

## JUEGO DE NEGOCIOS

### I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>Curso:</b>	Juego de Negocios	<b>Semestre:</b>	2017-I
<b>Código:</b>	GES257	<b>Ciclo:</b>	
<b>N° de Créditos:</b>	03 créditos	<b>Profesor/es:</b>	Renato Gandolfi
<b>N° horas de teoría - práctica:</b>	03 horas semanales	<b>Horarios:</b>	1001
<b>Curso(s) Pre-requisito(s):</b>	-	<b>Carácter:</b>	Electivo

### II. FUNDAMENTACIÓN

Hoy en día el proceso de aprendizaje universitario se viene complementando con el uso de simuladores de diversas características, con ellos se pueden fortalecer y reafirmar diversos conocimientos adquiridos durante la carrera así como base y apoyo en el mejoramiento de habilidades de gestión que el alumno debe de desarrollar.

Los simuladores reproducen la problemática de gestión integral de una organización en un determinado entorno sectorial o de negocio, de manera controlada. Así, demandan que el estudiante aplique sus aprendizajes en dicha realidad simulada, generando iniciativas creativas, tomando decisiones y realizando propuestas para el desarrollo y la sostenibilidad de las organizaciones en las que se desempeñara.

Además, los simuladores apoyan el desarrollo del estudiante en el trabajo de equipo, la comunicación asertiva y efectiva.

De esta manera, el curso supone el uso de un simulador de una empresa en un sector específico para que los alumnos la gestionen en un mercado competitivo, aplicando los conocimientos adquiridos en la carrera, realizando propuestas de mejora innovadoras, resolviendo problemas y demostrando un pensamiento sistémico y crítico.

### III. SUMILLA

El curso tiene como propósito aplicar e integrar las habilidades y conocimientos adquiridos a lo largo de la formación para la toma de decisiones en el entorno empresarial. Así, a partir del análisis (crítico, consensuado y cuestionador) de

diversas variables internas y externas que afectan a la empresa, los estudiantes toman decisiones gerenciales buscando tanto alcanzar los objetivos planteados inicialmente como la sostenibilidad de la organización. Toda esta interacción se desarrolla en un entorno simulado en tiempos y cronogramas reales, a través de un software específico.

El uso de simuladores de negocios facilita un espacio auténtico de aprendizaje donde los estudiantes enfrentan el reto de aplicar sus habilidades en un entorno cercano al mundo real, demostrando sus competencias para trabajar en equipo y para tomar decisiones estratégicas. Es bajo la guía del profesor que se constituye una dinámica de equipo, donde cada grupo de estudiantes a cargo de una empresa participa de la competencia con otras, simulando un mercado donde se presentan retos, oportunidades y problemas que los alumnos deben enfrentar

Todo ello demanda la incorporación del error como una oportunidad de aprendizaje, donde se facilita la retroalimentación para evitar el riesgo de pérdida de recursos reales, y la continuidad de la toma de decisiones a partir de la reflexión de las variables involucradas.

#### **IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

El curso contribuye con las competencias de iniciativa, proactividad, análisis, capacidad de revisión crítica e integración de información, toma de decisiones con visión holística del negocio y del entorno; relacionadas estas competencias directamente al perfil de egreso del alumno de Gestión y Alta Dirección.

##### **- Objetivos Específicos**

Etapa 1:

Al finalizar esta Etapa, el alumno logra analizar la información integral relacionada a la empresa y su entorno, al elaborar y ejecutar procesos de investigación, integrando conocimientos propios y complementarios al ámbito de la gestión.

Etapa 2:

Al finalizar esta etapa, el alumno diseña propuestas que faciliten la gestión estratégica del sistema, garantizando que dichas estrategias sean integrales a largo plazo y actuando en el corto plazo de acuerdo a la información recibida y analizada.

Etapa 3:

Al finalizar esta etapa, el alumno resuelve problemas demostrando un pensamiento sistémico y crítico al tomar decisiones de manera progresiva en el simulador; trabajando en equipos multidisciplinarios para el logro de los resultados de la organización, demostrando habilidades de negociación, respetando y valorando el aporte de sus demás miembros

#### **V. CONTENIDO**

- Etapa 1: (Semana 1 y 2 – Familiarización con la empresa y el simulador)**
  - Conocimiento del simulador
  - Conocimiento del entorno sectorial

- Conocimiento de la empresa
  - Evaluación y diagnóstico de la posición competitiva
  - Uso de Matrices y Diagramas
- **Etapas 2: (Semana 3, 4 y 5 – Plan de Negocio y Decisiones de Prueba)**
- Desarrollo del Plan de Negocios
  - Establecer Objetivos
  - Definir directrices estratégicas
  - Definir guías de actuación
  - Reportes e informes
  - Decisiones de Prueba ( Ensayo y error)
- **Etapas 3: (Semana 6 al 14 - Competición)**
- 6 Tomas de decisiones e informes sustentatorios sobre las decisiones.
  - Se presenta un informe luego de las 3 primeras decisiones (Se expone el mismo para socializarlo en clase).
  - Informes y análisis integral de los resultados de las decisiones tomadas – feed back y mejora de propuestas.
- **Etapas 4: (Semana 15 Presentación de resultados finales)**
- Exposiciones Finales y Premiación a Ganador.

## VI. METODOLOGÍA

En el curso se analizará información de una empresa y su entorno para diseñar estrategias y acciones aplicables en el simulador, posteriormente se realizarán análisis de los resultados de las decisiones efectuadas. Para ello, el curso se apoya en el asesoramiento del docente, y en la interacción y esfuerzo permanente del alumno para tomar estratégicamente las decisiones que logren una diferenciación en los resultados. El trabajo será elaborado durante todo el semestre en equipos conformados por 5 alumnos.

Asimismo, las clases se alternarán entre sesiones teóricas, de asesoría y uso del simulador, ya sea en periodo de prueba como en las etapas de decisiones reales. Las sesiones teóricas permitirán abordar los aspectos conceptuales sobre cada tema aplicando técnicas de enseñanzas innovadoras y diferenciadas (videos, trabajos grupales en clase, etc.). Luego, las asesorías internas con el docente, permitirán realizar notas de seguimiento de la relación alumno / grupo – simulador, para orientar progresivamente el trabajo hacia el resultado esperado.

Además, se motivará de manera permanente a los alumnos para que participen activamente en cada clase compartiendo los conocimientos adquiridos con los otros equipos. De esta manera, todos los alumnos aprenderán no solo de su propia experiencia, sino de la de los demás, facilitando la comprensión del proceso de análisis y la atención de alternativas de solución comunes antes las dificultades presentadas.

Se espera que cada equipo de alumnos realice 6 tomas de decisiones y presenten los análisis y resultados de las mismas en un documento final expuesto. Cada equipo tendrá como máximo 30 minutos para poder exponer los resultados del simulador, así como las conclusiones y recomendaciones para cada empresa.

## VII. RECURSOS

Cada equipo de trabajo debe de contar como mínimo con una Laptop.

## VIII. EVALUACIÓN

Tipo de Evaluación	Ponderación	Producto
Evaluación Continua	20%	- Comprende: ingresos al sistema, avances en clase, intervenciones, participaciones, otros. - Calificación individual
Autoevaluaciones Grupales	10%	- Calificación individual
Avance I del Trabajo Final	15%	- Primer documento de avance -Diapositivas - Calificación grupal
Sustentación Avance I del Trabajo Final	15%	- Sustentación del primer avance del trabajo final. - Calificación individual
Trabajo final	20%	- Entrega de Informe final en formato de diapositivas - Calificación grupal
Sustentación Trabajo final	20%	- Calificación individual

La asistencia a clases es obligatoria. Los alumnos que presenten inasistencias a cinco (5) sesiones de clases sin justificación, serán inhabilitados para participar en la presentación escrita y oral del documento final.

Respecto de la calificación, de acuerdo al Artículo 45° del Reglamento de la Facultad de Gestión y Alta Dirección:

Las calificaciones se expresan en escala de cero a veinte e incluyen los dos primeros decimales truncados. En el caso del promedio final del curso la fracción del medio punto o más será elevada al entero superior. La nota mínima es 11.

Respecto de la asistencia, de acuerdo al Artículo 33° del Reglamento de la Facultad de Gestión y Alta Dirección:

La asistencia puntual a clases es obligatoria. La inasistencia al treinta por ciento o más de las clases programadas en el horario regular del curso durante el semestre inhabilita al alumno para rendir la evaluación que el profesor indique en el sílabo o en su defecto, la evaluación final del curso. El profesor podrá prohibir el ingreso al aula a todo alumno cuya impuntualidad sea superior a 10 minutos contados desde la hora programada para el inicio de clase.

## IX. BIBLIOGRAFÍA

Textos básicos:

- Weinberger, Karen. Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Lima, USAID, 2009.  
[http://www.uss.edu.pe/jovemp/pdf/LIBRO\\_PLAN\\_DE\\_NEGOCIOS.pdf](http://www.uss.edu.pe/jovemp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf)
- Varela, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá, Pearson, 2001.

- Stutely, Richard, Plan de negocios, la estrategia inteligente. México, Pearson Prentice-Hall, 2000.
- Friend, Graham y Zehle Stefan. Cómo diseñar un Plan de Negocios. Buenos Aires, Cuatro Media, 2008.
- Hernandez, R. y otros. Metodología de la investigación. México, Mc Graw Hill, 1994.
- Ostervalder, Alexander y Yves Pigneur. Business Model Generation. New Jersey, John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- Kelley, Tom y Johathan Littman. The Art of Innovation. New York, Doubleday, 2001
- Mathews, Juan Carlos. Competitividad. El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes. Lima, USAID Mype Competitiva, 2009.  
[http://www.uss.edu.pe/jovemp/pdf/LIBRO\\_COMPETITIVIDAD.pdf](http://www.uss.edu.pe/jovemp/pdf/LIBRO_COMPETITIVIDAD.pdf)
- Bosma, N. ; Wennekers, S.; Amorós, J.E. y Global Entrepreneurship Research Association. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2011. Global Report. Babson College, Universidad del Desarrollo de Chile , UniversitirTun Abdul Razak y London Business School, 2012. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2201>

Lecturas sobre Planeamiento estratégico y análisis del entorno externo e interno:

- Weinberger, Karen. Estrategia. Para lograr y mantener la competitividad de la empresa. Lima, USAID, 2009.
- Hill, Charles W. y Gareth, R. Jones. Administración Estratégica. Un enfoque integral. México, Editorial Progreso, Novena Edición, 2011.
- Porter, Michael. Las cinco fuerzas competitivas que moldean la estrategia. En: Porter, Michael. Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Barcelona, Deusto, 2009. Cap.1.
- Porter, Michael. ¿Qué es la estrategia? En: Porter, Michael. Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Barcelona, Deusto, 2009. Cap.2.
- Porter, Michael. Estrategia Competitiva. México, Editorial Continental, 2006.
- Collins, James y Jerry Porras. Building your company's vision. En: Harvard Business Review, Sep/Oct 96, Vol. 74 Issue 5, pp. 65-77.
- Chan Kim, W. y Renée Mauborgne. La Estrategia del Océano Azul. Bogotá, Editorial Norma, 2005.
- Serna Gómez, Humberto. Gerencia Estratégica. Bogotá, 3R Editores, 10ma Edición, 2008. Cap. 8 Misión Corporativa, Cap. 9 Visión Corporativa, Cap. 10 Objetivos corporativos. Pp. 201-239.
- Schoemaker, Paul. How to link strategic vision to core capabilities. Sloan Management Review. Fall 1992, Vol. 34, p.67 (15 pages).
- Prahalad, C.K y Gary Hamel. The core competence of the corporation. En: Harvard Business Review, May/Jun 90, Vol.68, Issue 3, pp.79-91.

Lecturas sobre Investigación de Mercados:

- Malhotra, Naresh K. Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. México, Pearson, Cuarta Edición, 2004.
- Fernandez, Ángel. Investigación y técnicas de mercado. Madrid, ESIC Editorial, Segunda Edición, 2004.
- Prahalad, C.K. La oportunidad de negocios en la base de la pirámide. Bogotá, Editorial Norma, 2005.

Lecturas sobre Plan de Marketing:

- Arellano, Rolando. Marketing, versión para Latinoamérica.
- Kotler Philip y Keller Kevin. Dirección de marketing. México, Pearson Prentice Hall, Duodécima Edición, 2006.

- Lovelock, Christopher. Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. México, Pearson, 2004.

Lecturas sobre recursos humanos:

- Louffat, E. La administración de recursos humanos. Lima, Master PE, 2005.
- Louffat, E. Organigramas y manuales organizacionales: fundamentos para su elaboración. Lima, Universidad ESAN, 3 era edición, 2008.

Lecturas sobre operaciones:

- Ballou, Ronald H. Administración de la cadena de suministro. México, Pearson, 2004. Cap. I
- Schroeder, Roger. Administración de operaciones. Toma de decisiones en la función de operaciones. México, McGraw Hill, 1992.
- Krajewski, Lee y Larry Ritzman. Administración de operaciones: estrategia y análisis. México, Prentice Hall, 2000.

Lecturas sobre el Plan Económico:

- Berk, Jonathan, DeMarzo, Peter y Hardford, Jarrad. Fundamentos de Finanzas Corporativas. Madrid, Pearson Educación S. A., 2010.
- Ross, Stephen, Westerfield, Randolph y Jordan, Bradford. Fundamentos de Finanzas Corporativas. México, McGraw Hill, 2010.
- Tong, Jesús. Finanzas Empresariales: La Decisión de Inversión. Lima, Universidad del Pacífico, 2010.
- Beltrán Arlette y Cueva Hanny. Evaluación Privada de Proyectos. Lima, Universidad del Pacífico, 2010.
- Sapag Chain, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. Bogotá, Mc Graw Hill, 5ta edición, 2008.

## **X. CRONOGRAMA**

<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<b>ETAPA I</b>	
Semana 1	Presentación del Curso. Formación de Grupos. Objetivos y Estructura del Curso. Introducción y revisión de información inicial.
Semana 2	Presentación del Simulador. Familiarización con el simulador. Revisión ampliada de la información inicial de la empresa y de su entorno.
<b>ETAPA 2</b>	
Semana 3	Desarrollo del Plan de Negocios – Planificación Estratégica. Asesorías.
Semana 4	Desarrollo del Plan de Negocios – Planificación Estratégica. Decisiones de Prueba. Asesorías.
Semana 5	Desarrollo del Plan de Negocios – Planificación Estratégica. Decisiones de Prueba. Asesorías.

<b>ETAPA 3</b>	
Semana 6	1era Decisión
Semana 7	Análisis de la 1era. decisión y Resultados
Semana 8	2da y 3era Decisión.
Semana 9	<b>EXAMENES PARCIALES</b>
Semana 10	Análisis de la 2da y 3era decisión y Resultados
Semana 11	- Entrega del primer documento de avance y exposiciones. - 4ta Decisión.
Semana 12	Análisis de la 4ta decisión y Resultados
Semana 13	5ta Decisión.
Semana 14	Análisis de la 5ta decisión y Resultados – 6ta Decisión
<b>ETAPA 4</b>	
Semana 15	<b>Exposición Integral de Resultados</b>

## **XI. POLÍTICAS SOBRE EL PLAGIO**

Para la corrección y evaluación de todos los trabajos del curso se va a tomar en cuenta el debido respeto a los derechos de autor, castigando severamente cualquier indicio de plagio con la nota CERO (00). Estas medidas serán independientes del proceso administrativo de sanción que la facultad estime conveniente de acuerdo a cada caso en particular. Para obtener más información, referirse a los siguientes sitios en internet:

- [www.pucp.edu.pe/documento/pucp/plagio.pdf](http://www.pucp.edu.pe/documento/pucp/plagio.pdf)
- [http://www.pucp.edu.pe/puntoedu/images/documentos/institucionales/guia\\_pucp\\_para\\_el\\_registro\\_y\\_citado\\_de\\_fuentes\\_documentales\\_2009.pdf](http://www.pucp.edu.pe/puntoedu/images/documentos/institucionales/guia_pucp_para_el_registro_y_citado_de_fuentes_documentales_2009.pdf)

## **XII. ACTUALIZACIÓN**

Semestre 2017-I  
Renato Gandolfi