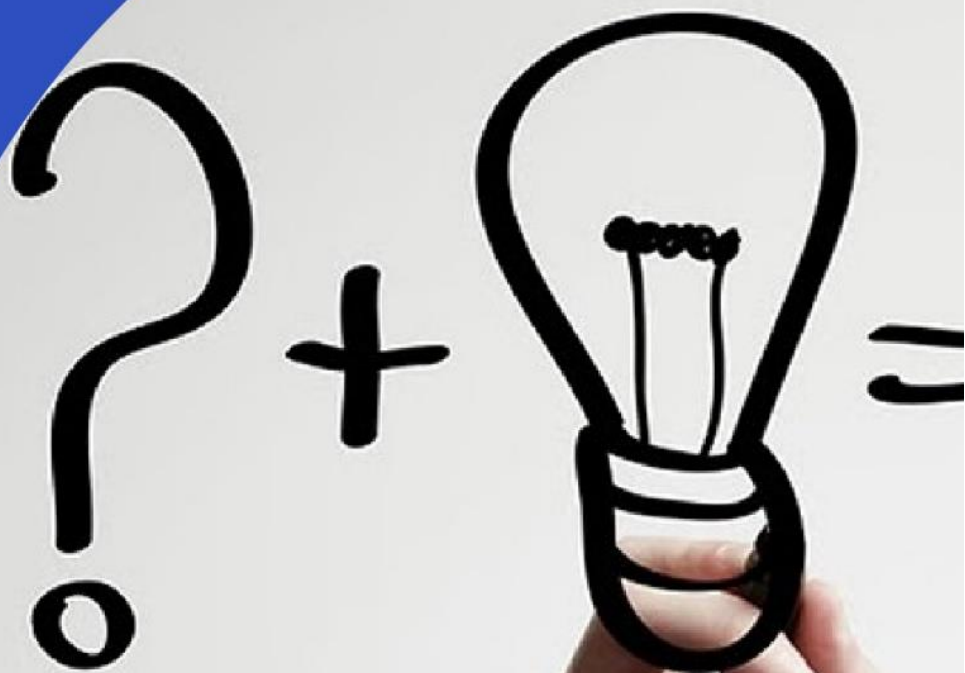


Modalidad Presencial

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

92 Hs en 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:

- 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.

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?

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*.

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

MODULO 4: EMPRESAS DE TRIPLE IMPACTO

Paradigmas de desarrollo y empresarialidad. 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.

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.

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.

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.

MODULO 8: HABILIDADES COMUNICACIONALES Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

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

Se podrá optar entre dos alternativas:

- Realización de un proyecto de mejora aplicado a la empresa u organización, partiendo de la definición de un problema, diagnóstico de las causas, determinación de un plan de solución, cronograma de implementación, análisis de costos, inversiones y conclusiones,
- Análisis de un caso problematizado del pasado, definición de un problema, diagnóstico de las causas que provocaron el desenlace, identificación de las principales consecuencias y sus costos.

RESPONSABLES

Lic. 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