

gestión & liderazgo

ISSN: 2521-2346



UNIVERSIDAD NACIONAL
AGRARIA LA MOLINA

Revista de Gestión Empresarial de la UNALM - Facultad de Economía y Planificación

N° 1, I Semestre, 2017

2
IGE
INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL
UNALM - PERU
AÑOS 1997-2017



**GESTIÓN DE RIESGOS
Y LA NORMA ISO 3100**

Pág. 9



**MIENTRAS MAS DIVERSO
SEA EL EQUIPO
MEJOR SON LOS RESULTADOS**

Pág. 14

**PRIMERA UNIVERSIDAD PÚBLICA
EN RECIBIR EL LICENCIAMIENTO**

**Incubando
empresas**

Pág. 20



LA AGRARIA

**LOGRANDO LA ACREDITACIÓN
UNIVERSITARIA**

Pág. 12

**EMPAQUES:
nuevos conceptos creativos**

Pág. 3



**Mi inicio de
carrera
laboral**

Pág. 10





UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA

PhD. Enrique Flores Mariazza
Rector

Dra. Carmen Velezmoro Sánchez
Vicerrectora de investigación

PhD. Jorge Alarcón Novoa
Vicerrector académico

Mg. Ing. Rino Sotomayor Ruiz
Decano

Mstro. CPC. Demetrio Tello Romero
**Director del Departamento
de Gestión Empresarial**

Equipo editorial

Dr. Leoncio Fernández Jerí
**Director de la Revista
Gestión & Liderazgo**

Grupo de estudiantes Gestión y Liderazgo

Renzo Matta Amaya

Presidente

Miembros:

Olinda Díaz López, Hans Acuña Tello,
Wendy Rosillo Vásquez, Leslie V. Díaz
Rodríguez, Luciana Maguiña

Información

Correo: gestion_liderazgo@lamolina.edu.pe

Teléfono: 349-6517

Central: 614-7800 anexo 112

Estamos en el facebook

Distribución gratuita

Dirección postal

Universidad Nacional Agraria La Molina
Av. La Molina s/n, La Molina, Lima
Departamento de Gestión Empresarial
Facultad de Economía y Planificación

No. 1. Primer semestre 2017
Enero - Junio

ISSN: 2521-2346

**Hecho el depósito legal en la
Biblioteca Nacional del Perú
N° 2014-11623**

Av. La Molina s/n La Molina - Lima
Impreso por Miguel Alvarez Armas
Jr. Los Halcones 293- 3er. Piso,
Bellavista - Callao

Diseño y diagramación

Miguel Alvarez / Walter Yeckle

Editorial

Gestionar, liderar; son dos de las metas de los profesionales de la carrera de gestión empresarial. Por ello a través de esta publicación, proponemos para una gerencia efectiva, que sea eficiente y eficaz, enfocarse en la “gestión & liderazgo”

En este tercer año de la revista, presentamos artículos con varios temas, donde hemos querido destacar los temas de emprendimiento. Nuestro agradecimiento a todos los que han colaborado, compartiendo su análisis y opinión en los distintos temas

En el presente año, la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial cumple 20 años; ya que en fecha 16 de diciembre de 1997 el consejo universitario de ese entonces aprobó la carrera. Luego vendría la creación del departamento de gestión empresarial, un 06 de junio del 2003. Desde la primera promoción de ingresantes, esta carrera ha tenido gran demanda, y los cientos de egresados son evidencia de que se puede tener una carrera profesional de mucho éxito. La Dra. Vilma Gómez, decana y fundadora de la carrera, fue una gran visionaria y así fuimos la primera universidad en ofertar esta carrera. Hemos trabajado desde el inicio en este gran proyecto y siempre motivados, inspirados por el ambiente que vivimos en nuestra universidad con un “espíritu molinero”, espíritu de superación y liderazgo.

En la presentación de la revista esperamos compartir con la visita de algunos empresarios, referentes de la innovación en el Perú. Para el mes de octubre nos preparamos para realizar nuestro tercer encuentro de emprendedores, egresados de la carrera de gestión. Y para el mes de noviembre esperemos tener un número especial de aniversario por los 20 años de Ingeniería en Gestión Empresarial

Egresados, el reto está definido, es necesario gestionar y liderar; hacer que las cosas sucedan y ejercer influencia positiva en los demás.

Agradecemos el importante apoyo recibido de parte del Vicerrectorado de Investigación, para hacer la presente publicación, estamos contribuyendo a promover la investigación, el análisis y la formación de nuestros alumnos.

Dr. Leoncio Fernández Jerí
Director

NUEVOS CONCEPTOS CREATIVOS DE EMPAQUES



Ampelio Ferrando

Dr. Ampelio Ferrando Perea

Docente auxiliar del Departamento de Gestion Empresarial

Un empaque puede hacer la diferencia entre si un producto se irá en el carrito de compras o si permanecerá en el anaquel, ya que es un puente de comunicación directo entre el producto y el consumidor. Su originalidad puede impactar de forma más directa en las ventas de un producto que la publicidad tradicional porque puede tener la característica de sorprender al receptor, incitándole a una interacción de fuerte influencia en el proceso de selección de alternativas para compra, de preferencia y compra repetida.

Hoy en día, la competencia entre los negocios es feroz. Por ejemplo, hay alrededor de 28 millones de pequeñas empresas en los Estados Unidos, y cerca de 543 000 nuevas empresas que empiezan cada mes. Destacarse entre esa multitud puede ser todo un reto.

Una empresa puede tener un gran producto que hace exactamente lo que un consumidor está buscando para que lo haga, pero si tiene empaque genérico o aburrido, entonces es mejor tener un gran plan de marketing **porque la mayoría de las personas no son compradores racionales. Aquí es donde el empaque creativo del producto entra en juego.**

La mayoría de las empresas tratan de ganar clientes atacando a golpes a sus competidores en la TV, la radio, los medios sociales y en eventos. Pero, los más inteligentes se dan cuenta de que el empaque del producto tiene un enorme potencial. Al igual que una

empresa que utiliza la pared en blanco gigante de su edificio frente a la autopista para espacio del anuncio, las empresas pueden utilizar el empaque creativo del producto para comunicar ideas en formas únicas e inesperadas.

El empaque y embalaje exclusivo se realiza normalmente sólo para ocasiones especiales porque es demasiado caro para el uso diario. En su lugar, usted verá a menudo que las empresas tienen un breve plazo para campañas publicitarias grandes o grandes eventos como aniversarios.

Sin embargo, aunque “no se debe juzgar el libro por su tapa”, un empaque es sugerente, y los consumidores desean productos debidamente protegidos, seguros y en buen estado, y lo que a simple vista resalta para satisfacer esta necesidad es el empaque de un producto; además, de que en un mercado globalizado como el actual, el empaque provee un factor de diferenciación sumamente importante.

Mientras que algunas de las nueve fotos a continuación son los conceptos creados por emprendedores creativos, constituyen grandes ejemplos de pensar fuera de la caja metafórica y literalmente hablando, y deben ayudar a que su mente siga procesando. ¿Qué puede hacer su negocio de manera diferente para agitar las cosas y sorprender a sus clientes? ¿Cómo puede el embalaje del producto convertirse en un tema de conversación?



Fuente: HERO FARM Marketing & Public Relations (<http://hero-farm.com/creative-packaging-concepts/>)

COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN EMPRESARIAL



Josué Centeno

Ing. MBA. Josué Centeno Cárdenas
 Docente Auxiliar del departamento de Gestión Empresarial

Cómo se define la competitividad?

Una definición aceptada es la indicada por La Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA, 2010) “La capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa”.

Una empresa se considerará más competitiva que otra, si logra disminuir costos, mejorar la calidad, ser más productiva y satisfacer de mejor manera a sus grupos de interés. No debe dejar de tomar en cuenta que la competitividad impulsa la innovación (diferente a la creatividad) y logra valor agregado sobre los productos de la competencia.

Debemos entonces formularnos las siguientes preguntas: ¿Sabemos lo que quieren nuestros clientes?, ¿Qué respuesta estamos dando frente a las demandas insatisfechas?, ¿Nuestra presencia en los mercados crece o disminuye?

Importancia

Sharon O. (1999) indica que “La competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes”; a su vez, Porter M. (1980) señala que “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías, a su vez, ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y el reto”, esto nos lleva a afirmar que si queremos ser atractivos para los usuarios, tanto nacionales como extranjeros y tener mejores resultados, debemos ser competitivos, saber administrar los recursos de la empresa, incrementar la productividad y estar prevenidos a los requerimientos del mercado, ello permitirá obtener los recursos adecuados para realizar proyectos o programas que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

¿Qué fomenta la competitividad?

Algunos de los factores claves que fomentan la competitividad son: Productividad, actitud mental general positiva, gestión efectiva de todas las organizaciones, normativa institucional y legal propia, factor humano, infraestructura física y de servicios, información, desarrollo equilibrado y armónico de los distintos eslabones de la cadena productiva, personal capacitado para recibir e implementar la transferencia tecnológica y absorber la experiencia externa.

La competitividad no es producto de la casualidad ni surge espontáneamente; por el contrario, se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado y, por último, el gobierno y la sociedad en general.

El grado de integración dentro de las actividades juega un papel clave en la ventaja competitiva. Una empresa puede explorar los beneficios de un panorama más amplio internamente o puede formar alianzas con otras empresas para lograrlo. Las empresas deben tener como objetivo fundamental la competitividad, y posicionamiento en un mercado, logrando un desarrollo económico tanto para ellas como para el país.

¿Cómo se mide la competitividad?

Existen dos entidades que proponen métodos para medir la competitividad. Una de ellas es la propuesta del IMD (Institute Internacional of Management Development) que incluye a 60 países y basa su evaluación sobre: Desempeño económico, Eficiencia gubernamental, Eficiencia de los negocios e Infraestructura.

La otra entidad es el Foro Económico Mundial (WEF) que utiliza el Índice de Competitividad Global (GCI) basado en 12 pilares compuestos por 113 indicadores, aceptado voluntariamente por 138 países.

La estructura básica de la medición se establece con una primera medida que responde a los requerimientos básicos, esta medición comprende 4 pilares (1,2,3,4), los mismos que están compuestos por 46 indicadores, luego la segunda medida corresponde a lo que se denomina palancas de eficiencia que está estructurado por 6 pilares (5,6,7,8,9,10), los mismos que están compuestos por 51 indicadores, y finalmente la tercera medición corresponde a 2 pilares (11,12), Innovación y factores de sofisticación que está compuesto por 16 indicadores. La media ponderada de estos componentes da como resultado un valor que será el que mide la competitividad global para luego con esa cifra establecer el ranking de competitividad global.

Requerimientos básicos (46 indicadores clave) para los países impulsados por los recursos.

Pilar 1. Instituciones: (21 indicadores) Derechos de propiedad, ética, corrupción, ineficiencia gubernamental, seguridad, ética corporativa.

Pilar 2. Infraestructura: (9 indicadores) Infraestructura en general, estado de las carreteras, ferrovías y portuarias, transporte aéreo, líneas telefónicas, suministros eléctricos. Una infraestructura amplia y eficiente es un factor esencial para la competitividad, su buen desarrollo.

Pilar 3. Estabilidad macroeconómica: (6 indicadores) Superávit, ahorro nacional, tipos de interés, deuda pública.

Pilar 4. Salud y educación primaria: (10 Indicadores) Salud, educación primaria.

Palancas de eficiencia (51 indicadores) Clave para los países impulsados por la eficiencia

Pilar 5. Educación superior y formación: (8 indicadores) Educación superior, formación laboral calidad de la educación.

Pilar 6. Eficiencia del mercado de bienes: (16 indicadores) Competencia doméstica, competencia extranjera.

Pilar 7. Eficiencia del mercado laboral: (10 indicadores) La eficiencia y flexibilidad del mercado laboral, uso eficiente del talento humano.

Pilar 8. Sofisticación del mercado financiero: (6 indicadores) Eficiencia, honradez y confianza.

Pilar 9. Preparación tecnológica: (7 indicadores) Disposición para absorber tecnología extranjera, usuarios de internet, cantidad de computadoras, desarrollo de sistemas de aplicación.

Pilar 10. Tamaño del mercado: (4 indicadores) Tamaño del mercado interior y exterior

Innovación y factores de sofisticación (16 indicadores) clave para los países impulsados por la innovación

Pilar 11. Sofisticación de negocios: (9 indicadores) Redes comerciales, sofisticación de operaciones estratégicas.

Pilar 12. Innovación: (7 indicadores) Capacidad para la innovación, disponibilidad de científicos e ingenieros, patentes, investigación de universidades y empresas.

La aplicación de los factores para cada país no es igual, por cuanto estas mediciones tienen una aplicación diferenciada de acuerdo a la clasificación que hace la WEF de acuerdo al nivel de desarrollo y el ingreso per cápita de cada país, clasificando de la siguiente manera:

Grupo 1 países con ingresos per cápita menos de \$ 3 000,00

Grupo 2 países con ingresos per cápita entre \$ 3 000,00 a \$ 17 000,00

Grupo 3 países con ingresos per cápita más de \$ 17 000,00

Esta clasificación hace que según el grupo al que pertenezca cada país se asigna un peso diferente a los distintos pilares.

Asignación de la ponderación de cada pilar de acuerdo al grupo al que pertenece			
País	Pilares 1-4	Pilares 5-7	Pilares 8 y 9
Grupo 1	60%	35%	5%
Grupo 2	40%	50%	10%
Grupo 3	20%	50%	30%

Fuente: WEF

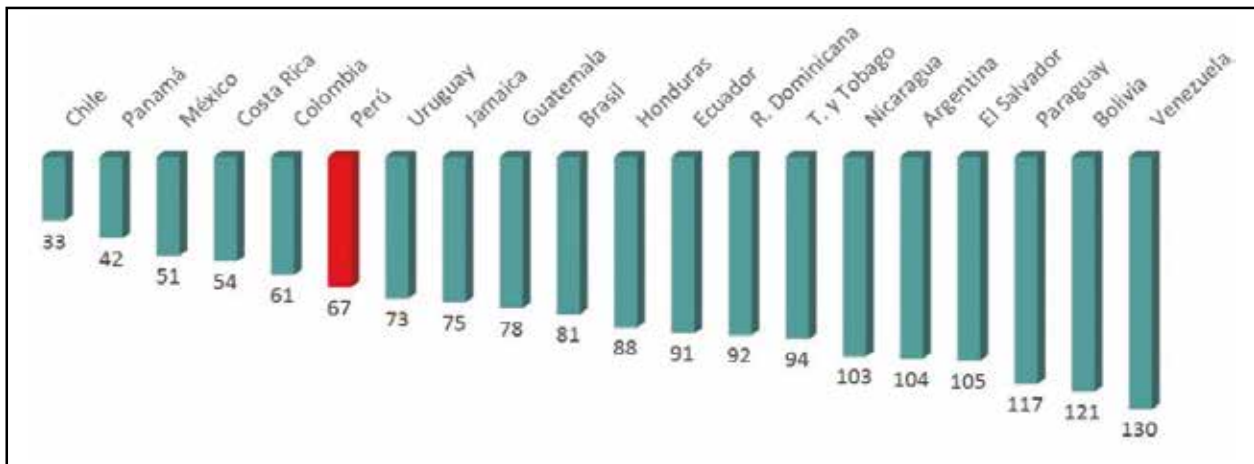
SITUACIÓN DEL PERÚ

POSICIÓN COMPETITIVA DEL PERÚ EN LOS 12 PILARES								
	2009 - 2010	2010 - 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016	2016 - 2017
Requerimientos Básicos	4.06/88	4.33/87	4.38/78	4.57/69	4.53/72	4.5/74	4.48/76	3.36/97
1. Institucional	90	96	95	69	72	118	116	106
2. Infraestructura	97	88	88	89	91	88	89	89
3. Macroeconomía	63	75	52	21	20	21	23	33
4. Salud y educación primaria	91	92	97	91	95	94	100	98
Palancas de eficiencia	4.11/59	4.18/56	4.25/50	4.23/57	4.2/57	4.2/62	4.18/60	4.27/56
5. Educación superior y formación	81	76	77	80	86	83	82	80
6. Eficiencia mercado de bienes	66	69	50	53	52	53	60	65
7. Eficiencia mercado laboral	77	56	43	45	48	51	64	61
8. Sofisticac. mercado financiero	39	42	38	45	40	40	30	26
9. Preparación tecnológica	77	74	69	83	86	92	88	88
10. Tamaño de mercado	46	48	48	45	43	43	48	48
Innovación y factores de sofisticación	3.37/85	3.29/89	3.32/89	3.32/94	3.35/97	3.3/99	3.28/106	4.43/77
11. Sofisticación de los negocios	68	71	65	68	74	72	81	78
12. Innovación	109	110	113	117	122	117	116	119
Calificación/Posición competitiva	4.01/78	4.11/75	4.21/67	4.28/61	4.25/61	4.2/54	4.21/69	4.23/67

Fuente: WEF (Adaptación propia)

El Perú está considerado dentro del Grupo 1 y las asignaciones de ponderación corresponden a este grupo. De allí se debe tener en cuenta que países, como por ejemplo Brasil, aparentemente están en un nivel de competitividad menor que el Perú y esto se debe a que Brasil pertenece al Grupo 2 y las ponderaciones son diferentes. Nuestra posición competitiva dentro de los 138 países participantes, hasta el año 2105-16, estaba por debajo 69, en la última evaluación hemos mejorado dos posiciones respecto al año anterior. Mantenemos la tercera posición a nivel de Sudamérica, detrás de Chile y Colombia y continuamos en la sexta posición entre los países de Latinoamérica y el Caribe. Las cifras marcadas en rojo corresponden a calificaciones en las cuales nuestra posición competitiva es muy baja

(pilares 1,2,4 y 9), en el pilar 5 también estamos muy cercano a las posiciones de baja competitividad, en cambio en el pilar 6 podemos decir que estamos ligeramente bien, lo que sí nos da cierto alivio es nuestra calificación de los pilares 7 y 8, y esto se debe fundamentalmente a la estabilidad monetaria y a la mayor apertura comercial, que han contribuido, de alguna manera, a mejorar frente a otros países. Sin embargo, este desempeño no es sostenible en el largo plazo por su alta dependencia de los precios de materias primas. Estos problemas sumados a los bajos niveles de infraestructura, la pobre calidad institucional, alta rigidez del mercado laboral y los bajos niveles de capital humano lo hacen muy poco atractivo para futuras inversiones.



Fuente: WFR

RECOMENDACIONES

¿Qué debemos hacer para mejorar la competitividad en la empresa peruana?

De acuerdo a los indicadores que se muestran en los cuadros anteriores no nos podemos quedar mirando sólo los datos puntuales sino tenemos que ver con proyección, con una mirada futura y ver la tendencia que hemos tenido en los últimos años. La evaluación que nos corresponde como país impulsado por los recursos naturales, muestra mayor preocupación; en principio, se debe superar los aspectos negativos (marcados en rojo) pilar 1, fortalecer nuestras instituciones, paralelamente desarrollar programas tendientes a mejorar el pilar 2, Infraestructura, que es

uno de los factores claves que arrastran las economías si es que no se tienen bien implementadas, igualmente, se debe incorporar, a corto plazo, medidas para mejorar la salud y educación primaria, pilar 4, que son los aspectos básicos en los cuales descansa nuestra calificación competitiva. Luego de priorizar en un periodo aceptable y posible deberíamos enfocarnos en desarrollar programas que correspondan al pilar 9, Preparación tecnológica, esta decisión nos llevaría rápidamente a mejorar el pilar 12, dónde estamos en un nivel bastante preocupante.

ASPECTOS EN LOS CUALES SE DEBE PRIORIZAR Y MEJORAR EN EL CORTO PLAZO

Pilar 1 Instituciones - Ubicación sobre 106

- Marco regulatorio de las cargas burocráticas.
- Eficiencia del marco legal
- Independencia del Poder Judicial
- Confianza pública en políticos
- Confianza en las Fuerzas Policiales
- Severidad, disminución del costo del crimen y violencia a las empresas
- Protección de la propiedad intelectual
- Derechos de propiedad
- Vigilar y sancionar el crimen organizado

Pilar 2 Infraestructura - Ubicación 89

- Calidad de la infraestructura portuaria
- Calidad de toda la infraestructura (carreteras,

aeropuertos, sistemas de agua y desagüe, nuevos sistemas de generación de energía, mejora en los sistemas de comunicación)

Pilar 4 Educación - Ubicación sobre 80

- Calidad de la educación primaria
- Calidad de educación en ciencias y matemáticas
- Calidad del sistema educativo

Pilar 12 Innovación - Ubicación 119

- Calidad de los centros de investigación científica
- Compras gubernamentales de productos tecnológicos avanzados
- Colaboración universidad-empresa para la investigación

¿POR QUÉ LOS PLANEAMIENTOS ESTRATÉGICOS NO LOGRAN SUS RESULTADOS?

EL ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

Dr. Leoncio Fernández Jerí

Profesor Principal del Departamento de Gestión Empresarial



Leoncio Fernández

Un planeamiento estratégico es un proceso que consta de realizar las siguientes etapas: Sensibilización, definición de la Visión y Misión, los principios y valores. Luego establecer los objetivos y con ellos las estrategias y conjunto de acciones para alcanzarlos; cumpliendo así la misión para lograr la visión o sueño de la organización.

El alineamiento estratégico es también un proceso, que consiste en “alinearse” todas las acciones de un plan estratégico. Así, todas sus etapas deben estar correlacionadas. Para tener un planeamiento estratégico efectivo tiene que ser consistente, sistémico y basado en el liderazgo y cultura de la organización.

El alineamiento estratégico, en suma, es “involucrar y comprometer” a las personas de la organización para desarrollar los objetivos y las distintas acciones. El caso es que todos se involucran pero pocos se comprometen y por ello los planes no logran cumplir todos sus objetivos.

“Involucrarse es fácil”

El personal de la organización puede estar enterado y hasta haber participado en la elaboración del planeamiento estratégico y ya está involucrado, pero cuando tiene que comprometerse, allí aparecen los problemas. El trabajador o miembro de la empresa no muestra una actitud colaboradora y de gran dedicación a las acciones que en conjunto pueden estar significando usar una estrategia para alcanzar un objetivo institucional o estratégico. Así, los “involucrados” son todos aquellos que saben del problema pero se quedan allí, no trascienden; no se enfocan en la solución.

“Comprometerse es lo difícil”

El personal comprometido es aquel que participa con “alma y corazón”. Tiene identidad y gran dedicación con la institución o empresa. El comprometido está dispuesto a “trabajar las 24 horas del día, los siete días de la semana y los 365 días del año” en pro de cumplir y lograr los objetivos de la empresa.

¿Qué hacer?

A nivel de proceso, hay que trabajar mejor la sensibilización. A nivel estructural y organizacional es necesario conocer la cultura y que exista liderazgo de los directivos o gerentes. Un tipo de cultura donde se practique la solidaridad y sociabilidad podrá hacer más factible lograr el compromiso o “engagement”. Igualmente la existencia de líderes puede generar influencias positivas en el personal, convocando a ellos y logrando su mayor trabajo.

A nivel corporativo y empresarial se tiene que gestionar con un “alineamiento organizacional”, teniendo sistemas de gestión que “Son un conjunto integrado de procesos y herramientas que utiliza una empresa para desarrollar su estrategia, traducirla en acciones operacionales, monitorear y mejorar la eficacia de ambas. Tiene que lograr un equilibrio o vinculación entre “estrategia y operaciones” (Norton & Kaplan, Harvard B. Review, enero 2008)

“A menos que se haga un compromiso, sólo hay promesas y esperanzas; pero no hay planes”.
Peter F. Drucker.



Ingeniería en Gestión de Servicios SAC INGESER

**Administración de Inmuebles
(Edificios y Condominios)**

**Paul Soto Montero - Gerente General
Teléfono : 989077394**

GESTIÓN DE RIESGOS Y LA NORMA ISO 31000

“UN CAMINO PARA ÉXITO ORGANIZACIONAL”

Ing. Manuel Paredes Quezada

Egresado de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial



Manuel Paredes

El mundo globalizado, en el cual se desarrollan los negocios modernos, ha impulsado a que las organizaciones ejecuten sus operaciones con mayor rapidez y con un enfoque preventivo, el mismo que minimice errores, incremente la eficacia organizacional y permita incrementar la satisfacción del cliente. En consecuencia, los negocios son cada vez más competitivos y la satisfacción del cliente se ha convertido en una filosofía común entre las organizaciones a nivel global, generando una cultura a todo nivel que busque centrar todos los recursos en cubrir y exceder las necesidades del cliente con la finalidad de fidelizarlo, generar un valor agregado y ser más competitivos en el mercado donde participa cada organización.

La búsqueda de la satisfacción del cliente se ha convertido en una de las principales metas organizacionales y un factor constante en la prestación de bienes y servicios, donde cada uno de los procesos de la organización busca la mejora continua y la implementación de metodologías para la prevención de errores, con la finalidad de optimizar el proceso y aumentar su capacidad de satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes. De forma complementaria, la aplicación de nuevas tecnologías juega un rol importante en la prevención de pérdidas y en la automatización de procesos, permitiendo así la simplificación y mejora de los procesos a todo nivel de la organización. La aplicación de tecnologías, así como de nuevas técnicas de gestión, permiten a la organización incrementar su competitividad y su capacidad de proporcionar bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, previniendo riesgos en cada etapa del proceso.

Es en este contexto donde nace la “Gestión de Riesgos”, siendo esta una actividad clave en la dirección de las organizaciones, sin importar si son públicas o privadas, con o sin fines de lucro. El concepto “Gestión de Riesgos” hace referencia a todas aquellas acciones que buscan proteger y crear valor dentro de una organización para alcanzar los objetivos propuestos y mejorar su competitividad. Asimismo, **por “Riesgo” se entiende a todos los elementos que pueden generar incertidumbre en una organización. Sin embargo, el riesgo no siempre es negativo y supone una amenaza,**

también puede ser positivo y generar una oportunidad, la misma que debe ser aprovechada.

La Gestión de Riesgos, entendido como un conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo al riesgo, es un pilar clave para lograr la eficacia organizacional, minimizar mermas e incrementar la satisfacción del cliente; debido a que la Gestión de Riesgos contempla la identificación, análisis, evaluación y tratamiento de los riesgos de cada uno de los procesos de una organización, no limitándose a los riesgos económicos, financieros o de seguridad y salud en el trabajo; permitiendo así implementar un enfoque preventivo que asocie el contexto organizacional con la estrategia organizacional y permite incrementar la posibilidad de cumplir los objetivos organizacionales.

Consciente de la importancia de la Gestión de Riesgos, como eje en la mejora continua de procesos y en la participación activa en la prevención de errores que permita incrementar la satisfacción del cliente, la ISO (Organización Internacional para la Estandarización) elaboró la norma técnica ISO 31000:2009, como herramienta para implementar la Gestión de Riesgos en las organizaciones, la misma que ofrece un marco metodológico para una implementación eficaz de la Gestión de Riesgos a las organizaciones sin importar el giro de las mismas.

La norma ISO 31000:2009 menciona, que todas las actividades de una organización generan riesgos; sin embargo, esto, antes que ser un aspecto negativo, sienta las bases organizacionales para el desarrollo de una política organizacional orientada a la medición de los procesos y valoración de los riesgos. Es decir, esta política organizacional incorpora el riesgo como una parte fundamental de ejecución de cada uno de sus procesos. **De acuerdo a esto, toda organización debe tener en cuenta tres aspectos clave para implementar una efectiva metodología de gestión de riesgos:**

1. El contexto: Es decir, el entorno interno y externo que rodea la actividad organizacional. El objetivo es determinar qué estrategias de mercado son más adecuadas en cada caso.
2. Valoración de riesgos: Refiere, a la definición y

ponderación de los elementos que generan el riesgo (probabilidad e impacto), así como sus causas y posibles efectos.

3. Tratamiento: Comprende, posterior a la identificación de los riesgos y análisis de sus efectos, al planteamiento de un plan de tratamiento de los riesgos organizacionales.

Debido a su enfoque preventivo, los principales beneficios organizacionales que trae consigo la implementación de la Gestión de Riesgos y la norma ISO 31000:2009, son:

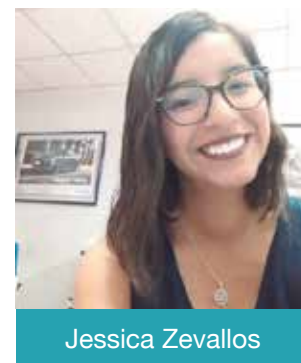
- Favorece la identificación de amenazas y oportunidades
- Aumenta las posibilidades de alcanzar los objetivos organizacionales
- Impulsa la proactividad de los colaboradores.
- Mejora la adaptación de la organizacional a su entorno
- Incrementa la confianza de las partes interesadas (stakeholders)
- Facilita la toma de decisiones a todo nivel.

Asimismo, dentro del marco de la implementación de Sistemas de Gestión de acuerdo a las normas internacionales ISO, es necesario realizar la implementación de una Gestión de Riesgos como eje de medidas preventivas. En este sentido, cada norma creada por la organización ISO, menciona como requisito obligatorio determinar acciones para abordar riesgos y oportunidades (ISO 9001:2015, ISO 14001:2015; cap. 6.1.1). De esta forma, **la Gestión de Riesgos, no sólo juega un rol fundamental en la mejora continua de procesos, sino que es un requisito obligatorio para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad y un Sistema de Gestión Ambiental, según los nuevos requisitos de las normas técnicas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015**, respectivamente; factor importante a tomar en cuenta para la implementación y optimización de Sistemas de Gestión de Calidad y Ambiental, en una organización, según los requisitos de las normas internacionales ISO.

MI INICIO DE CARRERA LABORAL EN EL MERCADO PERUANO

Jéssica Zevallos Asencios

Bachiller en Gestión Empresarial de la UNALM



Jessica Zevallos

Cuando me pidieron que escriba para la revista fue una emoción gratificante. Me hizo volver en el tiempo y recordar tantas lindas anécdotas cuando estaba en Gestión y Liderazgo. Creo que cada momento que vives es valioso, porque de ello nace el conocimiento empírico, que no nos dice que algo deba ser necesariamente así y que tampoco que sea una verdad universal, sólo te presenta posibilidades, que dependerá de ti aprender a desafiarlas y tomar decisiones.

¿Cómo comenzó mi carrera laboral?

Siempre me ha gustado trabajar, porque siento independencia y desde que empecé la universidad trabajaba cada verano. He pasado por una variedad de trabajos, entre ellos: una peluquería, un restaurante, una agencia de publicidad, anfitrión de eventos, venta de autos Nissan y Renault, entre otros. Luego, cuando llegó el momento de empezar las prácticas pre profesionales, no quería que fuera en cualquier empresa, estaba mentalizada a algo grande. Postulé a muchas publicaciones de Bumeran

y Aptitus, lamentablemente nunca me llamaron. Pese a eso insistí y un día, gracias a que la profesora “Ming” apostó por mí y le pasó mi CV al jefe de Post Venta de la línea de Maquinarias de la empresa Automotores Gildemeister Perú S.A, la representante oficial de la marca Hyundai en el Perú desde el año 2003.

¿Qué significó para mí Maquinarias?

Fue una maravillosa oportunidad. Una anécdota que nunca voy a olvidar, es que el día, cuando me entrevistó el jefe del área, un molinero de nuestra carrera, me sentía más nerviosa que nunca, pese a que suelo ser muy extrovertida, ese día no pude recordar qué cursos estaba llevando en mi último ciclo universitario. Felizmente, luego de unos días me mandaron un correo donde me decían que había sido elegida y que empezaba mis prácticas el 16 de diciembre del 2015.

Desde el primer día todos me acogieron muy bien. Me sentía muy feliz, no sé, era mi mejor trabajo hasta ese día. Un sello propio del área era que nadie necesitaba

una supervisión fiscalizadora, todos sabían cuál era su trabajo y lo hacían. La jefatura, Pablo Carbajal, me otorgó autonomía para poder cumplir mis funciones y me brindó su confianza, la cual me encargué de no defraudar hasta el último día que estuve ahí. También, fueron días pesados, porque tenía que ir a las prácticas en las mañanas, después, a mis clases de las 2 pm y en la noche ir al Icpna.

¿Qué beneficios me brindaron como practicante?

El mayor beneficio fue que me dejaron ser yo misma, pude aprender a tomar decisiones y me apoyaron con los horarios de la universidad. Económicamente, tenía un buen sueldo, una tarjeta de alimentación, y un seguro. Cuando obtuve el bachillerato, en julio del 2016, me ascendieron a practicante profesional.

¿Cuáles eras mis funciones?

Me encomendaron la atención de los servicios para el mantenimiento de los tractores y excavadoras que vendía la línea. Tenía que coordinar con los técnicos, las atenciones y fiscalizarlos. Lidar con ellos era muy distinto al trabajo convencional de oficina, por su estilo de vida. Tuve que adaptarme en parte y adaptarlos a mí también. Por otro lado, estaban los vendedores, personas que siempre quieren ganar en las negociaciones. Cuando nos indicaron que la línea había quebrado, tuve que asumir varios cargos más, ya que iban despidiendo al personal.

El fin de Maquinarias

Lamentablemente, el ciclo en Maquinarias no iba a ser por mucho tiempo, ya que habían dado órdenes de que el negocio iba a culminar. La noticia perturbó a todos hasta el final del día de cada uno. Nuestro jefe decía que hubo malas decisiones que llevó a la no rentabilidad del negocio y que ya nada se podía hacer. Me sentía triste, porque nunca había estado en un trabajo tan agradable como ese. Con el paso de los meses iban despidiendo al personal de diversas áreas y los que quedábamos teníamos que asumir sus funciones. Pasé de mi oficina a ocuparme también del almacén de repuestos y a manejar otros sistemas. Fue enriquecedor y lo valoré mucho. Ya a inicios de noviembre me enteré de que despedirían a Fiorella, mi mentora y coordinadora, y a Pablo, los pilares de Maquinarias. Yo me iba a quedar a cargo de todo con un par de técnicos, una vendedora, el consultor de repuestos y el subgerente. Vi en ese momento que ya había llegado el fin y yo no lo quería.



¿Cómo definiría la experiencia en Maquinarias?

El lugar con el clima laboral ideal.

¿Cómo pasé a ser asistente administrativo de Hyundai?

En esa época mandaron por correo interno de que requerían el puesto. Me postulé y fui elegida. Sentí mucho agradecimiento y nostalgia por Maquinarias. Lo bueno de la compañía Gildemeister es su respaldo internacional y que tiene una amplia oferta laboral, ya que también tiene la representación de Jaguar, Land Rover, Mini Cooper y Volvo en el Perú.

Comencé el 1 de diciembre del año pasado en la sede de Surco, la sede principal de ventas en Hyundai. Ahí entendí que nunca estás totalmente preparado para las nuevas etapas. El ambiente de mi nueva oficina era abrumador. El flujo de operaciones, el volumen de trámites y el que no tuve una correcta inducción, me llevó al colapso emocional. Gracias a consejos alentadores, que me apoyaron a no desistir, poco a poco comencé a lidiar con veinte veces más asesores comerciales, un alto nivel de presión y un clima agotador. Aquí, cada fin de mes, las administradoras de ventas, los cajeros y los vendedores, deben quedarse hasta la madrugada, si es necesario, para cumplir la meta. Lo positivo de la empresa son sus beneficios, entre ellos, tenemos un comedor, en donde también nos sirven en charolas y es muy emocionante, porque me recuerda a la Agraria. Otro punto positivo es que me han dado la oportunidad de hacer mi tesis de un tema interno que han previsto, y ahora estoy trabajando en ello.

¿Qué recomiendo a los futuros egresados gestores?

Que nunca olviden que sus habilidades blandas serán las que los diferenciarán de la competencia. No dejen de aprender, métense a todos los cursos que puedan, sigan estudiando y no olviden ser agradecidos con cada oportunidad brindada.

Links que les recomiendo:

- Para capacitarse gratuitamente: <https://cursos.campusromero.pe>
- Cursos online para la comunidad creativa: <https://www.crehana.com>
- Para los emprendedores: Facebook: La Escuela de Ideas

Sé que al día de hoy lo que he logrado no es lo más espectacular de la vida, pero siento que estoy caminando hacia ese sueño mayor que engloba muchas metas.



UNALM, LA PRIMERA UNIVERSIDAD PÚBLICA EN RECIBIR EL LICENCIAMIENTO



Cecilia Nieto

Entrevistada: Ing. Cecilia Nieto

Entrevistadores: Olinda Díaz López (20140266), Hans Acuña Tello (2014065)

Esta es la historia del proceso lidiado para lograr el Licenciamiento, compartido por nuestra profesora Cecilia Nieto

Empieza cuando se da los cambios en la ley universitaria en julio 2014, una nueva era para esta educación en el Perú. Nosotros, desde antes, hemos sido independientes, cuando el ministerio acoge la rectoría de la formación superior universitaria para poder controlar, porque el MINEDU es bastante amplio, crea la Superintendencia Nacional de Educación Superior (SUNEDU). Es creado como un ente supervisor de la calidad de la formación universitaria. En el país existen 142 universidades, algunas sin todos los parámetros o exigencias que la formación profesional exige como una profundidad de conocimientos, recursos, laboratorios, talleres, prácticas, formación humanística e integral. Entonces, **lo primero que hizo SUNEDU es un diagnóstico para ver la realidad peruana y se dieron cuenta que hay que hacer unos ajustes, empezando por ordenar. Se publicó las condiciones mínimas que debe de tener una organización para poder dar una formación superior. Las condiciones del licenciamiento fueron extraídas de muchos modelos. Cuando SUNEDU ve este panorama deja a todas las universidades en el nivel cero, es decir sin licencia e hizo un cronograma, dando un periodo de adecuación para poder demostrar de que la entidad pueda dar una formación universitaria. Este modelo cuenta con 55 indicadores, ocho condiciones básicas. Nosotros asumimos la gestión entre marzo y abril del 2016 con el reto de sacar el licenciamiento de la Agraria y demostrar que no somos una universidad improvisada, siempre se ha tenido muy buenos estándares, hemos formado profesionales por cientos, políticos muy exitosos, gente nacional y en el extranjero que se destaca mucho.**

Con el apoyo del Rector, reforzamos la oficina con el equipo y contratamos tres economistas: Miguel, Tina y Carlos. Luego comenzamos a trabajar los 55 indicadores que se dividían en los aspectos de grados y títulos, docentes, infraestructura, investigación, transparencia, bienestar, servicio. Entonces comenzamos a trabajar y a recopilar la información y a ver en qué situación estábamos. Podemos decir que

la Agraria, dentro de todos los requerimientos de grados y títulos y la parte de docencia, sí cumplimos. La Universidad Agraria está bastante bien, pero no nos dimos cuenta de nuestras deficiencias en infraestructura.

Básicamente, lo que hace el licenciamiento es ordenar la casa, ordenar muchos procesos, muchas actividades que la universidad brinda al estudiante, entonces trata de abarcar la mayoría de aspectos que son las condiciones básicas de calidad para poder formar bien a un estudiante, muy probablemente, sobre todo en las universidades nacionales, los procesos han estado muy desordenados, eso es normal, es parte de la problemática estatal laboral, entonces la meta es identificar los procesos claves, ordenarlos, cosas que se identificarán con los indicadores, una vez ordenado todo, este sistema que tiene la universidad para el estudiante se puede empezar a mejorar.

De los 55 indicadores que tenía el modelo inicial, 50 aplicaban a la Universidad Agraria, porque cinco indicadores eran para universidades de reciente constitución. De los 50 indicadores, de acuerdo a las condiciones de grados y títulos, docencia, infraestructura, nos dividimos los indicadores y comenzamos a recopilar la información, había formatos bastante extensos, por ejemplo, teníamos que levantar la información acerca de los docentes que tenemos, en total tenemos 432 docentes. Había que ordenar la información de los docentes había que tener en la parte de infraestructura, nos pedían certificado de inspección técnica sanitaria de edificación, para este certificado la primera etapa era tener todos los planos de la Universidad Agraria, los planos se tenían dispersos, se tenían no vigentes, unos acá y otros allá, tuvimos que contratar a un arquitecto con una cuadrilla de medidores para comenzar primero a hacer los planos.

El plazo que nos daban era hasta diciembre del 2016, entonces comenzamos a dar el primer paso y a

contratar una consultora de diagnóstico para que nos dijera de verdad, completamente transparente, cómo estábamos en lo eléctrico, en arquitectura, en servicios sanitarios y en todo lo que es corriente eléctrica. Con la ayuda del rector contratamos a quienes nos dieron todo un informe, que está colgado en nuestra página web, con acceso para todos. El proceso fue difícil porque eran cuadrillas de medidores que tenían que estar en todo el campus.

Una de las lecciones aprendidas es que debemos rescatar el concepto de institucionalidad, somos UNALM y somos una sola, trabajamos muchas veces como islas. Lo que encontramos es que muchas veces el trabajo se duplicaba, sin reflejar que somos uno solo; por ejemplo, los planes de estudios tienen que cumplir con la ley universitaria, pero reflejaban los cursos y no se sabía cuál era básico o cuál era específico y eso no lo podemos decir nosotros. También aprendimos a trabajar con cada una de las áreas, la satisfacción de que cada vez que terminábamos de trabajar con un área, esta

área sí quería ayudar, quería ser Universidad Agraria, pero era bonito, siempre hay reticencias, nunca faltan, la mayor parte trataba de dar lo mejor, siempre debemos de estar articulados, esos mecanismos de articulación fueron las cosas que se lograron hacer.

Los molineros tenemos toda la razón para estar orgullosos de nuestra universidad, hemos heredado un gran prestigio y una gran honra de todos los que nos antecedieron; es nuestra responsabilidad el mantener y llevar en alto el prestigio de la Agraria. La Agraria somos cada uno de nosotros sea cual sea el lugar donde estemos, somos agraria, lo que hablamos, lo que decimos, lo que hacemos; somos agraria. Por tanto que hemos recibido de esta universidad, es un deber el engrandecerla siempre, jamás salir por la puerta falsa, nunca un molinero puede estar por debajo de lo que fue su ancestro. Molineros por el mundo a mucho orgullo.



Blanca Teresa

EVENTOS Y CATERING

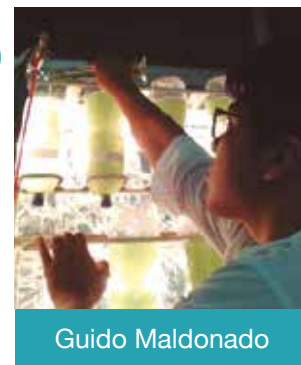
Diseña, organiza y hace de tus celebraciones momentos inolvidables.
Con decoraciones y propuestas creativas, llenas de detalles.
eventos@blancateresa.com
Cel. 987120962



JUSTO AL DIA SAC
Comercialización mayorista y minorista de ají amarillo
Av. La Cultura N°808 Puesto A-45 Gran Mercado
Mayorista De Lima – Santa Anita – Lima.
rodyhurtado@justoaldia.com – RPM 985259438

“MIENTRAS MÁS DIVERSO SEA EL EQUIPO, MEJOR SON LOS RESULTADOS”

Guido Gerónimo Maldonado (Biología)



Guido Maldonado

“En primer lugar felicitar a los organizadores de la revista que están realizando y contar conmigo para vuestra presentación. Y estoy muy agradecido y feliz”.

Soy Guido Gerónimo Maldonado, tengo 24 años, vivo en San Juan de Miraflores en Pamplona Alta - Barrio joven, actualmente estoy cursando el último año de la carrera de Biología especializado en Biotecnología Ambiental.

Desde mis primeros ciclos en la universidad siempre me ha gustado conversar con compañeros de distintas carreras para saber sus perspectivas de cada uno de ellos y saber sobre sus críticas ante problemas, sociales, ambientales y otros. Es así que, varios alumnos de primeros ciclos 2012-II de diferentes carreras nos organizábamos cada fin del semestre para limpiar la Universidad, ya que presentaba demasiada contaminación de residuos sólidos (RR. SS) y trabajar de la mano con las autoridades y CEMTRAR (institución encargada de RR.SS), porque son ellos los que a veces necesitan la iniciativa o escuchar propuestas de los alumnos. Liderando el movimiento ambiental de aproximadamente 88 alumnos y llamado “Consciencia Molinera”, llegué a la conclusión que un trabajo siempre tiene que ser multidisciplinario.



Foto de la primera limpieza en la UNALM, con los alumnos de primeros ciclos y la Prof. Liz Castañeda

Al pasar el tiempo, el grupo informal se iba disipando por diferentes especialidades de sus carreras, incluyéndome, pero la actitud comprometida con el ambiente y su restauración era inminente. Actualmente, sigo teniendo esa relación muy fortalecida desde cachimbos, sino que ahora se habla de proyectos que puedan solucionar problemas de la sociedad peruana. Sin embargo, las ideas están, las mejores intenciones también, sólo que el financiamiento que se otorga no cubre lo suficiente y surge el desánimo.



Elaboración del trabajo para la CONEBIOL

Mientras trabajaba en el Laboratorio de Biorremediación y Biotecnología Ambiental, realizando una investigación que se logró exponer en el Congreso Nacional de Estudiantes de Biología (CONEBIOL, ciclo 2016-I), se aprendió mucho sobre: ¿qué hacer con la investigación?, por esa razón, decidí formar un equipo multidisciplinario y concursar a la “Biohackaton” que se realizó el año pasado 2016-II, quedando en el tercer lugar con un prototipo llamado “Hulk Power” y fue este que presionó el gatillo de pensar en hacer empresa e integrar a un equipo más grande. El concurso trajo como consecuencia la pre-selección para ser asesorados por INCUBAGRARIA,

que es una entidad que capacita a equipos innovadores que tengan la idea o prototipo listo para presentarse a un “Elevator Pitch”, que sencillamente es la presentación de tu proyecto en tres minutos ante un jurado que te evalúa para brindarte financiamiento que proviene del Ministerio de la Producción.

Actualmente, lidero el proyecto “BIOLUX”, un equipo de diferentes universidades para presentarnos al Startup-Perú 2017, que organiza el Ministerio de la Producción cada año, en busca del financiamiento y comenzar a realizar nuestro sueño, que es tener nuestra propia empresa. ¿Y cómo surgió la idea?, surge ante la problemática de la contaminación de vehículos, exceso de personas que queman residuos y de población que transita por las calles que trae como consecuencia la liberación del gas de efecto invernadero, dióxido de carbono a nuestra atmósfera y causa los problemas del cambio climático. Es así que diseñamos un prototipo que asimila el exceso de dióxido de carbono y que tiene una forma de lámpara cilíndrica transparente, además, se añadió motores de bajo potencial que capturan aire que lo suministra a la lámpara donde están disueltos en agua los microorganismos que cumplen la función ecológica que es el secuestro de este gas invernadero; además, presenta un modelo ornamental que capta la atención del cliente, también se dará información de lo que observan por un sistema QR.

La empresa BIOLUX será primera en el mercado como: en centros comerciales (malls), discotecas de Miraflores, starbucks, municipalidades, universidades y otras. Se ha realizado entrevistas a nuestros futuros clientes y están muy interesados en nuestro producto. Nuestra vista al futuro es generar más tecnologías biológico-electrónicas que contribuyan a la mitigación de gases de efecto invernadero y la remediación ambiental. Para toda empresa es muy importante la escalabilidad del producto y es en esta

etapa que presentamos dos buenas propuestas que contribuirán con los animales y la agricultura.

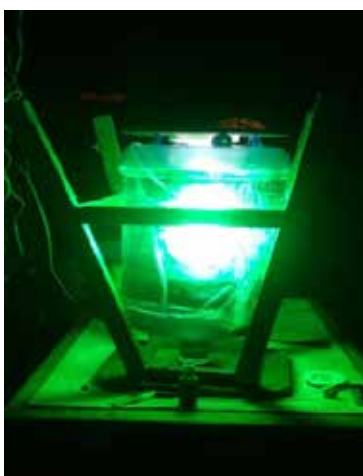
Siempre en la vida se presentan todo tipo de problemas, pero para mí no es más otra cosa que, oportunidad de aprender más, la figura 3 es mi primer prototipo artesanal que construí a base de residuos descartable y me lo querían comprar en un bar a 200 soles. Esto fue muy inspirador, así que tenía la necesidad de innovar en su construcción.

Ante las necesidades no hay por qué rendirnos o esperar que nos caiga la oportunidad del cielo, sino hay que salir al campo y buscarla. Invito a todos mis amigos molineros(as) a emprender su negocio, no importa la carrera y la universidad donde estudies, sólo tratar de aterrizar las ideas locas o poco creíbles para luego formular un proyecto que resuelve problemas, que trae la modernidad, salir a conferencias en otras universidades o congresos magistrales porque hay personas que necesitan escucharnos.

“Mientras más te critiquen, más fuerte nos volvemos, que no existe el después, sino el ahora, y uno mismo siempre construye su destino”.

Mi equipo está constituido por Danely Maldonado Ucharima (Ing. Mecatrónico), Jorge Saccatoma García (Ing. Geólogo), Andrea Coronado (Ing. Estadística), Oscar Maldonado Inca (Arqueólogo), William C. (Docente de Ciencias Naturales) y como siempre digo:

“Mientras más diverso es tu equipo mejor son los resultados”.



Primer prototipo que se realizó en mi casa



Equipo multidisciplinario luego de una conferencia magistral de emprendedores en la Universidad Cayetano Heredia-BIOINCUBA

EL BOOM DE LA CERVEZA ARTESANAL



Andrés, Miller y Bryan

Andrés Rojas Vivanco (Gestión Empresarial), Miller Milla Aguirre (Estadística), Bryan Berna Orosco (Industrias Alimentarias)

A qué llamamos realmente cerveza artesanal por estos días?

La cerveza artesanal es una cerveza llena de autenticidad y pasión. Se elabora únicamente con ingredientes tradicionales, en su estado más puro y natural: maltas de cebada, agua, lúpulo y levadura.

No se utilizan cereales de relleno (aditivos) como el maíz o el arroz, sin preservantes, ni colorantes artificiales; prácticas que reducen la calidad y el perfil de sabor y aroma final del producto.

La cerveza artesanal es elaborada en pequeñas cantidades y por lo tanto, se le da máxima atención a cada pequeño detalle, asegurando un producto final de la mayor calidad y frescura. Gran parte del proceso se realiza de forma manual.

La cerveza artesanal, dependiendo del proceso, puede estar “viva”, ya que no se eliminan en un 100% las células de levadura, esto debido a que en algunas ocasiones no es pasteurizada, como la particularidad de nuestras cervezas industriales.

Tres personas con diferentes caminos, objetivos y sueños, por azares del destino se cruzaron y comenzaron a trabajar con una sola idea llamada “La Cerveza Artesanal”.

Miller Milla Aguirre (22 años), de la carrera de estadística e informática; Andrés Rojas Vivanco (21 años), de la carrera de estadística e informática y Bryan Berna Orosco (21 años), de la carrera de industrias alimentarias. Estos tres alumnos nos contarán sus experiencias de cómo se unieron para formar un proyecto el cual está dando frutos poco a poco.

Empecemos hablando un poco con ellos:

Bryan Berna nos comenta: “Empezamos haciendo cerveza por hobby, aburridos de las lagers industriales del mercado, empezamos a averiguar y estudiar todo

sobre las cervezas artesanales, métodos, procesos, etc. y para nuestra sorpresa todo lo necesario para empezar era materiales de las cocinas en casa y un poco de ingenio de nosotros mismos para comenzar a elaborar y preparar la cerveza artesanal, es así como empezó una aventura que, poco a poco, esperamos que se convierta en algo de lo cual estemos orgullosos toda nuestra vida. Nosotros queremos llegar a tener cervezas competentes en el mercado y lo que más resaltaría es que lleve el sello peruano, por supuesto. Es muy difícil empezar a hacer un negocio desde cero, se van a presentar miles de problemas, si no tienes ese amor por lo que estás haciendo no vas a lograr lo que te propones, como dicen eres lo que haces, si haces un trabajo aburrido, estúpido y monótono, lo más probable es que termines siendo aburrido, estúpido y monótono”.

Miller Milla nos comenta: “El poder compartir con personas con las mismas convicciones y experiencias como las de poder realizar un producto donde pongamos la esencia y el sabor característico que nos distinguirá es algo realmente reconfortante, el sentir que las personas disfrutarán en cada presentación de 330ml de esta bebida, el sabor y la frescura del trabajo en equipo que este representa.”

Andrés Rojas nos comenta: “¿por qué se nos ocurrió el nombre de El Apache? Les explico brevemente: El apache se caracteriza por ser una fuerte resistencia cultural como colectivo, basados en sus culturas a la exploración y ser buenos en conocer sus vastos territorios, el cual defendieron tenazmente, aun cuando llegaron los españoles. Fue una tribu poderosa y guerrera, en continua lucha tanto con los colonizadores de procedencia europea como con otras tribus indias. Es por eso que a la primera cerveza la nombramos “El Apache” por su significado de ser luchadores que a nosotros nos representa tanto. Nuestra visión con este emprendimiento es llegar a ser los mejores cerveceros artesanales en el Perú y si es posible llegar a los comercios internacionales, así como dar una buena imagen y un nuevo concepto en la capital. Que se aprecie la calidad, historia y

experiencia para los amantes de la cerveza, tanto de locales como de extranjeros que visiten la capital. Esta visión nos ha inspirado en diferentes partes del mundo, pero sobre todo en Bélgica y su forma de cómo las cervezas artesanales son parte de su cultura vigente.”

Se dice que la cerveza es la bebida más popular y democrática del país, que la pueden disfrutar todos por igual. Mientras para algunos es una inevitable

“rubia debilidad” de fin de semana, para Miler, Andrés y Bryan significa la oportunidad de hacer un proyecto de emprendimiento. Aunque todavía los jóvenes están en un largo proceso de formación y de nuevas experiencias.

“No es un producto para emborracharse, sino para disfrutar del aroma y sabor que nos brinda una rica cerveza artesanal”.

12 HERRAMIENTAS VITALES PARA EMPRENDER Y NO FRACASAR

Helmut Pedraza Morales (20131125)

Alumno de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial



Helmut Pedraza

En la actualidad, está pasando algo muy importante en Latinoamérica, el emprendimiento está surgiendo de manera positiva, pues, con la llegada de la tecnología, hoy por hoy, la información es de todos; y el no tenerla depende más de uno mismo.

El ver que los negocios prosperan cada vez más, inspira y motiva a muchos pero a la hora de tener una idea o querer emprender, debemos tener en cuenta muchas variables.

Hoy hablaremos de aspectos muy importantes que cada vez las investigaciones están avalando mucho más, que no sólo hace falta como la gran mayoría de personas considera, el conocimiento intelectual y teórico.

Si bien en las universidades y centros de estudio te dan un gran número de herramientas para poder desenvolverte en la vida, el conocimiento teórico no tiene validez sin una práctica constante, a esto agregarle que cada vez más las personas que emprenden lo hacen con el objetivo de ser “LIBRES” en todo sentido, podríamos decir que la LIBERTAD es una nueva tendencia.

En los últimos años el modelo educativo actual está siendo muy criticado por personas de gran magnitud como, Jurgen Klaric (considerado no sólo como uno de los cinco mejores a nivel mundial en Neuromarketing sino también como uno de los 10 mercadólogos más influyentes en el mundo. Recientemente fue nombrado como el Steve Jobs de la educación

gracias a su innovación social educativa con “BiiA Lab”), Robert Kiyosaki (empresario, inversionista, escritor, conferencista y orador motivacional, que actualmente se dedica a enseñar a conseguir el gran sueño de la libertad financiera, con best seller como, Padre Rico Padre Pobre, El Cuadrante del Flujo de Dinero, Escuela de Negocios, El Negocio del Siglo 21 y muchos más), José Bobadilla (abogado de profesión, egresado de la Universidad del Cauca y especialista en Gerencia de Talentos Humanos de la Universidad del Valle y Universidad de Pensilvania, Estados Unidos. También posee estudios en Psicología Social. En su trayectoria profesional se destaca el haber sido Rector de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca a la edad de 27 años, columnista de diarios nacionales e internacionales, co-fundador de agremiaciones académicas y de liderazgo), también podemos mencionar a Randy Gage, Warren Buffett, Paul Zane Pilzer, entre otros.

Las siguientes son recomendaciones claves y hasta vitales a la hora de tomar la decisión de emprender, ya que contrario a lo que muchos piensan es una decisión muy pero muy retante y sin estas habilidades o herramientas el camino sería mucho más duro, no imposible pero tal vez te tome más tiempo de lo normal.

1. EDUCACIÓN FINANCIERA PERSONAL

Esto aunque el nombre pueda confundirte no tiene mucho que ver con lo que aprendemos en un centro de estudio, un gran mentor en esto es el señor Robert Kiyosaki, una de los mejores a nivel mundial en “finanzas personales, te hago una invitación a que

escuches sus conferencias o leas sus libros y con esto acelerar tu proceso en el camino del emprendimiento, libros como Padre Rico Padre Pobre, este libro te ayudará a generar esa enorme curiosidad del yo emprendedor, otro de sus libros que debes considerar para saber hacia dónde quieres direccionar tu negocio o emprendimiento a futuro es: El Cuadrante de Flujo de Dinero, aquí descubrirás por qué las personas que emprenden deben tener otro tipo de educación a la tradicional y más enfocada a distintos aspectos, te enseña las cuatro únicas maneras en las que es posible generar dinero y los dos tipos de ingreso que existen.

2. SOÑAR

A diferencia de lo que muchos creen, esta es una virtud no un defecto, si analizamos en el transcurso de la historia muchos de los grandes personajes que hoy conocemos fueron personas que en algún momento soñaron con más de una idea, si quieres encontrar un lugar rico en ideas puedes ir a un cementerio, allí hay muchas que se quedaron sin hacerse realidad, soñar es tener una visión, imagina cómo quieres verte en 5, 10 o 15 años a futuro, si lo que estás haciendo hoy te acerca a ese futuro que visionas entonces estas por un buen camino, así que no te limites o te sientas mal si alguien te dice que estás loco por tener una idea o un sueño, piensa que si no fuera así hoy no tendríamos automóviles, bombillo eléctrico, corriente alterna, incluso esta computadora, la cual uso para compartirles todo esto.

3. TERCO

Esto significa ser obstinado, firme, pero serlo de manera inteligente, terco con tus sueños, inteligente con tus actos, el emprender es como una maratón o un triatlón, compáralo con lo más difícil físicamente que te costaría hacer. Es una carrera de mucha constancia, no debes por nada del mundo desertar de ese sueño, abrázalo porque es tuyo y no dejes que nada ni nadie te lo quite de la mente.

4. PASIÓN

La pasión hace que aguantes, has lo que amas hacer para no perderla, John Maxwell, en uno de sus libros que también tienes que leer antes de emprender “Las 21 cualidades indispensables de un líder”, nos expone que este es un elemento importante, porque es lo que realmente te mueve y lo considera como la energía que puede transmitir a otros y contagiar esa magia, en este caso de tu idea o negocio tienes que hacer que las personas vean tu emprendimiento como algo en lo que ellos querrán participar y eso incluye una habilidad más importante aunque la mencionaremos más adelante y de las cuales considero muy pero muy importante.

“Un líder con gran pasión y pocas habilidades siempre sobrepasa a un líder con grandes habilidades y ninguna pasión”

5. DISCIPLINA Y PERSEVERANCIA

Disciplina es “hacer lo que tienes que hacer incluso cuando no tengas ganas de hacerlo en el momento que tengas que hacerlo” Uno no debe ser el más inteligente ni el más preparado, pero sí debe ser disciplinado y muy perseverante, esto no quiere decir que no estudies, porque estudiar también te ayuda a resolver situaciones que, créeme, las vas a tener a la hora de emprender, pero no es casualidad que Bill Gates, Mark Zuckerberg, Steve Jobs o Richard Branson, ninguno de ellos saco un título universitario, a ellos los corrieron de estas entidades por ser malos para pensar o estudiar y míralos, ahí están controlando el mundo, no voy a negar lo difícil que es ser disciplinado y más aún llevarlo a la práctica porque, recuerda, serás tu propio jefe y por lo mismo serás tu mejor empleado en un inicio, entendiendo que quieres ser un dueño de negocio real y no un autoempleado (El cuadrante del Flujo de Dinero).

6. HACER AMIGOS

Personas que no sólo estén allí sino que te ayuden a lograr lo que quieres y que tú también los ayudes a ellos a conseguir sus metas y sueños, esta es una habilidad muy importante porque a la hora de emprender te encontrarás en una situación en la cual te darás cuenta que realmente no lo vas a hacer solo, notarás el gran trabajo que es y necesitarás de los mejores para que te acompañen en esto, por eso es importante saber cultivar las amistades y de manera real, aprender a conocer personas incluso a propósito, nunca sabes si esa persona sea tu próximo socio o sea el nexo que necesitas para llegar a este. Hacer amigos es **desarrollar tu red de contactos laborales o Networking** que mientras más la hagas crecer tendrás una diversidad de recursos a tu alcance para lo que necesites.

Cuando decidí estudiar Networkmarketing recuerdo que los mentores nos decían, el mundo es tan chico que todos estamos en promedio a 4 o 5 personas de distancia y tenían toda la razón, hoy por hoy te puedo decir que realmente es cierto.

Este artículo tiene la finalidad de ayudarte así que te pondré las cosas en “bandeja” como solemos decir, uno de los libros que me ayudó a mejorar las habilidades sociales y más aún ponerlas en práctica es “Cómo Ganar Amigos e Influir Sobre las Personas” de DALE CARNEGIE, solo diré que tienes que leer este libro y más aun aplicarlo.

7. CREATIVIDAD

Para brincar barreras constantes esta es un arma clave para lograrlo, independientemente de tu poder económico o intelectual, pues en este duro camino no todo será color de rosas, los “RETOS” como suelo llamarlo en vez de decir la palabra “PROBLEMAS”, se presentarán, ya sea con el personal, con la familia, con los inversionistas, múltiples cosas pueden pasar antes de o incluso ya cuando tu emprendimiento está encaminado, creatividad es la capacidad de

solucionar los retos que se presenten en tu camino como emprendedor y para solucionar estos retos no sólo será necesaria tu creatividad, sino también la de tu equipo; hago mucho énfasis en el equipo porque **“Solo puedes correr mucho, pero en equipo llegarás más lejos”**, por esto es necesario que tu equipo de trabajo también cuente con estas herramientas claves al igual que tú.

8. AMBICIÓN

El que nada quiere, nada tiene, comparte algo que te haga saltar de la cama por las mañanas, que no sólo haga que te brillen los ojos de energía y emoción; sino que también despierte eso en las demás persona que te vean.

Uno de mis mentores sobre emprendimiento siempre me decía **“el que no es ambicioso simplemente gana lo que le pagan y hace lo que le toca”**, en nuestra cultura el ser ambicioso se ve como algo malo, pero realmente no lo es, tenemos el paradigma de la pobreza en Latinoamérica, como si tener esta cualidad es algo negativo, realmente no lo es si lo sabes direccionar de una buena manera. **“Nunca planees un futuro con gente que no tiene ambición”**

9. PACIENCIA Y TOLERANCIA

Automotívate, sé paciente y tolerante con los golpes que recibirás. **Los emprendedores trabajan el doble que los empleados, por no decir el triple**, hay algo que debes saber, en el mundo de ahora los jóvenes tiene lo que llamo mentalidad microondas, porque quieren todo de manera muy rápida, no está mal quererlo, pero debes comprender que todo emprendimiento toma su tiempo, no sucederá en un mes o dos o en un año, hoy por hoy cinco años es un tiempo considerable ya que en las empresas de Networkmarketing ese es el promedio de trabajo para comenzar a disfrutar de ingresos residuales, así que ten paciencia contigo mismo, recuerda que trabajarás duro al inicio y más horas de las que crees, algo de lo que no hablaré hoy aquí pero sí en los seminarios es la importancia de saber dormir, cosa que es muy importante aprender y con esto me refiero a **“DESCANSAR”**, si alguna vez te ha pasado que duermes mucho pero igual te despiertas cansado más de lo que ya estabas estoy seguro que me comprendes muy bien.

10. MOTIVACIÓN

Júntate con ganadores, gente positiva, lee, estudia y educa tu mente **“reprográmala mentalmente”** para hacerte un ganador, usa técnicas de auto motivación que la necesitarás, te digo esto porque en un inicio me encantaba que me motiven y me di cuenta que es como una droga, no digo que está mal, todos la necesitamos, pero la motivación es como la ducha de todas las mañanas, así que mejor aprende a automotivarte y no esperes a que otro lo haga, personalmente me gusta más enseñar a encontrar un **“PROPÓSITO DE VIDA”**, esto no necesita motivación diaria porque es mucho más fuerte que cualquier cosa.

11. VENDER

Recuerdo que fue muy duro cuando me dijeron esto en la cara, **“Si no sabes vender, ni te atrevas a emprender”**, **“No todo vendedor es empresario, pero todo empresario es buen vendedor”**, yo decía, qué tiene que ver uno con el otro, aquí la explicación. Vender es una habilidad crucial ya que en este mundo todo se vende. Cuando eres niño y quieres un juguete o quieres conseguir algo, haces lo imposible para conseguirlo y le vendes a tus papas la idea de que te tienen que dar lo que estas pidiendo, cuando conversas con un profesor para que te de un punto más, cuando quieres que una chica te compre la idea que serás un buen enamorado, cuando te quieres casar, cuando te quieres divorciar, cuando quieres pedir trabajo, o incluso pedir un aumento, aquí viene lo mejor, cuando quieres conseguir socios de calidad para tu negocio, cuando quieres vender tu idea de negocio o cuando quieres vender tu producto o servicio; hoy la mejor manera de hacerlo es **“vender sin vender”** y te voy a dar un regalo aquí. La gente no sabe por qué toma la decisión de una compra, las decisiones son más emocionales que racionales y compran por tres cosas: por reducir un miedo, por ahorrar energía, o por sentir más placer o confort. En conclusión, preocúpate por aprender a vender.

12. LIDERAZGO

Recuerdo muy bien las palabras de John C. Maxwell en una de sus capacitaciones, liderazgo es **“INFLUENCIA”**. Los líderes arrastran y las personas los siguen, nunca están solos y muchos quieren ayudarlos, el principio de un líder es dar sin pedir nada a cambio y esos son los líderes que de verdad **“PROSPERAN”**, este es un término importante a la hora de emprender, que está dentro de lo que llamo el **“SER”**, Jurgen Clarick dice, este es un fenómeno cuántico sólo preocúpate en dar y verás cómo el universo, Dios, la fuerza o en lo que tú creas te lo va a retribuir, puedo decir personalmente que es muy cierto. Los dos grandes mentores en liderazgo que te puedo recomendar, son John C. Maxwell con sus libros: **Las 21 cualidades indispensables de un líder, Las 21 leyes irrefutables del liderazgo. Desarrolle el líder que está en usted, y así como debes aprender de liderazgo deberás también aprender a formar líderes y este libro te ayudará muchísimo: Desarrolle los líderes que están alrededor de usted.** Otro gran mentor en liderazgo es Tony Robbins quien, por primera vez, estará en Latinoamérica gracias a la corporación multinacional peruana que está haciendo esto posible para que más personas aprendan esta súper habilidad.

Bien, estas son las 12 recomendaciones más importantes que debes conocer antes de ser un emprendedor, me gusta nombrar estas palabras claves necesarias, **“SER” “PENSAR” “HACER”**, fueron las que cultivaron las bases a la hora de conocer el mundo del emprendimiento.

Recuerda que hacer dinero está en tu mente, pero cuando no sabes cómo funciona ahí está el problema, aprender cómo funciona tu mente es vital, hoy por hoy, ya sabemos que el cómplice más importante es el sistema educativo, pero si cada uno de nosotros no hacemos nada por eso también te conviertes en un cómplice más, recuerden que ya estamos en una nueva economía y muchos, por no decir la gran mayoría, aún no lo perciben, una economía donde la información es de todos y no gana el que la tiene, gana aquel que sabe usarla y desarrollarla a través de sus competencias, las cuales, lamentablemente, no te enseñarán en la escuela ni en Harvard University ni en MATS University ni en Kelloggs School of Management; aprender a ser feliz, líder positivo, aprender a manejar tus miedos para que no sean tus enemigos sino más bien tus motivadores.

Muchas veces tu mente es tu enemigo, recomendaciones finales, deja de pensar como empleado, esta es la más importante, empieza a desarrollar tus habi-

lidades, las que no te han enseñado en tu centro educativo, aprende a hacer, aprende a creer en ti, aprende a amar, aprende a dormir, aprende a comer...

Lee, lee, lee, entiende, aprende a leer y cuida lo que lees, los libros cambian la mente y el corazón de la gente; sube tu energía vital, esa que hace que te despiertes y quieras comerte el mundo, trabajemos por todos, olvídate de ti y piensa en los demás, porque si mejoramos el sistema y hay beneficio para el colectivo todos saldremos adelante.

Para la mente es fácil aprender y muy difícil desaprender, desaste de tus paradigmas mentales como: prefiero ser pobre pero feliz, o tal vez te da miedo tener dinero, porque dices ¿y si me secuestran?, o tener dinero no es para todos, prepárate para encontrar un nuevo sentido y lo más importante, abre tu mente para que seas PRÓSPERO, no olvides que ser rico es una cosa y ser próspero es mucho mejor que sólo llenarse los bolsillos con miles de dólares.

INCUBANDO EMPRESAS

Alondra Godoy Llantoy (20131147)

Alumna de la carrera de Ingeniería en gestión empresarial



Alondra Godoy

A inicios de este ciclo, un compañero me comentó sobre un grupo que ya se había consolidado en nuestra querida UNALM, "INCUBAGRARIA", me llamó mucho la atención ya que nunca había oído sobre incubadora de empresas.

Incubagraria es un programa impulsado por el rectorado que se encarga de consolidar ideas de negocio de estudiantes, egresados o profesores para su posterior viabilidad, dotándolas del apoyo necesario en cuanto herramientas técnicas y financieras.

Uno de los objetivos de la incubadora es dar pie a la ejecución del proyecto innovador a través de la búsqueda de fuentes de financiamiento, es aquí donde intervienen los "Angel Investors", empresarios inversores que participan desde la etapa de pre-

incubación para acelerar la consolidación de la idea de negocio, con el propósito de ponerla en marcha mediante inyección de capital a cambio de adquirir un porcentaje de participación en la empresa. Otra fuente de financiamiento potencial son programas impulsados por el estado peruano como, Innova Perú a través de su plataforma "Start Up Perú", una iniciativa liderada por el Ministerio de la Producción que busca fomentar emprendedores innovadores y emprendimientos dinámicos y de alto impacto, que ofrezcan productos y servicios con alto contenido tecnológico, desarraigando ese prototipo de empresa tradicional a uno de mayor valor agregado. En este programa concursan proyectos, con el fin de conseguir el anhelado financiamiento o capital semilla «El monto mínimo que se necesita para implementar la idea de negocio».

Entrevista al Coordinador de Incubagraria – Luighi Flores Herrera

¿Cómo fue el proceso de formación de Incubagraria?

La iniciativa fue por la nueva ley universitaria que exigía que cada universidad debía tener su incubadora de empresas, siguiendo la normativa se creó el estatuto de incubadora de empresas. Con ello, se dio paso a realizar la alianza estratégica con Bioincuba para que puedan brindar capacitaciones del proceso de pre-incubación. Con un modelo de gestión ya en mente Incubagraria lanzó su primera convocatoria el primero de julio del 2016, empezando el programa con 15 emprendimientos y finalizando con 6, que fueron sumados al segundo programa que estamos llevando a cabo.

¿Sabiendo que Incubagraria es una iniciativa impulsada por el Rectorado, cuál es el apoyo financiero directo que brinda para respaldar el programa?

El rectorado nos asigna un presupuesto, que cubre costos para el desarrollo de los talleres, como el contrato de los facilitadores (los encargados de brindar las capacitaciones), las impresiones de los materiales, merchandising, publicidad y más. Nos auspician en premios o algún evento que realicemos, además de facilitarnos auditorios.

¿Cómo protegen la idea de negocio en Incubagraria?

Primero, el trabajo que se desarrolla en una incubadora, para el fomento del emprendimiento, viene desde la etapa de la idea, nosotros nos involucramos con los equipos y no directamente con la idea. Durante el proceso de pre-incubación e incubación nosotros manejamos solamente la información con nuestros emprendedores reclutados y no se comparte hasta que cada equipo maneje un prototipo más sólido y cuente con las herramientas para poder ejecutarlo.

Una idea como cualquier otro negocio puede ser copiado, pero solamente van a sobrevivir los que tengan componentes innovadores y un know how propio que permita que se diferencien cuando salgan al mercado, instrumentos que Incubagraria te inculca a lo largo del programa.

El programa no solo trabaja con estudiantes o profesores de la UNALM, ¿Por qué trabajar con estudiantes de otras universidades dentro de Incubagraria?

El primer punto que tuvimos como incubadora fue desarrollar las características y las habilidades de los estudiantes para que puedan crear empresa. En un principio sólo era conformado por estudiantes de la universidad y en el transcurso nos expandimos a involucrar otro tipo de perfil profesional que aporte al equipo conocimientos que carreras como las que tenemos no nos brinda, por lo tanto, era necesario

sumar otros profesionales de especialidades ajenas a la UNALM que forje equipos multidisciplinarios dentro de la incubadora.

¿Por qué no abrir la posibilidad a que también pueda haber gente externa (no profesional) que postule a la incubadora?

El primer limitante es el tema presupuestal, más del 60% del presupuesto asignado se va en el tema de contratar a los facilitadores, quienes nos cobran por cantidad de estudiantes. La ventaja para los que son de la Universidad es el subsidio que se les brinda, ya que no se les cobra por capacitación como lo hacen otras incubadoras, pero sí evaluamos el contar con emprendimientos de afuera (externos) se les generaría un cobro, por el motivo de no tener cómo saldar la asesoría que se les brindaría.

¿Cómo vez a Incubagraria en cinco años?

Es un proyecto bastante ambicioso no solamente de la incubadora, sino del rector en sí. La UNALM se ha propuesto crear un centro de tecnología e innovación para el agro, donde además albergará al centro estratégico de desarrollo empresarial y emprendimiento (CEDEE) y a la Incubadora de empresas, el cual se ubicará en el terreno que se encuentra al otro lado de la Av. Raúl Ferrero. Incubagraria está dentro del CEDEE así como los centros de producción de la universidad, con el fin de centralizar todos los servicios que brinda, siendo uno de ellos, la incubación de empresas.

Dato: El CEDEE será el nexo entre universidad y empresa en donde las actividades llevadas a cabo involucrarán proyectos desarrollados por alumnos y profesores de la UNALM.

Incubagraria forma parte de una red de siete universidades, cada una con su incubadora, donde promueven eventos que concentren emprendimientos de los estudiantes. Una de las siete universidades que conforman esta red es la Universidad Nacional de Ingeniería. La incubadora tiene convenios con la Universidad de Utah, el Parque Científico Miguel Hernández y la Fundación Wadhvani que les proporciona la capacitación de los mentores y el acceso a inversionistas de nivel mundial.

En la UNI manejan un esquema diferente, ya que ellos se encargan de reclutar startups (un tipo de negocio en formación ligado a la innovación o a la tecnología que tiene proyectado un crecimiento escalonado), por ello cuentan con una incubadora de negocios de base tecnológica "STARTUP UNI".

La StartUp UNI promueve cuatro eventos, Startup Weekend, donde trabajan emprendimientos de base tecnológica para formar startup en tres días, Tech MeetUp UNI, un evento donde cualquier

persona (estudiante, egresado, externo) expone su investigación poniendo énfasis en el factor tecnológico, promoviendo así la investigación, el desarrollo y la innovación. Otro evento es el BMC (Business model competition), exclusivamente para estudiantes de la UNI, donde incuban a los mejores modelos de negocio y logran financiar a los cuatro primeros para que puedan ejecutar su startup. El último evento es el Premio Proyecta UNI, un concurso de investigación donde el estudiante plantea un proyecto que encaje en uno de los 17 objetivos del desarrollo sostenible impulsados por la ONU, pasando a incubar a los más destacados.

Las incubadoras en las universidades tienen el propósito de que sus estudiantes formen empresas, debido a que hoy en día muchos egresados no pueden ejercer su profesión por la falta de espacio en el mercado laboral, entonces, al fomentar más emprendedores y con ello empresas, los estudiantes que logren forjar esto podrán dar trabajo a aquellos que no emprendan, erradicando así el desencuentro entre la oferta académica y la demanda laboral.

¿EN CUÁNTO PUEDES VENDER UN INMUEBLE?

Renzo Matta Amaya (20121180)

Alumno de la carrera de Ingeniería en gestión empresarial



Renzo Matta

En los últimos años, el rubro inmobiliario ha atravesado por diferentes cambios. Sin embargo, antes de indicar quién tiene la razón sobre la actualidad en la industria, hay que definir quiénes participan en estas transacciones. Tenemos de la parte vendedora a propietarios de inmuebles que adquirieron su inmueble sea comprándolo a una constructora, a otra persona natural, por herencia, donación o algún otro medio, todos los mencionados tienen la potestad de fijar el precio que crean conveniente; a la parte compradora y a los intermediarios que incluyen notarías, entidades financieras, abogados, agentes inmobiliarios, entre otros.

Para fijar el precio no siempre se toman en cuenta los mismos datos, el precio real en el que se vende una propiedad lo rige el mercado, gracias a la ley de la oferta y la demanda. Sin embargo, una constructora, por ejemplo, toma en cuenta estadísticas de años pasados, proyección del crecimiento de precios, la rentabilidad esperada, entre otras cosas. La persona que compró y ahora vende puede haber comprado la propiedad con el objetivo de venderla en unos años a mayor precio y obtener una rentabilidad, como puede haberla comprado para vivir pero por algún motivo u otro decide venderla, la percepción de estos

vendedores es que su propiedad vale mucho más de lo que ofrece el mercado. Otros recurren a un perito tasador o a un agente inmobiliario para fijar un precio objetivo. La realidad es que el precio de venta será el máximo que esté dispuesto a pagar el potencial comprador.

En los últimos años, el dólar ha subido varios puntos. Si hacemos un análisis, el precio de los inmuebles, en la mayoría de distritos, ha tenido una caída respecto al 2014, tomando en cuenta el precio en dólares americanos, pero un incremento si lo calculamos en soles. Las obligaciones tributarias de la parte vendedora o de la parte compradora se pagan en soles y los gastos notariales y registrales también.

Si vas a vender o alquilar una propiedad no tomes en cuenta apreciaciones subjetivas o especulaciones, haz un análisis ACM (Análisis Comparativo de Mercado), es decir, compara los precios de las propiedades que se están vendiendo o alquilando, toma en cuenta el precio por metro cuadrado y las características del inmueble.

En Perú no existe una tabla del precio/m² definido o rígido ni por distrito, ni por código postal, ni por algún otro. Tenemos diferentes entidades que indican

precios referenciales como CAPECO, por ejemplo. Entonces, tenemos un mercado en el cual el precio es definido por la especulación, regido por precios referenciales con estándares mínimos y máximos por zona o características. Asimismo, existen más opciones en venta que compradores, lo cual obliga al propietario a tener un precio competitivo.

Asimismo, no vivimos en una burbuja inmobiliaria como muchos compradores piensan. La vivienda es una de las necesidades básicas, así como el vestido,

la comida, etc. El peruano, en promedio, se muda cada seis años, sea porque la casa le queda muy pequeña o muy grande, porque se casa o porque se divorcia, si creció la empresa o se trasladó de ciudad. Los propietarios sienten que piden muy poco por su propiedad y los compradores que los precios están elevados. Lo cierto es que en la actualidad, tanto la parte compradora como la parte propietaria necesitan ser correctamente orientados por un profesional en el rubro.

MARKETING PERSONAL: ¿CÓMO CONSEGUÍ TRABAJO?

Diana Stefany Reyes Arana (20130262)

Alumna de la carrera de Ingeniería en gestión empresarial



Diana Reyes

El desempeño en una entrevista de trabajo es la fase clave que define que pases a la siguiente etapa del proceso de selección y, en consecuencia, a un futuro puesto de trabajo.

Por ello, a la hora de ir a una entrevista laboral, muchas veces se opta por leer artículos con consejos y/o tips acerca de cómo deberíamos comportarnos y qué debemos decir o qué no decir para tener una entrevista exitosa, en opinión propia todo lo leído anteriormente no es suficiente para pasar a la siguiente fase, ni siquiera el CV más completo te puede asegurar pasar esta fase inicial.

Por ello, tras haber ido a numerosas entrevistas y haber realizado algunas investigaciones personales llegué a la conclusión de que los postulantes son como los productos, productos que están a la venta y el cliente, en este caso la empresa, va a comprar (contratar). Esta comparación refleja que al ser producto es de vital importancia darse a conocer y llegar al cliente, esto se logra mediante publicidad y otras herramientas del marketing.

Así es como llegué al concepto de Marketing Personal. ¿Qué es marketing personal? Es una herramienta utilizada para dar a conocer a primera instancia la mayor parte de nuestras habilidades y virtudes a otras personas con el objetivo de auto-promocionarnos.

Entender este concepto parece fácil, pero no sólo se debe conocer su definición, esta debe interiorizarse. ¿Cómo se logra la interiorización? Para mí se logró mediante el desarrollo del auto-conocimiento, conocer las habilidades que se posee y cuáles no para poder desarrollarlas, después de tener esta evaluación propia el siguiente paso que seguí fue desarrollar la auto-confianza, sin confianza en uno mismo, por más que poseamos la mayor cantidad de habilidades y virtudes, estas no se reflejarán para otras personas.

Tras haber logrado la interiorización de este concepto decidí nuevamente presentarme a entrevistas de trabajo, trabajos los cuales quería con la confianza de que podía obtener el puesto que me propusiese. Es así como puedo afirmar que mostrarme segura de mí misma y que las personas que entrevistan noten eso me trajo muchas oportunidades, entre ellas mi actual puesto de trabajo.

Por esta experiencia recomendaría que desarrollemos un buen marketing personal, no sólo para conseguir puestos de trabajo sino para aplicarlo en la vida personal y obtener así todo lo que nos proponemos.



La Red Universitaria Ambiental (RUA) es una red multidisciplinaria que convoca a jóvenes estudiantes de las diversas universidades públicas y privadas a nivel nacional. Involucrándolos en actividades relacionadas a promover el desarrollo sostenible y cumplir un rol protagónico frente a la problemática socioambiental en la zona de influencia de cada miembro. En consecuencia, Forma líderes ambiental y socialmente responsables, con principios humanísticos y preparados para el cambio.

¿DÓNDE LO HACEMOS?

En más de 31 universidades (públicas y privadas) denominados “nodos” y en más de 15 regiones a nivel nacional.

RED UNIVERSITARIA AMBIENTAL NODO UNALM

Desde su constitución en el año 2006, la RUA UNALM ha sentado las bases para el desarrollo de una universidad sostenible en la UNALM, convocando a estudiantes de las 11 especialidades que ofrece nuestra casa de estudios y logrando una visión multidisciplinaria en cada una de nuestras actividades.

¿QUIÉNES SOMOS?/¿QUÉ HACEMOS?

4 EJES DE ACCIÓN

Para lograr nuestros objetivos como organización y formar

verdaderos agentes de cambio, nos basamos en 4 ejes de acción:

- Desarrollo Personal (habilidades blandas).
- Formación Académica (fortalecimiento técnico).
- Investigación y Formulación de Proyectos Multidisciplinarios (soluciones sostenibles).
- Proyección Social (incidencia social).

*Décimo Primer Aniversario del nodo UNALM (05/05/2017)
XVI Encuentro de Universidad y Medio Ambiente (ENUMA)*

*Voluntariado Socioambiental “HAZla por tu playa 2017” –
Chacraymar (Huaral)*

Como antecedente, la RUA UNALM ha formulado el “Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos en la UNALM”, el cual viene ejecutándose por la Oficina de Gestión Ambiental de esta casa de estudios desde el año 2016, contribuyendo en gran manera a tener un campus limpio y ordenado.

rua.nodo.unalm@gmail.com
@rua.unalm.lima

“Más que una organización, somos una familia”

rua.nodo.unalm@gmail.com
@rua.unalm.lima



Universidad Nacional Agraria
La Molina



EPG
Escuela de Posgrado



MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS

REQUISITOS

- Solicitud de admisión y ficha de datos personales según formulario de la EPG.
- Presentar copia legalizada del grado académico o título de nivel universitario, si el grado universitario se encuentra en trámite el postulante ingresará como alumno condicional teniendo plazo, durante el primer semestre para presentar el documento.
- Certificado de estudios universitarios original o copia legalizada.
- Currículo Vitae no documentado.
- Constancia de orden de mérito (opcional).
- Recibo de pago por derechos de inscripción al concurso de admisión.

INSCRIPCIONES TODO EL AÑO

Universidad Nacional Agraria La Molina - Maestría en Agronegocios
(Frente al Centro de Idiomas) Av. La Molina s/n - La Molina

Horario de Atención

Lunes a Viernes 10:00 a.m. a 6:00 p.m.

Teléfono directo: 349-4284 Celular: 97538-9500 RPM: *671610
Central Telefónica: 614-7800 Anexo 331
Correo: milagrosdiaz@lamolina.edu.pe