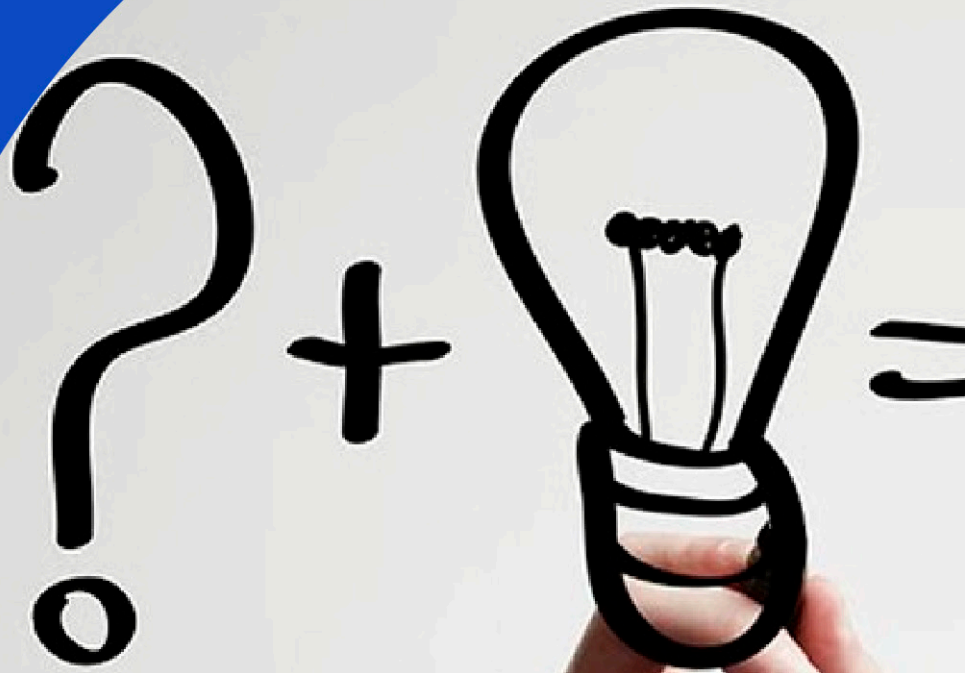


Modalidad Presencial

Coordinadores
Graciela Gallo
Juan Pablo Luna

Whatsapp
11-3894-9682



Diplomatura en Capital Emprendedor e Innovación Estratégica



Más Información:
capacitacion@ean.edu.ar



www.ean.edu.ar

CABA-MARTÍNEZ

DURACIÓN LOCALIZACIÓN

6 meses.
CABA – Av. Córdoba 1690.

MODALIDAD DE DICTADO

Semipresencial.

DESTINATARIOS

Dirigida a emprendedores, empresarios, referentes de organizaciones que impulsan proyectos, tomadores de decisiones en empresas e instituciones, funcionarios, técnicos y profesionales vinculados al desarrollo empresarial y a la innovación, y otros posibles interesados en la temática.

OBJETIVOS

Que los alumnos logren:

- Brindar herramientas metodológicas que permitan a cada estudiante identificar las necesidades específicas de su iniciativa en función del marco general expuesto en términos de proceso emprendedor, de estrategia de capitalización, de desarrollo de clientes y de comunicación.
- Ofrecer soluciones prácticas para optimizar la gestión de las iniciativas, de acuerdo a la fase que estén atravesando.
- Consolidar un espacio de interacción de los cursantes con el ecosistema emprendedor local, favoreciendo el incremento del capital social y networking entre los estudiantes.
- Facilitar la vinculación de los cursantes con certámenes, convocatorias y actividades que puedan potenciar sus iniciativas.

ESTRUCTURA

MÓDULO	CARGA HORARIA	
	Presencial	Virtual
1: EMPRENDER EN ESCENARIOS CAMBIANTES	8	4
2: VALIDACIÓN DE PROYECTOS Y CAPITAL EMPRENDEDOR	8	4
3: INNOVACIÓN ESTRATÉGICA	8	4
4: EMPRESAS DE TRIPLE IMPACTO	8	4
5: INSTRUMENTOS LEGALES E IMPOSITIVOS	8	4
6: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	8	4
7: COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	8	4
8: EXPOSICIÓN DE CASOS Y RONDA DE INVERSORES	8	0
TOTAL: 92hs	64	32

CONTENIDOS MÍNIMOS

MODULO 1: EMPRENDER EN ESCENARIOS CAMBIANTES

Definición de emprendedor y de emprendimiento: evolución del concepto, principales corrientes teóricas y abordajes. Tipología de emprendedores y emprendimientos. Desarrollo local y desarrollo emprendedor. Políticas de desarrollo emprendedor. Oportunidades de negocios. Capitales que intervienen en el proceso emprendedor. Etapas del proceso emprendedor: principales etapas e hitos de cada fase. De la idea al Modelo de Negocios. Emprendimiento como organización temporal. Propuesta de valor. Las alianzas estratégicas. Sistema y ecosistema. Competencia y redes colaborativas. ¿Emprendimiento o empresa?

Actividad 1: Definir estrategias para validar la oportunidad de negocios. Definir el Modelo de Negocios y explicar la propuesta de valor. Identificar al menos tres alianzas estratégicas posibles que lo potencien.

CONTENIDOS MÍNIMOS

MODULO 2: VALIDACIÓN DE PROYECTOS Y CAPITAL EMPRENDEDOR

Tema A: Validación de proyectos y tipologías

Validación y ejecución del Modelo de Negocios. Desarrollo de clientes (*customer development*). *Lean Startup*. Producto Mínimo Viable (MVP). *Lean CANVAS*. Métricas clave: medir para decidir. Emprendimientos dinámicos. Racionalidades efectuar y causal. Análisis de competitividad. Tipos de mercado. Ajuste producto – cliente. Estrategias de acompañamiento institucional de emprendedores. Incubación y aceleración. Riesgos e inversión.

Tema B: Capital Emprendedor

Estrategias de apalancamiento en los capitales que intervienen en el desarrollo emprendedor (4c). Estrategias de financiamiento en las diversas fases del proceso emprendedor. Emprendimientos y capitalización: *Bootstrapping*, 3F, 4F, *Crowdfunding*, *Crowdlending*, Capital de Riesgo, Rondas de Inversión, Financiamiento Convencional. Ley 27.349 de apoyo al Capital Emprendedor. Programas e instituciones especializadas en capital emprendedor: *screening* y mecanismos de selección. Principales modelos de convenios entre inversores y emprendedores. Retorno a través de notas convertibles y equity. *Pitch*, Elevator *Pitch*, *pitch deck*.

Actividad 2 y 3: Ajustar el Modelo de Negocios identificando competencia, mercado y clientes. Analizar posibles alianzas estratégicas que potencien el proyecto. Definir hipótesis y estrategias de testeo (producto mínimo viable). / Identificar capitales disponibles y necesarios. Identificar posibles financiamientos acordes al proyecto.

MODULO 3: INNOVACIÓN ESTRATÉGICA

Innovación en el Modelo de Negocios. Principales modelos: plataforma bi/multilateral, de carnada y anzuelo, y otros. Epicentros de Innovación: de la propuesta de valor, a partir de alianzas estratégicas, innovación financiera. Pensamiento de diseño (*design thinking*). Herramientas ágiles para impulsar la innovación: ruta del usuario, mapa de empatía, relevamiento y observación, prototipado).

CONTENIDOS MÍNIMOS

Actividad 4: Contemplando la innovación en el modelo de negocio, realizar el guion del Pitch y grabar un video de 3'. Compartir con sus compañeros en el Aula virtual. Opine al menos sobre un Pitch subido por los participantes del diploma.

MODULO 4: EMPRESAS DE TRIPLE IMPACTO

Paradigmas de desarrollo y empresariedad. Economía marrón, verde y azul. Indicadores. Empresas de triple impacto. Dimensiones: económica, social y ambiental. CANVAS B. Ecosistema de impacto. Certificaciones de sustentabilidad: *Fairtrade* (Comercio Justo), *Orgánico*, *Wildlife Friendly*, *Cruelty Free*, *Leed*, y *otras*. Alcances y límites de las certificaciones parciales. Empresa B. Movimiento B y Comunidades B. La estrategia de beneficio e interés colectivo como un abordaje integral del impacto. Impacto y competitividad. Impacto y comunicación.

Actividad 5: Definir una estrategia aplicable para indagar en profundidad al cliente y modificar el producto/negocio en función del aprendizaje obtenido. Identificar y fundamentar posibles variables del negocio que apliquen a los criterios de estas certificaciones como agregado de valor.

MÓDULO 5: INSTRUMENTOS LEGALES E IMPOSITIVOS

Instrumentos jurídicos e incentivos fiscales. Regulación del financiamiento colectivo. Instrumentos de promoción de la Ley PYME (Nro. 27.264). Ley de Empresas de Beneficios e Interés Colectivo (BIC). Figuras jurídicas para emprendimientos. Las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS) instituidas por la Ley N°27.349. Registro de Marcas, Protección de la propiedad intelectual y Patentes.

Actividad 6: Definir y fundamentar la elección de la figura jurídica acorde a su emprendimiento.

MÓDULO 6: FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Proyección estratégica. Plan de Negocio. Escenarios. Informe de factibilidad impacto. Cálculo de la inversión inicial. Proyección de ingresos y gastos. Fijación de precios. Previsión de ventas y costos. Punto de equilibrio. Ventanillas de financiamiento y formularios. Criterios internos y externos de evaluación.

Actividad 7: 1er Entrega del Trabajo Final Integrador.

CONTENIDOS MÍNIMOS

MÓDULO 7: COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Habilidades comunicacionales. La comunicación y la intención. El mensaje según el público. Estrategias de convencimiento. La empatía. Los canales comunicacionales. Las Redes sociales y otros entornos digitales. Manejo de la queja y de las ponderaciones. Vender con imágenes. La marca. Marketing de contenidos. *Networking*. Formatos comunicacionales ágiles. Coherencia e incoherencia. *E- Commerce* y Marketing digital. El Plan de Comunicación.

Actividad 8: Diseñe un plan de comunicación a corto y mediano plazo. Genere 5 ideas para piezas comunicacionales y defina el público objetivo y el canal para cada una de ellas.

MODULO 8: EXPOSICIÓN DE CASOS Y RONDA DE INVERSORES

Jornada 1: Exposición de casos ante un jurado experto en la modalidad *Pitch*, integrando las distintas instancias de TP de la Diplomatura. Para la exposición se habrá entregado previamente el TPF.

Jornada 2: Ronda de inversores. Ejercicios de negociación, validación y ajustes de sus proyectos.

METODOLOGÍA

La propuesta pedagógica de la Diplomatura asume un paradigma constructivista y de aprendizaje significativo. Los contenidos conceptuales se dispondrán en base a las trayectorias previas y proyecciones de los participantes, y se administrarán en función de las problemáticas y desafíos que enfrenten en su camino empresarial.

A tal efecto, se realizarán prácticas de simulación, análisis y discusión sobre casos reales, desarrollo de un plan de negocios, ejercicios para la utilización de herramientas de innovación y empresariales.

Al finalizar cada módulo, los alumnos aplicarán los contenidos aprendidos a su proyecto y lo seguirá con un tutor en el aula virtual y en comunicación directa. Esto permitirá armar el Plan de Negocios y el Video Pitch en el transcurso de la formación, para llegar con éxito a su presentación final en el Encuentro 8.

Como recursos didácticos se utilizarán:

- Guías de aprendizaje.
- Videos tutoriales.
- Revisiones cruzadas.
- Estrategias de diseños centrados en los clientes.
- Herramientas ágiles de validación.

EVALUACIÓN

La acreditación de la Diplomatura requiere, además de la aprobación de todos los módulos con un APROBADO y una asistencia a clases igual o superior al 70%, la presentación y aprobación de un Trabajo Final Integrador.

BIBLIOGRAFÍA

- Kantis, H., Angelelli, P., Moori Koenig, V. (2004) *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington.
- Kantis, H., Federico, J., Ibarra García, S. (2014 a 2017) *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico. América Latina: avances y retrocesos en perspectiva. Resumen*, UNGS-PRODEM.
- Kantis, H., Drucaroff, S. (2011) *Corriendo Fronteras para crear y potenciar empresas*, Granica, Buenos Aires.
- Kantis, H. (2008) *Aportes para el diseño de Políticas Integrales de Desarrollo Emprendedor en América Latina*, División CyT BID.
- Luna, J.P., Gallo, G. (2018) *Incremental, una visita guiada al mundo emprendedor*. Ed. Teseo, Escuela Argentina de Negocios, Buenos Aires.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G.; Smith, A. (2015) *Diseñando la propuesta de valor. Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*, Ed. Deusto, Barcelona.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011) *Generación de Modelos de Negocio*, Ed. Deusto, Barcelona.
- Veciana, J.M. (2005) *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*, La Caixa, Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA

Ampliatoria:

- Blank, S., Dorf, B. (2012) *The Startup Owner's Manual*, K&S Ranch.
- Isenberg, D. (2011) *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
- Isenberg, D. (2013) *Worthless, Impossible and Stupid. How contrarian entrepreneurs create and capture extraordinary value*, Harvard Business Review Press, Boston.
- Jóvenes Emprendedores Rurales (2015) *Guía de Acceso a Recursos*, SAGPyA.
- Ries, E. (2011), *The Lean Startup. How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, Crown Business, New York, 2011.
- Kantis, H. (2005) *Emprendedores de origen humilde: ¿cómo incide la estructura social en la creación de empresas en América Latina?*, UNGS.
- Sarasvathy, S. (2008) *Effectuation. Elements of Entrepreneurial Expertise*, University of Virginia, Edward Elgar Publishing, Massachusetts.
- Sarasvathy, S. (2001) *What makes entrepreneurs entrepreneurial?* University of Virginia.
- Shapero, A. (1984) *The Entrepreneurial Event*, en Kent C. A. (ed.) *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington Books, Lexington Mass.
- Verheul, I., Wenneker, S., Audresch, D. y Thurik, R. (2001) *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*, Tinbergen Institute, Amsterdam.
- Wood, M., y McKinley, W. (2010) *The Production of Entrepreneurial Opportunity: una perspectiva constructivista*, Wiley InterScience. Disponible en www.interscience.wiley.com
- World Economic Forum 2014, *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Early-Stage Company Growth Dynamics*, Geneva, Switzerland.

RESPONSABLES

Graciela Inés Gallo y Juan Pablo Luna.



Localización Centro: Av. Córdoba 1690 Capital Federal
Localización Norte: Av. Santa Fe 2162 Martínez
www.ean.edu.ar