



ITINERARIO FORMATIVO TRANSVERSAL 1: CÓMO EMPRENDER CON ÉXITO (182 HORAS)

1.- MATERIA LEGAL (18 HORAS)

- Derecho societario: constitución de la sociedad (2h).
- Responsabilidad de los administradores de una compañía (2h).
- Importancia del pacto de socios (2h).
- Legalidad del modelo de negocio (2h).
- Derecho digital web (cookies, aviso legal, términos y condiciones,) (4h).
- LOPD: gestión de los datos de clientes/usuarios (2h).
- Propiedad intelectual e industrial (2h).
- Cap table (4h).

2.- EQUIPO Y GESTIÓN RRHH (12 HORAS)

- Responsabilidades. Implicación. Compromiso. (2h).
- Roles en la Startup: CEO-CTO_CMO_COO_... (2h).
- Propiedad vs ejecución. (2h).
- Gestión de RRHH: cultura empresarial. (2h).
- Gestión de RRHH: conflictos y bloqueos. (2h).
- Formas de retención del talento (vesting, phantom shares....).(2h).

3.- MATERIA DE FINANZAS (15 HORAS)

Estructura base de un plan financiero. (2h).

Gestionar la tesorería a corto, medio y largo plazo. (2h).

Gestión financiera vs contable. (2h).

Cómo hacer previsiones financieras (escenarios).

Pedir dinero: cuándo, a cambio de qué y para qué. (2h).

Fuentes de financiación públicas y privadas existentes en el mercado. (3h).

Técnicas de valoración de la compañía. (2h).

4.- GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA (8 HORAS)

Base tecnológica del modelo de negocio. (2h)

Tecnología como parte del equipo vs subcontratarla. (2h)

La importancia de tener una estrategia tecnológica a medida que crece la empresa. (2h)

Donde encontrar talento de base tecnológica. (2h)

5.-OPERACIONES (11 HORAS)

Introducción a las metodologías ágiles. (3h)

Implantación de lean Startup en mi empresa. (3h)

Design thinking. (2h)

Herramientas de productividad para una adecuada gestión de las tareas (slack, Trello, asana, Base camp....). (3h)

6.- VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO (27 HORAS)

Entorno, tendencias y competencia. (3h)
Segmentación de clientes. (3h)
Propuesta de valor. (3h)
Generación de modelos de negocio y patrones. (3h)
Diseño de experimentos y proceso de validación. (3h)
Prototipado y producto mínimo viable. (3h)
Métricas y contabilidad de la innovación. (3h)
Diseño de la experiencia de cliente. (3h)
Diseño de servicios. (3h)

7.- COMUNICACIÓN (16 HORAS)

Marca e imagen corporativa. (2h)
Comunicación persuasiva: elevator pitch. (3h)
Plan de comunicación. (3h)
Comunicación offline: notas de prensa, panfleto, cuñas de radio, soportes físicos, merchandising, (2h)
Comunicación online: visibilidad web. (2h)
Plan de contenidos por canales de comunicación. (2h)
Perfiles profesionales en RRSS. (2h)

8.- MARKETING (19 HORAS)

SEO. Optimización de buscadores. (2h)

Creación de comunidad. (2h)

Métricas. Establecimiento de indicadores de negocio. (3h)

Analítica web. (2h)

Campañas en RRSS. (2h)

Sistemas de reporte. Cuadros de mando. (2h)

Coste de adquisición de usuarios. Optimización. (2h)

Entrada masiva en el mercado. (2h)

Detección de nuevas oportunidades: nuevos productos, servicios o mercados. (2h)

9.- VENTAS (26 HORAS)

B2B/B2C (y sus variantes: B2B2C, B2G). (2h)

Canales de venta. (2h)

Estrategia de precios. (3h)

Pilotos comerciales. (2h)

Ofertas comerciales. (2h)

Distribución directa vs distribución indirecta. (2h)

Contratos con proveedores y usuarios/clientes (2h)

Postventa y garantía. (2h)

Fidelización de clientes. (2h)

Actividad comercial y objetivos comerciales. (2h)

Internacionalización. (3h)

Asistencia a ferias y encuentros del sector, Aprovechamiento. (2h)

10.- MODELO DE NEGOCIO (22 HORAS)

Problema-solución. Cómo lo hago. (2h)
Generación de ingresos. Cómo gano dinero y lo hago distinto de mis competidores. (2h)
Propuesta de valor (comunicación). (2h)
Momento de mi modelo de negocio (qué me ayuda, qué me perjudica.) (2h)
SaaS y la importancia de los modelos de ingresos recurrentes. (2h)
Misión. Visión. Valores. (2h)
Business Model Canvas. (3h)
Plan de negocio. Importancia y necesidad de tenerlo actualizado. (3h)
Establecimiento de objetivos (corto, medio y largo plazo). (2h)
Plan estratégico. (2h)

11.- GOBIERNO CORPORATIVO (8 HORAS)

Relación con accionistas. (2h)
Reporte. (2h)
Junta de accionistas y consejo de administración. (2h)
Implantación de una cultura empresarial propia. (2h)