

ESCALAR

CÍRCULO de EMPRENDEDORES

1. Nombre del Proyecto : ESCALAR Círculo de Emprendedores de FPNN

Emprendimientos con triple impacto : económico, ambiental y social

Regeneración social - Finanzas sostenibles

Soluciones basadas en la naturaleza - Innovación

FUNDACIÓN POR NUESTROS NIÑOS se especializa en formaciones estratégicas en temáticas como:

- **Emprendimiento Social.**
- **Acción Climática.**
- **Finanzas Sostenibles e Inversión de Impacto.**
- **Nuevas Economías.**
- **Soluciones basadas en la naturaleza.**
- **Cambio Sistémico.**
- **Objetivos de Desarrollo Sostenible.**
- **Alianzas estratégicas para la comercialización y/o futuras inversiones**

2. Población destinataria : **45 EMPRENDEDORES** de la Provincia de Salta que cuenten con más de 3 años de actividad comercial

Emprendedor es aquel individuo que identifica una oportunidad y actúa en respuesta a ella en vistas a crear valor social, cultural o económico.(1)

Se trata de personas que poseen una visión basada en nuevas ideas dirigidas a generar innovaciones exitosas, (2) que organizan los recursos necesarios para ponerlas en marcha y poder generar valor a partir de ellas. Usualmente son personas innovadoras, proactivas, capaces de asumir riesgos y orientadas al crecimiento. (3)

Si bien no existe una fórmula ni método que garantice el éxito de aquello que se emprende, en todos los casos resulta fundamental el desarrollo de ciertas habilidades y de distintos tipos de experimentación; la definición de objetivos claros, para poder dar los pasos a corto, mediano y largo plazo necesarios para que las ideas se transformen en actos y la misión o fin propuesto se convierta en hechos; la perseverancia, el autoconocimiento y autocontrol que permiten concluir las tareas iniciadas, sobre todo a aquel que emprende individualmente o de forma autónoma, imponiéndose los límites justos que resulten necesarios; el trabajo en

red o en forma colaborativa entre distintos actores, para obtener acceso a distintos recursos y financiamiento, así como también el trabajo en equipo de quienes emprenden acompañados de otros o asociados con ellos, lo cual implica saber delegar, comunicarse y consensuar; el análisis realista de las circunstancias y el contexto socio-económico en el cual se emprende; y el asesoramiento externo en distintas áreas como las relativas a la contabilidad y la organización jurídica, sobre las cuales otras organizaciones o profesionales pueden aportar su conocimiento y experiencia en beneficio del desarrollo sólido e integral de lo emprendido.(4)

1 Definición según Di Maggio, P.J. (1982). Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston. *Media, Culture and Society*, 4,33-50. / Wilson, N.C., & Strokes, D. (2004) Laments and Serenades Relationship, marketing and legitimation strategies for the cultural entrepreneur. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 7 (3), 218-227. – Citados por Dacin, Dacin & Matear.(2010). Social Entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 37-57. Tabla 2, Página 44.

2 Definición según Schumpeter (1950) – Citado por Dacin, Dacin & Matear (2010). *Social Entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. Academy of Management Perspectives*, 37-57. Tabla 2, Página 44.

3 Las características enumeradas son descriptas por G.T. Lumpkin. Todd W. Moss. David M. Gras. Shoko Kato. Alejandro S. Amezcua. *Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all?. Small Business Economy* (2013) 40: 761-783. Tabla 1, Página 771.

4 Parte de los rasgos señalados respecto del emprendedor y de la actividad emprendedora en general son enunciados por G.T. Lumpkin, Todd W. Moss, David M. Gras. Shoko Kato y Alejandro S. Amezcua en su artículo: *Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all?. Small Business Economy* (2013) 40: 761-783. Tabla 1, Página 771.

3.Objetivos del proyecto

3.1 Objetivo general: PROPÓSITO - Inspirar, motivar y acompañar el crecimiento de Emprendimientos de Triple Impacto, facilitando a sus líderes y equipos el acceso a capacitaciones específicas que les permitan aprender estrategias para realizar autodiagnósticos periódicos, revisar el valor agregado de sus productos o servicios, fortalecer sus habilidades y comprender intereses de los consumidores, aportando herramientas para EMPRENDER con PROPÓSITO, GENERACIÓN de ALIANZAS y TRIPLE IMPACTO.-

3.2 Objetivos Específicos:

- 1. Profundizar sobre conceptos clave de regeneración:** económica, social, cognitiva, educativa, étnica y de estilos de vida, como base para nuevos modelos de negocios sostenibles.
 - Emprendimientos de triple impacto.

- Modelos colaborativos y asociativos.
2. **Explorar las motivaciones personales y el propósito del emprendimiento,**
como motor del proyecto - PROPÓSITO del Emprendimiento
 3. **Guiar en el diseño del plan de negocios y en las etapas del emprendimiento.**
 4. **Fortalecer la identidad del emprendimiento:**
 - Presentación, identificación y desarrollo de la marca.
 - Definir la personalidad de marca y cómo comunicar.
 5. **Analizar oportunidades de negocio y proponer soluciones con valor agregado,**
utilizando herramientas como:
 - Segmentación de clientes y beneficiarios.
 - Propuesta de valor (ej. gráfico MIT).
 - Benchmark de la competencia.
 6. **Aplicar herramientas estratégicas para la planificación:**
 - Canvas B: propósito, problema, clientes.
 - Validación de hipótesis y exploración (Design Thinking).
 7. **Comprender modelos de ingresos sostenibles y escalables,** con ejemplos prácticos.
 8. **Medir el impacto y resultados de los proyectos ,** desarrollando indicadores básicos y métricas de gestión.
 9. **Optimizar estrategias de ventas y comunicación,** incluyendo:
 - Técnicas de venta (mensajes, personalidad, cómo comunicar para vender).
 - Canales de distribución y comunicación (mix, pros/contras).
 - Marketing digital (Google, Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.).
 10. **Trabajar de manera práctica en proyectos reales,** integrando:
 - Validación de hipótesis.
 - Modelos de ingresos.
 - Métricas de impacto.

- Canales de distribución, venta y comunicación.

11. **Fomentar el trabajo en red**, identificando qué se necesita y qué se puede ofrecer para generar alianzas estratégicas.

12. **Comprender los aspectos económicos del negocio:**

- Costos. variables y fijos
- Punto de equilibrio.
- Márgenes y precios.
- MEJORAS de la RENTABILIDAD

13. **Desarrollar habilidades de presentación efectiva**, mediante:

- Talleres y clases para armar y practicar el pitch.

4. **Población destinataria :** **45 Emprendedores de la Provincia de Salta**

5. **CRONOGRAMA :**

Metodología : HÍBRIDO : 6 Clases virtuales + 1 Encuentro final presencial

Duración de las capacitaciones : de 2 horas

- **1ra hora Clase Expositiva de 19 a 20 horas**
- **2da hora Dinámica para trabajar contenidos de 20 a 21**

Fechas previstas : **año 2025**

1er encuentro : Martes 3 de junio

2do encuentro : Miércoles 25 de junio

3er encuentro: 8 de julio

4to encuentro: 29 de julio

5to encuentro: 06 de Agosto

6to encuentro: 03 de Septiembre

7mo encuentro: Desafío CIERRE - ENCUENTRO PRESENCIAL

FECHA prevista viernes 24 de Octubre de 14 a 19 horas

6. Recurso humano requerido

1 Coordinador : Profesional con especialidad + experiencia en acompañar Modelos de Negocios de Triple Impacto
carga horaria : 12 horas por mes de junio a octubre (5 meses)
\$ 120.000 por mes

- Planificación y acompañamiento a Capacitadores y Mentores
- Disponibilidad para reuniones presenciales y virtuales
- Sistematización de datos

5 CAPACITADORES: Profesionales con especialización en las temáticas propuestas en los Objetivos específicos (ver punto 3.2) para dictar una clase y guiar la dinámica de la clase

- **TEMATICAS :** FORMALIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO PARA ESCALAR - IDENTIFICACIÓN y CREACIÓN DE ALIANZAS - DISEÑO y FORTALECIMIENTO DE LA MARCA - DESARROLLO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN - PUNTO DE EQUILIBRIO y ANÁLISIS DE RENTABILIDAD - HERRAMIENTAS PARA LA BÚSQUEDA DE INVERSORES - DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA UNA BUENA COMUNICACIÓN INTERNA y EXTERNA
- **Carga horaria Planificación** 4 horas
- **Carga horaria de la clase :** 2 horas
- **Colaboración con sistematización** de los datos + informe final : 2 horas

Carga horaria CAPACITADOR x UN ENCUENTRO:

8 horas \$ 80.000,-

- **Asistir al encuentro final del día 24 de Octubre "EL DESAFÍO FINAL"**
Presentación de los avances en MODELOS DE NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES y SPEECH ante JURADO e INVERSORES

5 MENTORES: Profesionales con especialización en las temáticas propuestas en los Objetivos específicos (ver punto 3.2)

para **ACOMPañAR a EMPRENDEDORES en las siguientes temáticas**

- **TEMATICAS** : FORMALIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO PARA ESCALAR - IDENTIFICACIÓN y CREACIÓN DE ALIANZAS - DISEÑO y FORTALECIMIENTO DE LA MARCA - DESARROLLO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN - PUNTO DE EQUILIBRIO y ANÁLISIS DE RENTABILIDAD - HERRAMIENTAS PARA LA BÚSQUEDA DE INVERSORES - DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA UNA BUENA COMUNICACIÓN INTERNA y EXTERNA
- **Carga horaria de la mentoría** (individual o grupal) : 4 encuentros de 2 horas por semana, distribuidos entre los meses de agosto (2 encuentros) y septiembre (2 encuentros)
 - 8 horas de Mentoreo individual : \$ 80.000,-**
 - 8 horas de Mentoreo grupal : \$ 160.000,-**
- **Asistir al encuentro final del día 24 de Octubre "EL DESAFÍO FINAL"**
Presentación de los avances en MODELOS DE NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES y SPEECH ante JURADO e INVERSORES

DATOS DE CONTACTO DE FPNN: info@fpnn.org.ar - [@fpnn.salta](https://www.instagram.com/fpnn.salta)