



Ministerio de Producción y Trabajo
Presidencia de la Nación

2019

OFERTA DE CAPACITACIÓN

ACADEMIA ARGENTINA EMPRENDE



Taller de Desarrollo de ideas y detección de oportunidades

Eje central y objetivos

Es un taller que tiene como principal objetivo que los futuros emprendedores identifiquen ideas que puedan convertirse en oportunidades. Durante el taller se presentan fuentes de ideas que se pueden reconocer en situaciones cotidianas, para luego evaluar si realmente son o no oportunidades.

Temas a desarrollar

- Conceptos básicos de emprender
- ¿Qué es una idea de negocios? Atributos
- ¿Cómo generar ideas de negocios?
- Fuentes de ideas
- Validación del problema/necesidad
- ¿Qué es una oportunidad?
- Criterios de evaluación de oportunidades
- Modelo de negocios inicial (Lean Canvas)

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Ideación

Público destinatario

Potenciales emprendedores individuales o en equipo con voluntad de emprender y que tengan una idea de negocios sin evaluar o todavía no hayan identificado la oportunidad para hacerlo.

Duración

2 encuentros, 4 hs. c/u

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de detección de oportunidades de negocios (excluyente).

Se valorará positivamente que también haya dictado talleres y/o cursos de modelos de negocios o lo haya utilizado en su práctica profesional.

Curso de Pre Incubación

Eje central y objetivos

El curso de preincubación está orientado a emprendedores que ya identificaron una oportunidad e imaginan un modelo de negocio. Brinda los elementos de validación y, en caso de ser necesario, los instrumentos para introducir los cambios que permitan poner en marcha una empresa sólida.

Los objetivos de este curso son:

- La validación y diseño del modelo de negocios.
- La estimación de los recursos necesarios para la puesta en marcha y la identificación de las fuentes para obtenerlos.

Este curso va requerir la participación de una dupla de formadores:

- a) El docente a cargo del dictado de las clases
- b) El tutor que asegure el cumplimiento de las actividades por parte de los participantes entre clases.

Temas a desarrollar

- Innovación continua; Modelo de desarrollo de cliente; Lean Canvas;
- Segmento de clientes, problema, solución y propuesta de valor; Estimación y Análisis de Mercado;
- Validación de la solución; prototipos
- Estrategia comercial; canales; Ingresos, Egresos; Métricas del Modelo de Negocio: Ventaja competitiva; Equipo; Alianzas; Impacto Territorial y Social.
- Proceso Productivo, Plan de Inversión y Flujo de Fondos; Tips para un video pitch efectivo.
- Integración del trabajo realizado; Pitch final de cada equipo emprendedor.

Tipo de actividad

Curso - Teórico - Práctico

Estadío

Gestación

Público destinatario

Emprendedores con idea de producto y modelo de negocios inicial

Duración

6 encuentros, 4 hs. c/u

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 20 y 30 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de diseño de modelos de negocios con metodología lean o similar. En actividades docentes o profesionales se espera que haya trabajado en la confección de flujos de fondos, planes de inversión y/o planes de negocios.

Se valorará positivamente que también haya trabajado el tema de presentaciones de negocios en nuevas empresas.

Competencias del tutor

Contar con experiencia profesional en el diseño de modelos de negocios con metodología lean o similar, confección de flujos de fondos, planes de inversión y/o planes de negocios.

Se valorará positivamente que también haya trabajado el tema de presentaciones de negocios en nuevas empresas.

Taller Marketing para tu emprendimiento

Eje central y objetivos

Es un taller en el que se presentarán las variables principales del marketing estratégico y operativo (producto, precio, canales de distribución y comunicación), de modo tal que el emprendedor pueda mejorar su modelo de negocios o al menos pensar alternativas sobre los aspectos comerciales.

Se espera que los participantes al finalizar el taller puedan mejorar los aspectos comerciales de su modelo de negocios.

Temas a desarrollar

- Comportamiento y roles de los consumidores: las necesidades y los deseos de los diferentes segmentos del mercado, bases para la segmentación del mercado y características del segmento.
- Análisis competitivo de estrategias comerciales.
- Posicionamiento de productos y/o servicios en el mercado.
- Política de Productos: concepto, valoración y cartera de productos.
- Estrategia o política de fijación de precios: concepto, distinción entre valor y precio.
- Concepto y estrategia de comunicación.
- Distribución y logística: concepto y elección del canal.
- Diseño de estrategias de comercialización efectiva.

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Gestación (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con modelo de negocios desarrollado (sin ventas) o con ventas incipientes.

Duración

1 encuentro, 3 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Ser especialista en temas comerciales en empresa, y haber dictado talleres y/o cursos de estrategias de marketing.

Se valorará positivamente que también haya trabajado profesionalmente como consultor o como emprendedor en empresas en formación y/o jóvenes.

Taller Desarrollo de capital social y obtención de recursos

Eje central y objetivos

El taller brinda elementos para que los participantes identifiquen la importancia que tiene el desarrollo de su capital social en la creación y sustentabilidad de sus empresas. A partir de eso, mediante distintas actividades, se busca que el emprendedor evalúe su capital social y puedan planificar estratégicamente cómo hacerlo crecer y utilizarlo en su empresa.

Temas a desarrollar

- Qué es el capital social
- Características de las redes de relaciones personales
- La utilidad de las redes en la obtención de recursos según la etapa de la empresa
- Diagnóstico de las redes personales de los participantes
- Estrategia de desarrollo de redes

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Gestación (complementario)

En marcha (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con modelo de negocios desarrollado (sin ventas) o con ventas incipientes.

Duración

1 encuentro, 3 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de desarrollo de redes y/o networking, y tenga formación relacionada al tema en relación a la empresas jóvenes y/o en formación.

Se valorará positivamente que también haya trabajado profesionalmente asesorando emprendedores en tareas relacionadas con la construcción de sus redes personales.

Taller Modelo de Negocios en empresas de triple impacto

Eje central y objetivos

El taller brinda los elementos para que el emprendedor identifique los aspectos positivos de la creación de empresas que tengan, además del impacto económico, impacto social y ambiental. Durante el taller aprenderán a identificar qué mejoras pueden hacer en el modelo de negocios de sus empresas para convertirlas en empresas de triple impacto.

El objetivo principal del taller es que los emprendedores conozcan las herramientas estratégicas para orientar sus negocios y empresas al triple impacto y adquirir herramientas de desarrollo y planeamiento de negocios con propósito social y ambiental.

Temas a desarrollar

- ¿Qué es el Triple Impacto? Exploración de los Modelos de Negocios con Propósito. Creación y gestión.
- Estrategias de circularidad para generar impacto positivo en el ambiente.
- Transformación de empresas tradicionales en empresas de triple impacto.
- Principales actores de un ecosistema de negocios de triple impacto.
- Herramientas de gestión del cambio cultural, medición y evaluación de impacto.
- Economía Circular concepto. Ejemplos de Economía circular en Argentina.
- Empresas Sociales Concepto. Temas legales y certificaciones a considerar. Ejemplos de Empresas Sociales.
- Aproximación a diferentes fuentes de financiación de las empresas de triple impacto.

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Gestación (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con modelo de negocios desarrollado (sin ventas) o con ventas incipientes.

Duración

1 encuentro, 3 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Ser especialista en temas de empresas de triple impacto, y haber dictado talleres y/o cursos en esta temática. Se valorará positivamente que también haya trabajado profesionalmente como consultor o como emprendedor en empresas de triple impacto, economía circular y que cuente con formación en ciencias ambientales.

Taller Estimación de costos y fijación de precios

Eje central y objetivos

El taller brinda herramientas a los emprendedores para identificar los aspectos necesarios al momento de realizar el cálculo de los costos de un producto o servicio.

La estrategia de precios va a ser fundamental para asegurar la sustentabilidad del negocio. Para determinar el precio de venta de un producto/servicio se tendrán en cuenta diferentes variables, además de contemplar la rentabilidad esperada para el crecimiento del negocio.

Temas a desarrollar

- Costo, precio y valor del producto/servicio.
- Tipos de costos. Determinación y cálculo.
- Elasticidad de la demanda. Punto de equilibrio.
- Métodos de fijación de precios: basados en costo, demanda o competencia.
- Estrategias de precios: de penetración, del precio promedio, del precio alto, etc.

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Gestación (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con modelo de negocios desarrollado (sin ventas) o con ventas incipientes.

Duración

1 encuentro, 4 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

Entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Tener formación terciaria/universitaria en ciencias económicas y haber dictado talleres y/o cursos de cálculo de costos y determinación de precio.

Se valorará positivamente que también cuente con experiencia profesional en la temática.

Curso de Desarrollo Comercial

Eje central y objetivos

El curso está diseñado para mejorar los procesos de ventas de emprendimientos en marcha, buscando la definición de un proceso que permita la escalabilidad y facilite el crecimiento de la empresa.

Temas a desarrollar

- Prospectos y clientes ideales
- Medición de formatos de ventas
- Tasa de conversión y valor residual de un cliente
- Diseñar el plan de implementación
- La fijación del mejor precio para un producto
- Diseño e implementación de un plan de ventas
- Medición y ajustes del plan de ventas
- Funciones del responsable comercial
- Cómo gestionar y sinergizar un plan de ventas y un plan de marketing para el mejor retorno en la empresa

Tipo de actividad

Curso - Teórico - Práctico

Estadío

En marcha

Público destinatario

Emprendedores con proyectos en marcha, con ventas incipientes o recurrentes.

Duración

4 encuentros, 4 hs. c/u.

Cantidad de asistentes (ideal)

15 personas

Competencias del formador

Contar con experiencia docente y profesional en el diseño e implementación de planes de estrategias comerciales y de ventas para el crecimiento.

Taller Negociación

Eje central y objetivos

El taller brinda herramientas a los emprendedores para la planificación de negociaciones con las personas y organizaciones con las que necesitan interactuar, en especial proveedores y clientes. Durante el encuentro se espera que identifiquen qué tipo de negociador son, y qué otros tipos podrían ser. También se busca desarrollar competencias tales como la escucha activa, y la capacidad de generar alternativas estratégicas. Se desarrollan las habilidades necesarias para liderar y gestionar los conflictos eficazmente, a través de negociaciones efectivas.

Temas a desarrollar

- Negociación método harvard - Posiciones vs intereses.
- Tipos de negociación. Procesos de la negociación. Negociación efectiva.
- Estilos de negociación. Pasos para una negociación exitosa.
- Autodiagnóstico, ¿Qué tipo de negociador soy?
- Escucha activa.
- Etapas de la negociación.- Recursos para el análisis situacional. ¿Como generar alternativas estratégicas?
- Dinámica y puesta en práctica de lo aprendido en el contexto organizacional y comercial.

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

En marcha (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con proyectos en marcha, con ventas incipientes o recurrentes.

Duración

1 encuentro, 4 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de negociación orientado a empresas y tener formación relacionada al tema. Se valorará positivamente que también haya trabajado profesionalmente asesorando emprendedores en procesos de negociación.

Taller Técnicas de Ventas

Eje central y objetivos

El taller brinda las técnicas para acercar clientes y manejar el proceso de ventas de diferentes tipos de emprendimientos. Las ventas constituyen un proceso que involucra muchos momentos de contacto de los clientes y la comunidad con nuestro emprendimiento. Además, son una oportunidad de retroalimentarnos de información y generar un posicionamiento favorable que derive en más ventas y mejores transacciones.

Temas a desarrollar

- Competencias del vendedor
- Tipos de ventas
- El cliente y su satisfacción
- Tipos de clientes
- El trato al cliente y su satisfacción
- La presentación y el desarrollo de argumentos de venta
- Los temores del cliente y el manejo de objeciones
- Cierre de ventas

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

En marcha (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con proyectos en marcha, con ventas incipientes o recurrentes.

Duración

1 encuentro, 3 hs

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres de formación de vendedores y contar con experiencia profesional en ventas de productos y servicios.

Taller de E-Commerce

Eje central y objetivos

El taller busca brindar las herramientas necesarias para comprender cuáles son las claves de las ventas online, para poder encontrar oportunidades de negocio en esta técnica

Además busca lograr que los participantes, al terminar el encuentro, cuenten con la información necesaria a la hora de identificar las diferentes plataformas disponibles para el despliegue de proyectos de Comercio Electrónico.

Temas a desarrollar

- Flujo de ecommerce
- Proceso de compra y Logística
- Plataformas y Medios de pago
- Métricas (KPIs y herramientas y plataformas de análisis y medición)

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Emprendimiento en marcha

Público destinatario

Emprendedores y Pequeñas empresas que ya están en marcha, que pueden definir su cartera de productos/servicios y que tienen definido el tipo de cliente al que orientan su oferta.

Duración

1 encuentro de 4 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

Entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de Ecommerce.

Se valorará positivamente la experiencia en gestión de canales online y el conocimiento de herramientas tales como Marketplaces, Herramientas enlatadas como: Mercado Shop, Shopify, Tienda Nube.

Taller Marketing Digital

Eje central y objetivos

El taller busca brindar las herramientas para que los asistentes puedan optimizar campañas para alcanzar mejor los objetivos planteados para el negocio (como el de generar más ventas), a partir de entender la importancia de desarrollar contenido relevante en base a la marca y el perfil de la audiencia (cliente objetivo)

Temas a desarrollar

- Introducción al Marketing Digital: marca, comportamiento del consumidor digital.
- Estrategias Digitales: tipos de campaña, tráfico, posición online
- Social Media: las diferentes redes sociales y sus características. Estrategias de contenidos. Herramientas de moderación y estadísticas

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

Emprendimiento en marcha

Público destinatario

Emprendedores y Pequeñas empresas que ya están en marcha, que pueden definir su cartera de productos/servicios y que tienen definido el tipo de cliente al que orientar su oferta.

Duración

1 encuentro de 4 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

Entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de Marketing Digital

Se valorará positivamente la experiencia en gestión de campañas de Social Media, conocimiento de Facebook Ads: Business Manager + Content Marketing + Community Management.

Taller Trabajo en equipo

Eje central y objetivos

El taller busca ayudar al emprendedor a identificar los roles, competencias necesarias para armar su equipo emprendedor ideal para las fases iniciales del emprendimiento, brindando herramientas para evaluar al equipo emprendedor existente y pensar en incorporaciones en caso de ser necesarias.

Temas a desarrollar

- La importancia de emprender en equipo
- El desarrollo de un equipo mínimo viable. competencias claves necesarias.
- Las 5 "C" del trabajo en equipo: complementariedad, compromiso, confianza, comunicación y coordinación.
- Equipo mínimo viable: tamaño, roles y personalidades del equipo.
- El equipo ampliado: más allá de los socios
- La autocrítica como herramienta para retroalimentar y mejorar los equipos de trabajo

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

En marcha (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con proyectos en marcha, con ventas incipientes o recurrentes.

Duración

1 encuentro, 3 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

entre 30 y 50 personas

Competencias del formador

Haber dictado talleres de formación de trabajo en equipo, construcción de equipos de trabajo o similares.

Taller Financiamiento en la expansión

Eje central y objetivos

El taller brinda herramientas a emprendedores dinámicos para comprender las perspectivas de la incorporación de fondos de inversores privados (aceleradoras, inversores ángeles y fondos de capital emprendedor a sus empresas). El taller le permite al equipo emprendedor evaluar en qué medida está preparado para recibir inversión (*investment readiness*).

Temas a desarrollar

- Diferentes tipos de financiamiento
- Diferentes tipos de inversores (aceleradoras, inversores ángeles y fondos de capital emprendedor a sus empresas). Características. Tipos de intereses.
- El proceso de inversión
- Inversiones escalonadas
- La importancia de la Valuación
- Due diligence (auditoría de venta)
- Contratos de inversión
- Qué tienen que tener una empresas para ser invertida.

Tipo de actividad

Taller-Teórico-práctico

Estadío

En marcha (complementario)

Público destinatario

Emprendedores con empresas de alto potencial de crecimiento.

Duración

1 encuentro, 3 hs. + 1 h. de visita de inversor

Cantidad de asistentes (ideal)

Al menos 15 asistentes

Competencias del formador

Haber dictado talleres y/o cursos de formación en financiamiento. Se valorará positivamente contar con experiencia profesional en asesoramiento en finanzas a bancos, empresas y tener formación en ciencias económicas.

Taller La exportación como nueva oportunidad

Eje central y objetivos

El taller tiene por objetivo principal motivar a los empresarios PyME a encontrar oportunidades de negocio en mercados internacionales. La charla contempla, además, un espacio de 30 minutos para la moderación de un panel de casos de empresarios exportadores (idealmente 2) que puedan servir de inspiración al contar cómo desarrollaron su potencial exportador.

Temas a desarrollar

- El proceso comercial de la exportación (primeros pasos)
- Definición del destino
- Proceso comercial de la exportación
- Métodos de investigación
- Mi oferta exportable PPPP (marketing exportador)
- Canales
- Competencia
- Circuito de cierre de ventas
- Moderación de panel con casos de éxito locales

Tipo de actividad

Sensibilización

Estadío

Motivación

Público destinatario

Gerentes comerciales o empresarios MiPyME que nunca exportaron o lo realizaron en forma no sistemática.

Duración

1 encuentro, 2 hs

Cantidad de asistentes (ideal)

40 personas

Competencias del formador

Tener formación terciaria/universitaria en comercio exterior y haber dictado talleres y/o cursos a emprendedores/empresarios en la temática (marcado enfoque práctico, con mirada integral del negocio). Se valorará positivamente que también cuente con experiencia profesional en la temática.

Curso para la exportación de bienes

Eje central y objetivos

El curso para la exportación de bienes tiene como objetivo principal conocer las tareas fundamentales que deberá desarrollar la empresa para comenzar a exportar (de manera no esporádica). Para eso se trabajará en el análisis de todo el proceso comercial desde la creación de la oferta exportable hasta el cierre de ventas, cobro de la operación y aspectos tributarios a tener en cuenta.

Temas a desarrollar

- Cálculo del precio de exportación y políticas de precios de exportación
- Promoción de las exportaciones
- La importancia del transporte y los tipos de transporte
- Círculo de cierre de ventas
- Los documentos de la exportación
- Los actores relevantes
- Seguros, medios de pago y fletes

Tipo de actividad

Curso - Teórico - Práctico

Estadío

En marcha

Público destinatario

Gerentes comerciales o empresarios MiPyME que nunca exportaron, o lo realizaron en forma no sistemática.

Duración

3 encuentros, 4 hs. c/u.

Cantidad de asistentes (ideal)

30 personas

Competencias del formador

Tener formación terciaria/universitaria en comercio exterior y haber dictado talleres y/o cursos a emprendedores/empresarios en la temática (marcado enfoque práctico, con mirada integral del negocio).

Se valorará positivamente que también cuente con experiencia profesional en la temática.

Curso para la exportación de servicios

Eje central y objetivos

Los servicios basados en el conocimiento (SBC) han sido uno de los sectores más dinámicos del comercio mundial durante las últimas décadas. Argentina no ha escapado a esa tendencia y este sector se encuentra entre los cuatro primeros rubros de exportación.

Sin embargo, la mayor parte de las firmas de SBC son micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) o profesionales independientes que enfrentan diversas dificultades para exportar.

El curso para la exportación de servicios tiene como objetivo proporcionar herramientas conceptuales y prácticas para iniciar y desarrollar la inserción internacional de emprendedores y MIPYMES.

Temas a desarrollar

- Contexto nacional e internacional sobre el comercio de SBC. Principales tendencias y factores de explicación
- Herramientas para la promoción del sector
- Primeros pasos para la internacionalización de empresas de SBC
- Aspectos jurídicos, tributarios y cambiarios de la exportación de SBC
- Plan de marketing para la exportación de SBC
- Moderación de panel con casos de éxito locales

Tipo de actividad

Curso - Teórico - Práctico

Estadío

En marcha

Público destinatario

Emprendedores y gerentes comerciales o empresarios MiPyME que nunca exportaron, o lo realizaron en forma no sistemática.

Duración

3 encuentros, 4 hs. c/u.

Cantidad de asistentes (ideal)

30 personas

Competencias del formador

Tener formación terciaria/universitaria en comercio exterior y haber dictado talleres y/o cursos a emprendedores/empresarios en la temática (marcado enfoque práctico, con mirada integral del negocio). Se valorará positivamente que también cuente con experiencia profesional en la temática.

Taller Los beneficios de Asociarse

Eje central y objetivos

Es un taller que tiene por objetivo principal motivar a los empresarios PyME a encontrar oportunidades de asociarse para ganar competitividad en algún aspecto de las operaciones de sus empresas.

Temas a desarrollar

- Conceptos teóricos básicos sobre asociatividad y desarrollo económico local
- Los beneficios de asociarse
- Los diversos esquemas asociativos y las distintas formas jurídicas

Tipo de actividad

Sensibilización - Práctico

Estadío

Motivación

Público destinatario

Empresarios o productores (que no necesariamente deben coincidir en el rubro/sector. Es posible que se conformen, por ejemplo, tres grupos de 5 empresarios -cada grupo de una actividad diferente- o que sean de diferentes actividades pero de una misma cadena de valor).

Duración

1 encuentro, 4 hs.

Cantidad de asistentes (ideal)

15 personas

Competencias del formador

Contar con experiencia de trabajo en procesos de incubación y/o acompañamiento a grupos asociativos.

Se valorará positivamente formación en la temática de economía social.

Curso de Asociatividad

Eje central y objetivos

Este curso tiene como objetivos fundamentales contribuir a mejorar el posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas a través de la asociatividad, fortalecer el ecosistema productivo local y promover la competitividad a través de redes institucionales en vinculación con el sector productivo.

Para ello, se trabajará en el desarrollo de estrategias de colaboración, el diagnóstico de esa posibilidad, y la conformación de un plan de acción en pos del armado de clusters locales.

Temas a desarrollar

- Competitividad y estrategia empresarial: empresa, sector y el territorio.
- Competitividad y productividad.
- Metodología para la identificación de objetivos.
- Herramientas para el diseño de un Modelo de Negocios del esquema asociativo.
- Metodología de abordaje para la elaboración de un "plan de acción" del esquema asociativo.
- Elementos de la planificación estratégica.
- Diseño del plan de acción

Tipo de actividad

Curso - Teórico - Práctico

Estadío

Gestación/en marcha

Público destinatario

Empresarios que estén por conformar un cluster local.

Duración

2 encuentros, 4 hs. c/u.

Cantidad de asistentes (ideal)

10 personas

Competencias del formador

Contar con experiencia de trabajo en procesos de incubación y/o acompañamiento a grupos asociativos.

Se valorará positivamente formación en la temática de economía social.