



## ESCUELA DE VERANO UNLP 2018

### 1. Denominación del Curso:

**“DE LA IDEA A LA ACCIÓN: ¿CÓMO VALIDAR QUE UNA IDEA ES UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO REAL?”**

### 2. Docentes a cargo:

- Docente Coordinador por la UNLP: **Mg. Matias Poggio**, responsable de la Unidad de Desarrollo Emprendedor, FCE – UNLP. Coordinador de Usina de Ideas. Docente del Seminario “Creación de Empresas” FCE – UNLP.

- Docente invitado de otra universidad:

**Dr. Giovanni Giusti**, Doctor en Economía por la Universitat Pompeu Fabra. Director del Máster Universitario en Emprendimiento e Innovación de Tecnocampus - UPF.

Profesor de economía y emprendimiento en Tecnocampus - UPF.

Investigador asociado Universidad de Arizona.

**Ricard Bonastre**, Profesor Master en Emprendimiento e Innovación de la Universitat Pompeu Fabra (TecnocampusMataró), Profesor asociado en el Grado de Administración de Empresas de la Universitat Pompeu Fabra (TecnocampusMataró), Profesor en el Executive Master in Digital Business de ESADE-Universitat Ramon Llull. CEO y fundador de Lead Ratings, S.L.

- Otros docentes colaboradores:

**Lic. Liliana Galán**. Secretaria de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP.

### 3. Fundamentación:

Todos tenemos ideas brillantes, u ocurrencias que potencialmente se podrían convertir en ideas exitosas. Pero, ¿Cómo saberlo?

En nuestros años como profesores, mentores y emprendedores hemos desarrollado un modelo que identifica a los principales “ingredientes” y a las principales dinámicas necesarias para que una idea tenga la mayor probabilidad posible de convertirse en un negocio sostenible y exitoso. En un contexto de riesgo extremo donde el emprendedor

actúa y prueba sus ideas de negocio reducir al máximo la incertidumbre es un factor imprescindible a la hora de tomar decisiones. El cambio es una constante, y las personas y organizaciones que más rápido se adapten al medio serán las que sobrevivan.

#### **4. Objetivos:**

- Identificar los elementos claves de una oportunidad de negocio.
- Entender el marco estratégico de una oportunidad de negocio: mercado, cliente, propuesta de valor, modelo de ingresos y gestión del talento.
- Analizar la transformación de una idea en oportunidad de negocio mediante casos reales.
- Aplicar los conocimientos adquiridos para transformar las ideas de negocio de los alumnos en oportunidades reales de negocio.

#### **5. Perfil del estudiante:**

El curso está destinado a profesionales de distintas disciplinas vinculados al ecosistema emprendedor.

#### **6. Contenidos:**

##### **Unidad 1: Idea vs. Oportunidad de negocio**

- Introducción: Idea vs. Oportunidad de negocio
- Elementos clave de una oportunidad: mercado, cliente, propuesta de valor y modelo de ingresos.
- Factores de éxito de una oportunidad de negocio: ¿Por qué algunos proyectos triunfan y otros no?
- Presentación de las ideas de negocio de los alumnos.

##### **Unidad 2: El mercado y el cliente**

- Conceptos básicos de mercado: TAM, SAM, TMO, segmentación, resegmentación, long-tail.
- ¿Cómo puedo medir el tamaño de un mercado?
- El cliente: ¿Cómo puedo identificar a mi cliente?

### **Unidad 3: Propuesta de valor**

- El concepto de valor en un negocio
- Modelos de valor: Blue Ocean Strategy y los mapas de valor
- ¿Cómo identifico un posicionamiento estratégico?
- ¿Cómo identifico a la competencia?
- Propuesta de valor y teoría de juegos

### **Unidad 4: Modelos de ingresos.**

- Modelos de ingresos: Publicitarios, Leads, Upfront, Suscription, Freemium.
- Estrategias de pricing: precio objetivo, skimming, premium.
- ¿Cómo diseño mi modelo de ingresos?
- ¿Cómo puedo asegurar la escalabilidad de un negocio?

### **Unidad 5: Presentación del Trabajo final**

**7. Modalidad:** Presencial.

**8. Carga Horaria:** 30 horas.

#### **9. Metodología:**

Se propone un modelo mixto teórico – práctico.

En particular, durante las mañanas se trabajan los conceptos teóricos, utilizando casos reales y aprovechando la metodología del Business Case como herramienta de trabajo.

Por la tarde, se dividirán los estudiantes en tres grupos separados, cada uno con un profesor distinto. El objetivo es implementar los conceptos vistos en clase directamente en los proyectos de los estudiantes.

#### **10. Forma de evaluación y fecha límite de presentación:**

Se propone elaborar un Trabajo Final basado en una idea de negocio, propia o desarrollada durante el curso, que contenga:

a) todos los elementos claves de una oportunidad de negocio: mercado, cliente, propuesta de valor, modelo de ingresos y equipo

b) el plan de acción, basado en la metodología de Lean Startup, para la creación del producto mínimo viable.

Los alumnos presentarán este trabajo final el último día de clase.

Fecha límite: 31 de marzo

### **11. Bibliografía:**

*Blank. S & Dorf. B. (2012). "The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company"*

OSTERWALDER A. & PEIGNER, Y. (2010) Business Model Generation: a handbook for visionaries, game changers and challengers. *Wiley published*

*Christensen Clayton M. (1997). "The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail".*

*Thiel Peter (2014). "Zero to one: notes on startups, or how to build the future".*

*CLARK, Tim. (2012): "Tu modelo de negocio"*

*Alistair Croll and Benjamin Yoskovitz. (2013): "Lean Analytics: Cómo utilizar los datos para crear más rápido una startup mejor"*

Ries E. (2011): "Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua"

### **12. Contacto del Profesor Coordinador:**

Mg. Matias Poggio: [matias.poggio@econo.unlp.edu.ar](mailto:matias.poggio@econo.unlp.edu.ar)