

DETALLE DEL CURSO

CONVOCATORIA BECA “PYMES EN LÍNEA”

GERENCIA DE REDES Y COMPETITIVIDAD

Actualizado al 29 de agosto de 2019.



ÍNDICE DE PREGUNTAS FRECUENTES

BENEFICIOS EXCLUSIVOS DEL CURSO: PARTICIPACIÓN DE MERCADOLIBRE	2
CONTENIDOS REFERENCIALES DEL CURSO	2
CUPOS POR REGIÓN, SEDE E INSTITUCIÓN DE CAPACITACIÓN	7
DIRECCIÓN DE LAS SEDES.....	8
DÍAS Y HORARIOS DEL CURSO	9

BENEFICIOS EXCLUSIVOS DEL CURSO: PARTICIPACIÓN DE MERCADOLIBRE

Este curso contará con el apoyo de Mercado Libre, lo que nos permitirá contar con **clases prácticas** sobre comercio electrónico, usando las propias plataformas de Mercado Libre (MercadoShops, Mercado Pago y Mercado Envíos). Esta colaboración representa el valor agregado diferenciador que tendrá este programa de capacitación. El resumen de los beneficios que incorpora la participación de Mercado Libre son los siguientes:

- a) **Material de clases:** Existirá material de clases y actividades prácticas diseñadas especialmente por mercado libre para este curso, oferta que actualmente no existe de manera formal en el mercado.
- b) **Seguimiento:** Mercado Libre realizará seguimiento a los vendedores que comercialicen en su plataforma, entregando asesoría y recomendaciones para aumentar sus ventas en el tiempo. Este beneficio será únicamente para los participantes de este programa.
- c) **Marketing:** Las empresas que participarán en el programa, tendrán acceso exclusivo para participar de las campañas comerciales y de marketing a efectuarse durante todo el año, de acuerdo al calendario de campañas, en las que se incluyen, entre otras, las campañas **“Cyber Days”**. Este beneficio representa una gran oportunidad para los pequeños vendedores, ya que, para las campañas, Mercado Libre invierte fuertemente en para atraer tráfico a su sitio.
- d) **Mercado Shops:** Las empresas que participen en el programa tendrán acceso gratis por un año a la plataforma de MercadoShops, lo que les permitirá tener su propia página web con la URL que desee la Pyme, destacar la imagen de su propia marca y dar más información acerca de sus productos.



CONTENIDOS REFERENCIALES DEL CURSO

La siguiente tabla expone el detalle de los contenidos del curso. Debes tener en consideración que el orden y duración con que cada institución los aborde, puede variar, siempre que se cumpla con el objetivo de aprendizaje propuesto. Los contenidos señalados son referenciales, por lo que pueden sufrir pequeñas modificaciones durante la implementación del curso:

<p>Módulo 1: Nivelación. El objetivo del módulo será nivelar los conocimientos de entrada en los participantes, que les permitan desarrollar exitosamente el programa de formación y la implementación de su tienda de comercio electrónico. Duración aproximada: 3 horas.</p>
<p>OBJETIVOS DE APRENDIZAJE</p> <p>Este módulo le permitirá al participante conocer los orígenes del internet y cómo hemos transitado hacia el uso de las TIC y el comercio electrónico. Al mismo tiempo, conocerán el programa impulsado por el Ministerio de Economía y la justificación de impulsar el eCommerce en las empresas de menor tamaño. Por último, se hará un repaso a las herramientas de productividad básicas de Google, que serán utilizadas a lo largo del curso.</p>

CONTENIDOS REFERENCIALES

- Orígenes y diferencias entre Internet, Web, Móvil.
- Infraestructura y Tecnología TIC Básica (dominios, NIC, gSuite).
- Marco conceptual básico
 - ¿Qué es el programa Digitaliza tu Pyme?
 - Realidad de las empresas de menor tamaño en cuanto al uso de TIC y el comercio electrónico.
 - La importancia de eCommerce y su justificación.
- Breve introducción a las herramientas de productividad y su funcionamiento: Google Drive, Docs, Slide, Formularios, Noticias.

Módulo 2: Planificación estratégica de mi negocio.

El objetivo del módulo será entregar las herramientas necesarias que permitan llevar a cabo un análisis estratégico del negocio, para que cada alumno sea capaz de definir su planificación estratégica basada en una visión centrada en el cliente. Se abordará el concepto de propuesta de valor y su importancia a la hora de obtener diferenciación.

Duración aproximada: 9 horas.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este módulo le permitirá al participante conocer las principales herramientas de planificación estratégica existentes, que le permitan diseñar, analizar y eventualmente repensar su modelo de negocio, sobre la base del análisis de sus clientes, de su competencia, de sus fortalezas, de sus oportunidades como empresa. Así mismo, el participante deberá comprender cuál es su propuesta de valor de cara al usuario y comprender la importancia de la diferenciación a la hora de vender. Se le introducirá en metodologías para desarrollar negocios y productos de manera ágil centrado en el cliente (lean StartUp). Por último, el participante deberá comprender la importancia de la planificación financiera del negocio, siendo capaz de identificar sus costos, ingresos, punto de equilibrio, así como de elaborar e interpretar indicadores financieros básicos (rentabilidad, utilidad, etc.).

CONTENIDOS REFERENCIALES

Planificación estratégica

- Conceptos de planificación estratégica.
- Conociendo la cadena de valor de Porter.
- Análisis estratégico interno y externo (Análisis PEST, FODA).
- Análisis estratégico de la industria (5 fuerzas de Porter).

Modelo de negocio

- Definición de Modelo de Negocio.
- Modelo de negocio desde la perspectiva estratégica.
- Casos de Modelos de negocios tradicionales.
- Repensando mi modelo de negocio actual para el e-commerce.
- Definición del modelo Canvas.
- El lienzo de Canvas: análisis de sus bloques uno a uno.
- El concepto de valor creado y valor percibido

Planificación financiera

- Definición del concepto de administración financiera.
- Finanzas de corto plazo: ingresos, egresos y utilidad.
- Costos variables, costos fijos y rentabilidad.
- Herramientas de planificación e interpretación: punto de equilibrio, presupuesto de resultado, flujo de caja.

Módulo 3: Marketing tradicional y marketing digital.

El objetivo del módulo será entregar los conocimientos elementales del marketing tradicional, que le permitan a los participantes comprender con claridad los conceptos involucrados a la hora de construir su estrategia de marketing. Tras ello, el módulo abordará los conceptos de marketing digital y e-marketing, con foco en el comercio electrónico.

Duración aproximada: 6 horas.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este módulo le permitirá al participante identificar con claridad su mix de marketing, planteando el segmento de clientes que abordan, los canales de ventas utilizados, la importancia en la definición del precio y los mecanismos de promoción. Así mismo, los participantes deberán ser capaces de comprender las diferencias entre el marketing tradicional y el marketing digital, entendiendo la importancia de una estrategia de contenidos para su negocio y del comercio en línea, como herramienta para aumentar su clientes.

CONTENIDOS REFERENCIALES

Introducción marketing tradicional

- Definición del concepto marketing.
- Conceptos Básicos: Brand Awareness, Purchase Intention, Market Share, ROI.
- Comportamiento del consumidor.
- Marketing Mix.
 - Análisis de la competencia.
 - Producto
 - Precio
 - Plaza
 - Promoción

Introducción al marketing digital

- Diferencias entre Marketing Tradicional y Marketing Digital
- Entendiendo al consumidor online.
- Estrategia de Contenidos
- Estrategia de Contenido para PC y para Móviles.

Arquitectura de la Información y Metodologías Básicas de eMKT

- Arquitectura de la Información y Usabilidad.
- Metodologías de Marketing

Módulo 4: Marketing digital y métricas para el comercio electrónico.

El objetivo del módulo será entregar conocimientos sobre marketing digital, los mecanismos de difusión digital para potenciar las ventas y el uso y administración de las principales herramientas y redes sociales para el comercio. El módulo entregará conocimientos sobre métricas que permitan medir el impacto de la estrategia de marketing digital.

Duración aproximada: 21 horas.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este módulo le permitirá al participante conocer las principales herramientas existentes para realizar marketing digital, utilizando las redes sociales de Google, Facebook e Instagram, además de herramientas para la administración de contactos y envío de correos masivos. Conocerá mecanismos que le permitirán capturar y administrar Leads, así como administrar sus clientes en el tiempo. Por último, comprenderá la importancia de medir los resultados de su promoción, obtener las analíticas más relevantes del negocio y a tomar decisiones de venta y administración sobre la base de evidencia.

CONTENIDOS REFERENCIALES

Caracterizando a mi prospecto

Las métricas más importantes. Breve explicación y Aplicación

- ROI (Retorno de la inversión)
- CAC (Costo de Adquisición del Cliente)
- LTV (Ciclo de vida útil del cliente)
- Tasa de rotación de clientes
- Tasa de satisfacción del cliente

Google analytics

- Qué es Google Analytics
- Principales estadísticas

Buscadores

- Evolución de los Buscadores y Directorios
- Evolución Google para SEO

SEO/SEM

- Conceptos, definiciones y diferencias SEO/SEM
- La importancia de las Keywords
- Google Ads (ex Adwords)
- Buenas prácticas en SEO y SEM

Métricas SEO

- Impresiones, Costo, Clicks, Promedio CPC, Conversión, CTR, Costo por Conversión.

Facebook Marketing

- Estructura de una campaña en Facebook Ads
- Creando tu anuncio perfecto. Tips para un anuncio de excelencia
- Páginas de negocios (Tiendas, servicios, eventos, comentarios, rating, notas, videos).
- Fan Page de Facebook
- Formatos de publicación (orgánica, pagada, tipos de pagos).
- Formatos de conversión.
- Análisis de Resultados
- Aplicaciones Móviles para Publicidad y Ventas en Facebook
- Pixel de Facebook: beneficios, funcionamiento y aplicación

Instagram

- Uso orgánico de Instagram.
- La Psicología detrás de Instagram
- Creación de una cuenta empresa
- Unión de la cuenta empresa con la cuenta de Facebook
- Interacción Instagram/Facebook
- Uso publicitario de Instagram

Administración de mis redes sociales

- Tips para responder al cliente en redes sociales.
- La importancia de la cercanía y la reputación.

Capturando y administrando leads

- Concepto de embudo de leads
- Trabajando con los Leads
- Infraestructura (CRM, Base de Datos – Excel o Hubspot)
- El Email Marketing

Gestión del cliente

- Trabajando con los Clientes
- Disminuye la fricción (Caso Amazon Go Stores)
- Sistematizando la Experiencia
- Estrategias para aumentar el Ciclo de vida del cliente
- Referidos

Módulo 5: Construyendo mi E-Commerce.

El objetivo del módulo será entregar los conocimientos, herramientas y asesoría necesaria para el desarrollo, implementación y administración de una tienda online de venta (100% operativa).

Duración aproximada: 39 horas.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este módulo les permitirá a los participantes comprender el concepto de comercio electrónico y su importancia en las empresas de menor tamaño, a la vez que conocerán los diversos modelos de negocio existentes para el comercio electrónico. Así mismo, serán capaces de identificar los aspectos claves a la hora de vender por internet, como lo son las publicaciones efectivas de productos, los sistemas de pago integrados, los sistemas de inventario, la logística de envíos y devoluciones, los derechos del consumidor, las obligaciones tributarias y legales, entre otras. Por último, cada participante deberá contar, al término del curso, con una plataforma online de venta funcional/operativa.

CONTENIDOS REFERENCIALES

Introducción al E-Commerce

- Realidad Internacional, Regional (L.A.) y Nacional
- Tendencias Internacionales y Nacionales
- eBusiness vs eCommerce
- Modelos de negocios exitosos existente en el mundo online
 - Flash Sales
 - Dropshipping
 - Fremium
 - Suscripción
 - Tienda
 - Affiliate Programs
 - Casos de éxito
- El eCommerce
 - Multicanalidad
 - Omnicanalidad
 - Requerimientos para desarrollar una tienda virtual

Construyendo mi eCommerce en el ecosistema de MercadoLibre.

- Registro en la plataforma
- Revisión de las distintas secciones
- Configuración del eCommerce en la plataforma (construcción del sitio web).
- Publicación Efectiva de productos (Actividad Creación Publicación)
- Implementar la plataforma de pago y el proceso de pago.
- Gestión de los Clientes (construcción de plantillas de correo para cada etapa de venta) y base de datos.
 - Tarifas y cobros: cómo se ponen las tarifas por envío.
 - Buenas prácticas: cómo organizar los envíos a tiempo.
 - Cómo empaquetar correctamente un producto
 - Cómo gestionar las devoluciones.
- Preguntas de Usuarios

- Importancia de una respuesta eficiente: ejemplos prácticos análogos que resalten la importancia de la respuesta a preguntas y su impacto en la conversión.
- Tipos de preguntas: distintos tipos de pregunta y cómo responderlas.
- Buenas prácticas: tiempos de respuesta, componentes básicos de una respuesta y tonos de comunicación
- Reclamos y Mediación: qué es un reclamo y qué es el proceso de Mediación.
- Servicio al cliente
- Generación de tráfico web.

Dimensión legal y tributaria del eCommerce

- Riesgo Legal
- Riesgo Informático
- Buenas Prácticas legales, comerciales e informáticas
- Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico (CCS)

CUPOS POR REGIÓN, SEDE E INSTITUCIÓN DE CAPACITACIÓN

Nº	Ciudad	Cupos Disponibles	Institución de Capacitación
1	Arica	45	INACAP
2	Iquique	75	INACAP
3	Antofagasta	45	INACAP
4	Calama	30	INACAP
5	Copiapó	45	INACAP
6	La Serena	75	INACAP
7	Valparaíso	125	Universidad Andrés Bello (UNAB)
8	San Felipe	25	Universidad Andrés Bello (UNAB)
9	Región Metropolitana:	300	
9.1	Sede Las Condes	60	INACAP
9.2	Sede Maipú	15	INACAP
9.3	Sede Renca	15	INACAP
9.4	Sede Santiago Centro	150	Academia Desafío Latam (OTEC)
9.5	Sede Macul	30	INACAP
9.6	Sede Puente Alto	30	INACAP
10	Rancagua	90	INACAP
11	Curicó	45	INACAP
12	Talca	45	INACAP
13	Concepción	105	INACAP
14	Los Ángeles	45	INACAP
15	Chillán	75	INACAP
16	Temuco	75	INACAP
17	Valdivia	75	INACAP
18	Osorno	20	INACAP
19	Puerto Montt	70	INACAP
20	Coyhaique	45	INACAP
21	Punta Arenas	45	INACAP

DIRECCIÓN DE LAS SEDES

Nº	Ciudad	Institución de Capacitación	Dirección
1	Arica	INACAP	Av. Sta. María 2190, Arica, Región de Arica y Parinacota
2	Iquique	INACAP	Av. la Tirana 4310, Iquique, Región de Tarapacá
3	Antofagasta	INACAP	Av. Edmundo Pérez Zujovic 11092, Antofagasta, Región de Antofagasta
4	Calama	INACAP	Av. Granaderos 3250, Calama, Región de Antofagasta
5	Copiapó	INACAP	Circunvalación 281, Copiapó, Región de Atacama
6	La Serena	INACAP	Francisco de Aguirre 389, La Serena, Región de Coquimbo
7	Valparaíso	Universidad Andrés Bello (UNAB)	Quillota 980, Viña del Mar, Región de Valparaíso
8	San Felipe	Universidad Andrés Bello (UNAB)	Yungay 1582, San Felipe, Región de Valparaíso
9	Región Metropolitana:		
9.1	Sede Las Condes	INACAP	Apoquindo 7282 y Chesterton 7028, Las Condes, Región Metropolitana
9.2	Sede Maipú	INACAP	Av. Américo Vespucio 974, Maipú, Región Metropolitana
9.3	Sede Renca	INACAP	Bravo de Saravia 2980, Renca, Región Metropolitana
9.4	Sede Santiago Centro	Academia Desafío Latam (OTEC)	Rebeca Matte 18, Santiago, Región Metropolitana
9.5	Sede Macul	INACAP	Av. Vicuña Mackenna 3864, Macul, Región Metropolitana
9.6	Sede Puente Alto	INACAP	Av. Concha Y Toro 2730, Puente Alto, Región Metropolitana
10	Rancagua	INACAP	Av. Nelson Pereira 2519, Rancagua, Región del Libertador Gral. Bernardo O'Higgins
11	Curicó	INACAP	Archipiélago Juan Fernández, Curicó, Región del Maule
12	Talca	INACAP	Av. San Miguel 3496, Talca, Región del Maule
13	Concepción	INACAP	Autopista Concepción - Talcahuano 7421, Concepción, Talcahuano, Región del Bío Bío
14	Los Ángeles	INACAP	Av. Ricardo Vicuña 825, Los Angeles, Los Ángeles, Región del Bío Bío
15	Chillán	INACAP	Longitudinal Sur 441, Chillan, Chillán, Región del Bío Bío
16	Temuco	INACAP	Luis Durand 2150, Temuco, Región de la Araucanía
17	Valdivia	INACAP	Pedro Aguirre Cerda 2115, Valdivia, Región de los Ríos
18	Osorno	INACAP	René Soriano 2382, Osorno, Región de los Lagos
19	Puerto Montt	INACAP	Padre Harter 125, Puerto Montt, Región de los Lagos
20	Coyhaique	INACAP	Las Violetas 171, Coyhaique, Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo
21	Punta Arenas	INACAP	Av. Pdte. Manuel Bulnes 4, Punta Arenas, Región de Magallanes y de la Antártica Chilena

DÍAS Y HORARIOS DEL CURSO

Debes tener en consideración que los cupos disponibles para cada opción serán asignados de acuerdo al orden de selección y preferencia indicada en cada postulación, hasta agotar disponibilidad de cupos. **Los cursos podrían considerar clases 1 sábado al mes, día completo.**

Tabla 1: RESUMEN HORARIOS POR INSTITUCIÓN DE CAPACITACIÓN.

RESUMEN POR INSTITUCIÓN DE CAPACITACIÓN				
Entidad Experta	Secciones	Hito	Fecha	Horarios
INACAP	Lunes - miércoles - viernes	Inicio	14/10/2019	19:00 a 22:00 horas
	Martes - jueves - sábado	Inicio	15/10/2019	19:00 a 22:00 horas
				9:00 a 12:00 horas
ACADEMIA DESAFÍO LATAM	Lunes - miércoles - viernes	Inicio	14/10/2019	19:00 a 22:00 horas
	Martes - jueves - sábado	Inicio	15/10/2019	19:00 a 22:00 horas
				10:00 a 13:00 horas
UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO (UNAB)	Lunes - miércoles - viernes	Inicio	14/10/2019	19:00 a 22:00 horas
	Martes - jueves sábado	Inicio	15/10/2019	19:00 a 22:00 horas
				09:00 a 12:00 horas