



# Red de Ciudades Creativas



HERRAMIENTA TIENDAS CREATIVAS



Ministerio de Cultura  
Presidencia de la Nación

CAPACITACIÓN TIENDAS CREATIVAS

## OBJETIVOS

---

El curso se propone como instancia de capacitación referida a los aspectos centrales de la gestión de tiendas que ofrecen productos de las industrias creativas. Ofrece a los comercios seleccionados, herramientas, casos y bibliografía de impacto positivo en la gestión comercial y comunicacional de mismos. Al finalizar, las tiendas referidas adquieren el Sello Tienda Creativa.

## METODOLOGÍA

---

Cursado virtual (no requiere instancias presenciales).

Los participantes acceden a un aula virtual desde cualquier lugar y computadora, con un usuario y clave que les permite ingresar al inicio del cursado.

El aula virtual dispone de diferentes herramientas para la interacción entre los docentes y los participantes.

El aula virtual es una herramienta provista por el Ministerio de Cultura de la Nación y es totalmente gratuita.

## ORGANIZACIÓN

---

El curso se desarrolla a través de módulos temáticos que pueden tener una duración de dos (2) a cinco (5) semanas. En ellos los participantes acceden a:

Bibliografía: textos de estudio elaborados y sugeridos por los docentes en diferentes soportes digitales (texto, fotografía, video, enlaces, etc.). La bibliografía de cada módulo incluye un documento de lectura obligatorio y material de lectura recomendado por el docente de carácter optativo.

Actividades: en una segunda instancia se resuelve una actividad a partir de una consigna propuesta por los docentes, a través de foros de debate y trabajos prácticos individuales y/o grupales orientados a la temática y a completar el formulario de autoevaluación.

El programa incluye semanas de recupero.

Los participantes cuentan con diferentes espacios de comunicación para despejar dudas y realizar consultas técnicas o de contenidos.

El cuerpo docente está integrado por tutores que acompañan el proceso de aprendizaje a lo largo del cursado.

## REQUERIMIENTOS

---

Al finalizar el curso, los participantes deberán acreditar un mínimo del sesenta por ciento (60%) de los trabajos solicitados para poder acceder al Sello Tiendas Creativas.

## CONTENIDOS

---

### MÓDULO 1. PRESENTACIÓN.

El modelo de la capacitación. Industrias creativas, economías creativas y emprendimientos creativos. ¿Qué es una tienda creativa? Definiendo el modelo de negocios. La propuesta de valor de la tienda. Identidad. Procesos. Mercado. Estructura económico-financiera. El entorno. Competencias de los comerciantes. El formulario de autoevaluación. La mejora continua en las tiendas. Presentación de cada tienda en el campus.

## **MÓDULO 2: EL MERCADO. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN.**

Investigación de mercado. Segmentación de clientes. Identificación de oportunidades de mercado. Análisis FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas). Participación en el mercado. Mezcla de productos, precios, estructura de la distribución, promoción. El proceso de marketing y la planeación estratégica.

## **MÓDULO 3: REDES DE CONTACTO.**

Importancia de las redes / Elementos concretos para la construcción de redes de contacto / Elementos para la autoevaluación de las redes de contacto de cada emprendedor. Ejercicio para avanzar.

## **MÓDULO 4. COMUNICACIÓN VISUAL EN LOCALES COMERCIALES.**

Visual merchadising. Estudio de casos exitosos en tiendas reales y/o virtuales. Fachada. Vidrieras. Layout interno. Recorrido visual, circulaciones, zonificación por áreas. Puntos estratégicos en la distribución del espacio. Equipamientos, displays y propuestas alternativas de exhibición de productos. Fachada. Acceso, Cartelería, Vidrieras. Branding: desarrollo de marca, sostenibilidad en el tiempo. (campañas publicitarias). Identidad, innovación. Desarrollo de un planning de comunicación de cada tienda. Vidriera. Cronograma: planificación de las vidrieras según las campañas. Materiales, iluminación, sistemas de montaje. Vidrieras temáticas, desarrollo de fichas técnicas. Consigna: armado del cronograma anual. Proyecto de tres (3) vidrieras, seleccionando productos que sumen a la identidad de la tienda.

Consigna: referida a la aplicación de estos conceptos en cada tienda. Desarrollar al menos tres (3) alternativas de layout para cada tienda. Rediseñar la fachada, teniendo en cuenta la flexibilidad y simplicidad en la implementación de la comunicación visual. Proyectar tres (3) vidrieras diferentes, seleccionando productos que sumen a la identidad de la tienda.

## **MÓDULO 5. INNOVACIÓN Y TENDENCIAS.**

Innovación. Qué es la innovación. Modelos tradicionales de innovación. Innovación: conocimiento y conectividad. Los comercios y los sistemas locales de innovación. Innovación social: pequeño, local, abierto y conectado. Economía de la experiencia. Economía colaborativa. Innovación abierta. Innovación centrada en el cliente: empatía, observación, creación, prototipado y puesta en marcha. Herramientas para la innovación. Tendencias. ¿Qué es una tendencia? ¿Para qué sirve el análisis de tendencias? Macrotendencias y microtendencias. Relación de los estudios de tendencias y sus aplicaciones al comercio. La calle como fuente inagotable de tendencias. Los concept stores. La estética física y la estética virtual. Metodologías de investigación de tendencias. Investigaciones cualitativas. Investigaciones cuantitativas. Investigaciones observacionales. Los paneles de tendencias. Mindstyle. 10 tendencias de consumo y del comercio.

## **MÓDULO 6. TECNOLOGÍAS PARA EL COMERCIO.**

Las tecnologías móviles como creadoras, difusoras y canalizadoras de tendencias. Nuevas formas de comercio y relaciones en la red: crowdsourcing, crowdfunding, cocreación, codiseño, innovación abierta y groundswell. La experiencia del usuario física y virtual. Consejos para una buena experiencia de usuario digital. Tendencias en el e-commerce en

Argentina y Latinoamérica. La omnicanalidad. Estrategias para el desarrollo del canal digital: desarrollo de la tienda propia, la compra de la tienda enlatada (Tienda Nube, Mercado Shop, etc.). Market-place genéricos y especializados (Mercado Libre, Netshoes, Dafiti, Etsy, Elo 7, etc.). Plataformas de pago y logística. Integración de las plataformas de e-commerce. Integración con sistemas de gestión. Redes sociales y construcción de comunidades: FB, Twitter, Pinterest, Instagram, LinkedIn, Youtube, Vimeo, etc.

## **MÓDULO 7: PROCESOS Y COSTOS.**

Administración de la tienda. Gestión efectiva: Costos/Precio. Planeamiento y proyección empresarial. De la estrategia al control. Planificación y gestión de RRHH.

## **MÓDULO 8: PRESUPUESTO ECONÓMICO Y FINANCIERO.**

La Planificación - Sistema Presupuestario Integral. Presupuesto de ventas / Presupuesto de inversiones / Indicadores financieros / Indicadores de rentabilidad / Indicadores de liquidez / Indicadores patrimoniales. Distinción entre la situación económica y la financiera en la empresa. Estrategias de financiamiento y flujo de fondos.

Módulo 9. Legales e impuestos (entrega de material, sin clases).

Diferentes tipos de figuras jurídicas. Monotributo, Autónomo, S.R.L., S.A., SAS. ¿Qué es lo que más conviene en cada etapa del desarrollo del comercio? Impuestos nacionales, provinciales y municipales. Tasas. El registro de la marca.

## **MÓDULO 10: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.**

¿Qué significa el Planeamiento Estratégico? Perspectivas Estratégicas vs. Indicadores (Metas). Desarrollo del Plan de Negocio.