determinar las opiniones de los egresados respecto al curso de plan de negocios y determinar las opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios. La investigación realizada es de tipo cualitativo exploratorio. Para efectos del presente, se buscó la participación de estudiantes, egresados y docentes que dictan o dictaron la asignatura de plan de negocios, siendo 17 las personas que conforman la población investigada de la carrera de Administración de Empresas; el muestreo fue no probabilístico y se ejecutaron entrevistas a los tres grupos de investigación con la finalidad de dar respuesta al problema planteado. Los resultados de los tres grupos estudiados mostraron que, si bien el plan de negocios es importante para emprender un negocio, desde la percepción de los entrevistados no es suficiente para desarrollar capacidades para el emprendimiento; se hace necesario reforzar la malla curricular iniciando con la acción previa que es el modelo de negocio.

PALABRAS CLAVE: Modelo de negocio, Emprendimiento, plan de negocio.

Clasificación JEL: M13

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the business plan course to determine if it generates the necessary capacities for the development of entrepreneurship from the perspective of students, graduates and professors, in the School of Business Administration of the Catholic University of Santo Toribio de Mogrovejo. The specific objectives were: To determine the opinions of the students who took the course of business plan; determine the opinions of the graduates regarding the course of business plan and determine the opinions of the professors who dictate the course of business plan. The research carried out is of qualitative exploratory type. For the purposes of the present, the participation of students, graduates and teachers who dictate or dictate the subject of business plan was sought, being 17 people who make up the investigated population of the Business Administration career; The sampling was not probabilistic and interviews were carried out with the three research groups in order to respond to the problem posed. The results of the three groups studied showed that although the business plan is important to start a business, from the perception of the interviewees it is not enough to develop capacities for entrepreneurship; it is necessary to reinforce the curriculum mesh by starting with the previous action that is the business model..

KEYWORDS: Business model, Entrepreneurship, business plan.

ÍNDICE

RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
I. INTRODUCCIÓN	7
II. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes	10
2.2 Bases teórico científicas	14
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1 Tipo y nivel de investigación.....	21
3.2 Diseño de investigación.....	21
3.3 Población, muestra y muestreo	21
3.4 Criterios de selección.....	21
3.5 Operacionalización de variables	22
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.7 Procedimientos.....	22
3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos	22
3.9 Matriz de consistencia.....	23
3.10 Consideraciones éticas	23
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
4.1 Resultados	24
4.2 Discusión	29
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
5.1 Conclusiones.....	34
5.2 Recomendaciones	35
VI. LISTA DE REFERENCIAS	36
VII. ANEXOS	40

I. INTRODUCCIÓN

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su último reporte publicado del periodo 2016 - 2017, después de analizar 70 países a los cuales se evalúan los diferentes niveles y tipos de emprendimiento de países con un PBI similar, el Perú continúa siendo uno de los países más emprendedores de la región y se encuentra entre los primeros cuatro con mayor actividad emprendedora; la tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA) alcanza el 25.1% mientras que a nivel global se sitúa en la sexta posición, manteniendo un dinamismo emprendedor firme respecto a años anteriores. Por otro lado, la tasa de discontinuación ascendió a 6.1% debido principalmente a la falta de capacidad, compromiso o conocimiento por parte de los emprendedores, mostrándose de esta manera una gran oportunidad en el desarrollo de la educación emprendedora. El 68.6% de los emprendedores en etapa temprana aprovechan las oportunidades mientras que un 12.8% emprende por necesidad.

En lo que respecta a la innovación resulta ser aún una tarea difícil ya que solo el 15.9% de los emprendedores en etapa temprana y un 10% de emprendedores establecidos ofrecen un producto novedoso a sus clientes. Respecto al uso de tecnologías, es considerado una limitante ya que utilizan tecnologías con una antigüedad mayor a los 5 años, lo que ocasiona es que los emprendedores sean superados por competidores internacionales quienes cuentan con tecnologías avanzadas. El 80% de los emprendimientos están enfocados netamente en el mercado local en lo que respecta al nivel de internacionalización. En la actualidad lo que potencia la dinámica emprendedora, dentro del ecosistema emprendedor, es el apoyo de la sociedad y la educación emprendedora a nivel superior, tanto técnica como universitaria. (Serida, J; et.al; 2016-2017).

A lo largo de la historia, el hombre viene atravesando distintos periodos de cambios y progreso en la sociedad, donde los fenómenos de desempleo y exclusión laboral son cada vez mayores, actualmente en el Perú la tasa de desempleo está aumentando desde el segundo semestre del 2017, llegando a su punto máximo para el primer trimestre del 2018.

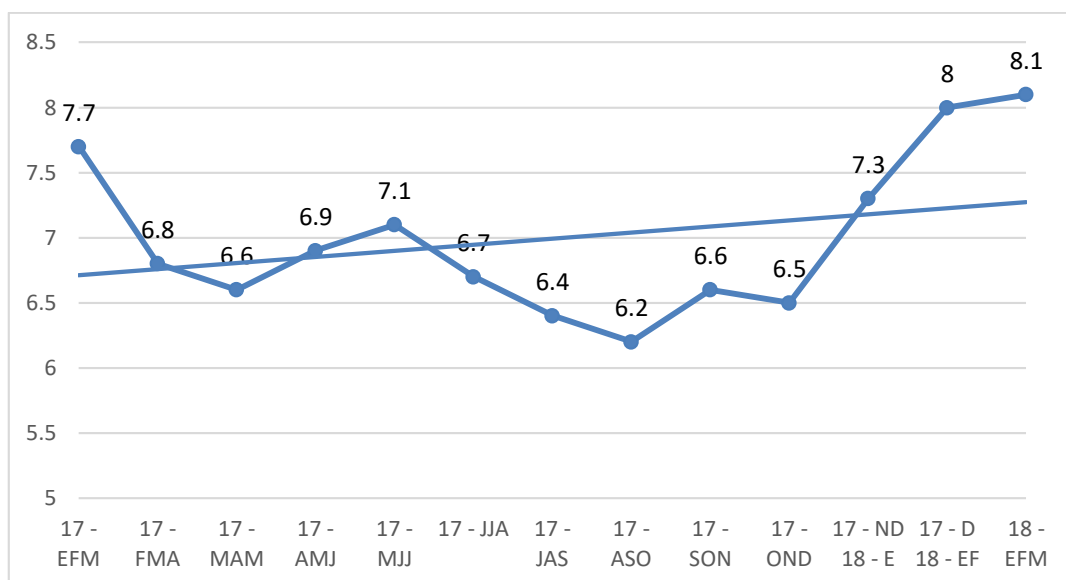


Figura 1 Tasa de Desempleo en el Perú (Inei, 2018)

Es en este punto, donde la creación de empresas propias, como forma de autoempleo, toma importancia ya que es la mejor oportunidad de inserción laboral; es por esto, que el concepto de emprendimiento está teniendo cada vez más importancia en la sociedad. Para lograr que los jóvenes sean emprendedores, las universidades deben brindar conocimiento, herramientas adecuadas y desarrollar las habilidades necesarias para generar en los jóvenes, en etapa universitaria, un espíritu emprendedor.

En el Perú, existe un gran número de universidades, pero son pocas las que promueven el emprendimiento en sus estudiantes. Estas universidades han creado instancias dedicadas a incentivar la creación de empresas mediante la incubación de ideas. La nueva ley universitaria, capítulo VI artículo 52, determina que las universidades deben tener una incubadora, dentro de las cuales destacan: Universidad ESAN, Pontificia Universidad Católica del Perú, Incuba-UdeP, Universidad San Martín de Porres, Universidad Continental (Pérez, 2012).

En el Perú hay instituciones privadas que promueven el emprendimiento como La Asociación Pro Bienestar y Desarrollo – PROBIDE; El Centro de Transferencia Tecnología a Universitarios – CTTU San José y La Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del INICTEL-UNI.

Dada la situación, en esta investigación tiene como problema ¿Cuáles son las percepciones de los alumnos que hayan llevado el curso de plan de negocios (2017-II), opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios y las percepciones de los egresados que tengan su negocio propio?; con la finalidad de determinar si el curso de Plan de Negocios genera habilidades emprendedoras en los estudiantes.

Participaron de esta investigación 16 personas entre estudiantes, egresados y docentes que dictaron el curso plan de negocios y se los entrevistó para contrastar la hipótesis de que el curso de plan de negocios no genera las competencias necesarias para el desarrollo de emprendimientos.

Asimismo; para contrastar la hipótesis propuesta se plantea el siguiente objetivo general: Determinar si el curso de plan de negocios genera competencias para el desarrollo de emprendimientos por los estudiantes y egresados de la Carrera Profesional de Administración de Empresas de la USAT. El cual se alcanzará con los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar las percepciones de los estudiantes del curso de plan de negocios de carrera, Administración de Empresas de la USAT; (b) Determinar las percepciones de los egresados respecto al curso de plan de negocios de la carrera Administración de Empresas de la USAT. (c) Determinar las opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios de la carrera Administración de Empresas de la USAT.

En el primer capítulo de esta investigación, Introducción, se presenta la situación problemática, así como los objetivos de la presente investigación. En el capítulo II, se desarrollan los antecedentes y el marco teórico. En el capítulo III, se presenta la metodología de la investigación, en el capítulo IV se prestan los resultados y se desarrolla la discusión. Finalmente se presentan las conclusiones.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

La definición de emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones, fue dada por Joseph Shumpeter en 1942; para él la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera, rompiendo de esta manera el status quo de los productos y servicios existentes.

Los emprendedores desarrollan características y habilidades a lo largo de su propio desarrollo, una de ellas es la necesidad del logro, McClelland (1961) lo define como una característica básica que actúa de una determinada forma, los emprendedores necesitan ser responsables de sus actos, tener libertad para actuar y a su vez tener control de la situación. Los emprendedores buscan retroalimentación continua sobre sus actos para luego modificar sus objetivos y así lograr el éxito; fijan metas retadoras, pero a la vez realistas y alcanzables, dejando atrás las tareas rutinarias, para que el esfuerzo sea parte del resultado, para ello prefieren contar con expertos, en vez de amigos, en su equipo de trabajo.

El emprendimiento se relaciona con variedad de temas entre los que destacan la educación, el desempleo y el desarrollo social. En cuanto a la relación emprendimiento y educación, la Naciones Unidas en 1968 indico que el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, modificando los patrones de comportamiento.

Berger & Luckman (1984) indican que conforme el desarrollo de los individuos se va dando, se desarrollan nuevas habilidades y aptitudes que con el tiempo van mejorando; en la sociedad de reconocen nuevos modos de comportamiento y reglas de convivencia que se van conociendo y desarrollando para ser aplicadas en sus vidas. Por parte Drucker (1985) manifiesta que el emprendedor es aquel empresario innovador, aclarando la creencia de que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento y quien lo lleva a cabo es un emprendedor; con esto se concluye que quien abre un negocio y corre ciertos riesgos, no quiere decir que esa persona es innovadora y represente un emprendimiento.

La confianza es una cualidad importante que todo emprendedor debe poseer (Branden, 1993), para complementar su necesidad del logro; ya que esta ayudará a afrontar los distintos desafíos que surgen en el camino emprendedor, esta autoestima positiva hace que las personas busquen objetivos exigentes de manera que al lograr los objetivos propuestos esta se intensifique y mejore las capacidades del emprendedor.

Según Burnet (2000), Jean Baptiste Say realizó un importante aporte a la definición de emprendedor, propuesta inicialmente por Richard Cantillon en 1931, afirmando que el emprendedor es una persona líder, previsora, tomadora de riesgos y evaluadora de proyectos; y es quien moviliza los recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Por su parte Ransheed (2000), manifiesta que la educación en emprendimiento puede modificar los atributos de las personas, forjando actitudes emprendedoras como la autoconfianza, autoestima, autoeficacia y la necesidad del logro. Es por ello que la educación y el emprendimiento van de la mano, ya que mientras hay emprendedores que nacen, hay otros que necesitan hacerse y mantenerse capacitados como tales.

Por su parte Stevenson (2000) hace hincapié en el emprendimiento como un fenómeno relacionado con el comportamiento analizando las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos; básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora mientras que los ejecutivos exitosos tienen una cultura administrativa. Para Stevenson la cultura administrativa es estática ya que se arma una estrategia en función de los recursos que controla minimizando riesgos, actuando en el tiempo; para el administrador la jerarquía es lo más importante. La cultura emprendedora es dinámica ya que es el emprendedor quien arma su estrategia de acuerdo a la percepción de oportunidades y decide aceptar riesgos razonables teniendo una reacción revolucionaria en el corto plazo; desafiando la jerarquía destacando la coordinación; de esta manera afirma que el entorno es importante y que es más fácil que un individuo pueda comenzar a generar actitudes emprendedoras en un ambiente donde se reconoce la oportunidad.

Un emprendedor debe ser un hombre de negocios, ya que tiene la capacidad y voluntad de desarrollar y administrar un nuevo negocio enfrentando los riesgos que esto implica, comprometiéndose con la supervivencia del negocio a formar con la finalidad de generar ganancias (Mueller y Heidemann, 2002). Hisrich y Peters (2002) consideran que los emprendedores deben tener habilidades técnicas (expresión escrita y oral, conocimiento y habilidades en gestión y organización), habilidades administrativas (planificación, toma de

decisiones, saber comercializar, contabilidad) y habilidades personales (innovación, asunción de riesgos, perseverancia y liderazgo).

Hay que destacar que el emprendimiento genera efectos positivos en los individuos ya que en muchos casos los desempleados pasan por una etapa de baja autoestima por la condición que se encuentran y la autogeneración de trabajo hace que auto valoren sus esfuerzos por salir adelante (Duran y Lukes, 2003); también ayudar a la gente joven a adquirir un espíritu emprendedor, fomentar el desarrollo empresarial que los individuos busquen ser empleadores y no empleados. Además de colaborar con la disminución de la pobreza y el desempleo, representando uno de los motores de crecimiento de la región en que se desarrolle (Thomasson, 2003). Un emprendedor puede ser un gerente profesional o un colaborador cualquier de la empresa. Se necesita de la experimentación, de la imaginación, de la innovación para detectar oportunidades, haciendo que el emprendedor sea un factor clave en la empresa y en la sociedad, sobre la base del “saber y aprender a emprender” (Bueno, 2003) manejándose tres directrices; aprender a aprender, que combina actitudes; aprender a hacer, que combina las actitudes con las capacidades y aprender a emprender, que combina los conocimientos con las capacidades. Y así cuanto más confíe un emprendedor en sus propias actitudes, con mayor perseverancia buscará sus objetivos y se convencerá de que es competente para lograrlos; es la autoestima la que actúa como un moderador frente a los factores de riesgo que se pueden presentar en el trabajo (Harvey & Keashly. 2003)

Los principales aportes sobre emprendimiento fueron realizados a inicios del siglo XVIII por el economista Richard Cantillon, quien, en 1731, define al emprendedor como el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener un nuevo producto. Anteriormente se tenía de conocimiento que los factores de producción eran tres: tierra, trabajo y capital; hasta que, Alfred Marshall, en 1880, agregó un cuarto elemento a los factores de producción; la organización, definiéndolo como el factor que atrae y agrupa a los otros tres factores de producción. La relación emprendimiento y desempleo es una relación inversa, vale decir ya que a mayor índice de emprendimiento menor será la tasa de desempleo que se registre en la sociedad ya que de todo emprendimiento puede surgir nuevos puestos de trabajo, sin embargo, esto se ve afectado por el bajo porcentaje de supervivencia de empresas combinando el limitado crecimiento de pequeñas empresas; y a todo esto, la baja dotación económica que dispone un desempleado hace que la tasa de emprendimiento sea menor. Respecto a la relación del emprendimiento con el desarrollo local, las capacidades emprendedoras favorecen el desarrollo de nuevas empresas y también el crecimiento de otras

ya existentes, cabe resaltar que la capacidad emprendedora no se limita a crear empresas, sino que representa una manera de actuar y pensar orientado al crecimiento y desarrollo en un plano integral (Formichella, 2004).

Según Henry et al. (2005), antes de comenzar a analizar qué se debe enseñar, hay que distinguir entre; educación para emprendimiento, educación para emprender y educación en la empresa. En el primer caso, el objetivo es enseñar a los estudiantes diferentes aspectos sobre la creación de empresas, sobre las actitudes y los valores propios de empezar una empresa; en el segundo caso, se trata de formar emprendedores que creen sus propias empresas. Se les enseña a preparar su propio plan de negocios; y con respecto a la educación en la empresa, se da para los emprendedores que ya crearon su empresa y desean hacerla crecer.

Los emprendedores están transformando al mundo (Timmons y Spinelli, 2007). Ellos crean trabajo a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican capital de riesgo y cambian la economía. Utilizan el cambio como una oportunidad de mejora económica, no como un problema.

Toca (2010) refiere que las habilidades emprendedoras no están desarrolladas en todas las personas por lo que debe ser enseñada con la finalidad de potenciar el espíritu emprendedor de cada ser humano, esto se puede lograr con programas que permiten a los alumnos consolidar sus proyectos con objetivos de negocio por medio del eje curricular. Para Simón (2013), la enseñanza en emprendimiento es una estrategia que ayuda a preparar a las nuevas generaciones a desarrollar atributos personales y un conjunto de competencias transversales además de aptitudes y competencias enfocadas en el saber hacer. Buendía-Martínez y Carrasco (2013) destacan que la actividad emprendedora es el vehículo para mejorar la calidad de vida de la población, así como un medio para desarrollar una economía sostenible en la zona donde esté situado.

Así, el fenómeno emprendedor es la combinación entre las actitudes y las capacidades de las personas, lo que permite llevar a cabo nuevos proyectos de cualquier índole (Sanabria-Rangel, Morales-Rubiano y Ortiz-Riaga, 2015). En este sentido el principal reto para las universidades es la formación de individuos capaces de iniciar proyectos de distinta índole, de propiciar el cambio y el crecimiento de beneficios colectivos o de asumir riesgos moderados y calculados (Sanabria-Rangel, et al. 2015).

Para Robinson, Neergaard, Tanggaard & Krueger (2016) el efecto de los programas de educación emprendedora puede depender de la metodología de enseñanza que refleja las creencias del educador; además el estilo y el método de enseñanza debe estar acorde a la naturaleza de los alumnos. Restrepo, Tapasco y Vidarte (2016) indican que existen dos tipos de emprendimiento, el emprendimiento tradicional es aquel que entra en un mercado de productos que ya se comercializan con la creencia de tener características que superen a la competencia, y el emprendimiento dinámico, que posee una visión global, resuelve necesidades en el mercado y tiene un alto potencial de crecimiento rápido, rentable y sostenible.

El siglo XXI, demanda con urgencia la adaptación de enseñanza en emprendimiento en las universidades presentándose en todas las vocaciones y no solo en carreras de negocios ya que el emprendimiento son características inherentes en distintas disciplinas.

2.2 Bases teórico científicas

Cantillon (1931), Toulouse (1997), Timmons (1994), Schumpeter (2002), indican que las primeras expresiones de Entrepreneurship fue en el S. XVIII el economista Richard Cantillon “persona dispuesta a comprar a un precio y vender a un precio indeterminado”.

Alfred Marshall (1890) identifico la necesidad del emprendimiento para la producción, al definirlo como el factor que organiza los cuatro factores de producción: tierra, capital, trabajo y organización. Define al emprendedor como un líder natural que entiende la industria en particular y es capaz de prever cambios en oferta y demanda al mismo tiempo que sabe tomar decisiones cuando existe un riesgo. Marshall indica que, aunque los emprendedores puedan compartir habilidades que desarrollan, conocimientos adquiridos y capacidades individuales, la situación económica es un factor determinante para el éxito, desarrollo o fracaso de un emprendedor.

Dentro de las teorías psicológicas tenemos a McClelland & Winter (1971) quienes centran su atención en los rasgos personales, motivos e incentivos de un individuo llegando a la conclusión que los emprendedores tienen una alta necesidad del logro, haciendo que el emprendedor crea en sus capacidades comenzar y completar proyectos y conseguir metas a través de sus acciones. Un emprendedor se caracteriza por la necesidad del logro, pero McClelland identifico tres motivaciones: necesidad del logro, poder y afiliación (Sudarsky, 1988) la primera de ellas es una característica común que los impulsa a buscar nuevos enfoques y alternativas, obligándolos a ser creativos y a proponer nuevas ideas de negocio con alto potencial de éxito, es aquí donde se generan novedosos productos y servicios que abren nuevos

mercados generando rentabilidad para ellos mismos, y por ende al país donde desarrollen su actividad económica.

Existe una definición multidimensional formulada por Ronstadt (1988) en la que hace una diferenciación de cuatro conceptos: entrepreneur, como individuo o actor en el mercado; entrepreneurial, comportamiento en el mercado; Entrepreneurship, como combinación del entrepreneur y entrepreneurial; proceso entrepreneurial, combinación de la dimensión temporal y comportamiento del mercado. Por ende, Ronstadt aporta una de las mejores definiciones para emprendimiento, “Entrepreneurship es un proceso dinámico de creación incremental de riqueza. La riqueza es creada por individuos quienes asumen el mayor riesgo en términos de patrimonio, tiempo y/o compromiso o proveen valor a un determinado producto o servicio. El producto o servicio puede o no ser nuevo o único, pero su valor debe ser infundido por el entrepreneur el cual recibe y localiza las habilidades y recursos necesarios”.

Ya para los años 80 con el crecimiento de la globalización de los mercados y el desarrollo de la tecnología, llevaron a un cambio en el orden económico mundial en el cual la calidad y el servicio pasaron a ser factores primordiales para decidir una compra. Schimidheing (1990) concluyo la cultura empresarial y el emprendimiento en los profesionales es requisito para ser competitivo y ayudar en el desarrollo general de un país, contribuye incrementando el PBI, generando trabajo y elevando el nivel de vida de los habitantes.

Dentro de las teorías sociológicas tenemos la propuesta de Reynolds (1991) quien diferencia cuatro contextos sociales en relación con la oportunidad identificada por un emprendedor: contexto social, en el cual se desenvuelve el emprendedor; contexto de vida, donde se analizan las situaciones a lo largo de la vida del emprendedor; contexto étnico, donde se busca explicar que las raíces son un factor decisivo para ser emprendedor; contexto ecológico, en el que se relaciona al emprendedor con el medio ambiente.

El fenómeno del Entrepreneurship se hace difícil de explicar ya que no existe una teoría absoluta y universal que los defina, varios estudios coinciden en que los diferentes enfoques de estudio incluyen la psicología, sociología y economía; ya que este es un campo relativamente nuevo de investigación existen diferentes puntos de vista. Virtanen Markku (1997) pretende desarrollar un modelo general de emprendimiento a partir de la motivación, ya que esta actúa como parte esencial dentro de los diferentes modelos económicos y sociales, es por esto que es importante estudiar los diferentes teorías psicológicas y sociales para poder explicar los factores motivacionales.

Los estudios realizados por Schumpeter (2002) demostraron que el empresario representa al agente de cambio dentro de una economía y que por sus acciones se puede lograr el crecimiento económico, presentando cinco tipos de comportamiento empresarial: la introducción de un nuevo producto, la introducción de un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de suministro de materia prima y la creación de una nueva organización de una industria; a su vez presenta tres pilares para un empresario: la voluntad de poder y la independencia, el objetivo de triunfar y la satisfacción por crear. Para 1934 hace una estrecha relación entre emprendedor como individuo y Entrepreneurship como acción y gestión. De esta manera, se asume que el emprendedor es una persona que genera nuevas ideas o alternativas de negocio, haciéndose un destructor de la realidad existente y creador de una nueva realidad.

El modelo de negocio es una herramienta conceptual que permite expresar la lógica mediante la cual una compañía busca ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes (Osterwalder, 2004). Para esto Osterwalder propone una metodología que se consolida como una alternativa para agregar valor a las ideas de negocio; el modelo canvas es una herramienta sencilla para ser aplicada en cualquier escenario, la definición más exacta es: “La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica”

Este modelo está compuesto por 9 módulos (Figura 1) dentro de los cuales encontramos: Segmento de clientes, en este nivel se listan los diferentes tipos de clientes a los que se dirige la oferta, la clasificación se hace teniendo en cuenta las diferentes necesidades, la propuesta de valor es importante, pero no más que los clientes, quienes deberían ser el centro de todo modelo, muchas empresas se crean enfocados en el producto dejando de lado al cliente, es por ello que es importante encontrar al cliente y generar una propuesta de valor para este.

La propuesta de Valor, es aquello que nos hace diferentes de la competencia sin olvidar que lo que nos hace diferentes es por lo que nuestros clientes están dispuestos a pagar por ello. Los Canales de Distribución, a través de los cuales se accede a los clientes para comunicarse con ellos y para ofrecer la propuesta de valor, los canales de comunicación directos incrementan los márgenes de beneficios, pero el coste puede llegar a ser elevado, el truco consiste en encontrar

un equilibrio entre los diversos tipos de canales con la finalidad de crear una experiencia extraordinaria para el cliente y que los ingresos aumenten lo máximo posible.

La Relación con los clientes, pueden ser: directas (cara a cara, telefónica), automatizadas (e-mail, cartas), a través de terceros, individuales (personalizadas) y colectivas, la clave es la conexión de la propuesta de valor con el cliente, se deben tener en cuenta los distintos tipos de relación: preventa, venta, postventa y migración a nuevas ofertas.

Las Fuentes de Ingresos. Antes de empezar con la puesta en marcha del proyecto, ya se debería tener conocimiento de donde provienen las fuentes económicas teniendo en cuenta que todo negocio evoluciona y el modelo cambia también y a mas ventas habrá más ingresos para reinvertir. Recursos Clave, son los recursos que la compañía necesita desplegar para hacer que el negocio funcione incluyendo recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros. Actividades Clave, abarcan las principales actividades que deben realizarse mediante la utilización de los recursos clave para producir la oferta de valor y para gestionar las relaciones con los clientes y los aliados, esta etapa es la más complicada porque define quien es la empresa y que quiere ser a futuro.

La Red de Aliados, son los socios clave y proveedores con los que se van a definir y trabajar estrategias de networking, hoy en día hay mayor interés en establecer acuerdos de colaboración con terceros para compartir experiencias, costes y recursos que permitan diseñar, desarrollar y gestionar proyectos de negocios. Estructura de Costos, permite llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá nuestra idea de negocio, cómo se financiará el negocio.



Figura 1 Modelo Canvas (Osterwalder, 2004)

Resumiendo, la propuesta de valor es lo que hace a una empresa especial en el mercado, del negocio hacia afuera (lado derecho del lienzo) la propuesta de valor se tiene que llevar a un segmento de clientes con los que se deberá establecer una serie de relaciones, teniendo en cuenta distintos canales de distribución para hacer llegar la propuesta de valor a los clientes; del negocio hacia adentro (lado izquierdo del lienzo) se tienen las actividades y los recursos clave que se deben hacer y es crítico dentro de un modelo de negocio teniendo en cuenta a los socios clave con los que se trabajará, por último se debe tener una estructura de costos y las fuentes de ingreso del negocio.

En los años 60 la competitividad en la industria se basó en el precio. Las organizaciones eran fuertemente integradas, de estructuras rígidas y jerárquicas, con estilo gerencial centralizado (Weihrich 2008), aquí se puede entender que el precio era un factor determinante en la adquisición de productos y servicios poniendo en segundo plano la calidad del producto o el servicio ofrecido; la evolución de precios, costos y tasa de cambio fueron estrategias competitivas importantes para las empresas.

Hitt, Ireland & Hoskisson (2008) resaltan que existen tres tipos de emprendimiento: el emprendimiento estratégico, emprendimiento corporativo y emprendimiento internacional. El emprendimiento estratégico, consiste en iniciar acciones emprendedoras teniendo una estrategia a seguir, el emprendimiento corporativo, se define como la aplicación del emprendimiento en una empresa existente para el desarrollo de la misma y el emprendimiento internacional que el proceso que permite a las empresas descubrir, aprovechar y desarrollar las

oportunidades que están fuera de sus mercados nacionales para así desarrollar una ventaja competitiva dentro de su mercado local frente a la competencia directa.

En los últimos 30 años ha cambiado constantemente la definición de “empresario”, sin embargo, distintos autores concuerdan en definir al empresario como una persona que destaca por identificar oportunidades, administrar recursos, tener habilidades para la obtención de clientes y proveedores, saber vender y generar retornos, crear empresa, y por sobre todas las cosas, generar riqueza a pesar de las dificultades que se le puedan presentar logrando un cambio y crecimiento económico (Burns, 2011).

El Plan de Negocios es utilizado como herramienta para el desarrollo de habilidades empresariales y que los alumnos aprendan los procesos que se llevan a cabo en los primeros pasos para la generación de una empresa. Básicamente el plan de negocios es un modelo estático donde se desarrollan rutinas, sistemas, algoritmos y estructuras con la finalidad de formular la operatividad del negocio; identificar y plantear las estrategias para la captura de valor; el Plan de Negocios explota un modelo ya aprobado asegurando la sustentabilidad de este (Aldana E., Ibarra M., Loewenstein I, 2011).

El modelo de negocio no solo permite que las oportunidades sean identificadas, si no que a la vez sean exploradas y explotadas creativamente, además ayuda a adaptarse a los cambios del entorno y por lo tanto ser sustentable a lo largo de tiempo, esta herramienta aporta más en el desarrollo de las competencias emprendedoras que se desean fomentar en la enseñanza del emprendimiento a comparación del plan de negocios, la cual permite un desarrollo de habilidades más administrativas y gerenciales.

En el Perú existen universidades a nivel nacional, pero son pocas quienes incentivan a sus estudiantes a desarrollar habilidades, capacidades, aptitudes y actitudes emprendedoras de los jóvenes estudiantes. Algunas universidades han creado instancias para el desarrollo de ideas de negocio e incubación de empresas acorde a la nueva ley universitaria, capítulo VI artículo 52, la cual determina que las universidades deben tener una incubadora, entre las cuales destacan: Universidad ESAN, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad San Martín de Porres, Universidad Continental (Pérez, 2012).

Los centros de formación superior que quieran incentivar el emprendimiento en los jóvenes estudiantes, deben tener en consideración los 3 niveles de profundidad: el nivel 1 implica un nivel motivacional en el cual se dan charlas y seminarios sobre historias de éxito de distintos

empresarios que decidieron emprender su propia empresa; en el nivel 2 incurre la preparación con cursos y talleres dedicados a la identificación de ideas de negocio y elaborar planes de negocio para el desarrollo de los mismo; y el nivel 3 es donde se identifica la puesta en marcha del proyecto.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo de tipo aplicada, en un nivel exploratorio, porque se buscó aclarar las implicancias del desarrollo de las competencias para el emprendimiento en el contexto de un curso universitario desde la perspectiva de los estudiantes y egresados de la Carrera Profesional de Administración de Empresas de la USAT.

3.2 Diseño de investigación

La investigación llevada a cabo ha seguido una estrategia no experimental, transversal. Esto debido a que no se manipuló, ni controló ninguna variable y la intervención se hizo en un solo momento en el tiempo

3.3 Población, muestra y muestreo

La población estuvo constituida por 17 personas: 7 estudiantes, quienes aún estaban estudiando en la universidad pero que ya habían cursado la asignatura de planes de negocios; 5 egresados, quienes al momento de la investigación cuentan con algún negocio en marcha o lo tuvieron después de haber egresado de la universidad y 5 docentes que hayan dictado el curso de Plan de Negocios en la carrera profesional de Administración de Empresas de la USAT. Cuyo criterio de selección fue haber llevado el curso para los estudiantes y haber dictado el curso para los profesores.

3.4 Criterios de selección

Para los estudiantes, los criterios de inclusión fueron dos: ser estudiantes activos de la Escuela de Administración de Empresas y haber cursado la asignatura de Plan de Negocios.

Los egresados se seleccionaron de acuerdo a dos características: haber culminado los estudios de la Escuela de Administración de Empresas y contar con un negocio en marcha o haberlo tenido hasta fecha reciente la investigación.

Los profesores, tuvieron como criterio de inclusión, haber dictado el curso de Plan de negocios en la Escuela de Administración de Empresas, hasta el momento de la investigación.

3.5 Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Percepción del curso de Plan de negocio para desarrollar competencias para el emprendimiento	Percepción de los estudiantes	Importancia del curso
		Metodología
		Contenido
	Percepción de los egresados	Metodología
		Utilidad del curso
		Desarrollo de espíritu emprendedor
		Contenido
	Opinión de los profesores	Objetivo del curso
		Metodología
		Desarrollo de espíritu emprendedor
		Contenido

Tabla 1
Operacionalización de variables

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación se desarrolló, utilizando la entrevista como técnica y se usó una guía semiestructurada para estudiantes y egresados; y otra para profesores, las que cada participante de esta investigación lo respondió.

3.7 Procedimientos

La secuencia para la obtención de la información se realizó de la siguiente manera:

Primero se formularon las preguntas para cada uno de los grupos que participaron en la investigación, posteriormente se realizó la entrevista a estudiantes, egresados y docentes y por último se procesó la información por cada grupo entrevistado, plasmando los resultados en el presente informe.

3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos

En lo que respecta al procesamiento de datos, se procedió a describir las respuestas de cada entrevista, teniendo en cuenta cada grupo elegido: alumnos, ex alumnos (con negocio propio) y docentes.

Posteriormente se plasmó los resultados de acuerdo con los antecedentes y la teoría desarrollada en el informe de la presente tesis, con el fin de determinar si el curso de plan de negocios genera las competencias necesarias para el desarrollo de emprendimientos por los estudiantes y egresados de la Carrera Profesional de Administración de Empresas de la USAT.

3.9 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Metodología
¿Cuáles son las percepciones de los alumnos que hayan llevado el curso de plan de negocios (2017-II), opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios y las percepciones de los egresados que tengan su negocio propio?	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar si el curso de plan de negocios genera competencias para el desarrollo de emprendimientos por los estudiantes y egresados de la Carrera Profesional de Administración de Empresas de la USAT</p>	<p>La investigación es de enfoque cualitativo, debido a que se quería conocer las percepciones los investigados. De tipo aplicada porque no se pretende desarrollar ningún conocimiento teórico y nivel exploratorio ya que las variables son muy poco estudiadas en el contexto de la investigación. El diseño es no experimental, porque no se ha manipulado ninguna variable.</p>
	<p>Objetivos específicos</p> <p>(a) Determinar las percepciones de los estudiantes del curso de plan de negocios de carrera, Administración de Empresas de la USAT; (b) Determinar las percepciones de los egresados respecto al curso de plan de negocios de la carrera Administración de Empresas de la USAT. (c) Determinar las opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios de la carrera Administración de Empresas de la USAT.</p>	

Tala 3

Matriz de consistencia

3.10 Consideraciones éticas

Como parte de las consideraciones éticas del presente estudio se mantendrá el anonimato de los entrevistados, así mismo los datos recabados fueron usados únicamente para los fines de la investigación y no tendrán otro uso, ni serán difundidos bajo ninguna circunstancia.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Primer objetivo: Determinar las opiniones de los egresados respecto al curso de plan de negocios.

Este capítulo está dividido en tres etapas de análisis, las cuales sustentaran las opiniones de los entrevistados según los objetivos planteados, la primer lugar se analizan las opiniones de los egresados de la Facultad de Ciencias Empresariales que actualmente tengan un negocio, en segundo lugar se analiza las opiniones de los alumnos de la escuela de Administración de Empresas de la USAT y para finalizar las opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios en la facultad en mención.

Actualmente, la idea de emprender, implica asumir riesgos; es por ello que tener experiencia en negocios es valioso para poder sobrellevar todas las dificultades que conlleva iniciar un negocio. Los beneficios de tener experiencia laboral previa, disminuye los errores que se puedan cometer, permite saber que se debe y no se debe hacer al momento de tomar una decisión; brinda más perspectiva, lo que implica conocer más sobre los negocios que están en actividad, aprender sobre los modelos de negocio que han sido aplicados en el sector y contar con experiencia que permita ejercer liderazgo; otorga más y mejores contactos.

Al trabajar para una empresa siempre se adquiere una red de contactos que en muchos casos llegan a ser de vital importancia para el negocio a emprender, dentro de esta cartera de contactos están incluidos proveedores, colaboradores, clientes, entre otros, de esta manera, es mucho más fácil acceder a grupos de emprendedores para estar siempre enterado de los eventos que puedan llegar a ser favorables para el emprendedor. También el autoconocimiento y aprendizaje personal, permite al emprendedor conocer sus puntos débiles y fuertes.

Llevar una empresa, no es fácil y conviene en muchos casos aplicar lo que ya se conoce. En lo que respecta al aprendizaje personal, ayuda a conocer cómo se debe tratar al personal, negociar con personas, saber cómo crear un óptimo ambiente laboral y mantener motivados a los colaboradores.

La mayoría de los ex alumnos entrevistados, manifiestan que emprendieron su negocio después de haber tenido una experiencia laboral, lo que se fundamenta en la premisa que todo administrador debe tener su propia empresa considerando que todo lo aprendido en clases es para tener empresa propia.

En lo que respecta a la metodología, aplicada al curso de plan de negocio, consideran está bien planificada ya que les permitió tener una idea de cómo iniciar un negocio, analizando las diversas variables con la finalidad de minimizar riesgos y lograr un negocio exitoso; así mismo, ayuda a dar rienda suelta a las ideas, sin tener un límite, manteniendo un método de enseñanza sencillo y fácil de entender lo que permite conocer todos los escenarios que pueden ocurrir al momento de iniciar un nuevo negocio; en muchos casos el despertar la imaginación hace que se desarrollen mejores ideas con nuevas formas de desarrollo en cuestión de productos y servicios que se brindaría al mercado objetivo llevando a la práctica toda la parte teórica y todo lo aprendido en cursos anteriores permitiendo realizar un análisis más realista. Básicamente es un curso para tener números y datos específicos simulando los distintos escenarios que se puedan dar.

De los primeros pasos para realizar un correcto plan de negocios esta la motivación, el conocimiento y la personalidad, para llevar adelante una idea que no necesariamente es sinónimo de originalidad, si no que basta con satisfacer una necesidad específica de un mercado en concreto, donde los clientes estén dispuestos a pagar por el servicio o bien brindado.

Además de tener la motivación y la idea de negocio, es indispensable evaluar la viabilidad del proyecto investigando y conociendo bien el mercado en el que se piensa competir, saber que hacen y como lo hacen las empresas ya existentes y conociendo los futuros clientes para saber sus necesidades y como satisfacerlas.

El plan de negocio permite una correcta planificación para lograr que todo negocio sea exitoso desde antes de su inicio, haciendo de esta una guía que tiene como finalidad mitigar el riesgo, analizando la viabilidad enfocándose en lo que queremos lograr, fijando objetivos concretos. Básicamente el éxito de una empresa nueva, desde la perspectiva del plan de negocios, está en una buena planificación que analiza distintas variables y escenarios, para mitigar o saber cómo sobrellevar las distintas dificultades que se puedan encontrar en el camino.

El modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que permite definir con claridad que se ofrecerá al mercado, como se hará, a quien se le ofrecerá, como se venderá y los ingresos que generará; esto permite saber el ADN del negocio. Nos permite conocer y saber cómo mejorar el negocio que se está encaminando, todo esto con la finalidad de realizar algún cambio si es que el mercado lo requiera. El entorno es cambiante, eso quiere decir que los negocios también cambian, es por ello que teniendo un buen plan de negocios se puede evitar el tener que pasar por una serie de cambios drásticos, lo ideal es saber cómo sobrellevar este cambio.

Para poder formar administradores emprendedores, es muy necesario incentivar el espíritu emprendedor en los alumnos, orientarlos para que descubran por sí mismos las cualidades necesarias para ser emprendedores de éxito. Para esto, se necesita incentivar la imaginación y la creatividad, ya que esto ayuda a poder generar distintas ideas de negocio, desde nuevos productos y/o servicios hasta mejoramiento de un producto o servicio ya colocado en el mercado.

En lo que respecta al curso de plan de negocios, ayuda mucho a analizar los aspectos cualitativos y cuantitativos necesarios para poder mantener un negocio dentro del mercado, permitiendo ver los escenarios en todas las áreas permitiendo reducir los riesgos que se podrían cometer ayudando de tal manera a mitigar riesgos. Es necesario tener como base de todo negocio, lo aprendido en el curso de plan de negocios, estos conocimientos motivan a los estudiantes a atreverse a emprender y colocar su propia empresa.

A todo esto, se concluye que se necesita motivar a los alumnos a emprender, enseñar el emprendimiento en su totalidad, iniciando con la puesta en escena del modelo de negocios, con la finalidad de incentivar la imaginación y creatividad necesarias para poder idear el producto que se implementará en el mercado, tener una estrategia preparada sobre cómo se llegará a todos los clientes, la red de contactos (clientes y proveedores) que para un negocio que está surgiendo es bastante importante.

4.1.2 Segundo objetivo: Determinar las opiniones de los estudiantes del curso de plan de negocios

Los estudiantes de la universidad piensan que el curso de plan de negocios es de suma importancia al momento de querer emprender ya que consideran que ayuda a comprender la realidad a la que se enfrentarían al momento de iniciar un emprendimiento, desde descubrir la competencia y el financiamiento inicial hasta conocer el punto de equilibrio de ventas para comenzar a rendir utilidades.

Consideran que lo enseñado en el curso permite diagnosticar la factibilidad de la idea de negocio utilizando herramientas de validación, de rentabilidad, de operación, con la finalidad de minimizar riesgos cuando se emprende un nuevo negocio.

Es en este curso donde se potencian cualidades emprendedoras hacia un modelo de negocio que se quiere desarrollar. El plan de negocio permite analizar si el emprendimiento es viable para el mercado en que se desee desarrollar, teniendo en cuenta las necesidades del mercado. De esta manera se motiva el desarrollo de una cultura emprendedora permitiendo la proyección a un negocio particular de acuerdo a la tendencia del mercado y las propuestas de valor necesarias para lograr un correcto posicionamiento en el mercado.

La metodología de enseñanza es considerada la mejor para la correcta aplicación de un emprendimiento, ya que ha permitido generar ideas prometedoras de negocio hasta visualizar un potencial mercado al cual el empresario debe enfrentar para salir adelante con su proyecto, se aplica una metodología didáctica validando y reconociendo diferentes viabilidades que sustenten la oportunidad del negocio para su implementación en el mercado local a crecer, buscando satisfacer las necesidades de la población, ya sea creando nuevos productos o mejorándolos.

Se tuvo una recomendación, para el curso, mantenerlo lo más realista posible, haciendo uso de datos y número de empresas en específico, evitando mantener un plan de negocio basado en números imaginarios donde se expone a la manipulación de resultados para la conveniencia del emprendedor y la viabilidad del proyecto. Dentro del periodo de duración del curso, los estudiantes deben desarrollar y elaborar un plan de negocios completo, de los estudiantes que llevaron el curso de manera exitosa, si tiene en mente la implementación del plan de negocio, no lo ponen en marcha por temas económicos y también por temas de tiempo que implica consolidar información actualizada sobre el mercado.

Los alumnos consideran que el curso ayuda a crear ideas de negocio, a validar el correcto funcionamiento operativo, tener visión global del mercado potencial y tener en consideración la rentabilidad futura. Los contenidos del curso no solo incentivan el desarrollo, sino que también están destinadas al aprovechamiento de las oportunidades que se dan en el mercado, logrando generar trabajo, teniendo una visión global de la puesta en marcha de la idea de negocio mediante talleres prácticos analizando el sector donde se implementará el proyecto.

Dentro del curso de plan de negocios sería necesario reforzar los temas de viabilidades financieras, que se dé una asesoría adecuada a los alumnos al momento de escoger las ideas de negocio para encaminarlas bien en caso tenga un mal planteamiento, que se presenten casos de éxito de empresas que nacieron de un emprendimiento.

4.1.3 Tercer objetivo: Determinar las opiniones de los profesores que dictan el curso de plan de negocios

El objetivo del curso de plan de negocios es hacer que el estudiante aprenda las técnicas y herramientas necesarias para demostrar si su idea de negocio es viable o no, analizando las viabilidades estratégicas, de mercado, técnica operativa, organizacional y económica y financiera brindando las herramientas necesarias para lograr que un futuro negocio proponga valor agregado y genere ingresos. Al finalizar el curso los estudiantes deben conocer la importancia y uso de una metodología para formular ideas de negocio y las herramientas necesarias para la evaluación y elaboración del plan de negocios.

La metodología de enseñanza varía con cada profesor, primero se justifica la necesidad del mercado (idea de negocio) y demostrar que las condiciones del mercado son aceptables, luego se demuestran las viabilidades (estratégicas, de mercado, técnica operativa, organizacional y económica y financiera) para llegar a las conclusiones de cada una; la metodología es teórico – práctico, de esta manera los alumnos son asesorados de manera personalizada en el transcurso de la clase; hacen uso de dos etapas, estudio cualitativo para determinar los problemas existentes en el mercado a dar solución y el estudio sistemático en el que se analizan las viabilidades y se determina si es factible o no la idea de negocio; el plan de negocios marca una directriz para llegar a un objetivo final, es una guía, que debe ser desarrollada continuamente hasta llegar a la conclusión de la viabilidad del plan de negocio.

Con esto se busca que el curso de plan de negocios sea suficiente para poder incentivar el espíritu emprendedor en la universidad, los estudiantes después de haber llevado el curso deberían estar en la capacidad de afrontar los distintos escenarios presentados al momento de implementar su idea de negocio, manteniendo una estructura desde la propuesta de valor hasta los más simples artículos para completar el proyecto.

Existen personas con espíritu emprendedor las cuales se lanzan a la aventura de colocar su propio negocio pero fracasan, porque no tienen claro los conceptos más básicos como rentabilidad o margen de utilidad, muchos negocios empiezan sin tener un plan de costos claro, perdiendo visibilidad al momento de tomar decisiones, es por esto que el curso de plan de negocios si se desarrolla como debería de ser, brindando herramientas necesarias para el correcto análisis del entorno, permitiendo a los alumnos potenciar sus capacidades y cualidades emprendedoras.

Esto se contrasta con el modelo de negocio que es primer paso dentro de un plan de negocios, ya que es aquí donde se genera la propuesta de valor brindado para un producto o servicio que lo diferenciará de la competencia, aplicando habilidades creativas permitiendo diferenciar las fortalezas y debilidades que tienen el nuevo negocio de tal manera que se minimicen los gastos de recursos y saber gestionarlos de una manera acertada. Existen diferencias entre el modelo de negocio y el plan de negocio, en el cual en el modelo de negocio se define como será el emprendimiento, a donde quiere llegar y como llegará a sus objetivos haciendo de guía para el correcto desarrollo, elaboración y análisis del plan de negocios haciendo uso del modelo Canvas en donde se desarrolla la propuesta de valor, los proveedores con quienes se trabajaran, entre otros; con el plan de negocios, se evalúa de una manera más amplia como se encuentra el mercado analizando la viabilidad de implementación de la idea de negocio. Es aquí donde el alumno debe tener claro a dónde quiere llegar con su nuevo negocio, es el modelo de negocio lo que le da forma al plan de negocio permitiendo que los objetivos sean claros, concisos y más que todo alcanzables.

4.2 Discusión

El análisis de la definición básica de lo que es un modelo de negocio y un plan de negocio, determina que son dos temas diferentes pero que a la vez son complementarios ya que el modelo de negocio ayuda a crear un plan de negocio.

El modelo de negocio es una herramienta dinámica que normalmente ayuda a realizar consecutivamente la validación de la idea de negocio que se propone, ya que es algo que se va modificando y adaptando conforme se avanza con el proyecto hasta que se demuestre la viabilidad y sostenibilidad en el mercado. Este es utilizado desde la etapa de “concepción de la idea” hasta lograr validar la factibilidad del negocio; en el cual se incluye el problema, el mercado, la solución propuesta, canales de distribución costos e ingresos; se utiliza como referencia el Modelo Canvas (Osterwalder, 2004).

El plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica, económica y financiera, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la oportunidad identificada en un proyecto empresarial concreto. (De la Vega I, 2004)

En la actualidad, podemos apreciar que no se está siguiendo el orden correcto para emprender un negocio propio. La malla curricular tiene solo el curso de plan de negocios el cual se efectúa sin tener un resultado sobre la viabilidad de una idea de negocio. Para desarrollar el espíritu emprendedor, debe darse el primer proceso que es la estructuración del modelo de negocio, desde la aceptación de la idea de proyecto hasta el análisis de la viabilidad en el mercado; para ello, se debe cubrir las necesidades del público objetivo.

El curso es percibido por los estudiantes como un proceso de planificación, esto se puede apreciar en lo declarado por una estudiante:

“Es importante porque el administrador debe plantear las ideas de negocio y analizar si es viable para el mercado en que se piensa desarrollar, el plan de negocios permite tener claro las necesidades del negocio a implementar financieramente hablando”

Este curso es una herramienta que ayuda a ver la realidad del mercado a la que se enfrentaran los alumnos que quieran emprender, es una ayuda financiera a su vez ayuda a descubrir las fortalezas y debilidades del futuro negocio a emprender; esto no representa el verdadero espíritu emprendedor ya que no desarrolla capacidades que todo emprendedor debería tener, entre ellas están: iniciativa, asumir riesgos, toma de decisiones, flexibilidad, aprendizaje, organización de tiempos, autoestima, afán por el logro (Huby, Murguía y Reyes, 2012)

Los centros de formación superior que quieran incentivar el emprendimiento en los jóvenes estudiantes, deben tener en consideración los 3 niveles de profundidad: el nivel 1 implica un nivel motivacional en el cual se dan charlas y seminarios sobre historias de éxito de distintos

empresarios que decidieron emprender su propia empresa; en el nivel 2 incurre la preparación con cursos y talleres dedicados a la identificación de ideas de negocio y elaborar planes de negocio para el desarrollo de los mismo; y el nivel 3 es donde se identifica la puesta en marcha del proyecto (Pérez E, 2012)

Actualmente en la USAT se trabaja en el nivel 2, que es la preparación con cursos (curso de plan de negocios) para identificar las ideas de negocio y analizar la viabilidad de los mismos. Se debería trabajar desde los inicios de la vida universitaria en el desarrollo de capacidades emprendedoras mediante la enseñanza del modelo de negocios.

Los entrevistados que han llevado el curso del plan de negocios sienten que sí han desarrollaron su espíritu emprendedor, pero dentro de su opinión sobre el curso de plan de negocios sienten que hace falta asesoría más personalizada para superar las dificultades que se presentan en el camino de la implementación de una idea de negocio, sugieren también el reforzamiento en temas de análisis de viabilidad financiera. Estas sugerencias pueden ser resueltas si se hiciera un modelo de negocio antes de comenzar a armar un plan de negocio, los futuros administradores tendrían ya culminado el análisis de viabilidad.

Esto se logra con la enseñanza de distintas actividades curriculares a lo largo de la carrera universitaria para desarrollar capacidades en los alumnos que les pueda ayudar a enfrentar la realidad del mercado; las actividades curriculares y sus objetivos serian: Introducción a los negocios (manejar conceptos de empresa), Presentaciones efectivas (desarrollar actitud emprendedora), Liderazgo y trabajo en equipo (desarrollar capacidades de trabajo en equipo), Creatividad empresarial (desarrollar habilidades innovadoras), Iniciativa empresarial (generar planes de negocio), Realidad empresarial peruana (incentivar al alumno a crear su propia empresa), Generación de empresas (aprender a elaborar planes de negocio), Emprendimiento (conocer las competencias de empresario y desarrollar la idea de negocio), Plan de negocios I, II, y III (elaborar un plan de negocios viable) (Pérez E, 2012).

Los alumnos entrevistados se refieren al curso como un curso tipo taller donde se les permitió analizar el sector, también ven al profesor que dicta el curso como principal motivador frente a los alumnos, este curso es un resumen de todo lo aprendido en todo el año académico en los distintos cursos llevados. Este curso no solo está destinado para incentivar el desarrollo y emprendimiento sino también para saber aprovechar las oportunidades que existen en el mercado y poder hacer crecer el entorno económico de la localidad brindando trabajo y oportunidades a la sociedad.

Los egresados que han sido entrevistados manifiestan sus emprendimientos surgieron como ideas entre amigos y familiares, donde poco a poco fueron concretando su idea teniendo diferentes motivaciones para poner en marcha un proyecto que les permita llegar al mercado actual; a su vez la experiencia laboral adquirida ayudó para el desarrollo de su emprendimiento y así poder sentar las bases para su negocio.

En una entrevista a un profesor, indica que:

“La universidad no ha tomado la decisión de desarrollar el emprendimiento, este es un término multidimensional, emprendedor debe ser el gobierno y todas las instituciones incluyendo a las universidades. Emprender no significa ser empresario, que puede ser una opción. El emprendimiento puede darse como dependiente o independiente, hoy en día se habla de emprendimiento dinámicos basados en la innovación, lo que vemos en el Perú son emprendimientos por sobrevivencia o por subsistencia, pero no sostenibles.”

De cada 10 estudiantes (censo 2010 a universidades) 3 se inclinan por iniciar su propia empresa y 7 deciden trabajar de manera dependiente; las razones por las que optan por un empleo dependiente y no un emprendimiento es el temor al riesgo, falta de conocimiento del mercado, falta de capital y las expectativas de crecimiento económico (Pérez E, 2012)

A pesar del gran número de universidades que hay a nivel nacional, son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor, las universidades que promueven el emprendimiento son: ESAN, PUCP, UDEP, USMP; a su vez existen instituciones privadas que promueven el emprendimiento: PROBIDE, CTTU, INICTEL-UNI; y organizaciones privadas: NESTLE y SEBRAE PERU. Las universidades deben realizar actividades curriculares y extracurriculares para incentivar el desarrollo emprendedor en los alumnos para así motivar a los alumnos a querer poner su propia empresa (Pérez E, 2012)

Otra declaración de un profesor de la universidad indica:

“Acá en el Perú y sobre todo en nuestra región hay muchísimas personas con espíritu emprendedor, además con mucha creatividad, pero que lamentablemente, cuando colocan su negocio, en marcha fracasan estrepitosamente. La razón principal es porque no entendieron o no saben conceptos tan fundamentales como rentabilidad o margen de utilidad o en todo caso no tienen una estructura de costos que les permita tener la base para tomar decisiones acertadas o bien en cuanto tiempo su negocio generará beneficios, es decir no hicieron un plan de negocios”

Con esta declaración, se puede decir que en nuestra región hay alumnos, tanto dentro de la USAT como fuera, que tienen espíritu emprendedor, pero es la falta de conocimiento y

motivación lo que no los hace emprender por sí mismos, el Plan de Negocio es una herramienta que ayuda a consolidar una iniciativa de negocio la cual logra su formación con el Modelo de Negocio, siendo dos temas diferentes son complementarios en cuanto se refiere a emprendimiento.

El curso de plan de negocio tiene una metodología teórica práctico, ya que este curso brinda las herramientas necesarias para demarcar el camino para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el mercado. Para que los alumnos que lleven el curso puedan aprovechar al máximo los conocimientos brindados, deben sentir apoyo y motivación por parte del equipo de docentes encargados de evaluar las propuestas y proyectos elaborados.

Para conocer si el Plan de Negocio es una herramienta que desarrolla el emprendimiento, un docente declara:

“El curso de plan de negocio no es un curso para desarrollar el emprendimiento. El emprendimiento debería ser una formación transversal en la universidad y todas las carreras deberían tener cursos de emprendimiento; el plan de negocios es una herramienta para consolidar la iniciativa propuesta.”

Con esta declaración queda claro que el curso de plan de negocio no tiene por objetivo desarrollar el emprendimiento en sus alumnos, el desarrollo de capacidades emprendedoras entre ellas: iniciativa, asumir riesgos, toma de decisiones, flexibilidad, aprendizaje, organización de tiempos, autoestima, afán por el logro (Huby, Murguía y Reyes, 2012) las cuales deben desarrollarse a lo largo del camino universitario, no solo en carreras administrativas si no en las distintas carreras que posee la universidad.

De los profesores entrevistados, ellos coinciden en que se necesita un curso previo a la elaboración del plan de negocios, un curso que permita desarrollar las ideas de negocio ya que el tiempo no es suficiente para poder enseñar bien la asignatura y los alumnos terminan el curso sin haber recibido una correcta asesoría sobre plan de negocios. Plantean que eso permitiría enfocar de manera correcta el orden de elaboración y evaluación de una idea de negocio, primero el modelo de negocio y luego el plan de negocio.

En resumen, el Modelo de Negocios se concibe como una herramienta conceptual y holística que permite entender la manera en que los elementos que lo conforman interactúan a través de sus diferentes estrategias, de tal manera que permiten crear, proporcionar y capturar valor, explotando las oportunidades del mercado; es decir, el Modelo de Negocio organiza los componentes de la estrategia y su ejecución (Aldana E, Ibarra M, Loewenstein I, 2011)

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Se concluye que en la escuela de Administración de Empresas de la USAT el curso de Plan de Negocios no estimula el espíritu emprendedor de los alumnos, debido a que muchas veces el curso se sesga a algunos temas del proceso del desarrollo del plan de negocio y no se centra en el desarrollo de la idea.

La incertidumbre al desarrollo una nueva idea de negocio requiere que los estudiantes tengan mayor acompañamiento en esta etapa para asegurar un desarrollo más fluido en los siguientes pasos del proceso. Además, ayudaría a fijar los conceptos, el uso de ejemplos más cercanos a la realidad que ven los estudiantes.

Las restricciones de tiempo en el curso no permiten hacer un seguimiento más fino de todo el proceso durante el cual sería posible ajustar las posibles fallas que pueda tener el plan. Esto se ve debido a que todo el proceso se hace en base a supuestos, que no sería el caso si antes de desarrolla un modelo de negocio.

Los egresados evidencian la debilidad del curso de plan de negocios para desarrollar competencias en los estudiantes, ya que declaran que no sienten que hayan obtenido competencias para emprender nuevos negocios, sin embargo, los conocimientos obtenidos sirvieron para resolver algunos problemas, mas no pudieron desarrollar la integralidad de la herramienta de plan de negocios.

Los profesores están de acuerdo que es necesario el desarrollar una curricula integrada o una línea curricular alrededor del emprendimiento, que permita proveer a los estudiantes de las capacidades necesarias para poder enfrentar un curso de desarrollo de negocios de forma más confiada y orientada a la innovación.

5.2 Recomendaciones

Elaborar la línea de emprendimiento dentro de la curricula de la facultad con la perspectiva de desarrollar las habilidades para el emprendimiento y teniendo claro que la herramienta de planificación no es el centro de este proceso.

Implementar el Modelo de Negocios en la malla curricular de los alumnos de la escuela de Administración de Empresas, como medio para el desarrollo de competencias para el emprendimiento, como remplazo del curso de Plan de Negocios.

Para los alumnos que tengan interés y decisión para poner en marcha su plan de negocio, se debería hacer seguimiento y proveer apoyo a través de la incubadora de la universidad.

Para todos los estudiantes, egresados y profesores, promover y programar diferentes actividades como conferencias, talleres, concursos para fomentar el emprendimiento para mantenerlos actualizados y siempre mantener la idea viva de la generación de empresas.

VI. LISTA DE REFERENCIAS

- ALDANA E., IBARRA M., LOEWENSTEIN I. 2011 “El modelo de negocios como reforzador del emprendimiento en las universidades. caso del tecnológico de monterrey campus ciudad de México” México
- BARBOSA N, PERDOMO S. 2004 “Análisis comparativo de la educación para el desarrollo de la capacidad empresarial y emprendimiento en los Estados Unidos y algunos países de la Unión europea”. Colombia.
- BERGER P. & LUCKMAN T. 1984. “La construcción social de la realidad. Amorrortu. buenos aires”. capitulo II. PAG. 164-185.
- BRANDAO M., PINHEIRO D. 2004. “Programa de emprendedorismo em instituciones de ensino superior: reflexoes a partir de algunas experiencias canadienses y americanas”. Revista de negocios, Centro de Ciencias Sociales Aplicadas, universidad Regional de Blumenau, Brasil, 9(2), pp. 117 – 126.
- BRANDEN N. 1993. “El poder de la autoestima. Como potenciar este importante recurso psicológico”. Buenos Aires: Paidos.
- BUENDIA-MARTINEZ L. & CARRASCO L. 2013. “Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe”. Cuadernos de Desarrollo Rural, 10(72), 21 – 45.
- BUENO E. 2003. “Emprende en la sociedad del conocimiento: el capital del aprendizaje como dinamizador del capital intelectual”. En Arnal Losilla (coord.) Creación de empresa: los mejores textos, Barcelona: Ariel, pp. 61 – 80
- BURNET D. 2000 The supply of Entrepreneurship and economic development.
- DE LA VEGA I, 2004. “El plan de negocios: una herramienta indispensable” Instituto de Empresa – Madrid, España
- DRUCKER P. 1985 “La innovación y el empresario innovador.”
- DURAN D. LUKEZ B. 2003. “Los micro emprendimientos productivos: Del desempleo a la ocupación.”

- FIGUEROA J. 2013. Emprendedurismo en América Latina. Caderno Profissional de Marketing - UNIMEP, 1(1), 51-63.
- FORMICHELLA M. 2004 El conector de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo social. Argentina.
- HENRY, C., HILL, F. M., & LEITCH, C. M. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part 1. Education + Training
- HISRICH R., PETERS M. 2002, Entrepreneurship 5° ed. Nueva York: Mc. Graw- Hill.
- HITT M., IRELAND D. & HOSKISSON R. (2008). Administración Estratégica. Competitividad y globalización. Conceptos y Casos. Séptima edición. Pág.: 404 – 428.
- HUBY M., MURGUÍA M. & REYES M. (2012). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades san marcos de Perú y Guadalajara de México—centro universitario de los altos—un análisis comparativo.
- LIZCANO A., CAICEDO A. 2015 “Análisis de la formación en emprendimiento en programas de pregrado”. Colombia.
- MCCLELLAND D. 1961. The achieving society. Princeton, NJ. Van Nostrand.
- MUELLER M Y HEIDEMANN F. 2002. Inovacao e empreendedorismo: ¿o elo perdido? Trabajo presentado en la XXXVII asamblea de CLADEA. Porto Alegre.
- OSTERWALDER A. 2004 The business model ontology: a proposition in a design science approach. Disertación doctoral. Lausana: Ecole des Hautes Etudes Commerciales de l’Université de Lausanne.
- PEREZ E, 2012 ¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento? Perú
- RANSHEED H. 2000 Developing entrepreneurial potencial in youth of entrepreneurial education and venture creation.
- RESTREPO E. TAPASCO O. & VIDARTE J., 2016. Perfil emprendedor de estudiantes de la tecnología en gestión agropecuaria, Universidad de Caldas. Anfora, 23(41), 87 – 106.

- ROBINSON S., NEERGAARD H., TANGGAARD L. & KRUEGER N. 2016, New horizons in entrepreneurship education: from teacher-led to student-centered learning. *Education + training*, 58(7/8), 661-683.
- RONSTADT R. 1988 The corridor principle. *Journal of business Venturing*, 3:31-40
- SANABRIA-RANGEL P., MORALES-RUBIANO M. & ORTIZ-RIAGA C., 2015. Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento.
- SCHIMIDHEING S. 1990 La misión empresarial en el marco de un desarrollo económico sostenible en ciencia política. IV trimestre.
- SCHUMPETER J. 1942 Capitalismo y el empresario innovador.
- SERIDA J; GUERRERO C; ALZAMORA J; BORDA A; MORALES O. *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016-2017*. – Lima: Universidad ESAN, 2017. –69p.
- SIMON J. (2013) Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria, *Revista mexicana de investigación educativa*, 18(56), 159 – 190.
- STEVENSON H. 2000 Why the Entrepreneurship has won
- SUDARSKY J. 1988 Clientelismo y desarrollo social. Bogotá. 46 - 48.
- THOMASSON R. 2002. Jóvenes empresarios: las estrellas más brillantes de las Américas y del Caribe.
- TIMMONS J. (1994), *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century*. Irwin, Burr Ridge, Illinois, Part I, The Opportunity, Part IV Financing Entrepreneurial Ventures.
- TIMMONS J. SPINELLI S. 2007. *New venture creation: entrepreneurship for the 21-st century*. 7° ed. Nueva York: McGraw- Hill.
- TOCA C. (2010) Consideraciones para la formación en emprendimiento: Explorando nuevos hábitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*
- TOULOUSE J. M. (1997). Definition de l'entrepreneurship. *L'entrepreneurship in Quebec*, 81.
- VIRTANEN M. “The role of different theories in explaining entrepreneurship”. Helsinki School of Economics and Business Administration

WEIRICH H. 2008. "Administración: una perspectiva global" Capítulo 1. Página 6 – 46

VII. ANEXOS

ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS ESTUDIANTES DE LA USAT DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Estudiante 1

1. ¿Considera importante el curso de plan de negocios en su formación profesional? ¿por qué?

Es de suma importancia porque nos motiva a desarrollar la cultura del emprendimiento que nos permite proyectarnos a un negocio particular de acuerdo a las orientaciones que nos dan de los mercados y las propuestas de valor que se desarrollan.

2. ¿Qué opinión merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios?

La metodología del curso fue muy práctica y nos hacía aprender desde la formulación de la idea, el modelo propio de los mercados, el diagnóstico y la evaluación de los análisis del entorno y principalmente la factibilidad en la parte financiera.

3. ¿El plan de negocios que formuló en el desarrollo del curso, piensa ponerlo en marcha? ¿por qué si o por qué no?

No lo pienso poner en práctica, por motivos financieros que debería contar con socios y tomaría tiempo poder cristalizarlo.

4. ¿Considera que los contenidos que se desarrollaron en el curso de plan de negocios están diseñados para estimular el emprendimiento de los estudiantes? ¿por qué?

Me parece que sí, porque aparte de ser tipo taller nos permite analizar el sector al que refiere el proyecto, revisar nuevamente los conocimientos del plan estratégico en su totalidad, evaluar la parte financiera, su proyección y elaboración; estudio del plan de marketing que es muy importante para este tipo de proyectos.

5. ¿Qué aspecto o aspectos reforzaría del curso de plan de negocios?

Me parece que tenga clases adicionales con la misma temática para que se puedan desarrollar más ampliamente.

Estudiante 2

1. ¿Considera importante el curso de plan de negocios en su formación profesional? ¿por qué?

Es importante porque el administrador debe plantear las ideas de negocio y analizar si es viable para el mercado en que se piensa desarrollar, el plan de negocios permite tener claro las necesidades del negocio a implementar financieramente hablando, es aquí donde uno se da cuenta de las capacidades que tiene uno para los negocios, si todo lo aprendido hasta este punto se puede poner en práctica de una manera más realista pensando efectivamente al momento de tomar una decisión.

2. ¿Qué opinión merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios?

Al curso le faltó más carácter, lo sentí débil al momento de llevarlo, en su momento al profesor le faltó motivación al dictar el curso. El curso debería enseñarse teniendo datos más específicos, usando datos reales de empresas ya establecidas o comparando un nuevo negocio con uno ya existente para mantener una cercanía a la realidad que se viviría. Ya que uno al momento de realizar el plan de negocios, se puede arreglar de cierta manera para que la viabilidad sea positiva.

3. ¿El plan de negocios que formuló en el desarrollo del curso, piensa ponerlo en marcha? ¿por qué sí o por qué no?

Sí, me gustaría ponerlo en práctica en algún momento, ya que lo considero viable para el mercado.

4. ¿Considera que los contenidos que se desarrollaron en el curso de plan de negocios están diseñados para estimular el emprendimiento de los estudiantes? ¿por qué?

Si, como mencionaba, mucho tiene que ver el profesor que lidera el curso, ya que, si no se tiene la motivación necesaria para enseñar el curso, los alumnos no sentirán pasión por desarrollar su plan de negocio.

5. ¿Qué aspecto o aspectos reforzaría del curso de plan de negocios?

Desde mi punto de vista el curso debería ser más realista, con datos más precisos; si se quiere invertir para implementar un colegio, por ejemplo, se debe tener claro de donde se sacará el capital para invertir, los clientes, proveedores, etc. Datos más claros no solo datos que sean imaginarios.

Estudiante 3

1. ¿Considera importante el curso de plan de negocios en su formación profesional? ¿por qué?

Sí, porque se conlleva toda la información de lo que se quiere realizar como plan de negocio, ya que, si uno tiene pensado realizar un negocio, este curso ayuda mucho, porque todo lo enseñado se aplica en ello.

2. ¿Qué opinión merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios?

La opinión es que me ha ayudado a realizar dos tipos de negocios en lo que va del año y gracias a ello conllevó a que la metodología del curso me ayudo a analizar el tipo de mercado que busco

3. ¿El plan de negocios que formuló en el desarrollo del curso, piensa ponerlo en marcha? ¿por qué si o por qué no?

Sí, mi plan de negocio para la implementación de un centro reproductor de cerdos en Chiclayo, si lo pienso poner en marcha ya que conozco del negocio y sobre todo mi plan está en mi tesis

4. ¿Considera que los contenidos que se desarrollaron en el curso de plan de negocios están diseñados para estimular el emprendimiento de los estudiantes? ¿por qué?

Si están por dentro de ello encontramos; las 4 P. precio, plaza, producto, promoción. Las fortalezas, finanzas vemos el apalancamiento entre otros contenidos. Y sobre todo vemos si es rentable el plan de negocio (5 años aproximadamente)

5. ¿Qué aspecto o aspectos reforzaría del curso de plan de negocios?

Talvez el curso de finanzas o de contabilidad, ya que por un número que nos podamos equivocar sería de pérdida o de fracaso

Estudiante 4

1. ¿Considera importante el curso de plan de negocios en su formación profesional?

Sí, porque al momento de querer emprender un negocio este documento nos ayuda a ver a la realidad a la que nos vamos a enfrentar, es decir nos ayuda a descubrir, la competencia, inversión inicial, como vamos a financiarlo y cómo vamos a posicionarnos en el mercado, de esta forma podremos saber cuánto necesitaremos vender para llegar al punto de equilibrio y para que el negocio comience a dar utilidades. Además, un plan de negocio es una herramienta fundamental en cualquier empresa, porque nos permitirá descubrir las fortalezas y debilidades de la empresa durante el proceso de planeación, además de que nos permitirá tener una idea clara de las metas que se quieren alcanzar.

2. ¿Qué opinión merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocio?

La metodología del curso me parece buena ya que nos permite realizar un plan de negocio de forma clara y visualizar un potencial mercado al cual nos vamos a enfrentar si queremos emprender un negocio o empresa.

3. ¿El plan de negocio que formulo en el desarrollo del curso, piensa ponerlo en marcha?
¿por qué si o por qué no?

En un futuro quizá sí, ya que mi plan de negocio fue un centro de diversión para niños en la ciudad de Chiclayo, y como se ve en la actualidad aún no existe un centro de diversiones lo suficientemente amplio para desarrollar diferentes actividades de entretenimiento infantil, considero que sería una buena idea de emprendimiento

4. ¿Considera que los contenidos que se desarrollaron en el curso de plan de negocios están diseñados para estimular el emprendimiento de los estudiantes? ¿por qué?

Sí, porque nos ayuda a crear ideas de negocio, además nos ayuda a describir cómo se va a operar y desarrollar dicho negocio durante un periodo determinado, visualizar el mercado potencial y la rentabilidad que este nos dejaría.

5. ¿Qué aspecto o aspectos reforzaría del curso de plan de negocio?

Ninguno, ya que me pareció lo suficientemente practico para emprender o plasmar una idea del negocio o empresa que se quiere tener, además de analizar cada una de sus fortalezas y debilidades.

Estudiante 5

1. ¿Considera importante el curso de plan de negocios en su formación profesional? ¿por qué?

Es importante porque nos permite hacer un diagnóstico y analizar la factibilidad del modelo o idea del negocio para ello utilizaremos una serie de herramientas que validaran la rentabilidad de la operación y minimizar riesgos inherentes en el negocio.

2. ¿Qué opinión merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios?

La metodología fue la más didáctica y oportuna ya que pudimos aplicar y validar las diferentes viabilidades que sustenten la oportunidad del negocio

3. ¿El plan de negocios que formuló en el desarrollo del curso, piensa ponerlo en marcha? ¿por qué si o por qué no?

Completamente insertarlo y ponerlo en marcha, porque es viable y responde a una necesidad puntual.

4. ¿Considera que los contenidos que se desarrollaron en el curso de plan de negocios están diseñados para estimular el emprendimiento de los estudiantes? ¿por qué?

Si están destinados no solo para incentivar el desarrollo y emprendimiento, sino porque las oportunidades se dan y hay que aprovecharlas, con lo que generaríamos trabajos y oportunidades para seguir creciendo en nuestro entorno con los conocimientos y habilidades que se generan a partir de una propuesta viable.

5. ¿Qué aspecto o aspectos reforzaría del curso de plan de negocios?

Reforzamiento en las viabilidades financieras económicas y afianzar la administración de riesgos.

Estudiante 6

1. ¿Considera importante el curso de plan de negocios en su formación profesional? ¿Por qué?

Sí, Porque nos ayuda a crear ideas de negocios innovadoras desarrollando tal vez una iniciativa empresarial en el futuro. Con el curso podemos potenciar nuestras cualidades de emprendimiento hacia un modelo de negocio que queramos desarrollar.

2. ¿Qué opinión merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios?

Me parece bien es un curso en donde ayuda al estudiante a buscar e indagar en el mercado algún factor que no haya sido estudiado y por ello desarrollar una idea de negocio para satisfacer esa demanda.

3. ¿El plan de negocios que formulo en el desarrollo del curso, piensa ponerlo en marcha? ¿Por qué si o por qué no?

No, porque la inversión requerida es muy alta siendo un proyecto muy ambicioso, pero no se descarta la posibilidad que en un futuro se pueda desarrollar, contando siempre con una inversión y un financiamiento adecuado para el proyecto.

4. ¿Considera que los contenidos que se desarrollaron en el curso de plan de negocios están diseñados para estimular el emprendimiento de los estudiantes? ¿por qué?

Sí, porque los contenidos dictados en el curso ayudarán a tener una visión más amplia de la puesta en marcha de una idea de negocio.

5. ¿Qué aspecto o aspectos reforzaría del curso de plan de negocios?

Primero sería que el alumno tenga la asesoría adecuada al momento de escoger una idea de negocio, o encaminarlo si su idea no está bien planteada.

Segundo que el profesor pueda dar ejemplos de modelos exitosos que se hayan desarrollado y tercero tener un seguimiento de los avances del proyecto.

ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS EGRESADOS DE LA USAT DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN QUE CUENTAN CON NEGOCIO PROPIO.

Egresado 1

1. ¿Cómo y cuando surgió la idea de su negocio?

La idea del negocio resultó de las charlas que manteníamos entre amigos donde conversábamos de negocios y deseábamos tener nuestras propias empresas para forjar nuestro futuro. Poco a poco le fuimos dando forma hasta ahora tener a nuestra pequeña empresa exitosa. Todo esto fue hace aproximadamente dos años.

2. ¿Qué opinión le merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios en la universidad?

Soy egresado de la escuela de Administración hotelera y de servicios y la verdad es que la metodología del curso de plan de negocios fue buena porque en ese momento nos permitió la facilidad de dar rienda suelta a nuestras ideas, no había límites en cuanto a las ideas que nosotros planteábamos. Esto es algo que no se encuentra ahora pues tengo entendido se les exige a los alumnos tener planes de negocio exclusivamente relacionados a turismo.

3. ¿Considera que el plan de negocios es una herramienta útil para desarrollar emprendimientos? ¿por qué?

Todo negocio exitoso debe ser exitoso antes de abrir, y con esto me refiero a una correcta planificación, y cierta parte de arriesgarse antes de cada emprendimiento. En resumen, es fundamental el plan de negocios. Para esto recomiendo el libro “Antes de renunciar a su empleo” de Robert Kiyosaki.

4. Respecto al modelo de negocios, ¿qué tan informado está al respecto?

La verdad como nombre “modelo de negocios” no estoy informado pues existen diferentes metodologías de hacer una planificación.

5. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el espíritu emprendedor de los estudiantes de la USAT hoy en día?

Sí, sin embargo, debemos incentivar la imaginación y creatividad de los próximos profesionales

6. ¿Los contenidos que desarrolló en el curso de plan de negocios, le ayudaron para poner en marcha su negocio? ¿Por qué?

Sí, porque sin un conocimiento de los aspectos cualitativos y cuantitativos iba a ser imposible medir lo necesario para crear Navajas Barbería

Egresado 2

1. ¿Cómo y cuando surgió la idea de su negocio?

Siempre quise tener un restaurante desde pequeño, se fue concretando la idea cuando administré una cevichería cuando aún estaba en la universidad, trabajaba en todas las áreas del restaurante y pude adquirir algo de experiencia. Luego de dos años conversando con mi madre decidimos abrir la cevichería en parte del primer piso de mi casa, por eso el restaurante tiene el nombre de "La Casa de Marvin "

2. ¿Qué opinión le merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios en la universidad?

La metodología es sencilla, que te permite aprender en proyectos los distintos escenarios de un negocio en todas las áreas.

3. ¿Considera que el plan de negocios es una herramienta útil para desarrollar emprendimientos? ¿por qué?

Es fundamental, porque te ayuda a hacer un proyecto más elaborado, desde la constitución de la empresa, inversión, personal, diseño del local, marketing y otros. Básicamente es la guía para que un proyecto tenga menos riesgo.

4. Respecto al modelo de negocios, ¿qué tan informado está al respecto?

Recuerdo los puntos básicos, como que el modelo de negocios define lo que vas a ofrecer al mercado, como lo harías, a que segmento te diriges, como vas a vender ese producto o servicio y como generarás ingresos.

5. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el espíritu emprendedor de los estudiantes de la USAT hoy en día?

Sí, a mí me ayudo bastante y estoy seguro que a los ex alumnos que tienen sus negocios les ha ayudado.

6. ¿Los contenidos que desarrolló en el curso de plan de negocios, le ayudaron para poner en marcha su negocio? ¿Por qué?

Sí, porque te permite ver los escenarios en todas las áreas, eso te ayuda a mitigar riesgos. En el aspecto financiero me ayudo bastante porque realicé un presupuesto para la remodelación, los materiales e insumos, provisioné los sueldos por 3 meses, me puse en el escenario más conservador pese a que sabía cómo se movía el negocio.

Egresado 3

1. ¿Cómo y cuando surgió la idea de su negocio?

Cuando trabajaba en Nissan Maquinarias hace 2 años. Estaba encargado de la recepción de vehículos que ingresaban para servicio técnico, los derivaba a las áreas correspondientes dependiendo del servicio que requerían. Fue ahí donde aprendí toda la dinámica de ese tipo de negocio y eso me motivo a emprender en mi propio negocio de mantenimiento vehicular.

2. ¿Qué opinión le merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios en la universidad?

El curso de plan de negocios es muy útil para tener los números y datos claros al momento de querer poner un negocio, ayuda mucho a mitigar o reducir los riesgos que se pueden llegar a correr en distintos escenarios.

3. ¿Considera que el plan de negocios es una herramienta útil para desarrollar emprendimientos? ¿por qué?

El plan de negocio es una herramienta que permite analizar la viabilidad de un negocio a ser implementado, ayuda a analizar el origen de los fondos financieros y como canalizar los costos y gastos, básicamente es una ayuda financiera utilizada antes de lanzarse a abrir un negocio. Para lograr implementar un emprendimiento se necesita más que eso, se necesita saber a dónde apuntar, como llegar y sobretodo como seguir adelante una vez logrado los objetivos iniciales.

4. Respecto al modelo de negocios, ¿qué tan informado está al respecto?

Sé que plan de negocio y el modelo de negocio son distintos temas que trabajan en conjunto, el plan de negocio permite ver desde una perspectiva más financiera mientras que el modelo de negocio es el paso previo al plan de negocio, ya que es ahí donde uno descubre como llegará los clientes, como logrará vender su producto y sobre todo que estrategias tomará para lograr una ventaja competitiva.

5. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el espíritu emprendedor de los estudiantes de la USAT hoy en día?

Si, aunque lo ideal es desarrollar el paso previo, que es el desarrollo de la creatividad, de la lluvia de ideas, de conocer el mercado y saber a quienes vamos a llegar; todo esto desde un punto de vista más real, conociendo que estrategias y acciones tomaremos para lograr nuestro

objetivo. Muchos estudiantes se entusiasman plasmando una idea de negocio y haciendo su análisis de mercado para concretar el plan de negocio, pero no tienen claro que necesitan para llegar a su público objetivo.

6. ¿Los contenidos que desarrolló en el curso de plan de negocios, le ayudaron para poner en marcha su negocio? ¿Por qué?

Claro que sí, por que, sin tener la base del plan de negocio, no hubiera podido tener en claro los distintos escenarios de riesgo que uno se expone al momento de crear su empresa.

Egresado 4

1. ¿Cómo y cuando surgió la idea de su negocio?

Surgió de la necesidad de dar a conocer a mamis como yo, productos novedosos para nuestros bebés. Productos que en su mayoría no existían en nuestras épocas. La idea de negocio surgió después del nacimiento de mi primera hija en el 2015 y fue 2 años después que la llevé a cabo.

2. ¿Qué opinión le merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios en la universidad?

Me parece muy importante ya que permite trabajar la imaginación y desarrollar ideas que tenemos dormidas y que pensamos que no podrían ser exitosas.

3. ¿Considera que el plan de negocios es una herramienta útil para desarrollar emprendimientos? ¿por qué?

Sí. Porque aparte de darte los conceptos básicos te ayuda paso a paso a que la idea de negocio que tenemos se haga realidad de la mejor manera.

4. Respecto al modelo de negocios, ¿qué tan informado está al respecto?

Lo básico. Conceptos fundamentales adquiridos por los libros.

5. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el espíritu emprendedor de los estudiantes de la USAT hoy en día?

Por supuesto que sí, les agranda el panorama de posibilidades y los ayuda a descubrir ese espíritu emprendedor que todos llevamos dentro

6. ¿Los contenidos que desarrolló en el curso de plan de negocios, le ayudaron para poner en marcha su negocio? ¿Por qué?

Si porque permite desarrollar de manera ordenada todos los pasos.

Egresado 5

1. ¿Cómo y cuando surgió la idea de su negocio?

Considero que el fin de un Administrador, es tener su propia empresa, manejar sus tiempos, desarrollar sus estrategias y alcanzar sus metas no solo profesionales sino también personales, por esa razón decidí emprender, cuando nació mi hija fue el empuje que necesitaba para iniciar este proyecto.

2. ¿Qué opinión le merece la metodología de enseñanza del curso de plan de negocios en la universidad?

Me pareció un curso muy completo y didáctico, porque llevamos toda la parte teórica a la práctica, recuerdo que en mi equipo de trabajo creamos una empresa, y analizamos todas sus variables, misión y visión, análisis de competidores, FODA, análisis estratégico, cadena de valor, y más, eso nos permite desarrollarnos, porque como estudiantes ya estamos analizando nuestro entorno de manera real.

3. ¿Considera que el plan de negocios es una herramienta útil para desarrollar emprendimientos? ¿por qué?

Para mí es muy útil, ya que permite determinar si un proyecto es viable o no y nos permite enfocarnos en lo que queremos lograr, a donde queremos llegar, fijar nuestros objetivos.

4. Respecto al modelo de negocios, ¿qué tan informado está al respecto?

El modelo de negocio vendría hacer el plan previo, definir el enfoque de mi proyecto, que producto ofrecer, como empezar, cual sería mi público objetivo, que medios usar para vender mi producto, quienes serían mis proveedores.

5. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el espíritu emprendedor de los estudiantes de la USAT hoy en día?

Creo que el curso nos despierta la emoción por emprender, si desarrollas el curso correctamente y te involucras con él, comienzas a proyectarte en lo que sería desarrollar tu propia empresa.

6. ¿Los contenidos que desarrolló en el curso de plan de negocios, le ayudaron para poner en marcha su negocio? ¿Por qué?

Inicialmente lo que aprendí, si apporto a Aria Boutique, porque empecé analizando mi mercado, también se estableció un plan previo para alcanzar los objetivos, analicé mi competencia para que mi Boutique diera ese plus que se necesita en las tiendas de ropa para mujer en la actualidad.

Pero honestamente el día a día no me permite que las acciones para desarrollar el plan de negocios tengan la secuencia que quisiera en el tiempo que quisiera.

ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS PROFESORES DE LA USAT DE LA CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Profesor 1

1. ¿Cuál es el objetivo del curso plan de negocios?

Permite aplicar metodologías y herramientas modernas, que impulsen la puesta en marcha de un negocio.

2. ¿Cómo enseña el curso de plan de negocios?

La enseñanza es mediante combinar aspectos fundamentales teóricos con los prácticos para aplicar todo lo aprendido en casos y situaciones reales.

3. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el emprendimiento en los estudiantes? ¿por qué?

Definitivamente si, dado que le permite seguir una estructura para tener una propuesta de negocio que permita la incursión en el mercado.

4. ¿Considera que el modelo de negocio ayuda al desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes?

El modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio, nos ayuda a tener el panorama inicial claro, para evitar gastar recursos y gestionarlos acertadamente, además de tener una claridad de la propuesta emprendedora.

5. ¿Para usted, son diferentes el modelo de negocio y plan de negocio?

Claro que, si son diferentes, pero se complementan, se deben de utilizar de acuerdo al contexto de la propuesta o del negocio.

6. Los contenidos que se desarrollan en el curso de plan de negocios ¿están diseñados para estimular el emprendimiento?

Es correcta la afirmación, puesto que el contenido es vigente dadas las tendencias emergentes, y las exigencias del mercado tan competitivo y globalizado que vivimos.

7. ¿Qué sugerencias haría desde su experiencia profesional, para lograr que los estudiantes desarrollen sus habilidades emprendedoras?

Sugiero tener experiencia o conocimiento en algunos aspectos del negocio que van a emprender, además de buscar información, hacer benchmarking, buscar mentores expertos, así mismo plasmar la idea en un prototipo funcional que permita rápidamente conseguir todo el feedback posible, de esta forma si es necesario se pivotea la propuesta, centrándose siempre en los early adopters.

Profesor 2

1. ¿Cuál es el objetivo del curso plan de negocios?

Un plan de negocio conocido también como plan de empresa, consiste en un documento escrito en el que se detalla todos los aspectos relativos a un determinado negocio. El objetivo principal debe de ser lograr el emprendimiento formal del alumno dándole las herramientas necesarias para lograr concretar su negocio en el largo plazo

2. ¿Cómo enseña el curso de plan de negocios?

El plan de negocio es el GPS de tu negocio, puesto que te marca las directrices para llegar a tu destino, los pasos que se den de dar para conseguir los objetivos, cuando se tiene una idea de negocio, elaborar un plan de empresa es absolutamente fundamental, por lo que debe de ser un curso teórico –práctico, teórico porque es necesario conocer cada una de las herramientas que se deben de aplicar para determinar si es factible o no un plan de negocio y práctico porque es necesario poner en práctica lo aprendido para ver si realmente funciona esto.

3. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el emprendimiento en los estudiantes? ¿Porqué?

Acá en el Perú y sobre todo en nuestra región hay muchísimas personas con espíritu emprendedor, además con mucha creatividad, pero que lamentablemente, cuando colocan su negocio, en marcha fracasan estrepitosamente. La razón principal es porque no entendieron o no saben conceptos tan fundamentales como rentabilidad o margen de utilidad o en todo caso no tienen una estructura de costos que les permita tener la base para tomar decisiones acertadas o bien en cuanto tiempo su negocio generará beneficios, es decir no hicieron un plan de negocios. Por todo esto pienso que el curso plan de negocios si se desarrolla como debe de ser es una herramienta básica que no solamente desarrolla el emprendimiento escondido dentro de nuestros alumnos sí que potencia sus capacidades y cualidades emprendedoras

4. ¿Considera que el modelo de negocio ayuda al desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes?

Se denomina emprendedor a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos y herramientas para aprovecharla, o aquella persona que crea una empresa o que encuentra una oportunidad de negocio o alguien que empieza un negocio por propia iniciativa; pero yendo más allá, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona de asumir

nuevos retos por lo que pienso que el modelo de negocio si ayuda al desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes ya que les permite conocer herramientas necesarias para no fracasar en el futuro con la idea emprendida.

5. ¿Para usted, son diferentes el modelo de negocio y plan de negocio?

El modelo de negocio es un primer paso para validar la idea de tu emprendimiento y se recomienda realizarlo al inicio, el modelo de negocio complementa al plan de negocio, entender como el modelo de negocio forma parte de tu plan de negocios es lo importante.

6. Los contenidos que se desarrollan en el curso de plan de negocios ¿están diseñados para estimular el emprendimiento?

Si se tiene en cuenta que un emprendedor tiene las siguientes características: visión, iniciativa, pasión, ambición, liderazgo, creativo, con capacidad para aprender, etc., si ayuda a estimular el emprendimiento de manera optima

7. ¿Qué sugerencias haría desde su experiencia profesional, para lograr que los estudiantes desarrollen sus habilidades emprendedoras?

Mucho soñamos con la independencia laboral y esto se logra a través del desarrollo de los talentos o habilidades que puedan tener nuestros estudiantes, los cuales se pueden concretar a través del desarrollo de un plan de negocios. Sin embargo, el desconocimiento, la ausencia de una visión a largo plazo y la falta de confianza pueden ser elementos que jueguen en contra de quienes deciden abrirse paso por cuenta propia. Hay que tener en cuenta que el emprendimiento viene determinado por una serie de valores y capacidades que pueden enseñarse y aprenderse dentro del entorno educativo como: creatividad, innovación, liderazgo, autonomía personal, cooperación, trabajo en equipo, responsabilidad social, etc.

Profesor 3

1. ¿Cuál es el objetivo del curso plan de negocios?

Dar a conocer a los estudiantes la importancia y uso de una metodología y herramientas para la formulación y evaluación de ideas de negocio

2. ¿Cómo enseña el curso de plan de negocios?

Un 80% práctico y un 20% teórico lo que hace que el curso sea mayormente una asesoría del docente al estudiante

3. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el emprendimiento en los estudiantes? ¿por qué?

Si pues debe iniciar con una idea de negocio y luego les muestra el camino de como concretar esa idea

4. ¿Considera que el modelo de negocio ayuda al desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes?

Sí, es muy importante pues le permite visualizar en un primer momento y a un simple golpe de vista cómo será su negocio y en donde tiene más fortalezas y en donde más dificultades. Luego del plan de negocio podrá hacer los ajustes que crea necesario

5. ¿Para usted, son diferentes el modelo de negocio y plan de negocio?

Si son completamente diferentes en uno se utiliza mayormente el modelo de negocio CANVAS mientras que el plan de negocio es como si fuera un perfil de proyecto.

6. Los contenidos que se desarrollan en el curso de plan de negocios ¿están diseñados para estimular el emprendimiento?

Si, pues es mayormente práctico y dependerá mucho de la guía del docente (asesoría)

7. ¿Qué sugerencias haría desde su experiencia profesional, para lograr que los estudiantes desarrollen sus habilidades emprendedoras?

Darle un poco más de tiempo a las habilidades blandas y fortalecer el tema de innovación.

Profesor 4

1. ¿Cuál es el objetivo del curso plan de negocios?

El objetivo del curso es dar herramientas para organizar a un futuro negocio a proponer valor y generar ingresos como primera etapa. la segunda etapa es desarrollar las estrategias para cumplir con el diseño del modelo de negocio, es decir desarrollar el plan de negocio propiamente, utilizando las herramientas que nos legó Michael Porter

2. ¿Cómo enseña el curso de plan de negocios?

La primera parte del modelo de negocio es una investigación fenomenológica, es decir una investigación cualitativa para determinar los problemas del mercado en el consumo de algún bien o producto actual, la propuesta de valor es una solución a esos problemas.

La segunda parte es una investigación sistémica que permite relacionar estratégicamente el análisis del entorno, determinar la viabilidad estratégica, objetivos estratégicos que direccionen los estudios de nivel táctico: mercado, técnico operacional, organizacional – legal y económico – financiero, haciendo uso de las estrategias competitivas y la generación de ventajas competitivas.

3. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el emprendimiento en los estudiantes? ¿por qué?

El curso de plan de negocio no es un curso para desarrollar el emprendimiento. El emprendimiento debería ser una formación transversal en la universidad y todas las carreras deberían tener cursos de emprendimiento; el plan de negocios es una herramienta para consolidar tu iniciativa y espíritu emprendedor que has recogido con cursos de emprendimiento o de tu experiencia propia.

4. ¿Considera que el modelo de negocio ayuda al desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes?

El modelo de negocio demuestra tu capacidad de innovación, pero sin condiciones emprendedoras no se llegaría a ningún lado. El modelo de negocio es en esencia tu habilidad creativa, pero sin emprendimiento no se logra nada.

5. ¿Para usted, son diferentes el modelo de negocio y plan de negocio?

Son dos cosas distintas, el modelo de negocios es el faro que guía al plan de negocio, ambos se complementan. El modelo de negocio permite profundizar la necesidad de la gente, lo que no se puede con el estudio de mercado del plan de negocio. El modelo de negocio permite desarrollar la propuesta emocional y racional, sobre todo lo emocional que es lo que motiva realmente la compra de los clientes.

6. Los contenidos que se desarrollan en el curso de plan de negocios ¿están diseñados para estimular el emprendimiento?

No es el objetivo desarrollar el emprendimiento. La universidad no ha tomado la decisión de desarrollar el emprendimiento, este es un término multidimensional, emprendedor debe ser el gobierno y todas las instituciones incluyendo a las universidades. Emprender no significa ser empresario, que puede ser una opción. El emprendimiento puede darse como dependiente o independiente, hoy en día se habla de emprendimiento dinámicos basados en la innovación, lo que vemos en el Perú son emprendimientos por sobrevivencia o por subsistencia, pero no sostenibles.

7. ¿Qué sugerencias haría desde su experiencia profesional, para lograr que los estudiantes desarrollen sus habilidades emprendedoras?

Se necesitan cursos previos incentivando las ferias y formando a profesores en emprendimiento, esta formación es una concepción de formación diferente.

Profesor 5

1. ¿Cuál es el objetivo del curso plan de negocios?

El objetivo del curso de plan de negocios, es que el estudiante pueda aprender las técnicas y herramientas necesarias para demostrar si su idea de negocio de viable o no, investigando y analizando las diferentes viabilidades que son estratégica, mercado, técnica operativa, organizacional y económica y financiera

2. ¿Cómo enseña el curso de plan de negocios?

Lo explicaré desde mi perspectiva como asesora de tesis de dicha Línea, primero es que los estudiantes justifiquen la necesidad de demanda (demuestren que existe mercado y existe una necesidad), realizar un análisis del entorno para demostrar que las condiciones de mercado son aceptables para el negocio. Luego de ello ya se procede a desarrollar cada una de las viabilidades que son estratégica, mercado, técnica operativa, organizacional y económica y financiera y por último la conclusión por cada viabilidad y las recomendaciones por cada viabilidad.

3. ¿Considera que el curso de plan de negocios desarrolla el emprendimiento en los estudiantes? ¿por qué?

Si, ya que ayuda a que los estudiantes puedan desarrollar ese entusiasmo de tener un negocio propio, de haber aprendido las herramientas necesarias para iniciar con su emprendimiento, donde aplicarán todos los conocimientos adquiridos a lo largo de los cursos de su carrera profesional.

4. ¿Considera que el modelo de negocio ayuda al desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes?

El modelo de negocio, es el primer paso dentro del plan de negocio, y es lo que les ayuda a determinar cuál será la generación de valor que va a tener su negocio para los clientes y antes de poner el negocio en marcha es lo más cercano que van a tener con respecto al contacto con sus futuros clientes y ese contacto esa investigación de campo que se necesita para realizar el modelo de negocio es lo que lleva a despertar en los estudiantes ese espíritu emprender y las ganas de poner en marcha su negocio.

5. ¿Para usted, son diferentes el modelo de negocio y plan de negocio?

Como lo dije anteriormente, si son diferentes, primero se debe de realizar el modelo de negocio, que es definir cómo será mi negocio de acuerdo a la investigación de campo que pudiera realizar y luego ya realizar el plan de negocio como una investigación más amplia.

6. Los contenidos que se desarrollan en el curso de plan de negocios ¿están diseñados para estimular el emprendimiento?

Si, ya que el curso de plan de negocio está diseñado para que los estudiantes recojan información de primera fuente y secundaria y estar más en contacto con la realidad, lo que nos dice el entorno y con los futuros clientes, que eso conlleva a que el estudiante sienta el entusiasmo de querer emprender y hacer realidad la apertura de su negocio, ya que también el plan de negocio parte de una idea que el estudiante quiera desarrollar, algo que quiera hacer o que le guste y desde ahí empieza el estímulo para generar ese espíritu emprendedor.

7. ¿Qué sugerencias haría desde su experiencia profesional, para lograr que los estudiantes desarrollen sus habilidades emprendedoras?

Que no solo exista el curso de plan de negocios, como curso para desarrollar su idea de negocio, si no que antes los estudiantes lleven otras asignaturas de base que los ayude a ir consolidando sus ideas de negocios, ya que considero que el tiempo queda corto para desarrollar al 100% la asignatura, adicional a ello también se debería de tener un ambiente adecuado donde el estudiante pueda desarrollar su creatividad y pueda generar ideas innovadoras y creativas.