



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

**Informe Final
Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce
CrossBorder**

**Agencia Santa Fe Global del Ministerio de Producción, Ciencia y
Tecnología
Consejo Federal de Inversiones (CFI)
eCommerce Institute.**

INDICE

INTRODUCCIÓN	3
Proceso de difusión del curso y convocatoria	3
EQUIPO/DOTACIÓN DEL PROGRAMA	3
ETAPA LANZAMIENTO	4
b. Webinars de sensibilización:	7
Inscriptos	9
c. Inscripciones de profesionales y selección	17
MODALIDAD Y LISTADO DE POSTULADOS AL BENEFICIO	17
Bajas	40
Desarrollo de las capacitaciones y talleres	41
Estructura del Programa	41
Consigna de Trabajo	59
ESTRUCTURA:	64
b. Módulos centrales comunes	65
i. Módulo 1. Introducción al Comercio Digital	65
ii. Módulo 2. Logística, operaciones y métodos de pago en el comercio digital.	65
iii. Módulo 3. Marketing para comercio digital de bienes y servicios.	65
iv. Módulo 4. Plataformas y modelos de negocio para comercio digital	65
a. Clase introductoria	69
c. Módulos centrales específicos. Especialización Ecommerce Cross Border	86
i. Módulo 1. Introducción al Cross-Border eCommerce	86
ii. Módulo 2. Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo	99
iii. Módulo 3. Digital Marketing eCommerce Transfronterizo	111
iv. Módulo 4. Exportación de Servicios	125
2. Programa de Aceleración y Mentoría	146
2. Programa de Aceleración y Mentoría	169
2. Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos	171



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

3. Evento de Fin de Curso	201
2. Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos - Informe Final	202
3. Conclusiones - Informe Final	209
4. Recomendaciones - Informe Final	216
4. Propuestas Futuras	218
5. ANEXO	220

1er Informe Parcial

INTRODUCCIÓN

a. Proceso de difusión del curso y convocatoria

EQUIPO/DOTACIÓN DEL PROGRAMA

A continuación, el listado de Directores, profesores, tutores, relatores, coordinadores y asistentes que formarán parte del Programa y cumplirán roles a lo largo del mismo:

Nombre	Apellido	Rol
Marcos	Pueyrredon	Director Proyecto
Sebastian	Herrera	Director Academico
Ada Isabel	Vaquero	Coordinador Academico
Facundo	Grosso	Coordinador Operativo
Pablo	Godoy	Coordinador Operativo
Delfina	De la Rúa	Tutor Online
Natalia	Bevacqua	Tutor Online
Edna	Galves	Relator
Veronica	Bertuzzi	Relator
Sebastian	Herrera	Coordinador Mentoring
Patricia	Schifini	Coordinador Mentoring
Patricia	Schifini	Coordinador Comunidad de Practicas
Virginia	Caceres	Profesores
Juan Cruz	Miñones	Profesores/Mentores
Alejandro	Vicchi	Profesores
Jose Maria	Allonca	Profesores
Victor	Barrionuevo	Profesores



Nathalie	Jacobs	Profesores
Zayde	Gutierrez	Profesores
Daniela	Gonzalez	Profesores
Marcelo	Fedele	Profesores
Giselle	Borau	Profesores
Christian	Matich	Profesores
Romina	Gaya	Profesores/Mentores
Mariana	Suarez	Profesores
Paola	Zingman	Profesores
Maria Pia	Bonacossa Eyra	Asistente apoyo Diseño Grafico & Multimedial
Rarmiro	Rodriguez Andre	Profesores

ETAPA LANZAMIENTO

Se realizaron a través de un comunicado oficial, previo al inicio del Programa y luego de emitidos los Webinars de sensibilización en vivo durante el mes de junio de 2021, las siguientes acciones de difusión desde los canales oficiales del Gobierno de la Provincia de Santa Fe, Secretaría de Comercio Exterior y Agencia Santa Fe Global, y el eCommerce Institute:

- Envíos de mail desde casillas oficiales a las instituciones provinciales que agrupan a público de interés, como son Cámaras, Clústers y Asociaciones empresariales, Colegios profesionales, Agencias para el Desarrollo, oficinas de producción de los municipios, bases de datos propias de empresas y emprendedores.
- Publicación de la Landing Page del Programa en todas las redes sociales oficiales de la Agencia Santa Fe Global, LinkedIn, Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter y página web de Santa Fe Global.
- Llamados telefónicos a los participantes de los webinars del 16 y el 23 de junio de 2021.

Mailing desde cuentas oficiales de la Provincia difundiendo el programa:



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

Asunto: **POSTULACIONES ABIERTAS!** Santa Fe Exporta Digital: Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce Crossborder 25/6/2021 14:27
A: info@politecnologico.net
Cc: formacion@politecnologico.net

[Si no lees correctamente este mensaje, haz clic aquí](#)

Santa Fe Exporta Digital: Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce Crossborder
Servicios Profesionales y Bienes

100 % ONLINE **INICIO 28 DE JUNIO** **De 19:00 a 21:00 GMT-3 Hora Argentina**

[POSTULATE AQUÍ](#)

Objetivos del Programa:

- Ingresar al mundo del "eCommerce Cross-Border".
- Conocer los procesos y los actores involucrados en la expo-impó de bienes y servicios por Internet.
- Dotar a los participantes de herramientas para hacer negocios transfronterzos.
- Usar Internet como el vehículo para establecer nuevos socios comerciales y diversificar así el riesgo.
- Desarrollar y gestionar un plan estratégico, enfocado en el desarrollo de productos alineados al eje del negocio y a las capacidades que brinda Internet y las nuevas tecnologías.

CONOCÉ EL CALENDARIO
[Entrá aquí](#)

VER EL BROCHURE
[Entrá aquí](#)

Director General
Marcos Pueyfredon
Presidente eCommerce Institute
Global Executive SVP VTEX
[LinkedIn](#)

Director
Sebastián Herrera
Manager
Price2b
[LinkedIn](#)

CONSULTAS:
Administrativas: **Luciano Acuña** - Cel. (+54-9-11) 5906-5540
- info@ecommerceinstitute.com
Sobre el programa: **Inés Frazzatti** - sfglobal@santafe.gov.ar

SANTA FE GLOBAL
gobierno de santa fe

Ing. Inés Frazzatti
ifrazzatti@santafe.gov.ar
CP: 24030012411
Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología
Gobierno de la Provincia de Santa Fe

Difusión del programa desde cuenta de Twitter de Santa Fe Global



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

Santa Fe
Provincia

Santa Fe Global @SantaFeGlobal · 15 jun.

¿Sos profesional y querés vender tus servicios al exterior a través de plataformas digitales? ¿Sos una PyME y querés vender tus productos de forma digital? ¡Éste programa es para vos! 📱

santafe.gob.ar/noticias/notic...

@ProduccionSF @CFI_Argentina

Santa Fe
Exporta Digital

Programa de Capacitación
y Aceleración en:
**ECOMMERCE
CROSSBORDER**

SERVICIOS PROFESIONALES Y BIENES

Commerce
Institute
Engineering the Global
Digital Environment

CFI
CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

Santa Fe
Provincia

SANTA FE GLOBAL

Noticia en página web del Gobierno de la Provincia de Santa Fe difundiendo el Programa



Santa Fe
Provincia

GESTIÓN

Buscar...

ESPAÑOL

NOTICIAS

PRODUCCIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA / LUNES 14 DE JUNIO DE 2021

LANZAN UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA PROMOVER QUE PROFESIONALES Y PYMES EXPORTEN A TRAVÉS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Está destinado a diseñar e implementar un plan integral para promover las exportaciones mediante sus propias tiendas en línea y/o los marketplaces con foco en el mercado local, de Latam, regional y global.

Commerce Institute
Empowering the Global Digital Ecosystem

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Santa Fe Provincia SANTA FE GLOBAL

Santa Fe Exporta Digital

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ACCELERACIÓN EN

ECOMMERCE CROSSBORDER

Servicios Profesionales y Bienes

El gobierno de la provincia realizará este miércoles desde las 17:30hs la presentación del Programa de capacitación y aceleración Ecommerce Crossborder de Servicios Profesionales y Bienes, herramienta destinada a diseñar e implementar un plan integral para promover las exportaciones a través del Comercio Electrónico Transfronterizo de las MiPyMES y los profesionales de la de la provincia, mediante sus propias tiendas en línea y/o los marketplaces con foco en el mercado local, de Latam, regional y global.

El programa que es impulsado por la Secretaría de Comercio Exterior y Agencia Santa Fe Global de la Provincia de Santa Fe, en conjunto con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y el eCommerce Institute, está destinado a profesionales y técnicos de la provincia que estén interesados en vender sus servicios a través de plataformas digitales: ingenieros, arquitectos, diseñadores, abogados, traductores, desarrolladores y afines. También integrantes de empresas, emprendedores, pymes y usuarios en general que desarrollen su actividad en el sector productivo de la provincia.

b. Webinars de sensibilización:

Se dictaron 2 webinars de sensibilización a cargo de representantes de La Secretaría de Comercio Exterior y Agencia Santa Fe Global de la Provincia de Santa Fe, en conjunto con el Consejo Federal de Inversiones CFI y el eCommerce Institute. Se generó el lanzamiento del

Programa Santa Fe Exporta Digital: Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce Crossborder de Servicios Profesionales y Bienes.

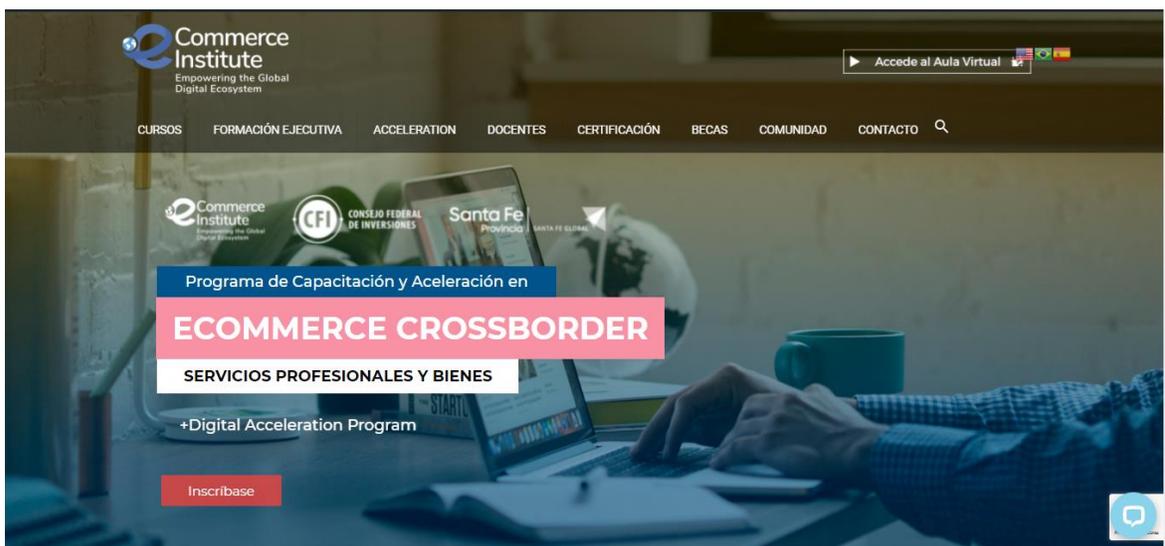
Los Webinars se realizaron a través de la aplicación zoom, con una duración de una hora y media con el fin de sensibilizar sobre la importancia de exportar bienes y servicios profesionales y los beneficios que se pueden tener.

- Primer Webinar de Difusión: Importancia de los servicios y datos en el Marketing Internacional Online. La competitividad global y la estrategia comercial para generar ventas.
- Segundo Webinar de Difusión: Exportación de servicios profesionales y bienes. La empresa global y los nuevos modelos disruptivos.

Participaron el Sr. Gobernador de la Provincia de Santa Fe, CPN Omar Perotti, el Secretario General del CFI, Lic. Ignacio Lamothe, el Ministro de Producción, Ciencia y Tecnología, Med. Vet. Daniel Costamagna, el Secretario de Comercio Exterior de la Provincia de Santa Fe, Lic. Germán Burcher y el Director del eCommerce Institute, Mg. Marcos Pueyrredon.

Luego del acto se realizaron dos Webinar a cargo del Presidente del eCommerce Institute, Mg. Marcos Pueyrredon y del Director del Programa Lic. Sebastián Herrera; con el objetivo de brindar conocimientos, herramientas y recursos a ejecutivos de empresas, Pymes y emprendedores que desarrollen su actividad en el ámbito de la Provincia de Santa Fe que les permitan desarrollar y gestionar un plan estratégico de Digital Commerce enfocado en la exportación de servicios y bienes.

Se realizó la difusión e inscripción de los Webinars a través de la siguiente Landing page: <https://ecapacitacion.org/webinar-programa-crossborder-ecommerce/>





Inscriptos

A continuación se podrá ver el listado de inscriptos a cada Webinar (detallado por Webinar):

Nombre	Apellido
Lucas	Candioti
Marisol	Cacchiarelli
Javier	De Gregorio
Daniela	Viale
ROMINA	SUDACK
Fabrizio	Appiani
Fernando	Giorgio
Lucio Martin	Racedo
Maira	Piedracueva
Gastón	Pérez Mazás
Luisina	Palombarini
Ingrid	Renzone

Nombre	Apellido
Andrés	Weskamp
FEDERICO	LUCHTENBERG
Tomas	Perosio
graciela	Savino
Jose Manuel	Sklate Boja
Mariana	Taglioli
DAIANA	SULIGOY
Hernan	Cianciardo
Juan Cruz	Mazzetti
Marianela	Donnet
Camila	Rasello
Facundo Manuel	Oliver

Nombre	Apellido
Ariel	Rasia
Gabriel	Garro
CLARA	BUGALLO
Noelia	Ros
Selene	Follonier
Andres	Mengoni
Rodolfo	Langhi
Anabella	Battistini
Aranza	Gimenez
Natalia	Sanseverino
FABRICIO	CORBO
Virginia	Mainardi



Gretel	Clausen
Lisandro	Isa
Silvana Pamela	López
paula	biancardi
Enzo	Gonzalez
Juan Ignacio	Minotti
Marlon	Miranda
MARIA LAURA	DAPELLO
Maximilia no	Lencina
Maria Cecilia	De Lorenzi
LUCRECIA	GALLEGOS
Agustina	Bruno
Laura	Fernández
maria jose	veglia

Julia	Ramis
IVAN	RITVO
Ximena	Gómez
pablo	Zarate
Santiago	Molfino
Walter	Lescano
eugenia	zurdo
Francisco	Gianotti
Edgardo	Quiros
Micaela	Acosta
Delfina	Lopez
Matías	Casaretto
Pablo	Rucci
Mariano	Pfaffen

Andrea	Larrea
Roberto	Fleiderman
Dayan Stiven	Benavides F
Victor	Salinas
Germán	Luna
Pablo	Mendoza
Sara	Daitch
Marina	Romero
Adrian	Borella
Delfina	Fioramonti
Enrique	Neville
Agustin	Botteron
Alex	Lesaint
Florencia	Bosio



Patricia	Gómez
Evelin	Olivero
Hernan	Conder
Maximilia no	Ferraro
Luciana	Coscione
Alejandra	Pujadas
Julia	Comelli
Guillermo	Strazza
Horacio	Kraus
Nieves	Aluani
Andres Nicolas	Ramallo
Jonatan	Florez
Claudia	Garcia

Maria Victoria	Armando
Emiliana	Hidalgo
Agustina	Ronchi
Maria Cecilia Concepción	Mayas Paez
Matias	Amezqueta
Federico	Garrone
Mercedes	Carrizo
Miguel	Andino Plechuk
Oswaldo	Musto
Julian	Maina
Gina	Giaramita
FEDERICO	MAZZA
Rodolfo	Gonsolin

CEcilioa	Cuello
Matias	Lemos
Matias	Perassi
RODRIGO	DOMINGORE NA
Carlos	Cagna Vallino
Maria Victoria	Feres
Macarena	Martel Sanchez
Adrian	Grecco
Victoria	Bonifacino
Camila	Dei Cas
Lucas	Dunky
Candela	Figueredo
Maria	Dariozzi



mariana alejandra	diaz
Nahuel	Villalba
Santiago	Quiñones Oller
Barbara	Millan
Emanuel	Rébori
Maximilia no	Laurenti
Ramiro	Almeida
Alberto Jose	Serra
Jose	Ordoñez
Yanel	Guastalla
Andrea	Limido
Victoria	Martin
Graciela	Bonomelli
Mauricio	Fontela

Silvina	Funes
zulema	castagnani
Facundo	Rossello
Cynthia	Gomez
Lorena	Nicola
Florencia	Espinaco
María Florencia	Tálamo
Doris	Portillo
Gastón	Brüggeman n
Tomás	Videla
Virginia	Bracamonte
PABLO Nicolás	Montenegr o
Paula	Giuliani
Rodrigo	Bossi

Gerardo	Bellotti
Guillermo	Peitton
Luis	Baraldi
Oscar	Pinnola
LEONARD O	MAZZO
Emilia	Shocron
Carina	Lowenstein
Magali	Sirini
Mariela	Quintana
luis	ramirez
Diego	Ferrero
Abel	Ranni
Marcelo	Fernández
Bruno	Gelman



Norberto	Weidmann
Gaston	Amorortu
ROMINA	SUDACK
Claudio	Polon
Germán	Sanchez
Mariana	Bufarini
Gaston	Raggio
Maria	Gutierrez
Daniela	Lazzari
Pablo	Hamud
Soledad	Ville
Manuel	Morello
Diego	Bazán
Candela	Martorell
Alejandra	González

Gabriela	Principe
Maria virginia	Cruña
Leonardo	Furlotti
Iván	Grande
Sandra	Vigetti
virginia	laorden
Ayelen	Amaya
Maia	Garrido
Marcos	Cabaña
Romina	Zingale
Pablo	Godoy
MARIA JULIA	VOLKEN
Leonardo	Sandoval
Valentina	Lastra
Ana Laura	Godoy

GEORGIN A	GALLO
Sebastian	Nuara
Facundo Juan	Gordon
Fernando	Tonella
Leonardo	Tombolato
Ezequiel	Clivio
Carolina	Pavetto
Agustina	Boveri
María Belén	Albornoz
Rocío	Fortuna
Nancy	Del tino
GERMAN	ROSSETTI ZIO
Viviana	Asturiano
CINTIA	CARDOZO
Eric	Villalba



Maria Rosa	Dariozzi
DIEGO	CASTRO
FERNANDO	FAVA
Sofía	Plomer
Silvia	Bacco
Facundo	Grosso
Liliana	Franco
Mariana	La Cona
Anabel	Oviedo
Sandra	Aquino
Paula	Arnoldi
Stefania	Ropolo
LUISINA	PIETRASANTA
Maria Ines	Gigli

Stella Maris	Tallano
ALEJANDR A	ZOGBI
Maria Victoria	Santi
Nicolás	Bolcatto
Juan Ignacio	Bastia
Guillermo	Strazza
Viviana	Mauri Pedeesen
Romina	Rezzónico
Damian	Leguizamon
Florencia	Peón
Florencia	Peón
Marcelo	Perin
Santiago	Rodriguez
Yamila	Chybik

Nádira	Quintar
Juan Ignacio	Diaz
Hernán	Galliano
Pablo	Bruni
Rodrigo	Garcia
Luis	Villalba
Elio	Autino
Edgardo	Juncos
Magali	Chiacchiera
Rodolfo Rafael	Magri
Julia	Lopez
laura	constantin
Martin	Bircher
Mirta	Castiglioni



Carolina	Pluda
Cecilia	Bonello
Valeria	Blasón
Inés	Frazzatti
Luciano	Vairoli
Rubén	Lo Prestí
Angel	Eberhardt
Margarita	Herman
Lara	Ciani
Sergio	Chavez
Ariadna	Luciani
Lisi	Ferrero
Juan Cruz	Ferreyra
Graciela	Baroni

Lidia	Santicchia
Mauricio	Gauna
Nicolás	Wortzel
Julia	Fonzo
Luana	Moreno
Elisa Roxana	Bustos
Anahí	Heredia
Daniela	Moyano
María Alejandra	Nieva
Yasser	Palay Esquivel
hernan	Larroquette
Santiago	Vitale
Joel	Foyth
Navier	Picco

Monica	Quevedo
Victor	Pezzetti
Tomás	Astbury
Santiago Ramiro	Estrubia
MARIANA	BANEGA
Mauro	Cuffaro Corona
Valeria	Orihuela
Victoria	martin
Alvaro	Bastia
Martin	Lastra
Lucila	Pierantoni
Emanuel	Landolt
Tamara	Pardo Roman
Silvana	Pecora

Grabaciones de los Webinars

Se podrá acceder a la **grabación** del Primer Webinar: <https://youtu.be/e1oWUi7LDis>

Miércoles 16 de junio - 17:30 GMT-3

Importancia de los servicios y datos en el Marketing Internacional Online. La competitividad global y la estrategia comercial para generar ventas

Se podrá acceder a la **grabación** del Segundo Webinar: <https://youtu.be/nDZef2ZmDp4>

Miércoles 23 de junio - 18:00 GMT-3

Exportación de servicios profesionales y bienes. La empresa global y los nuevos modelos disruptivos.

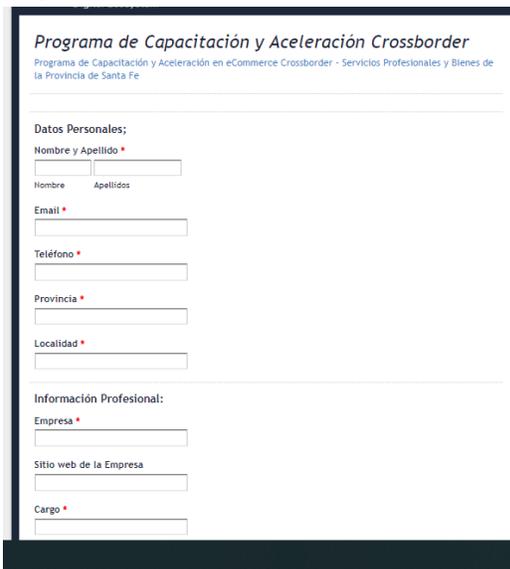


c. Inscripciones de profesionales y selección

MODALIDAD Y LISTADO DE POSTULADOS AL BENEFICIO

Los interesados se postularon a través de una landing page en el sitio (a continuación) web del eCommerce Institute creada especialmente para el proyecto en desarrollo. Dentro de la misma el interesado completó un formulario donde se le requirió la información básica necesaria como para determinar la aceptación o negativa de aquellos interesados en participar del programa.

Dejamos a continuación el Formulario donde debían postularse los interesados:



Programa de Capacitación y Aceleración Crossborder
Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce Crossborder - Servicios Profesionales y Bienes de la Provincia de Santa Fe

Datos Personales;

Nombre y Apellido *

Hombre Apellidos

Email *

Teléfono *

Provincia *

Localidad *

Información Profesional:

Empresa *

Sitio web de la Empresa

Cargo *

Se encontrará dentro del listado, la siguiente información de cada Postulado:

- Nombre y Apellido
- Email
- Teléfono
- Provincia
- Localidad
- Empresa
- Sitio web de la Empresa



- Cargo
- Máximo nivel de estudios alcanzado
- Título de Nivel alcanzado
- LinkedIn
- Elige la orientación del Programa en la cual más interesado/a te encuentres: Bienes/Servicios
- ¿Cuál es tu motivación o incentivo para realizar el Programa?

Compartimos el listado total de postulados al beneficio para recibir el Programa de formación profesional, impulsado por La Agencia Santa Fe Global del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología, el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y el eCommerce Institute que fue compartido dos veces por día al Gobierno de Santa Fe

En el siguiente enlace, se puede acceder al Listado de Postulados detallados: Listado de Postulados

Postulantes - Programa de Capacitación y Aceleración Crossborder : Postulados										
Andres	Ramallo	andresramallo	543.408.574.770	Santa Fe	San Cristobal	Cowork SC		Presidente	Universitario en curso	no aplica
Marisol	Rafael	marisolrafael	3.415.214.068	Rosario	Rosario	Evoluciona Co	http://https://	Socio- Gerente	Terciario finalizado	Técnico Superior
Leonardo	Furlotti	leofurlotti197	3.413.028.199	Santa fe	Granadero Baigorri	FURLOTTI Hnos.		Desarrollo y Producción	Secundario finalizado	Bachiller
Magali	Chiacchiera	magalichiacch	3.413.701.271	Santa Fe	Correa	Yihe International (Trader de		Compradora de Carne	Posgrado en curso	Comercio Internacional
Agustina	Ercole	aguus.ercole	3.492.584.264	Santa fe	Rafaela	.		Contador	Universitario finalizado	Contador
Pablo	Rucci	pablo.rucci16	3.492.690.434	Santa Fe	Rafaela	Granger Nutri	https://grange	Co-Fundador	Universitario finalizado	Ingeniero Mecánico
Mauricio	Gauna	doctorgauna	5.493.415.896.446	Santa Fe	Rosario	Doctor Gauna	http://www.do	director médico	Universitario finalizado	Médico
Grete	Clausen	gclausen@let	3.413.390.520	santa fe	Rosario	LETIS	http://www.let	Gerente de Desarrollo	Posgrado finalizado	Master en E
Cecilia	Cuello	ceciliacuellob	3.401.436.733	Santa Fe	El Trébol	Pragma	https://instagr	socio gerente	Universitario finalizado	Ingeniera Civil
Leticia	Debandi	leticiaebandi	543.413.994.656	Santa Fe	Rosario	LD Comunicación Integral		Dueña	Universitario finalizado	Licenciatura
Facundo Juar	Gordon	gbaberturas@	543.415.317.291	santa fe	Rosario	GB Aberturas	http://faceboo	Titular	Secundario finalizado	Bachiller
Manuel	Morello	manuelmorell	3.415.615.389	Santa Fe	Rosario	Jula Moró	http://www.jul	Titular	Universitario abandonado	no aplica
Nahuel	Patricio	Villalba	3.413.149.357	5,49E+12	Santa Fe	Rosario	Micro Giardino	https://micro-giardin	Titular	Universitario
Andrea	Larrea	andrealuciala	543.434.684.864	Santa Fe	Santa Fe	Profesional Independiente		consultora social	Universitario finalizado	Licenciada
Gerardo	Bellotti	gerardobellotti	3.416.952.430	Rosario	Rosario	Bellotti Gerardo, Ing.		Titular	Universitario finalizado	Ingeniero
laura	constantin	lauraconstant	3.492.527.110	rafaela	rafaela	freelance		gerente	Posgrado finalizado	Lic. en Com
Dayan Steven	Benavides Forero	stivenforero	5.493.424.681.579	Santa fe	Santa fe	Ernst & young	https://www.e	Empleado	Universitario finalizado	Licenciado
Andres	Martinez	maginoong.p	543.424.308.163	Santa Fe	Santa Fe	Unipersonal		Titular	Universitario finalizado	No aplica
Stella Maris	Tallano	smtallano@hc	543.416.413.557	Santa Fe	Pérez	Carpintería a medida		Socio	Universitario abandonado	Perito Merc

Nombre	Apellido	Email	Teléfono	Provincia	Localidad	Empresa
--------	----------	-------	----------	-----------	-----------	---------

Adrian	Grecco	agrecco@LTCA.com.ar	3.415.157.193	Santa Fe	Rosario	(LTCA) Leadership Trainings & Consulting Argentina
--------	--------	---------------------	---------------	----------	---------	--



Agustin	Botteron	agustinbotteron@gmail.com	3.425.445.557	Santa Fe	San José del Rincón	AyA Ingenieria
Agustín	Leperini	agustin@easysoftwarecorp.com	341153424457	Santa Fe	Rosario	Easy Software
Agustina	Ercole	aguus.ercole@gmail.com	3.492.584.264	Santa fe	Rafaela	.
Agustina	Romero Zabala	administracionventas@blotta.com.ar	3415482701	Santa Fe	Rosario	MTA Rosario SRL
Ailín	Paredes	ailin@proyectobeta.com.ar	5.493.416.169.333	Santa Fe	Rosario	Proyecto Beta
Alejandra	Pujadas	alejandra@integranegocios.com.ar	5.493.415.709.843	Santa Fe	Rosario	Ing. Ricardo Gerosa SRL
Alejandra	Giménez	agimenez@iniciActiva.com.ar	543.426.102.682	Santa Fe	Santa Fe	IniciActiva de María Alejandra Giménez
Alejandra	CORTEZ	adm@rygak.com	4.632.049	Santa Fe	rosario	Rygak
Alejandro	Welschen	genaleja@hotmail.com	543.424.056.966	Santa Fe	Santa Fe	Fotodental
Alejandro	Priotti	alejandropriotti@hotmail.com	3.562.442.638	Santa Fe	Sunchales	NUSAR
Alejandro Tomas	Whitelegg	alejandrowhitelegg@hotmail.com.ar	1159513571	Santa Fe	Venado Tuerto	Butterfly Consulting
Alvaro	Bastia	alvaro695547@gamil.com	3.492.695.547	Santa Fe	Rafaela	Byconsultores
Anabella	Battistini	anabellabattistini12@gmail.com	3.492.651.320	Rafaela	Rafaela	Municipalidad de Rafalea
Andrea	Larrea	andrealucialarrea@gmail.com	543.434.684.864	Santa Fe	Santa Fe	Profesional independiente
Andrea	Mosetto	andrea.mosetto.am@gmail.com	3492215244	Santa Fe	Rafaela	Avon
Andrea	Mosetto	andrea.mosetto.am@gmail.com	3492215244	Santa Fe	Rafaela	Avon



Andrea	Mosetto	andrea.mosetto.am@gmail.com	349221524 4	Santa Fe	Rafaela	Avon
Andres	Ramallo	andresramallo09@gmail.com	543.408.57 4.770	Santa Fe	San Cristobal	Cowork SC
Andres	Martinez	maginoong.puso@gmail.com	543.424.30 8.163	Santa Fe	Santa Fe	Unipersonal
Andres	Mengoni	andresmengoni@gmail.com	3.464.443.0 04	Santa fe	Casilda	Prestacion de servicios empresariales
Andrés	Romero Jones	estudio rojo.cv@gmail.com	5.493.424.6 83.484	Santa Fe	Santa Fe	ESTUDIO ROJO
Anibal	Del Grecco	adelgrecco@motoperimetro.com	3464560322	Santa Fe	Chabás	MotoPERIMETRO
Ariadna	Luciani	ari.luciani.23@gmail.com	3.407.432.4 71	Santa Fe	Santa Fe	Auditorías para establecimientos alimenticios
Ariel	Dolce	arieldolce@flexocolor.com.ar	3.416.412.4 97	Santa Fe	Rosario	Flexocolor S. A.
Ayelen	Amaya	ayelenamaya0@gmail.com	3.492.656.4 09	Santa Fe	Rafaela	Estudio aduanero bertorello
Bernardo	Aquino	bquino@athix.com.ar	5,43462637 E+11	Santa Fe	Rosario	Calzados Blanco
BETINA	FILIPPINI	direccion@institutosaintpatrick.com	341492844 8	ROSARIO	ROSARIO	SAINT PATRICK
Bruno	Sebastiani	brunopablosebastiani@gmail.com	3.413.514.9 58	Santa Fe	Villa Constitución	Cuentapropista
Carina	Berretta	carinaberretta@gmail.com	342156141 248	Monte Vera - Santa Fe	Monte Vera - Santa Fe	ZARA COLLECTIONS
Cecilia	Cuello	ceciliacuellobanchio@gmail.com	3.401.436.7 33	Santa Fe	El Trébol	Pragma
Cecilia	Fernandez	cfernandez@ideartechcorp.com	1.164.598.7 25	Argentina	Argentina	IDEAR TECH
Cecilia	Carlini	cecilia.carlini81@gmail.com	342548102 6	Santa Fe	San Carlos Sud	Lyris IT



Cesar	Escobar	nicolasescobar2@hotmail.com	348263013	5	Santa fe	Reconquista	Emprendedor
Cintia	Cardozo	pacosanz.cintia@gmail.com	543.416.00	9.712	Santa Fe	Rosario	Paco sanz
Claudio	Domínguez	cldominguez@hotmail.com	3.476.676.8	56	San Lorenzo	San Lorenzo	Profesional independiente
Claudio	Polon	claudio@cap-gp.com	5.493.413.5	93.100	Santa Fe	SAN LORENZO	CAP GLOBAL PARTNER
Damián	Pierabella	damianpierabella@gmail.com	341611537	8	Casilda	Casilda	Salvaje Social Media Agency
Daniel	Pluss	dpluss@sipel.com.ar	3.415.557.1	87	Santa Fe	Rosario	Sipel SRL
Daniel	King	daniel@danielking.com.ar	3411561991	01	Santa Fe	Rosario	Triptongo
daniela	moyano	danielamoyano-12@hotmail.com	543.564.61	9.139	santa fe	ESTACION JOSÉFINA	dyd servicios
Daniela	Viale	dfviale@hotmail.com	5.493.415.5	03.580	Santa Fe	Rosario	DV Consultora
David	Sanchez	ingagrimsanchez@gmail.com	342000000	0	rosario	rosario	Ingeniero Agrimensor
David	Andelsman	dandelsman@gmail.com	5.491.130.0	68.910	Buenos Aires	Buenos Aires	AAICI
David	Sanchez	ingagrimsanchez@gmail.com	341655020	4	rosario	rosario	Ingeniero Agrimensor
Dayan Stiven	Benavides Forero	stivenbforero@gmail.com	5.493.424.6	81.579	Santa fe	Santa fe	Ernst & young
Diego	Ferrero	dferrero@juncales.com.ar	3.493.663.2	64	Santa Fe	Sunchales	Juncales
Diego	Castro	diego.castro@antartida.com.ar	3.424.458.9	64	Santa Fe	Santa Fe	DISTRIBUIDORA ANTARTIDA S.A.
Diego	Bazán	dbazan@ful.unl.edu.ar	543.425.04	1.296	SANTA FE	La Capital	Autonomo



Diego	Ruiz	it@proagrolab.com.ar	4.316.651.840	santa fe	rosario	Proagro S.A.
Edgardo	Casas	preiszedgardo@gmail.com	3.434.167.209	Urdinarrain	Urdinarrain	UPL Argentina SA
Eduardo	Gallo	abog.eduardogallo@gmail.com	3,48261041E+09	Santa Fe	Reconquista	G&A Administración y Gestión de soluciones legales
Enzo	Foschiatti	enzofosch@gmail.com	3482607719	Santa fe	Avellaneda	Terna sa
Evelin	Olivero	evelin.olivero@unraf.edu.ar	543.492.508.404	Rafaela	Rafaela	EO estudio
Fabricio	Mazzoni	fabricio.mazzoni@tecsc.com	543.404.527.464	Santa Fe	Rafaela	Tecnología en Electrónica y Control SRL
Fabricio	Mazzoni	fabricio.mazzoni@tecsc.com.ar	3.404.527.464	Santa Fe	San Carlos Centro	TEC SRL
Facundo	Quaranta	fquaranta@holistor.com.ar	3413531317	Santa Fe	Rosario	Holistor
Facundo Juan	Gordon	gbaberturas@gmail.com	543.415.317.291	santa fe	Rosario	GB Aberturas
Federico	Garrone	federico@melocoton.com.ar	3412212989	santa fe	rosario	Melocoton - Envie S.R.L.
Federico	Cardonnet	crackcomunicacion@gmail.com	3,42590203E+09	Santa Fe	Santa Fe	Crack Comunicacion
Federico Alfredo	Mazza	fmazzaalcorta@hotmail.com	5.493.465.661.551	santa fe	Alcorta	Mazza Contadores Publicos
Fernando	Escandell	fernandoluisescandell@gmail.com	5493413567333	Santa fe	Rosario	Litoral logistica sa
Florencia	Walton	florwalton@gmail.com	3.415.936.133	Santa Fe	Rosario	Doble A
Francisco	Gianotti	gianottifrancisco@hotmail.com	543.425.170.088	Santa Fe	Santa Fe	Deskin
Francisco	Bosio	franciscobosio2@gmail.com	3.401.517.995	Santa Fe	El Trébol	Pragma



Francisco	Terré	franciscoeterre@gmail.com	349115419 070	Santa Fe	Villa Minetti	Raihue
Franco	Fantin	franco2391@gmail.com	341382087 4	Rosario	Rosario	Universidad Nacional de Rosario
Gabriel	Perren	gperren@tecsc.com.ar	3.404.418.6 41	Santa Fe	San Carlos Centro	Tecnología en Electrónica y Control SRL
gabriela	hutt	gabrielahutt@hotmail.com	5.493.415.7 20.371	santa fe	rosario	GHutt Estudio Contable
Gabriela	Genz	gabriela.genz@gmail.com	156.157.87 2	Santa Fe	Rosario	Gabriela Genz Consultora
Gaston	Raggio	graggio@aer.org.ar	3.415.647.3 96	Santa Fe	Rosario	Grupo Exportador - Asistencia ala Exportación
gaston	gays	gaston_gays@live.com.ar	341.155.32 7.722	santa fe	rafaela	weskan
Gerardo	Bellotti	gerardobellotti@yahoo.com.ar	3.416.952.4 30	Rosario	Rosario	Bellotti Gerardo, Ing.
German	Schaufler	germans@gpl.com.ar	3.415.832.0 69	Santa Fe	Rosario	GPL Sistemas S.A.
German	Levi	german@vandalia.com.ar	341485290 0	santa fe	Rosario	Vandalia S.A.
Gonzalo	Caula	caulagonzalo@gmail.com	3.492.674.8 26	Santa Fe	San Cristobal	Wonderland
Gonzalo	Valenti	g.valenti32@gmail.com	3412682736	Santa Fe	Rosario	onicaps
Gretel	Clausen	gclausen@letis.org	3.413.390.5 20	santa fe	Rosario	LETIS
Guillermo	Sosa Ballaben	willi.sebas@gmail.com	387552753 0	Salta	Salta	Sofia
Gustavo	Boasso	gustavoboasso@hotmail.com	349260767 7	Santa Fe	Rafaela	Espacios Esenciales
Hernan	Conder	hernan.conder@ecofinisterre.com	5.491.167.6 52.342	CABA	CABA	Hernan F Conder



Iván	Grande	ivangrandesf@hotmail.com	3.564.564.617	Santa Fe	Frontera	Particular
IVAN NICOLAS	RITVO	ivan.ritvo@estudioritvo.com.ar	541.124.612.388	SANTA FE	SANTA FE	ESTUDIO RITVO
Javier	De Gregorio	extraloe@gmail.com	341253314	9 Santa Fe	Rosario	Bionatura SRL
joaquin	cañete	joakinc@gmail.com	3.424.627.610	santa fe	santa fe	csistemas.com.ar
Jonatan	florez	jonaflorzez@gmail.com	543.408.679.330	Santa Fe	San Cristobal	coworking SC
José	Ordoñez	josea.ordonez@hotmail.com	340.415.591.296	Sante Fe	San Carlos Centro	Naniflex - AR alimenticia
Jose Manuel	Sklate Boja	info@indumetavi.com.ar	543.414.921.514	Santa Fe	Villa Galvez Gob.	INDUMETAVI S.R.L.
Juan Ignacio	Cece	juan_i_cece@jcbc.com.ar	341156656251	Rosario	Rosario	JCBC
Juan Pablo	Zapata	pablo29zapataj@gmail.com	3.482.526.821	Santa Fé	Villa Ocampo	IdeaS, RecicladO y AlgO Más J.P.Z.
Julián	galbusera	juligalbusera@live.com	3492614199	santa fe	Rafaela	ARGENTMEALS
Julieta	Isla	julieta.isla@gmail.com	3.471.336.222	Santa Fe	Armstrong	PRO-MAG S.A
JULIETA ANALIA	ROJAS	cpjulietaarojas@gmail.com	543412532006	ROSARIO	ROSARIO	ESTUDIO JURIDICO CONTABLE
Karina	Megna	karinamegna@gmail.com	5.493.415.054.076	Santa Fe	rosario	karinamegna.com
laura	constantin	lauraconstantin24@gmail.com	3.492.527.110	rafaela	rafaela	freelance
LAURA	GORI	laura@decorsa.com.ar	543.412.218.024	SANTA FE	ROSARIO	DECOR SA
laura	constantin	lauraconstantin24@gmail.com	3.492.527.110	rafaela	rafaela	Expertos en Pymes
Leandro	Llenas	leandrollenas@gmail.com	3416180676	Santa fe	Rosario	Estudio contable



Lenin	Toledo	lenintoledo.mgi@gmail.com	87818565	Tegucigalpa	Tegucigalpa	INJUPEMP
Leonardo	Furlotti	leofurlotti1973@gmail.com	3.413.028.199	Santa fe	Granadero Baigorria	FURLOTTI Hnos.
Leonel	Pieron	info@ingeniox.com.ar	3.464.533.419	Santa Fe	San Jose de la Esquina	G-Tek Sociedad Simple
Leticia	Debandi	leticiadebandi@gmail.com	543.413.994.656	Santa Fe	Rosario	LD Comunicación Integral
Lorena	Nicola	lorenanicola@gmail.com	341155692897	santa fe	Casilda	Consultora Nicola
Lorena	Nicola	lorenanicola@gmail.com	341155692897	santa fe	Casilda	Consultora Nicola
Lucas	Rodriguez Luna	lucas.rluna@andeluz.com.ar	3413605860	Santa Fe	Rosario	Andeluz SA
LUCIA	PROTTI	lprotti@prottiabogados.com.ar	3.467.415.659	Santa Fe	Rosario	Estudio Juridico
Lucía	Balero	lucibalero@hotmail.com	3462539145	Santa Fe	Rosario	PWC
Luciana	Imperiale	luciana.imperiale@live.com.ar	1.166.834.216	Morón	Morón	IPSUM Global Solutions
Luciana	Barbes	luciana.barbes@gmail.com	3413670301	Santa fe	Rosario	La Mutual AMR
Luciana	Giarda	luciana_giarda@yahoo.com.ar	54341155910476	santa fe	Rosario	Druidics Soluciones informáticas
Luciano	Venditti	lvenditti@marcelapandoluniformes.com	543.414.655.555	Santa Fe	Rosario	Marcela Pandol
Luciano Victor	Di Naso	luciano.dinaso@gmail.com	543.413.064.434	Santa Fe	Rosario	Contador Público/ Comercio electrónico.
Lucio	Racedo	lucioracedo@petitfours.com.ar	5.493.416.209.980	Santa Fe	Carcarañá	PETIT FOURS S.A.
Lucio Mario	Guarneri	lucio guarneri7@gmail.com	3.413.599.306	Santa Fe	VILLA GOBERNADOR GALVEZ	Estudio Contable Marisa Bottoso



Luis emilio	lucente	luislucente@hotmail.com	3.416.155.5	95	santa fe	arroyo seco	Origami
Luisina	Palombarini	lpalombarini@extrader.com	3.416.025.8	25	Santa Fe	Carcarañá	EXINTRADER SA
Magali	Chiacchiera	magalichiacchiera@gmail.com	3.413.701.2	71	Santa Fe	Correa	Yihe International (Trader de Chengdu, China) - Direccion de Produccion , Empleo y Comercio Exterior de la municipalidad de Carcaraña.
Maia	Garrido	maiegarrido@gmail.com	5.493.425.1	30.907	Santa Fe	Santa Fe	Traductora freelance
MAILEN	SALUZZIO	mailen.saluzzio@gmail.com	3.400.663.4	76	Villa Constitución	Villa Constitución	Particular
Maira	Piedracueva	mpiedracueva@fromder.com	543.416.83	1.321	Santa Fe	Rosario	Fromder
Manuel	Morello	manuelmorello@hotmail.com	3.415.615.3	89	Santa Fe	Rosario	Jula Moró
Mara Graciana	Ruiz	cpmararuiz@gmail.com	543.413.12	9.859	rosario	rosario	Estudio A1 consorcio de cooperacion
Marcos	porporatto	marcos.porporatto@hotmail.com	3.493.446.5	63	Santa Fe	Sunchales	CosPor
Maria	Dariozzi	mrdariozzi@kozaca.com.ar	3.413.736.2	74	Santa Fe	Rosario	Kozaca SA
María	Dariozzi	mrdariozzi@kozaca.com.ar	3.413.736.2	74	Santa fe	Rosario	Kozaca SA
María Alejandra	Nieva	malenieva@gmail.com	3.425.248.5	54	Santa Fe	Santa Fe	Detective de cosméticos
María Belén	Albornoz	hola@aeromono.com	341.155.32	7.466	Rosario	Rosario	Aeromono
Maria Emilia	GAUTERO	legalimconsultora@gmail.com	543.426.12	5.703	santa fe	Santa fe	LEGALIM



maría eugenia	zurdo	eugezurdo@hotmail.com	2.944.588.589	rio negro	Bariloche	Comesur
Maria Eugenia	del Arco	medelarco@delkoalimentos.com.ar	346215656781	Santa Fe	Venado Tuerto	DELKO ALIMENTOS S.R.L
María Inés	Tornati	Mitornati@gmail.com	5.493.464.683.402	Rosario	Rosario	Jurassic Parts
MARIA JULIA	VOLKEN	mjvolken@hotmail.com	543.496.460.411	Esperanza	Esperanza	VLA ARQUITECTURA
María Sol	Szewc	sol_szewc@hotmail.com	3492564571	Santa Fe	Rosario	Profesional Independiente
María Victoria	Armando	victoriarmando@gmail.com	3.425.450.734	Santa Fe	Santa Fe	ACICE
Mariana	Taglioli	marianataglioli@gmail.com	5.493.415.783.288	Santa Fe	Rosario	Paloma Cruz
Mariana Alejandra	Diaz	cpnmadiaz@gmail.com	543.424.734.344	Santa Fe	Santa Fe	Consultora independiente
mariano	benitez	benitezmariano421@gmail.com	3.382.443.230	santa fe	rufino	di prinzio
Mario Luis	Tulliani	mltulliani@hotmail.com	3413101070	Santa Fe	Peyrano	CALIBRO
Marisol	Rafael	marisolrafael@gmail.com	3.415.214.068	Rosario	Rosario	Evoluciona Consultores en RRHH
Martin	Mancini	martin.mancini@outlook.com	543413235497	Santa fé	Rosario	OLA
Martín	Dimónaco	cp.martindimonaco@gmail.com	543.413.017.594	Rosario	Rosario	Estudio contable
Matias	Nuñez	matiasanu@gmail.com	3.416.478.581	Santa Fe	Rosario	Video Call Shop SAS
Matias	Perassi	matiasperassi@gmail.com	1.168.662.158	Santa Fe	Rafaela	DeLaval
Matias	Lemos	mlemos@unimoron.edu.ar	5.491.135.423.106	Buenos Aires	Beccar	Fundación Universidad de Morón



Matias	Walter	matiaswalter19@gmail.com	3.492.210.069	Santa Fe	Rafaela	Alimentos Argentinos Saludables
Matias	Gays	ing.matiasgays@gmail.com	3.492.425.279	Santa fe	Rafaela	Establecimientos metalúrgicos Gays
Matias	Tessini	Tessinimatias@gmail.com	3.482.732.234	Santa Fe	Malabrigo	Municipalidad
Matias	Troiano	troianomatias@gmail.com	3416409131	SANTA FE	rosario	Calzados Blanco
Matías	Figueroa	matifigue46@gmail.com	3413888687	Santa Fe	Rosario	BBN
Mauricio	Fontela	mfontela@web-experto.com.ar	3.415.099.407	Rosario	Rosario	Webexperto SRL
Mauricio	Gauna	doctorgauna@hotmail.com	5.493.415.896.446	Santa Fe	Rosario	Doctor Gauna Cursos
Mauricio	Rizzotto	mauricio.rizzotto.mr@gmail.com	3.492.612.643	Rafaela	Rafaela	Rizzotto y Pieragostini srl
Maximiliano	Stanich	info@stanichaudio.com.ar	3.425.176.643	Santa Fe	San Carlos Sud	STANICHAUDIO
Maximiliano	Uranga	contacto@uvcsoluciones.com	3444511552	Santa Fe	Rosario	UVC Soluciones S.R.L
Melina Karin	Cerviño	melinacervino@yahoo.com.ar	3491407288	Santa Fe	Ceres	Melina Karin Cerviño
Micaela Lorena	Acosta	loren_acos_@hotmail.com	2.235.339.422	BsAs	Mar del Plata	.
Nádira	Quintar	nquintar@hotmail.com	3.415.014.314	santa fe	roldan	profesional independiente
Nahuel	Patricio	Villalba	3.413.149.357	5,49E+12	Santa Fe	Rosario
Narela	Marozzi	narelamarozzi777@gmail.com	3491695636	santa fe	ceres	Camila Marozzi Arquitecta
natali	bernardi	nati_berni@hotmail.com	3.492.584.953	santa fe	bigand	estudio contable



Nicolas	Bernacchia	nicolasbernacchia.nb@gmail.com	340741485	3	Santa fe	Rosario	Kame House web design
NOELIA	FORNI	np@wilnet.com.ar	543.492.60	0.697	SANTA FE	RAFAELA	NP
Oscar Federico	Bonzi	fedebonzi8@gmail.com	3492411565		Santa Fe	Rafaela	Independiente
Pablo	Rucci	pablo.rucci16@gmail.com	3.492.690.4	34	Santa Fe	Rafaela	Granger Nutricion
Pablo	Apud	pabloapud@gmail.com	3.482.431.5	70	Santa Fe	Reconquista	ABC COMEX
Pablo	Hamud	pablohamud00@gmail.com	5.493.416.1	77.908	Santa Fe	Rosario	Digital Partner
Paula	Biancardi	p.biancardi@jypcomex.com.ar	3.416.503.0	96	Santa Fe	Rosario	J&P Consultora en comercio exterior
Paula	Giraud	paula.giraud@live.com.ar	347159152	3	Santa Fe	Rosario	Electrolux
Pedro	Ercole	pedro_ercole@hotmail.com	3.492.590.0	78	Santa Fe	Rafaela	Wonderland
Raúl José	García	nadiedigital@gmail.com	3.408.677.3	90	Santa Fe	San Cristobal	Nadie Digital
Rodrigo	Lipari	liparirodrigo@gmail.com	543413470	977	Santa Fe	Rosario	LIPARI
ROMINA	MACHIAVELLO	romina@doobjetosdesabor.com	543.416.58	8.762	ROSARIO	ROSARIO	DO OBJETOS DE SABOR
Santiago	Rodriguez	rodriguezsantiago183@gmail.com	3.425.166.5	89	Santa Fe	Santa Fe	Darwin Quimica
Santiago	Estrubia	sestrubia@alfajoresmerengo.com	3.424.455.5	89	Santa Fe	Santa Fe	MERENGO SA
SERGIO	Gimenez	arq.sergiogimenez@gmail.com	543415102	894	Santa Fe	Rosario	Ariston S.A - Rosario C & V Bureau
Silvana	Pecora	silvana.pecora@live.com.ar	543.416.89	1.643	Santa Fe	Rosario	C.P. y Lic. en Adm. Silvana Pecora



Silvina	Gorgas	silvinagorgas@hotmail.com	3.416.524.573	Rosario	Rosario	Gya Contable
Silvina	Maroni	silvina.maroni@gmail.com	5493412524664	Santa Fe	Rosario	Listocalisto Editorial
Silvina	Maroni	silvina.maroni@gmail.com	5493412524664	Santa Fe	Rosario	Listocalisto Editorial
Sofia	Acosta	sooacosta@gmail.com	540.349.215.592.901	Santa Fe	Rafaela	Sophya Acosta Lighting Design Studio
Stella Maris	Tallano	smtallano@hotmail.com	543.416.413.557	Santa Fe	Pérez	Carpintería a medida
Tamara	Pardo Román	tamarapardoroman@hotmail.com	2.234.220.827	Santa Fe	Acebal	Luis Schivalocchi
VALENTINA	LASTRA	vlastra.vl@gmail.com	3.496.465.240	SANTA FE	ESPERANZA	VLA ARQUITECTURA
Vanina	Giomo	vaninagiomo@hotmail.com	3.471.575.087	Santa Fe	Correa	San Sebastián (carnes rojas) y Consultora SolPro
Victor	Pezzetti	vpezzetti@tribalconsulting.com.ar	5.493.416.436.187	Santa Fe	Casilda	Tribal Consulting
Victor	Lauria	v.lauria@gmail.com	3.416.933.235	Santa Fe	Rosario	Trecex materiales SRL
Victoria	Martin	victoria_martin1@outlook.com	3.416.831.880	Santa Fe	Rosario	Alma
Walter	Lescano	walter.lescano@smartsource.cc	543.425.031.966	Santa Fe	Santa Fe	Smart Source
Yair	Adaro	yair@proyectobeta.com.ar	3415766191	Santa Fe	Rosario	Proyecto Beta
YESICA	SPACIUUK	hola@yerbamatearai.com	342.155.671.874	SANTA FE	SANTA FE	ARAI YERBA MATE

Criterios de selección

Estuvieron encargados de la selección de postulantes los coordinadores del eCommerce Institute, los Coordinadores locales y el Gobierno de Santa Fe, quién tendrá la potestad de decidir la confirmación de los seleccionados o la incorporación de quienes hayan quedado fuera.

Se relevó caso por caso a la totalidad de los Postulados para determinar quienes quedaron seleccionados para realizar el Programa de Capacitación y Aceleración de acuerdo a los siguientes criterios:

- La empresa o profesional debe tener radicación en la Provincia de Santa Fe.
- Deben ser productores de bienes o servicios, no intermediarios o comercializadores de bienes o servicios producidos fuera de la Provincia.
- Se tuvieron en cuenta también a los profesionales de apoyo a la producción y a la exportación, como profesionales de comercio exterior o funcionarios municipales de áreas de producción, dado que pueden “volcar” esta capacitación a empresas y emprendedores de su localidad. Éstos fueron incorporados en una segunda instancia.
- Se aplicó un criterio de territorialidad priorizando a los postulantes que provengan de localidades “no centrales”, es decir fuera de los núcleos urbanos de las Ciudades de Santa Fe y Rosario.
- Se tuvo en consideración la distribución en cuanto a género de los postulantes

A continuación, compartimos el listado de aprobados para recibir el beneficio del Programa de formación profesional, impulsado por La Agencia Santa Fe Global del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología, el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y el eCommerce Institute:

Alejandra	Giménez	agimenez@iniciActiva.com.ar	5,43E+11	Santa Fe	Santa Fe
Mauricio	Fontela	mfontela@web-experto.com.ar	3,42E+09	Rosario	Rosario



Sofia	Acosta	sooacosta@gmail.com	5,40E+14	Santa Fe	Rafaela
María Belén	Albornoz	hola@aeromono.com	3,41E+11	Rosario	Rosario
Bernardo	Aquino	baquino@athix.com.ar	5,43462637E+11	Santa Fe	Rosario
María Victoria	Armando	victoriarmando@gmail.com	3,43E+09	Santa Fe	Santa Fe
Diego	Bazán	dbazan@ful.unl.edu.ar	5,43E+11	SANTA FE	La Capital
Gerardo	Bellotti	gerardobellotti@yahoo.com.ar	3,42E+09	Rosario	Rosario
Dayan Stiven	Benavides Forero	stivenbforero@gmail.com	3,42E+09	Santa fe	Santa fe
natali	bernardi	nati_bern@hotmail.com	3,49E+09	santa fe	bigand
Francisco	Bosio	franciscobosio2@gmail.com	3.401.517.995	Santa Fe	El Trébol
Agustin	Botteron	agustinbotteron@gmail.com	3,43E+09	Santa Fe	San José del Rincón
Cintia	Cardozo	pacosanz.cintia@gmail.com	5,43E+11	Santa Fe	Rosario
Cecilia	Carlini	cecilia.carlini81@gmail.com	3425481026	Santa Fe	San Carlos Sud
Diego	Castro	diego.castro@antartida.com.ar	3,42E+09	Santa Fe	Santa Fe
Melina Karin	Cerviño	melinacervino@yahoo.com.ar	3491407288	Santa Fe	Ceres



Magali	Chiacchiera	magalichiacchiera@gmail.com	3.413.701.271	Santa Fe	Correa
Gretel	Clausen	gclausen@letis.org	3,41E+09	santa fe	Rosario
laura	constantin	lauraconstantin24@gmail.com	3,49E+09	rafaela	rafaela
Cecilia	Cuello	ceciliacuellobancho@gmail.com	3,40E+09	Santa Fe	El Trébol
Maria	Dariozzi	mrdariozzi@kozaca.com.ar	3.413.736.274	Santa Fe	Rosario
Javier	De Gregorio	extraloe@gmail.com	3412533149	Santa Fe	Rosario
Maria Eugenia	del Arco	medelarco@delkoalimentos.com.ar	346215656781	Santa Fe	Venado Tuerto
Anibal	Del Grecco	adelgrecco@motoperimetro.com	3464560322	Santa Fe	Chabás
Luciano Victor	Di Naso	luciano.dinaso@gmail.com	5,43E+11	Santa Fe	Rosario
Mariana Alejandra	Diaz	cpnmadiaz@gmail.com	5,43E+11	Santa Fe	Santa Fe
Martín	Dimónaco	cp.martindimonaco@gmail.com	5,43E+11	Rosario	Rosario
Ariel	Dolce	arieldolce@flexocolor.com.ar	3,42E+09	Santa Fe	Rosario
Claudio	Domínguez	cldominguez@hotmail.com	3,48E+09	San Lorenzo	San Lorenzo



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

Pedro	Ercole	pedro_ercole@hotmail.com	3,49E+09	Santa Fe	Rafaela
Santiago	Estrubia	sestrubia@alfajoresmereng.com	3,42E+09	Santa Fe	Santa Fe
Franco	Fantin	franco2391@gmail.com	3413820874	Rosario	Rosario
Diego	Ferrero	diegoferrero@hotmail.com	3,49E+09	Santa Fe	Sunchales
BETINA	FILIPPINI	direccion@institutosaintpatrick.com	3414928448	ROSARIO	ROSARIO
Daniela	Viale	dfviale@hotmail.com	5,49E+12	Santa Fe	Rosario
NOELIA	FORNI	np@wilnet.com.ar	5,43E+11	SANTA FE	RAFAELA
Enzo	Foschiatti	enzofosch@gmail.com	3482607719	Santa fe	Avellaneda
Eduardo	Gallo	abog.eduardogallo@gmail.com	3,48261041E+09	Santa Fe	Reconquista
Narela	Marozzi	narelamarozzi77@gmail.com	3491695636	santa fe	ceres
Maia	Garrido	maiagarrido@gmail.com	5,49E+12	Santa Fe	Santa Fe
Federico	Garrone	federico@melocoton.com.ar	3412212989	santa fe	rosario
Mauricio	Gauna	doctorgauna@hotmail.com	5,49E+12	Santa Fe	Rosario
Matias	Gays	ing.matiassgays@gmail.com	3,49E+09	Santa fe	Rafaela



gaston	gays	gaston_gays@live.com.ar	3,49E+09	santa fe	rafaela
Facundo Juan	Gordon	gbaberturas@gmail.com	5,43E+11	santa fe	Rosario
Silvina	Gorgas	silvinagorgas@hotmail.com	3,42E+09	Rosario	Rosario
LAURA	GORI	laura@decorsa.com.ar	5,43E+11	SANTA FE	ROSARIO
Adrian	Grecco	agrecco@LTC A.com.ar	3,42E+09	Santa Fe	Rosario
Lucio	Guarneri	lucioguarneri7@gmail.com	3,41E+09	Santa Fe	VILLA GOBERNADOR GALVEZ
gabriela	hutt	gabrielahutt@hotmail.com	5,49E+12	santa fe	rosario
Julieta	Isla	julieta.isla@gmail.com	3,47E+09	Santa Fe	Armstrong
Daniel	King	daniel@danielking.com.ar	341156199101	Santa Fe	Rosario
Andrea	Larrea	andrealucialarrea@gmail.com	5,43E+11	Santa Fe	Santa Fe
VALENTINA	LASTRA	vlastra.vl@gmail.com	3,50E+09	SANTA FE	ESPERANZA
Agustín	Leperini	agustin@easysoftwarecorp.com	341153424457	Santa Fe	Rosario
Walter	Lescano	walter.lescano@smartsourcesource.cc	5,43E+11	Santa Fe	Santa Fe
German	Levi	german@vandalia.com.ar	3414852900	santa fe	Rosario
Rodrigo	Lipari	liparirodrigo@gmail.com	543413470977	Santa Fe	Rosario



luis emilio	lucente	luislucente@hot mail.com	3416155595	santa fe	arroyo seco
Ariadna	Luciani	ari.luciani.23 @gmail.com	3,41E+09	Santa Fe	Santa Fe
Victoria	Martin	victoria_marti n1@outlook.c om	3,42E+09	Santa Fe	Rosario
Andres	Martinez	maginoong.pu so@gmail.co m	543.424.308.163	Santa Fe	Santa Fe
Federico Alfredo	Mazza	fmazzaalcorta @hotmail.co m	5,49E+12	santa fe	Alcorta
Fabrizio	Mazzoni	fabrizio.mazzo ni@tecsc.com. ar	3404527464	Santa Fe	San Carlos Centro
Karina	Megna	karinamegna @gmail.com	5,49E+12	Santa Fe	rosario
Lorena	Nicola	<u>lorenanicola@ gmail.com</u>	341155692897	santa fe	Casilda
Lorena	Nicola	lorenanicola@ gmail.com	341155692897	santa fe	Casilda
Matias	Nuñez	matiasanu@g mail.com	3,42E+09	Santa Fe	Rosario
Evelin	Olivero	evelin.olivero @unraf.edu.ar	5,43E+11	Rafaela	Rafaela
José	Ordoñez	josea.ordonez @hotmail.co m	3,40E+11	Sante Fe	San Carlos Centro
Tamara	Pardo Román	tamarapardor oman@hotma il.com	2,23E+09	Santa Fe	Acebal
Silvana	Pecora	silvana.pecora @live.com.ar	5,43E+11	Santa Fe	Rosario
Gabriel	Perren	gperren@tecs c.com.ar	3404418641	Santa Fe	San Carlos Centro



Victor	Pezzetti	vpezzetti@tribalconsulting.com.ar	5,49E+12	Santa Fe	Casilda
Maira	Piedracueva	mpiedracueva@fromder.com	5,43E+11	Santa Fe	Rosario
Damián	Pierabella	damianpierabella@gmail.com	3416115378	Casilda	Casilda
Daniel	Pluss	dapluss@gmail.com	3.415.557.187	Santa Fe	Rosario
Claudio	Polon	claudio@capgp.com	5,49E+12	Santa Fe	SAN LORENZO
Marcos	porporatto	marcos.porporatto@hotmail.com	3,49E+09	Santa Fe	Sunchales
Alejandro	Priotti	alejandropriotti@hotmail.com	3562442638	Santa Fe	Sunchales
LUCIA	PROTTI	lpritti@prottiabogados.com.ar	3,47E+09	Santa Fe	Rosario
Facundo	Quaranta	fquaranta@histor.com.ar	3413531317	Santa Fe	Rosario
Nádira	Quintar	nquintar@hotmail.com	3,42E+09	santa fe	roldan
Lucio	Racedo	lucioracedo@petitfours.com.ar	5,49E+12	Santa Fe	Carcarañá
Andres	Ramallo	andresramallo09@gmail.com	5,43E+11	Santa Fe	San Cristobal
IVAN NICOLAS	RITVO	ivan.ritvo@estudioritvo.com.ar	5,41E+11	SANTA FE	SANTA FE



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

Mauricio	Rizzotto	mauricio.rizzotto.mr@gmail.com	3,49E+09	Rafaela	Rafaela
Santiago	Rodriguez	rodriguezsan-ago183@gmail.com	3,43E+09	Santa Fe	Santa Fe
Andrés	Romero Jones	estudiorojo.cv@gmail.com	5,49E+12	Santa Fe	Santa Fe
Agustina	Romero Zabala	administracionyentadas@blotta.com.ar	3415482701	Santa Fe	Rosario
Pablo	Rucci	pablo.rucci16@gmail.com	3,49E+09	Santa Fe	Rafaela
Diego Martin	Ruiz	it@proagrolab.com.ar	4,32E+09	santa fe	rosario
Mara Graciana	Ruiz	cpmararuiz@gmail.com	5,43E+11	rosario	rosario
German	Schaufler	germans@gpl.com.ar	3,42E+09	Santa Fe	Rosario
Jose Manuel	Sklate Boja	info@indumetavi.com.ar	5,43E+11	Santa Fe	Villa Gob. Galvez
YESICA	SPACIUUK	hola@yerbamatearai.com	3,42E+11	SANTA FE	SANTA FE
María Sol	Szewc	sol_szewc@hotmail.com	3492564571	Santa Fe	Rosario
Mariana	Taglioli	marianataglioli@gmail.com	5,49E+12	Santa Fe	Rosario
Stella Maris	Tallano	smtallano@hotmail.com	5,43E+11	Santa Fe	Pérez
María Inés	Tornati	Mitornati@gmail.com	3,41E+11	Rosario	Rosario
Matias	Troiano	troianomatias@gmail.com	3416409131	SANTA FE	rosario
Mario Luis	Tulliani	mtulliani@hotmail.com	3413101070	Santa Fe	Peyrano



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

Luciano	Venditti	lvenditti@marcelapandoluniformes.com	5,43E+11	Santa Fe	Rosario
Jonatan	florez	jonaflorezz@gmail.com	5,43E+11	Santa Fe	San Cristobal
Patricio	Villalba	patricio.villalba96@gmail.com	5,49E+12	Santa Fe	Rosario
MARIA JULIA	VOLKEN	mjvolken@hotmail.com	5,43E+11	Esperanza	Esperanza
Matias	Walter	matiaswalter19@gmail.com	3,49E+09	Santa Fe	Rafaela
Alejandro	Welschen	genaleja@hotmail.com	5,43E+11	Santa Fe	Santa Fe
Raúl José	García	nadiedigital@gmail.com	3,41E+09	Santa Fe	San Cristobal
Oscar Federico	Bonzi	fedebonzi8@gmail.com	3492411565	Santa Fe	Rafaela
Maximiliano	Uranga	contacto@uvsoluciones.com	3444511552	Santa Fe	Rosario
Gonzalo	Valenti	g.valenti32@gmail.com	3412682736	Santa Fe	Rosario

Seleccionados para el Programa de Capacitación y Aceleración Crossborder												
ALTA	Nombre	Apellido	Email	Teléfono	Provincia	Localidad	Empresa	Sitio web de la Empresa	Cargo	Máximo nivel	Título de Nivel	LinkedIn
ALTA	Alejandra	Giménez	agimenez@inici	5,43E+11	Santa Fe	Santa Fe	IniciActiva de I	http://www.inici.com	CEO	Universitario fir	Ingeniera en Si	http://ar.linkedin.com
ALTA	Mauricio	Fontela	mfontela@web	3,42E+09	Rosario	Rosario	Webexperto Sf	http://www.web.com	CEO	Terciario finaliz	Tecnico en con	https://www.linkedin.com
ALTA	Sofia	Acosta	sooacosta@gn	5,40E+14	Santa Fe	Rafaela	Sophya Acosta	https://www.sophya.com	Fundadora	Universitario fir	Lic en Diseño c	https://www.linkedin.com
ALTA	María Belén	Albornoz	hola@aeromor	3,41E+11	Rosario	Rosario	Aeromono	http://www.aeromor.com	Titular	Universitario fir	Licenciada	https://www.linkedin.com
ALTA	Bernardo	Aquino	baquino@athix	5,43462637E+11	Santa Fe	Rosario	Calzados Blanc	http://www.athix.com	Ecommerce	Secundario fir	Humanidades y	http://linkedin.com
ALTA	María Victoria	Armando	victoriaramando	3,43E+09	Santa Fe	Santa Fe	ACICE	https://santafer.com	Responsable d	Posgrado finali	MBA- Commerci	https://www.linkedin.com
ALTA	Diego	Bazán	dbazan@ful.ur	5,43E+11	SANTA FE	La Capital	Autonomo		Gestion de Co	Universitario fir	Licenciado en I	



Bajas

Se encontrará la palabra ALTA a la izquierda de cada postulante aprobado.

Debajo del listado se dejó en constancia las BAJAS que se han tenido a lo largo de lo impartido, voluntaria o por falta de pago de la matrícula.

PROGRMA	ESTADO	NOMBRE Y APELLIDO	MAIL	PAÍS	ESTADO DEL CURSO	CERTIFICADO	MONTO DE BECA	BECA	M. I / Clase 1	M. I / Clase 2	M. I / Clase 3	M. I / Clase 4	M. I / C 5
CROSSBORDEI BAJA		Nahuel Villaiba	villabanahuel29@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Leticia Debandi	leticiaдебанди@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Paula Biancardi	p.biancardi@ypcomex.com.ar	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Manuel Morello	manuelmorello@hotmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Juan Pablo Zap	pablo29zapata@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Gonzalo Caula	caulogonzalo@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Luisina Palomba	lpalombarni@exintrader.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Leonardo Furlott	leofurlotti1973@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Maximiliano Star	info@stanchaudio.com.ar	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Matias Perassi	matiasperassi@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Alejandra Pujad	alejandra@integrnegocios.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Maria Emilia Gal	legaimconsultora@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Bruno Sebastian	brunopablosebastian@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Mariano Benitez	benitezmariano421@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		María Alejandra	malenueva@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Francisco Giano	giannotifranco@hotmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Florencia Walton	florwalton@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Marisol Rafael	marisolrafael@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Gabriela Genz	gabriela.genz@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Joaquin Caffete	joakinc@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		David Sánchez	ingagirmsanchez@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Francisco Terré	franciscoeterre@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Cesar Escobar	nicolasescobar2@hotmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Julián Galbusera	juligalbusera@live.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Yair Adaro	yair@proyectobeta.com.ar	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Nicolas Bernacci	nicolasbernaccia.nb@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Sergio Gimenez	arq.sergiogimenez@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Martin Mancini	martin.mancini@outlook.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Ayelen Amaya	ayelenamaya0@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Gaston Raggio	graggio@aser.org.ar	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Pablo Apud	pabloapud@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Alejandra Cortez	adm@rygak.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Luciana Giarda	luciana_giarda@yahoo.com.ar	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Daniela Moyano	danielamoyano-12@hotmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Pablo Hamud	pablohamud00@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Matias Tessini	tessinimatas@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Juan Ignacio Ce	juan_l_cece@cbc.com.ar	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Leandro Llenas	leandrollenas@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Andres Mengoni	andresmengoni@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Iván Grande	ivangrandest@hotmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Vanina Giomo	vaninagiomo@hotmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Alvaro Bastia	alvaro695547@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	
CROSSBORDEI BAJA		Agustina Ercole	aguus.ercole@gmail.com	Argentina	BAJA		100	Sta. Fe	Pesos	NO ABONA	Individual	1ER SEMESTRE	

Dejamos a continuación el Formulario donde debieron inscribirse, compartir información sobre su empresa, y firmar su acuerdo al beneficio:



Formulario de Inscripción-Santa Fe Exporta Digital
Programa de capacitación y aceleración en eCommerce Crossborder

Datos Personales;

Nombre y Apellido *

Nombre Apellidos

Email *

Teléfono *

Información sobre tu proyecto/emprendimiento:

Selecciona de las siguientes opciones donde se encuentra tu proyecto: *

No tengo aún servicio/producto elegido

Tengo una idea de vender un servicio o producto

Vendo Offline un Servicios o Producto

Vendo Offline y Online un Servicios o Producto

Vendo Online un Servicios o Producto

Me encuentro exportando ya Offline

Me encuentro exportando ya Offline/Online

Me gustaría exportar al siguiente mercado

USA

Europa

LATAM

1. Desarrollo de las capacitaciones y talleres

Estructura del Programa

El ciclo de formación tuvo las siguientes características:

- Networking y construcción del conocimiento compartido.
- Clases 2 veces por semana; 2 horas de duración por clase online sincrónica.
- 100 horas de capacitación online asincrónica: clases auto-gestionadas con apoyo tutorial.

Estructura del programa:

- 4 Módulos Centrales Comunes: Sobre los pilares del Digital Commerce, opcional para nivelarse y son opcionales y a criterio del alumno en caso de poseer experiencia en el sector.
- 4 Módulos Centrales Específicos: Sobre CrossBorder, en 5 clases sincrónicas con una duración de 2 horas cada una.

Se podrá observar a continuación el listado de Módulos, con los contenidos de cada clase, información de los docentes, accesos a los materiales compartidos por los mismos y accesos a las clases sincrónicas.



En el siguiente enlace, se puede acceder al cronograma completo (más adelante se muestra un detalle del mismo):

MÓDULO	FECHA	HORARIO	TITULO DE LA CLASE (Se comunicará la clase a los alumnos con el título otorgado)	DOCENTE
MÓDULO CENTRAL COMÚN	Introducción al eCommerce			
	28 de junio	19:00 a 21:00 hs	Apertura del Programa	Marcos Pueyrredon, Sebastian Herrera
	30 de junio	19:00 a 21:00 hs	Marketing Digital	Alan Soria
	5 de julio	19:00 a 21:00 hs	Comunidad de Práctica	Patricia Schifini
	7 de julio	19:00 a 21:00 hs	Logística y Operaciones	Alan Soria
	12 de julio	19:00 a 21:00 hs	Comunidad de Práctica	Patricia Schifini
	14 de julio	19:00 a 21:00 hs	Medios de Pago y Atención al Cliente	Alan Soria
MÓDULO ESPECÍFICO I	Marketing para Digital Commerce de Bienes y Servicios			
	19 de julio	19:00 a 21:00 hs	Ecommerce Crossborder - Bases	Sebastian Herrera
	21 de julio	19:00 a 21:00 hs	Introduccion a la Exportacion de Servicios	Alejandro Vicchi
	26 de julio	19:00 a 21:00 hs	Logistica Internacional y Comercio Electronico	Sebastian Herrera
	28 de julio	19:00 a 21:00 hs	Aduanas y Comercio Electronico Internacional	Cristian Matich



	2 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
MÓDU LO ESPECÍ FICO II	Plataformas y Modelos de Negocios para el Digital Commerce			
	4 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Plataformas de eCommerce (b2c, b2b), saas, on premise	Mariana Suarez Alais
	9 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Exportacion de Servicios en la Práctica	Victor Barrionuevo
	11 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Cómo vender a Estados Unidos y Europa a traves del eCommerce	Sebastian Herrera
	18 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Cómo vender a China a través de eCommerce	Zayde Gutierrez
	23 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
MÓDU LO ESPECÍ FICO III	Logistica, Operación y Medios de Pago en Digital Commerce			
	25 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Marketing guerrilla, Busqueda de Mercados y Validacion de propuesta	Sebastian Herrera
	30 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Optimizando la penetracion comercial internacional	Marcelo Fedele
	1 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Optimizando la inversion via canales publicitarios	Giselle Boreau
	6 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Como potenciar tu ECommerce	Virginia Cáceres
MÓDU LO ESPECÍ	Retail eCommerce y la Transformaci			



FICO IV	ión Digital en Comercio Minorista			
	13 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Marketing Internacional de Servicios	Alejandro Vicchi
	15 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Exportacion De Servicios, Introduccion A Los Aspectos Legales Y Tributarios	Jose Maria Allonca
	20 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Estrategias de Inteligencia Competitiva para Exportacion de Servicios	Victor Barrionuevo
	29 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Medios de Pago Internacional	Ramiro Rodriguez Andre
	27 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
	4 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera

Crossborder Acceleration Program

SESIONES GRUPALES	SESIONES GRUPALES CON CONTENIDO			
	6 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos I	JUAN CRUZ MINONES
	13 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios II	ROMINA GAYA
	18 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos II	JUAN CRUZ MINONES
	20 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios III	ROMINA GAYA
	25 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos III	JUAN CRUZ MINONES
	27 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios IV	ROMINA GAYA
	1 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos IV	JUAN CRUZ MINONES
	3 de	19:00 a	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de	ROMINA GAYA



	noviembre	21:00 hs	Servicios V	
	8 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos V	JUAN CRUZ MINONES
	10 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios I	ROMINA GAYA
COACHING COLABORATIVO				
COACHING COLABORATIVO	15 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	22 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	29 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	5 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	12 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	19 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini

CROSSBORDER DOCENTES 2do Semestre 2021

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Última modificación el 20 de septiembre

100% € % 0.00 123v Calibri 10 B I T A

A	B	C	D	E	F	G
MÓDULO	FECHA	HORARIO	TÍTULO DE LA CLASE (Se comunicará la clase a los alumnos con el título otorgado)	DOCENTE	LINK DONDE DEBEN SUBIR LOS MATERIALES PREVIOS A LA CLASE	LI
MÓDULO I	21 de julio	19:00 a 21:00 hs	Introduccion a la Exportacion de Servicios	Alejandro Vicchi	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PMmwUmrjDPPsLhQCQQRb5Stt03EV8KDbNP2I/edit?usp=sharing	ht io
	26 de julio	19:00 a 21:00 hs	Logistica Internacional y Comercio Electronico	Sebastian Herrera	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_5D0ZlnM1cE4KfmgYdEwVkoZNAVRIP5H7z0rGd0/edit?usp=sharing	ht io
	28 de julio	19:00 a 21:00 hs	Aduanas y Comercio Electronico Internacional	Cristian Match	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ur14VeRUCiR9VQ6bN_2w7h0n6x340VowvNaDBC-8/edit?usp=sharing	ht io
	2 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PMmwUmrjDPPsLhQCQQRb5Stt03EV8KDbNP2I/edit?usp=sharing	ht io
Plataformas y Modelos de Negocios para el Digital Commerce						
MÓDULO II	4 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Plataformas de eCommerce (b2c, b2b), saas, on premise	Mariana Suarez Alais	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xqGRUHUWVWg2_Mln90J3YWP8lNbg6aYzCaj/edit?usp=sharing	ht io
	9 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Exportacion de Servicios en la Práctica	Victor Barrionuevo	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VF-fBDhdvD-WbU3aMGIoXQvNmg1eK0cA0r6AP/edit?usp=sharing	ht io
	11 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Cómo vender a Estados Unidos y Europa a través del eCommerce	Sebastian Herrera	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_5D0ZlnM1cE4KfmgYdEwVkoZNAVRIP5H7z0rGd0/edit?usp=sharing	ht io
	18 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Cómo vender a China a través de eCommerce	Zayde Gutierrez	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FS3t4d6wv0Yf6NedyG6P4Eu0Q5NgvPfkP5MwWUeUc/edit?usp=sharing	ht io
	23 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_5D0ZlnM1cE4KfmgYdEwVkoZNAVRIP5H7z0rGd0/edit?usp=sharing	ht io
Logística, Operación y Medios de Pago en Digital Commerce						

- Actividades asincrónicas previstas de cada mes como Clases Magistrales - Talleres - Foros
- Tutoría Online como por ejemplo el eCommerce Day Global Online [Live] Experience

Accelerating Cross-border del martes 19 al martes 26 de octubre



Agenda del evento en Argentina:

10.00 - The top 10 things an ecommerce manager needs to know about how to start exporting via digital channels.

Main public and/or private sector initiatives to facilitate and accelerate the Cross-border ecommerce **Gonzalo Soler, Director de Políticas Pyme, Ministerio de Desarrollo Productivo** 

—

10.30 - LOGISTICS & FULFILLMENT CHALLENGE

How to sell abroad easily with an end-to-end eCommerce supplier? **Sebastián Bâncora, Gerente de Ventas Corporativas y Líder de eCommerce en Argentina, DHL**  **Verónica Comaschi, Ejecutiva Sr, Andreani Cross Border**  **Julieta Maidana, eCommerce Senior Manager, Blue Star Group** 

—

11.00 - PAYMENTS & FRAUD CHALLENGE

The most important things you should learn if you want to implement an international payment method and improve your approval rate. **Juliana Etcheverry Director of Strategic Payment Partnerships & Market Expansion Latam, EBANX**  **Andrés Borrero, Merchant Risk Manager Latam, PayU**  **María del Mar Fernández, Country Manager Latam, Payoneer** 



11.30 - MARKETPLACE & MULTI-CHANNEL CHALLENGE

Building an online strategy to increase sales via ecommerce marketplace and global platforms

Willem F. Schol, International Marketplace Commercial Manager, Falabella.com 

12.00 – INTERNATIONAL DIGITAL MARKETING CHALLENGE

The top recommendations to design and implement an international marketing and communication plan - **Patricio García de Leo, Socio Gerente, Known Online** 

12.30 – INTERNATIONAL GROWTH DIGITAL STRATEGY :: ARGENTINIAN BUSINESS CASES

Caso Lac2b :: **Sebastián Herrera, Manager, Lac2b**  **Moderator: Eduardo Castrillón Pino,**
Coordinador Business Cases Capsule, eCommerce Institute 

- Crossborder Acceleration Program.

Se podrá observar a continuación el listado del Crossborder Acceleration Program, con la información de los docentes.

Crossborder Acceleration Program				
SESIONES	SESIONES GRUPALES CON CONTENIDO			
	6 de octubre	19:00 a	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de	JUAN CRUZ



GRUPALES		21:00 hs	Productos I	MINONES
	13 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios II	ROMINA GAYA
	18 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos II	JUAN CRUZ MINONES
	20 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios III	ROMINA GAYA
	25 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos III	JUAN CRUZ MINONES
	27 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios IV	ROMINA GAYA
	1 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos IV	JUAN CRUZ MINONES
	3 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios V	ROMINA GAYA
	8 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos V	JUAN CRUZ MINONES
	10 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios I	ROMINA GAYA
COACHING COLABORATIVO	COACHING COLABORATIVO			
	15 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	22 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	29 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	5 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	12 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	19 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini

- En el Calendario General del curso se registró y planificó las fechas de las clases de cada Módulo; la apertura del Aula Virtual más las sesiones del Cross Border Acceleration Program y la finalización de la cursada.

A continuación, compartimos el calendario de clases, con fechas y horarios incluidos de cada Módulo impartido:



- El Aula Virtual permanece siempre abierta y activa como hilo conductor y de seguimiento del programa, el nexo entre los alumnos, docentes y tutores, para presentar y defender el Trabajo Final Integrador (TFI) y desarrollar las sesiones de coaching. Se mostrará a continuación el acceso al aula virtual del alumno, donde cada uno puede encontrar los materiales y clases impartidas:



1. CROSSBORDER

COMUNICACIÓN

[ACCEDA AL CANAL DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA]

- Accede al Grupo de Comunicación del Programa
- Calendario de Clases

EXPERTOS

[CONOCE A LOS EXPERTOS DEL PROGRAMA]

- Plantel de Expertos
- ¿Qué Módulos y Material tendré a lo largo del Programa?

ENTREGABLES

[TRABAJOS PRÁCTICOS | TRABAJO FINAL INTEGRADOR]

¿DUDAS?

[PREGUNTAS FRECUENTES]

MATERIALES Y CONTENIDO

[MÓDULOS | STATUS | FECHAS | DOCENTES | ACCESOS]

Haz click en OPEN para acceder a los materiales de la clase como: Objetivos | Docentes | Material de Lectura | Temáticas | Evaluaciones | Grabación una vez dictada

Introducción al eCommerce

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Clase Sincrónica	
eLeader Teaching Class Complete	28/06/2021 7:00 PM	Apertura	Link de Acceso a Zoom ID: 894 1134 1758 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	30/06/2021 7:00 PM	Módulo Central Común	Link de Acceso a Zoom ID: 894 1134 1758 Código: ecommerce	
Coaching colaborativo Complete	05/07/2021 7:00 PM	Comunidad de Prácticas	Link de Acceso a Zoom ID: 894 1134 1758 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	07/07/2021 7:00 PM	Módulo Central Común	Link de Acceso a Zoom ID: 894 1134 1758 Código: ecommerce	

Calculate

- Las clases fueron dictadas dos veces por semana, iniciando a las 19:00 hs (hora Bs. As. GMT -03:00 hs) con una duración aproximada de 2 horas.
- Se dictaron a través de la Plataforma ZOOM siendo todas sincrónicas, es decir con los asesores, docentes y tutores presentes y en simultáneo con los alumnos conectados desde donde se encuentren y por cualquier dispositivo.
- Las clases fueron dictadas y editadas para su posterior consulta, recuperación de los ausentes y de quienes fueron ingresando al Programa, siempre con apoyo tutorial individual y/o grupal. Se podrá ver a continuación un ejemplo: Clase grabada de <https://youtu.be/sCZbTAfpzGg>



Para acompañar el proceso de formación se cuenta con un sistema de apoyo y material, desarrollado en una variedad de formatos que pueden combinarse de manera efectiva junto con la selección y estudio de casos, listado de sitios recomendados en Internet, glosarios, guías para elaboración o selección de materiales, guías de lectura, guías de acompañamiento de videos, presentaciones ya elaborado de otros autores.

Este material de apoyo se ofrece a través de la metodología de e-learning e Leader+ y una Wiki de contenidos colaborativos online que es un espacio exclusivo y personalizado para realizar el Programa interactuando con los participantes, docentes y tutores. A través de esta herramienta los participantes pueden y pudieron acceder a todas las funcionalidades necesarias para seguir la formación online, organizadas en diferentes áreas: Área Social, Documentación, Área Personal, Calendario, Tareas y Módulos en donde también el participante interviene en forma activa.



TO READ

OBLIGATORIO

OB: Exportación de servicios: ventajas y desventajas del sector invisible de la economía

Exportación de servicios: ventajas y desventajas del sector invisible de la economía

Para un país alejado de los grandes mercados, la desaparición de las distancias es una gran chance para incursionar en un industria intensiva en mano de obra calificada; por desconocimiento casi no hay incentivos fiscales - LA NACION

<https://www.lanacion.com.ar/economia/comercio-exterior/exportacion-de-servicios-ventajas-y-desventajas-del-sector-...>



PDF+ Exportación de servicios_ventajas y desventajas.pdf 489,2KB



RECOMENDADO

RE: Por qué todos tienen que exportar servicios

El Aula Virtual permitió:

- Integrar otras aplicaciones como Zoom, Whatsapp, Slido, Kahoot y la Wiki de contenidos en Notion.

Como se ve a continuación se aplicaron Slido como nivelación y encuesta de satisfacción de las clases y Kahoot/Proprofs para evaluar a aquellos/as alumnas que debieron recuperar las clases de forma asincrónica

EVALUACIÓN DE LA CLASE

Este Quiz será solo obligatorio para los alumnos que NO asistieron a la clase presencial.

Les solicitamos a todos los alumnos completar la Encuesta de Satisfacción de la clase

CR. M. I / Clase 1

3 Preguntas

Nombre

Correo electrónico

Inicio

by ProProfs
Create a Quiz

CR: Encuesta de satisfacción - MOD I Clase 2

Sondeo en directo 14

1. Por favor califique como le resultó la clase:

Siendo 10 excelente

Dé su valoración



Indique los motivos positivos y/o negativos por los cuales calificó la clase con ese puntaje

Escriba su respuesta

Type '/' for commands

- Compartir contenido como videos y archivos en formatos Word, Excel, PDF, PPT y páginas Web en el formato de eleader class (explicado más adelante) donde en el espacio de to read y to watch se da la posibilidad a los alumnos de acceder a material tanto de video como de lectura, previo a la clase, para poder realizar una nivelación de los contenidos.



1. CROSSBORDER / ... / Módulo Específico I - In... / Introducción a la exportación de serv...

▼ RECOMENDADO

RE: Por qué todos tienen que exportar servicios

PressReader.com - Your favorite newspapers and magazines.
Connecting People Through News. All-you-can-read digital newsstand with thousands of the world's most popular newspapers and magazines. Vast selection of top stories in full-content format available for free.
<https://www.pressreader.com/argentina/a-nacion/20170921/282428464368394>

▼ OPTATIVO

OP: La difícil tarea de medir lo que no se ve

COMEX SCA CPAU
LA DIFÍCIL TAREA DE MEDIR LO QUE NO SE VE ¿Cómo medir algo invisible? No estamos hablando de fenómenos paranormales, si no de operaciones de comercio internacional que se dan todos los días y cada vez con más frecuencia por
https://www.comexscapau.org/nota_completa.php?id_notas=206

▼ TO WATCH

▼ OBLIGATORIO

OB: Exportación de Servicios en Argentina

Exportación de servicios - Alejandro Vicchi - charla completa 

1. CROSSBORDER / ... / Módulo Específico I - In... / Introducción a la exportación de serv... +24 Share

▼ TO WATCH

▼ OBLIGATORIO

OB: Exportación de Servicios en Argentina

Exportación de servicios - Alejandro Vicchi - charla completa
El seminario "Exportación de Servicios: Talento, Creatividad y Conocimiento", realizado en la Cámara Argentina de Comercio y Servicios, contó con la participación de...
<https://youtu.be/ME6JIS-kw4>

▼ RECOMENDADO

RE: Oportunidades para América Latina

 Javier Peña explica los desafíos de la exportación de servicios
Ver más ta... Compartir

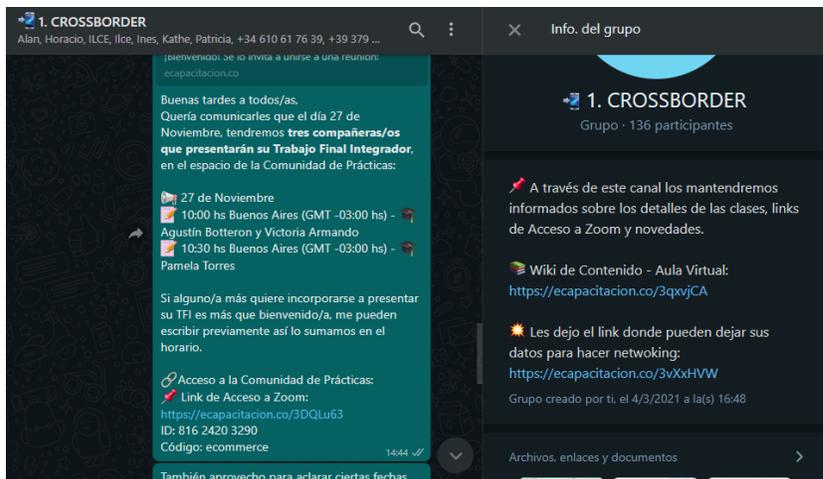
- Llevar adelante evaluaciones y calificarlas
- Se podrá ver a continuación, cómo se califica a los alumnos, a través de un examen de varias preguntas relacionadas a la clase



- Se ha comunicado a través de correos electrónicos para poder comunicar al alumno con respecto a su asistencia y motivación al programa:

Se realizaron cuatro contactos, en cada cierre de Módulo, con el beneficiado, generando un seguimiento para apoyarlos a lo largo del Programa y donde se les solicitó un feedback del mismo: Seguimiento

- Se posibilitó la opción de enviar mensajes personalizados entre los alumnos: Se generó como canal de comunicación un grupo de whatsapp donde los alumnos pudieron comunicarse entre ellos y pudieron acceder a los contenidos.



- Se generaron reportes para que tanto el docente como el tutor vayan siguiendo la performance del alumno en el aula.

A continuación, compartimos el listado de asistencia a clases de cada una de las personas participantes y su evolución dentro del Programa.

Puede ordenarse por empresa, por persona y por porcentaje de progreso en el curso

ESTADO	SELECCION E AQUI SU NOMBRE Y APELLIDO	MAIL	TELÉFONO	PAÍS	ASISTENCIA MCC	% ASISTENCIA PROGRAMA	Viene por	M. INT / Clase 1	MCC / Clase 1	MCC / Clase 2	MCC / Clase 3	MCC / Clase 4	MCC
ACTIVO	Ariadna Luciani	ari.luciani.23@g	5493407432471	Argentina	100%	92%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Diego Ferrero	diegoferrero@hc	543493663264	Argentina	100%	58%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Matias Antonio N	matiasanu@gm	543416478581	Argentina	100%	83%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
BAJA	Nahuel Villalba	villalbanahuel29	3415056444	Argentina	0%	0%	Sta. Fe	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECU
ACTIVO	Laura Gori	laura@decorsa	3412218024	Argentina	83%	92%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Cecilia Cuello	ceciliacuellobani	5493401143673	Argentina	100%	75%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	German Schaufi	germans@gpl	5493415832069	Argentina	100%	100%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Cintia Cardozo	pacosanz.cintia	543416009712	Argentina	100%	67%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ALTA	Diego Martin Ru	it@progralab	3416651840	Argentina	0%	0%	Sta. Fe	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECU
ACTIVO	Gerardo Bellotti	gerardobellotti	5493416952430	Argentina	100%	100%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Maia Garrido	maigarrido@	5493425130907	Argentina	100%	92%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Daniela Viale	dfviale@hotmail	5493415503580	Argentina	100%	83%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Santiago Rodrí	rodriguezsantiag	5493425166589	Argentina	100%	92%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Maria Belén Alb	belenalborno237	5493415327466	Argentina	100%	42%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Claudio Doming	clomdinguez@h	5493478676856	Argentina	100%	100%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Luciano Venditti	lvenditti@marce	5403415466322	Argentina	50%	17%	Sta. Fe	RECUPERA	Presente Zoom	RECUPERA	Presente Zoom	RECUPERA	Prese
ACTIVO	Lucio Racedo	lucioracedo@pe	5493416209980	Argentina	100%	100%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Patricio Villalba	patricio.villalba9	5493416591717	Argentina	100%	75%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Ivan Nicolas Ritv	ivan.ritv@estuc	5491124612388	Argentina	100%	92%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Diego Bazan	dbazan@ful.unl	5434215504129	Argentina	83%	83%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	RECU
ACTIVO	Agustin Botteron	agustinbotteron	3425445557	Argentina	100%	67%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
BAJA	Leticia Debandi	leticiaдебанди@gmail		Argentina	0%	0%	Sta. Fe	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECUPERA	RECU
ACTIVO	Facundo Juan G	gbaberturas@gmail		Argentina	83%	42%	Sta. Fe	RECUPERA	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese
ACTIVO	Dayan Stiven B	bestivenforero@g	5493424681579	Argentina	100%	100%	Sta. Fe	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Presente Zoom	Prese

Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce CrossBorder

ASISTENCIAS

SELECCIONE AQUÍ SU NOMBRE Y APELLIDO

PASOS A SEGUIR:

1- Colocar en "Escriba el término de búsqueda" su nombre y apellido

2- Seleccionar la opción a la derecha que dirá "SOLAMENTE", caso contrario le aparecerá el resultado de todos sus compañeros/as

REFERENCIAS

- Recuperar la clase con la Grabación y el examen
- Presente (ya sea en la clase de Zoom o con el examen)
- A realizar la clase aún no ha sido dictada

MÓDULO OPCIONAL

En el mismo encontrará para cada participante:

- La asistencia sincrónica (en vivo) a la clase: Presente Zoom
- La asistencia asincrónica (recuperando la clase con la grabación) a la clase: Presente Grabación
- La clase aún no recuperada: RECUPERA (no habrá fecha límite de recuperación)



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

- La clase aún no dictada/cursada: A REALIZAR
- El porcentaje de asistencia a las clases (incluyendo el presentismo por zoom o a través de la grabación)



- Obtener reportes de satisfacción del alumno sobre la clase y/o la cursada
También se realizó un Legajo por alumno, donde se puede observar los contactos realizados, y las respuestas generadas por cada uno de ellos.

LEGAJO	
Matias Walter	
DATOS PERSONALES	
eMail	mattaswalter19@gmail.com
Teléfono	3492210069
Localidad	Rafaela
Empresa	Alimentos Argentinos Saludables
Sitio Web	http://alimentosaludable.com.ar/
Cargo	Administración
Máximo nivel de estudios alcanzado:	Universitario en curso
Título de Nivel alcanzado	No aplica

Clase Virtual:

Metodología: se utilizó la metodología de eLEADER+© del eCommerce Institute: Educación de aprendizaje basado en la experiencia colaborativa para acompañar la revolución de la Economía Digital (más detalle en Anexos).

Formato e-Leader Teaching Class: Cada clase estuvo compuesta por un formato Pre, Durante y Post, con un contenido "To Watch". "To Read", "To Select", "To Do", "To Ask".

ORIENTACIONES Y COMUNIDAD DE PRÁCTICA POR EXPORTACIÓN DE SERVICIOS Y EXPORTACION DE PRODUCTOS

Programa Integral de Capacitación y Aceleración en Digital Commerce y Negocios digitales para Pymes-MiPymes y emprendedores/as contempló que al inscribirse los postulados pudieron seleccionar en cuál de las dos orientaciones del Programa se especializaban durante el mismo: exportación de servicios o de productos y durante todo el programa los participantes contaron con un coach académico junto con clases magistrales orientadas a esa orientación que les brindó el acompañamiento necesario para profundizar las especificidades propias de la orientación seleccionada, evacuar consultas y acompañar en el desarrollo y aplicación práctica de los conocimientos y competencias adquiridos durante el Programa y el desarrollo de su trabajo integrador final.

Por otro lado, el participante tuvo la posibilidad de sumarse a la comunidad de prácticas colaborativa con sus otros colegas participantes del Programa en la misma orientación,

dinamizado por el coach académico para compartir desafíos, experiencias, conocimientos y soluciones fomentando la co-creación de conocimiento y experiencias:

Y se podrán observar dentro del aula virtual los accesos para poder recuperar las sesiones según orientación:

Calendario

Aceleración en eCommerce CrossBorder

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Column	+
eLeader Teaching Class Complete	06/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos I	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	13/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios I	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	18/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos II	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	20/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios II	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	25/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos III	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	27/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios III	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce	

Calendario

Como al coaching colaborativo que se dió:

Coaching colaborativo

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Clase Sincrónica	+
eLeader Teaching Class Complete	15/10/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I		
eLeader Teaching Class Complete	22/10/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador II		
eLeader Teaching Class Complete	29/10/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador III		
eLeader Teaching Class Complete	05/11/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador IV		
eLeader Teaching Class Complete	12/11/2021	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador V		
eLeader Teaching Class Complete	12/11/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador VI		

+ New

TRABAJO FINAL INTEGRADOR:

Se definió que el alumno presente un Roadmap Omnichannel a 24 meses de un canal online definiendo las acciones y los procesos que va a soportar el canal online focalizado en la orientación que haya seleccionado el participante (exportación de servicios o de productos); y el equipo en sus distintas fases que se llevará a cabo a través del Método de Casos, que permite fijar el contenido que se adquiere de manera real.

A continuación se podrá ver la consigna de trabajo del programa



**PROGRAMA INTENSIVO DE eCOMMERCE
CROSSBORDER – 2021**

Consigna de Trabajo	2
NOMBRE DEL PROYECTO O EMPRENDIMIENTO O CASO A	
DESARROLLAR-	2
INTRODUCCIÓN.-	2
FORECAST & P&L	3
DISEÑO DEL SITIO. (MOCKUP)	4
PLATAFORMA/TECNOLÓGICA. -	4
ESTRATEGIA OPERATIVA y LOGÍSTICA.	5
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN/MARKETING.-	6
RRHH	6
MEDIOS DE PAGO.	7
CONCLUSIONES.-	7

Consigna de Trabajo

- Armado del Roadmap a 24 meses de un canal online definiendo las acciones a llevar adelante (RoadMap Omnichannel), los procesos que va a soportar el canal online (Proceso integral del Canal Omnichannel) y el equipo en sus distintas fases que lo llevaran a cabo (Equipo Canal Online) con foco en exportación de productos
- Los trabajos deben definir el volumen de ventas esperado a los 24 meses luego de implementado en forma exitosa el Roadmap indicando cantidad de pedidos y ticket promedio de los mismos en dólares americanos
- Es deseable que puedan reflejar el impacto de las distintas iniciativas o de los hitos implementados (apertura marketplace, nuevos métodos de envío, aumento de pauta, primeros eventos masivos, etc)

CASO A DESARROLLAR:

1.1. Introducción - Sitios URL: - RRSS -

1.2. Estructura Organizacional Actual

- Hoy el equipo es In House/Externo
- Tareas Marketing 360 – Logística/Operaciones – Atención al cliente (CX) - Tecnología

1.3. Alcance del Proyecto – Mercados destino

1.4. Goals & principales KPI's

Detalle	Mes 0	Mes 12 meses	Mes 24 meses
Cantidad de pedidos/ por día			
SKUs por pedido			
Valor pedido	\$	\$	\$
Margen Bruto	%	%	%
Tasa de Conversión	N/A	%	%
NPS	N/A		

DISEÑO DEL SITIO. (MOCKUP)

1. Diseñar un “prototipo” de la Home del sitio, con todos sus elementos (buscador, banners, productos de vitrina, etc).



2. Definición de una estructura basada en conceptos de usabilidad, SEO, etc., orientada a los objetivos de negocio.
3. Detallar funcionalidades claves para el desarrollo del proyecto. (tipo de buscador, cross selling, upselling, venta en volumen,etc)
4. Elaborar una propuesta de catálogo: cantidad de skus, composición de ficha de productos, estructura de información (estrategia de contenidos, árbol de navegación, estructura de títulos, descripción corta, descripción larga, meta description, etc)

PLATAFORMA/TECNOLÓGICA.

1. Análisis de posibles tecnologías. Comparación funcional y de costo entre 2 tecnologías posibles.
2. Detallar equipo de soporte: Interno, externo (outsourcing).
Definición de roles de gestión principales día a día.
3. Detallar costos y tiempos de set-up para echar a correr la tienda online, basado en tecnología seleccionada y características del proyecto.
4. Impacto económico de la plataforma sobre la venta: detallar bajo que esquema económico se rige el proyecto de eCommerce (Comisión sobre venta, licencia, etc) y proyectarlo sobre el punto siguiente –venta estimada- en términos porcentuales
5. Marketplace a tener en cuenta e incorporar (onboarding, publicación de productos y marketing)

Marketplace	Ej Amazon	Ej Mercadolibre	Ej Walmart	Ej Otros
Estrategia				
Objetivo				
Categorías				
Incluye Fullfilment & Logística				



ESTRATEGIA OPERATIVA y LOGÍSTICA.

1. Proveedores logísticos a utilizar.
2. Estimación de participación de delivery vs Pickup (si corresponde modelo del negocio)
3. Cómo se armarán los pedidos (Pick list, Handheld, etc), detallando el costo de adquisición de tecnología (Ej. Si voy a comprar Handhelds, cuántas voy a comprar y el precio)
4. Detallar tipo de Picking: mono/multi, etc.
5. Estimación de costo por envío (costo en USD)
6. Definir estrategia de gestión, soporte y medición de experiencia de clientes. (Definir equipo de soporte, Implementación de NPS, Q&A, estrategia de moderación, canales de atención, etc) a 12 meses a 24 meses

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN/MARKETING.

- Desarrollar Plan de Marketing consignas de referencia en la clase

RRHH

Definir estructura de soporte para el área eCommerce

MEDIOS DE PAGO.

CAMPAÑAS, INICIATIVAS y PROYECTOS.

A partir de los objetivos planteados, detallamos en el CANVAS para Retail eCommerce de Exportación las estrategias que utilizaremos en el roadmap a 12 y 24 meses

CONCLUSIONES. -

1. Detallar en las conclusiones los recursos humanos, inversión y compromisos de la alta gerencia y accionistas de la empresa y/o dueño de la empresa o proyecto que se requieren para lograr ejecución del Roadmap a 24 meses utilizando la metodología de CANVAS

The screenshot shows a video player displaying a document. The document title is "Consigna de Trabajo Final Integrador Crossborder 2021". The document content includes a table with the following structure:

	CONSIGNA	
	Página 1 de 7	
CAPACITACIÓN DE ECOMMERCE CROSSBORDER	TRABAJO PRÁCTICO INTEGRADOR	

Below the table, the document title is repeated: **PROGRAMA INTENSIVO DE eCOMMERCE CROSSBORDER – 2021**. A table of contents follows:

Consigna de Trabajo	2
NOMBRE DEL PROYECTO O EMPRENDIMIENTO O CASO A DESARROLLAR-	2
INTRODUCCIÓN-	2
FORECAST & P&L	3
DISEÑO DEL SITIO (MOCKUP)	4

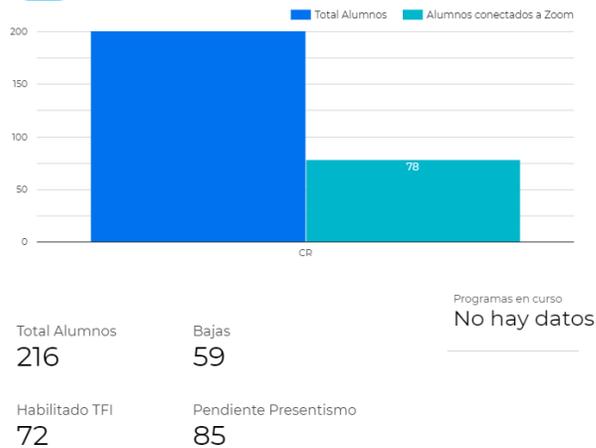
The video player interface includes a "MÁS VÍDEOS" button and a progress bar showing 0:55 / 9:46.

REQUISITOS DE APROBACIÓN:

Al alumno se le establecieron los siguientes requisitos:

- Contar con el 75% de asistencia a las clases virtuales y ejercitación online.
- Presentación y defensa del Trabajo Final Integrador.

Se podrá ver a continuación por alumno quienes se encuentran habilitados para rendir su trabajo final integrador, y quienes aún deben llegar al porcentaje de asistencia para presentar el mismo:



ESTRUCTURA:

- Cada jornada 100 % online – teórico-práctica – se organiza en “Tracks” o pistas de conocimiento en tramos de exposición a cargo de un experto con presentaciones y prácticas supervisadas a través de vídeos, ejercicios de autoevaluación, conceptos clave y presentación de casos de éxito, ejercicios dirigidos y otras acciones libres o espontáneas auto-gestionables fuera de programa:

Dejamos a continuación el detalle de cada clase, junto con las encuestas de satisfacción realizadas a lo largo del Programa.

Encontrará:

- El detalle de la clase
- La fecha de la clase
- El docente
- Las temáticas impartidas
- Las encuestas realizadas:
 - Un promedio del 1 al 10 de cómo le resultó al beneficiado la clase en vivo
 - Un Promedio de aprendizaje de los conceptos que consideran valiosos para su actividad
 - Un promedio del 1 al 10 de cómo le resultó al beneficiado que recuperó la clase con la grabación



- Comentarios de cómo le pareció la clase

b. Módulos centrales comunes

Se realizó de los siguientes Módulos, cinco clases teórico-prácticas dando un resumen del contenido ofrecido dentro del aula virtual donde cada alumno tiene la posibilidad de acceder a los Módulos estipulados junto con sus cinco clases pregrabadas:

- Módulo 1. Introducción al Comercio Digital
- Módulo 2. Logística, operaciones y métodos de pago en el comercio digital.
- Módulo 3. Marketing para comercio digital de bienes y servicios.
- Módulo 4. Plataformas y modelos de negocio para comercio digital

MÓDU LO	FECHA	HORARI O	TITULO DE LA CLASE (Se comunicará la clase a los alumnos con el título otorgado)	DOCENTE
MÓDU LO CENTR AL COMÚ N	Introducción al eCommerce			
	28 de junio	19:00 a 21:00 hs	Apertura del Programa	Marcos Pueyrredon, Sebastian Herrera
	30 de junio	19:00 a 21:00 hs	Marketing Digital	Alan Soria
	5 de julio	19:00 a 21:00 hs	Comunidad de Práctica	Patricia Schifini
	7 de julio	19:00 a 21:00 hs	Logística y Operaciones	Alan Soria



	12 de julio	19:00 a 21:00 hs	Comunidad de Práctica	Patricia Schifini
	14 de julio	19:00 a 21:00 hs	Medios de Pago y Atención al Cliente	Alan Soria
MÓDU LO ESPECÍ FICO I	Marketing para Digital Commerce de Bienes y Servicios			
	19 de julio	19:00 a 21:00 hs	Ecommerce Crossborder - Bases	Sebastian Herrera
	21 de julio	19:00 a 21:00 hs	Introducción a la Exportación de Servicios	Alejandro Vicchi
	26 de julio	19:00 a 21:00 hs	Logística Internacional y Comercio Electrónico	Sebastian Herrera
	28 de julio	19:00 a 21:00 hs	Aduanas y Comercio Electrónico Internacional	Cristian Matich
	2 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
MÓDU LO ESPECÍ FICO II	Plataformas y Modelos de Negocios para el Digital Commerce			
	4 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Plataformas de eCommerce (b2c, b2b), saas, on premise	Mariana Suarez Alais
	9 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Exportación de Servicios en la Práctica	Victor Barrionuevo
	11 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Cómo vender a Estados Unidos y Europa a través del eCommerce	Sebastian Herrera
	18 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Cómo vender a China a través de eCommerce	Zayde Gutierrez
	23 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
MÓDU LO ESPECÍ FICO III	Logística, Operación y Medios de Pago en Digital Commerce			
	25 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Marketing guerrilla, Búsqueda de Mercados y Validación de propuesta	Sebastian Herrera
	30 de agosto	19:00 a 21:00 hs	Optimizando la penetración comercial internacional	Marcelo Fedele



	1 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Optimizando la inversión via canales publicitarios	Giselle Boreau
	6 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Como potenciar tu ECommerce	Virginia Cáceres
MÓDULO ESPECÍFICO IV	Retail eCommerce y la Transformación Digital en Comercio Minorista			
	13 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Marketing Internacional de Servicios	Alejandro Vicchi
	15 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Exportacion De Servicios, Introducción A Los Aspectos Legales Y Tributarios	Jose Maria Allonca
	20 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Estrategias de Inteligencia Competitiva para Exportación de Servicios	Victor Barrionuevo
	29 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Medios de Pago Internacional	Ramiro Rodriguez Andre
	27 de septiembre	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
	4 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Trabajo Final Integrador	Sebastian Herrera
Crossborder Acceleration Program				
SESIONES GRUPALES	SESIONES GRUPALES CON CONTENIDO			
	6 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos I	JUAN CRUZ MINONES
	13 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios II	ROMINA GAYA
	18 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos II	JUAN CRUZ MINONES
	20 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios III	ROMINA GAYA
	25 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos III	JUAN CRUZ MINONES
	27 de octubre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios IV	ROMINA GAYA



	1 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos IV	JUAN CRUZ MINONES
	3 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios V	ROMINA GAYA
	8 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Productos V	JUAN CRUZ MINONES
	10 de noviembre	19:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Exportacion de Servicios I	ROMINA GAYA
	COACHING COLABORATIVO			
COACHING COLABORATIVO	15 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	22 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	29 de octubre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	5 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	12 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini
	19 de noviembre	18:00 a 21:00 hs	Sesion Aceleracion focalizada en Metodologia Canvas y Creacion Plan Exportador	Patricia Schifini

Módulo Central Común IV - Retail eCommerce y la Transformación Digital en Comercio Minorista

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Clase Sincrónica	+
eLeader Teaching Class Complete	17/05/2021 7:00 PM	1. Funnels de Retail eCommerce en la práctica.	Link de acceso a Zoom ID: 842 8448 5223 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	19/05/2021 7:00 PM	2. Estrategias de transformación digital con foco en rentabilidad y sustentabilidad.	Link de acceso a Zoom ID: 842 8448 5223 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	26/05/2021 7:00 PM	3. Modelo Canvas	Link de acceso a Zoom ID: 842 8448 5223 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	31/05/2021 7:00 PM	4. Cómo hacer un P&L	Link de acceso a Zoom ID: 842 8448 5223 Código: ecommerce	
eLeader Workshop Class Complete	02/06/2021 7:00 PM	5. Hands On: P&L	Link de acceso a Zoom ID: 842 8448 5223 Código: ecommerce	
Complete		Material General del Módulo		



Módulo Central Común I - Marketing para Digital Commerce de Bienes y Servicios + Add a view Sort Search New

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Clase Sincrónica	
eLeader Teaching Class Complete	22/03/2021 7:00 PM	1. Introducción al Marketing Digital	Link de Acceso a Zoom ID: 899 5879 9919 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	29/03/2021 7:00 PM	2. SEO y Contenido	Link de Acceso a Zoom ID: 899 5879 9919 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	31/03/2021 7:00 PM	3. Fuente de tráfico I: Introducción y redes sociales	Link de Acceso a Zoom ID: 899 5879 9919 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	05/04/2021 7:00 PM	4. Fuente de tráfico II: Google	Link de Acceso a Zoom ID: 899 5879 9919 Código: ecommerce	
eLeader Workshop Class Complete	07/04/2021 7:00 PM	5. Desarrollo Plan de Marketing	Link de Acceso a Zoom ID: 899 5879 9919 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	05/05/2021 6:00 PM	Tutoría con Johan Ramirez		
Complete		Material General del Módulo		

Módulo Central Común II - Plataformas y Modelos de Negocios para el Digital Commerce

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Clase Sincrónica	
eLeader Teaching Class Complete	12/04/2021 7:00 PM	1. Plataformas de eCommerce (B2C, B2B), SaaS, On Premise, y tecnologías	Link de Acceso a Zoom ID: 831 1963 7393 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	14/04/2021 7:00 PM	2. Infraestructura (Cloud, VPS, CDNs, etc)	Link de Acceso a Zoom ID: 831 1963 7393 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	19/04/2021 7:00 PM	3. Modelos de Negocio: B2C, Marketplace - y sus variables-, D2C, complementariedad entre modelos)	Link de Acceso a Zoom ID: 831 1963 7393 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	21/04/2021 7:00 PM	4. Convertirse en Marketplace	Link de Acceso a Zoom ID: 831 1963 7393 Código: ecommerce	
eLeader Workshop Class Hands On Complete	26/04/2021 7:00 PM	5. Caso Práctico: Elegir mi plataforma eCommerce	Link de Acceso a Zoom ID: 831 1963 7393 Código: ecommerce	
Complete		Material General del Módulo		

+ New Calculate COUNT 6

Módulo Central Común III - Logística, Operación y Medios de Pago en Digital Commerce + Add a view Sort Search New

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Clase Sincrónica	
eLeader Teaching Class Complete	28/04/2021 7:00 PM	1. Gestión de procesos y modelos logísticos	Link de acceso a Zoom ID: 815 5945 0688 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	03/05/2021 7:00 PM	2. Medios de pago online	Link de acceso a Zoom ID: 815 5945 0688 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	05/05/2021 7:00 PM	3. Métodos de almacenamiento & Picking	Link de acceso a Zoom ID: 815 5945 0688 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	10/05/2021 7:00 PM	4. Gestión de Conversión y Fraud Screening	Link de acceso a Zoom ID: 815 5945 0688 Código: ecommerce	
eLeader Teaching Class Complete	12/05/2021 7:00 PM	5. Caso Práctico: Costeo de Logística y Medios de Pago	Link de acceso a Zoom ID: 815 5945 0688 Código: ecommerce	
Complete		Material General del Módulo		

+ New Calculate COUNT 6

a. Clase introductoria

Acta Módulo Introducción al eCommerce
Clase 1 - Introducción



Tema general de la clase	ESTRUCTURA Y MODALIDAD DEL CURSO
Fecha	Lunes 28 de Junio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Marcos Pueyrredon, Sebastian Herrera
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	70
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Apertura general del programa intensivo de eCommerce CrossBorder- Equipo y metodología eLeader Class- Módulos del programa- Programa integral de mentoring y coaching colaborativo- Recursos de las capacitaciones- Status de las clases- Requisitos de aprobación- Docentes- Estructura general del programa Crossborder-
Desarrollo de la clase	<p>Se inicia la clase con una presentación de cada uno de los alumnos. Se hace un relato de sus proyectos y expectativas de la Capacitación y el Proyecto. El Presidente y Director del eCommerce Institute se presenta, presenta al Director del Programa, al secretario de la provincia; y a la tutora y coordinadora del mismo.</p> <p>Se realiza la apertura general del programa-</p> <p>Se hace una explicación de quiénes forman parte del equipo, del Proyecto, de la modalidad y metodología de explicación del eCommerce Institute.</p> <p>El Director del programa explica cómo se desarrollarán los Módulos, los contenidos y el Programa de mentoreo y coaching colaborativo.</p> <p>Se explica durante la clase que habrá un grupo de whatsapp para que los alumnos puedan comunicarse entre ellos, y como canal de comunicación desde donde se realizarán la comunicación de las clases y los accesos, y cualquier comunicación del Programa.</p>



	<p>Se ve el perfil de los docentes, el enfoque de las clases y la visión de las temáticas de las clases. Se hace una recapitulación de la estructura del Programa y se hace un cierre, esperando a los alumnos a la siguiente clase.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	No aplica
Promedio de Aprendizaje:	No aplica
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,4
Comentarios de la clase:	<p><i>Muy clara! concreta! y motivadora!</i> <i>Estuvo linda, nada mas q ya quiero ver contenidos..</i> <i>Me parece muy interesante todo lo que iremos a aprender, siendo que no entiendo mucho del tema, si quiero saber, y la manera en la que explicaron me resulto bastante clara.</i> <i>Muchas gracias por la oportunidad. Saludos!</i> <i>Superintetesante el tema planteado</i> <i>Excelente predisposición y claridad en los contenidos.</i> <i>Me pareció excelente el desarrollo y la claridad con la que se explicó el programa y los objetivos planteados.</i></p>
Capturas de Pantalla	<pre>graph TD; Root[METODOLOGÍA ELEADER CLASS] --> Previo[PREVIO]; Root --> Durante[DURANTE]; Root --> Posterior[POSTERIOR]; Previo --> Obj[OBJETIVO]; Previo --> Tem1[TEMÁTICAS]; Previo --> Mat1[MATERIAL]; Durante --> Doc[DOCENTE EN VIVO]; Posterior --> Grab[GRABACIÓN]; Posterior --> Tem2[TEMÁTICAS]; Posterior --> Mat2[MATERIAL];</pre>



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

The video content is divided into three segments:

- Segment 1:** Amazon Brand Registry landing page. The main heading is "Build and protect your brand". It features a group of four diverse people smiling. Below the heading, it says "Enrolling in Amazon Brand Registry unlocks a suite of tools designed to help you build and protect your brand, creating a better experience for customers." A "Get started" button is visible.
- Segment 2:** A slide titled "Módulo Central Común II - Plataformas y Modelos de Negocios para el Digital Commerce". It lists five key topics:
 1. Plataformas de eCommerce (B2C, B2B, Sell On Amazon, y Retail)
 2. Infraestructura (Cloud, VPS, CDN, etc)
 3. Modelos de Negocio B2C, Marketplace - y sus variantes - D2C complementabilidad entre modelos
 4. Convertirse en Marketplace
 5. Caso Práctico: Elegir mi plataforma eCommerce
- Segment 3:** A grid of speakers with their names and titles:
 - Virginia Cáceres: Directora de contenido, APOYO Comunicaciones
 - Victor Barrionuevo: CDO, Webbar
 - Nathalie Jacobs: Business Director, YTEX
 - Zayde Gutierrez: E-commerce & Export Manager, Melián Manta Ltd
 - Marcelo Fedele: CEO & Founder, Wildky Latam Group
 - Giselle Borau: Co-Founder, Growth Startups
 - Christian Matich: Clasificador arancelario, Fast Track Servicios Legales
 - Alejandro Vicchi: Director para Federalización de la Innovación Productiva, Subsecretaría de Economía del Consejo Federal
 - Daniela Gonzalez: Specialist in new business development and market expansion

b. Módulos centrales comunes



i. Módulo 1. Introducción al Comercio Digital

iii. Módulo 3. Marketing para comercio digital de bienes y servicios.

Acta Módulo Introducción al eCommerce Clase 2 - Módulo Central Común	
Tema general de la clase	Introducción al eCommerce y al Marketing Digital, importancia del Funnel, Tofu y el modelo de atribución. Tiendas físicas vs tiendas online y buenas prácticas generales del eCommerce.
Fecha	Lunes 30 de Junio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Alan Soria
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	78
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Introducción Aula Virtual - Notion- Introducción al eCommerce y repaso de los Módulos Centrales Comunes (MCC)- Tiendas Físicas Vs Tiendas Online- ¿Qué es un funnel?- SEO, SEM y Display- Fuentes de tráfico- Modelo de atribución <p style="text-align: center;">-</p>
Desarrollo de la clase	Se realiza el inicio con la consulta de si han accedido al aula virtual, si tienen preguntas y se visualiza el aula virtual una vez más para dar a conocer la misma. El expositor Alan Soria se presenta e inicia la clase con una introducción al eCommerce y se hace un repaso de los Módulos introductorios. Durante la clase comenta el experto sobre las temáticas que se verán, como el marketing digital, medios de pago y la tienda virtual. Se comienza la introducción, y se plantea la pregunta de si hay un versus entre tiendas físicas y tiendas virtuales. Se hace una



	<p>introducción al omnichannel, y la necesidad de complementar las tiendas físicas con las virtuales, y de abrir el canal online. Se habla del funnel, y del proceso y la relevancia de cómo funciona. Se habla del total de gente que ve nuestro anuncio, o entra a mi sitio, solo el 43% ve el contenido de la página. Solo el 14% agrega algo al carrito, y sólo el 3% compra en la tienda.</p> <p>Se pasa a hablar de google, el motor de búsqueda más utilizado. La forma de monetizar es a través del SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing) y Display que se verá más adelante. También cómo es el comportamiento del usuario, y cómo hace la compra en las tiendas, la necesidad de entenderlo para poder realizar ventas.</p> <p>Se habla de las fuentes de tráfico y de dónde vienen los consumidores (google, redes sociales). Se hace un análisis y se determina la necesidad de nuevamente entender al cliente y nuestro cliente objetivo para poder analizarlo.</p> <p>Por último se habla del modelo de atribución. Es el último lugar que hizo click el cliente (es como hablar de los vendedores físicos y las atribuciones de compra, y el proceso de decisión de compra.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	No aplica
Promedio de Aprendizaje:	No aplica
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,5
Comentarios de la clase:	<p><i>"Me parecieron muy útiles los ejemplos concretos. Espero seguir aprendiendo de los docentes y el resto de los estudiantes.</i></p> <p><i>Porque cumplió sobradamente con lo fundamental de una clase de inicio de curso, DARTE UNA MOTIVACIÓN IMPRESIONANTE PARA HACER EL CURSO.</i></p> <p><i>Fué dinámica y clara.</i></p>

	<p><i>Me resultaron sumamente clarificadores los ejemplos aportados a partir de las experiencias de los expositores para comprender los conceptos.</i></p> <p><i>Entusiasmo para explicar los contenidos</i></p> <p><i>Muy clara! concreta! y motivadora!</i></p> <p><i>Estuvo linda, nada mas q ya wuiero ver contenidos..</i></p> <p><i>Me parece muy interesante todo lo que iremos a aprender, siendo que no entiendo mucho del tema, si quiero saber, y la manera en la que explicaron me resulto bastante clara.</i></p> <p><i>Muchas gracias por la oportunidad. Saludos!</i></p> <p><i>Superintetesante el tema planteado</i></p> <p><i>Excelente predisposición y claridad en los contenidos.</i></p> <p><i>Me pareció excelente el desarrollo y la claridad con la que se explicó el programa y los objetivos planteados."</i></p> <p><i>Superintetesante el tema planteado</i></p> <p><i>Excelente predisposición y claridad en los contenidos.</i></p> <p><i>Me pareció excelente el desarrollo y la claridad con la que se explicó el programa y los objetivos planteados.</i></p>
<p>Capturas de pantalla</p>	

Thumbnail 1: ¿Qué es un funnel?

Conversion Stage	Percentage
Total Sessions	100%
Sessions with Product Page View	43.8%
Sessions with Add-to-Cart	14.5%
Sessions with Transaction	3.3%

Thumbnail 2: Google Analytics Dashboard

Thumbnail 3: ¿Qué es un modelo de atribución?

Un modelo de atribución es una forma de entender cómo funciona la inversión en los distintos canales y detectar oportunidades.

Modelo	Distribución
Last Click	100% en el último canal
First Click	100% en el primer canal



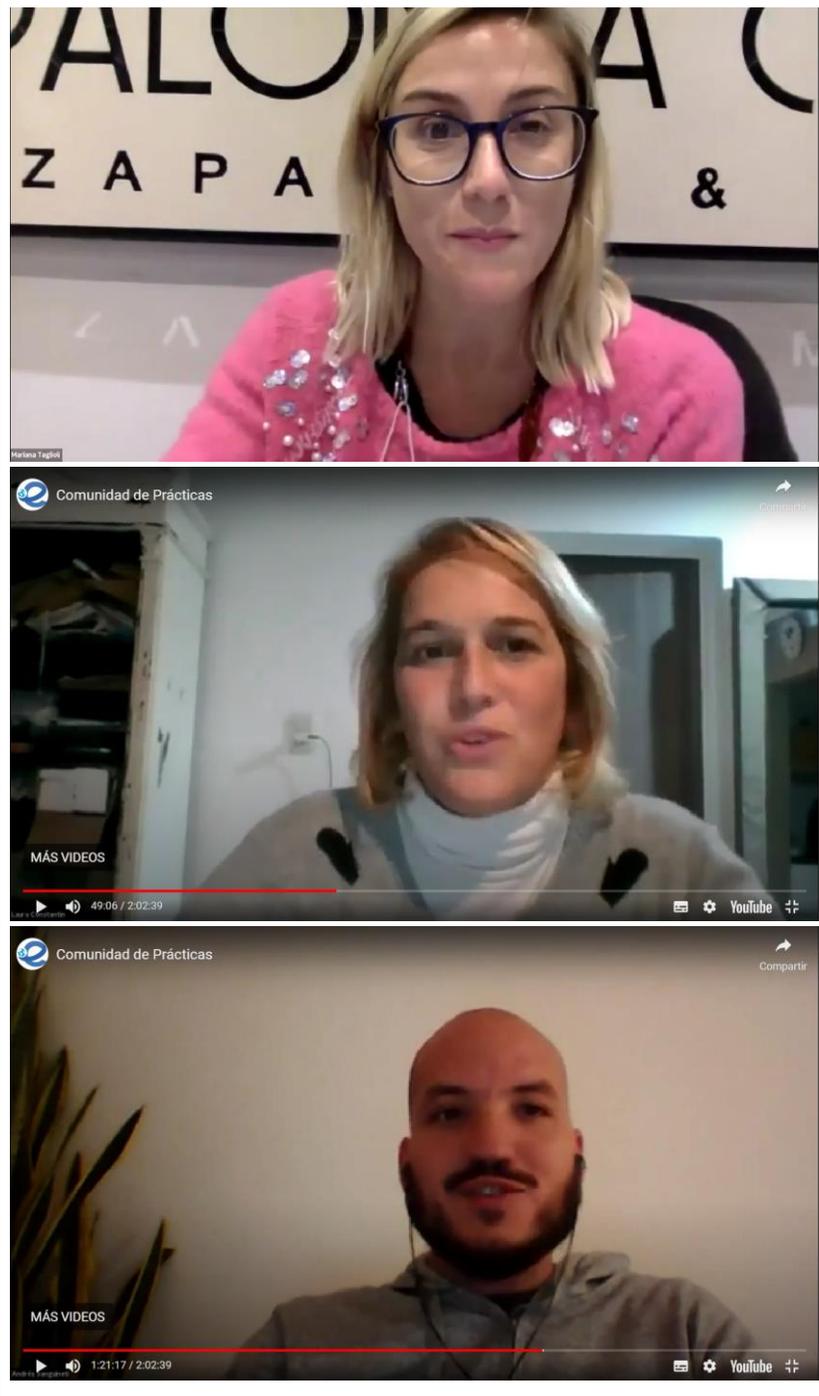
Tema general de la clase	Aplicar en la práctica conceptos teóricos abordados a lo largo del programa. Clarificación de conceptos, dudas o aspectos no comprendidos. Reflexionar a su vez sobre aspectos claves del eCommerce.
Fecha	Lunes 05 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Patricia Schifini
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	94
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Glosario de Estrategia & eCommerce- Estrategia Digital & eCommerce- Omnicanalidad eCommerce- Marketplaces- Logística
Promedio del 1 al 10 en vivo:	No aplica
Promedio de Aprendizaje:	No aplica
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,1
Desarrollo de la Clase	<p>Se presenta la coach del programa, Patricia Schifini. Se hace la presentación de los alumnos que no pudieron presentarse en la clase anterior. Se abre el espacio de Comunidad de Práctica como un espacio de consulta y dudas, de desarrollo de las clases, de aplicación de los contenidos y de la teoría llevada a la práctica.</p> <p>Se abre el material de consulta, para que los alumnos sepan dónde verlas y se empieza a analizar el glosario de eCommerce, donde se ven conceptos que se verán a lo largo del Programa:</p>



	<p>tasa de conversión, KPI, Funnel, P&L, Omnicanalidad, entre otros.</p> <p>Se hace otro enfoque en la omnicanalidad, la inexistencia de un vs de la tienda física con la online, y la combinación de ambas modalidades.</p> <p>Se habla sobre los marketplaces, las plataformas que tienen varios productos de distintas empresas, desde donde se hace una venta general y el cliente puede elegir entre varias marcas.</p> <p>Se cierra hablando de la logística, de la necesidad de definir la logística tanto en servicios como productos, y la experiencia del cliente.</p>
<p>Comentarios de la clase:</p>	<p><i>"Muy positiva la instancia de presentación de los participantes para ir conociéndonos.</i></p> <p><i>Lamentablemente no pude participar en el vivo. Destaco siempre la dinámica de la presentación. Interesante poder ver la diversidad de gente que esta participando y sus diferentes intereses en el curso.</i></p> <p><i>Me pareció interesante escuchar la presentación de los que integramos el grupo, por la pluralidad que existe. Pero al ser tantos, y que no se llegue a la presentación de todos, se hizo largo y poco dinámico. Creo que seria algo que se puede mejorar, haciendo mas cortas las presentaciones.</i></p> <p><i>Me pareció muy enriquecedora la clase, por la variedad de rubros y de proyectos de los demás integrantes del programa"</i></p>



Capturas de pantalla



ii. **Módulo 2. Logística, operaciones y métodos de pago en el comercio digital.**

Acta Módulo Introducción al eCommerce
Clase 3 - Módulo Central Común



Tema general de la clase	Gestión de la cadena logística eCommerce. Aspectos relevantes en el flujo de operación omnicanal, tales como métodos de envío y entrega, tecnología, gestión de stock, políticas de cambios y devoluciones. .
Fecha	Miércoles 07 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Alan Soria
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	104
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Proceso de logística directa y operaciones eCommerce- ERP- WMS (Warehouse Management System)- OMS (Orden Management System)- Tipos de operación omnicanal: Store Pick-up (SPU) / Click and collect / Crossdocking- Redes de puntos de terceros- Tiempos de entrega- Logística inversa- Pasos básicos al procesar logística inversa- Política de devolución y cambios
Desarrollo de la Clase	<p>En la clase se desarrolló una parte de logística de producto y de servicios.</p> <p>La necesidad de analizar cómo llegará al cliente su producto, el proceso de logística directa y operaciones eCommerce.</p> <p>Se habla de las tecnologías que aplican a eCommerce. El sistema que factura, el ERP, que dentro de sus funcionalidades cumple con la factura, el stock que cuenta la web.</p> <p>Se habla de las grandes marcas y los espacios de depósito para productos en sus WMS (Warehouse Management System) y cómo se realiza el orden de los productos OMS (Orden Management System).</p> <p>Los tipos de operación omnicanal: Store Pick-up (SPU) / Click and collect / Crossdocking</p>



	<p>Se habla de los tiempos de entrega y la necesidad nuevamente de entender a los clientes, y las nuevas modalidad de tiempos, y la mejora de experiencia del cliente. Logística inversa, los costos que implica la logística, y la política devolución.</p> <p>Por último habla de la política de devolución y cambios, y las reglas claras para tanto el equipo que trabaja en la tienda, como para el cliente.</p> <p>Las opciones de devolución, los motivos, los canales de de comunicación para que el cliente haga la devolución.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	No aplica
Promedio de Aprendizaje:	No aplica
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,2
Comentarios de la clase:	<p><i>"Sumamente agradecida a Alan! Los conceptos desarrollados me resultaron mucho más claros a partir de los ejemplos brindados a partir de su experiencia profesional.</i></p> <p><i>Muy buena explicación con ejemplos concretos que facilitan la comprensión</i></p> <p><i>El profesor es muy ameno, sus diapositivas muy explicativas, claras y coherentes con lo que quería explicar.</i></p> <p><i>muy didáctica y entretenida</i></p> <p><i>Muy buenos los videos</i></p> <p><i>Me pareció buena la exposición, no tengo ningún punto negativo a marcar. Lo único es que esta clase no aplica a mi empresa ya que nos dedicamos a servicios.</i></p> <p><i>Aprendí muuuuuuuuchas cosas q no sabía, y de alguien q como dicen los yanquis ""estuvo ahí e hizo eso""</i></p> <p><i>Excelente como siempre. Muchas experiencias compartidas lo que hace a la charla mucho más enriquecedora."</i></p>

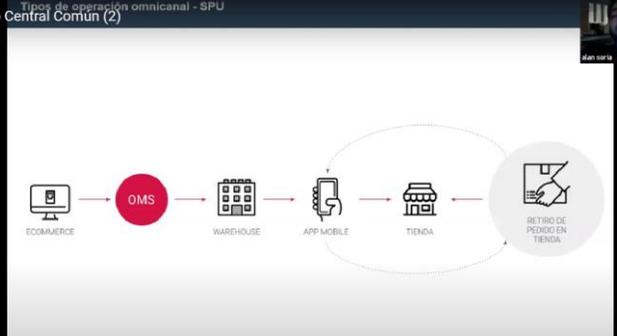
Capturas de pantalla

Módulo Central Común (2) Proceso Logística directa

Presiona Esc para salir de la pantalla completa



Módulo Central Común (2) Tipos de operación omnicanal - SPU



MÁS VIDEOS

Incidencia / Logística inversa



PASO 1: Determinar orígenes de incidencias.

- Entregas (robos, daños, pérdidas, retrasos)
- Calidad del producto (daños, inf. errónea)
- Procesos operativos (errores de alisto)

¿Dónde queremos comenzar?

PASO 2: El control sobre la gestión de la incidencia es nuestro?

- SI -> Resolvemos interno.
- NO-> Acuerdos de niveles de servicio con el tercero.



Coaching Colaborativo	
Tema general de la clase	Overview del ecosistema del digital eCommerce, pilares y claves en la transformación digital. Coaching colaborativo entre todos/as los presentes.
Fecha	Lunes 12 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Maximiliano Romero
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	96
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Overview Digital eCommerce- Impacto y modificaciones de hábitos de consumo / COVID-19- Omnicanalidad- Pilares claves del Digital Commerce
Desarrollo de la clase	<p>Se abre una nueva comunidad de prácticas y el espacio de intercambio y preguntas.</p> <p>Se presenta el docente, Maximiliano Romero, quien definirá el contexto de lo que es el Comercio Electrónico, y lo que todo eCommerce Manager debe tener a futuro.</p> <p>Hubo un cambio en el consumo del consumidor, un cambio de hábitos. Es todo más rápido y más enfocado en la experiencia del cliente. Surgen preguntas sobre los pilares claves del Digital Commerce, donde se hace el paréntesis nuevamente de conocer al cliente, y nuestro público objetivo.</p> <p>Se hacen preguntas específicas sobre los conocimientos de los alumnos.</p> <p>Qué recomendaciones daría Maximiliano sobre las empresas que recién inician, hacia dónde deben enfocar y cómo enfocar sus proyectos.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	No aplica
Promedio de Aprendizaje:	No aplica



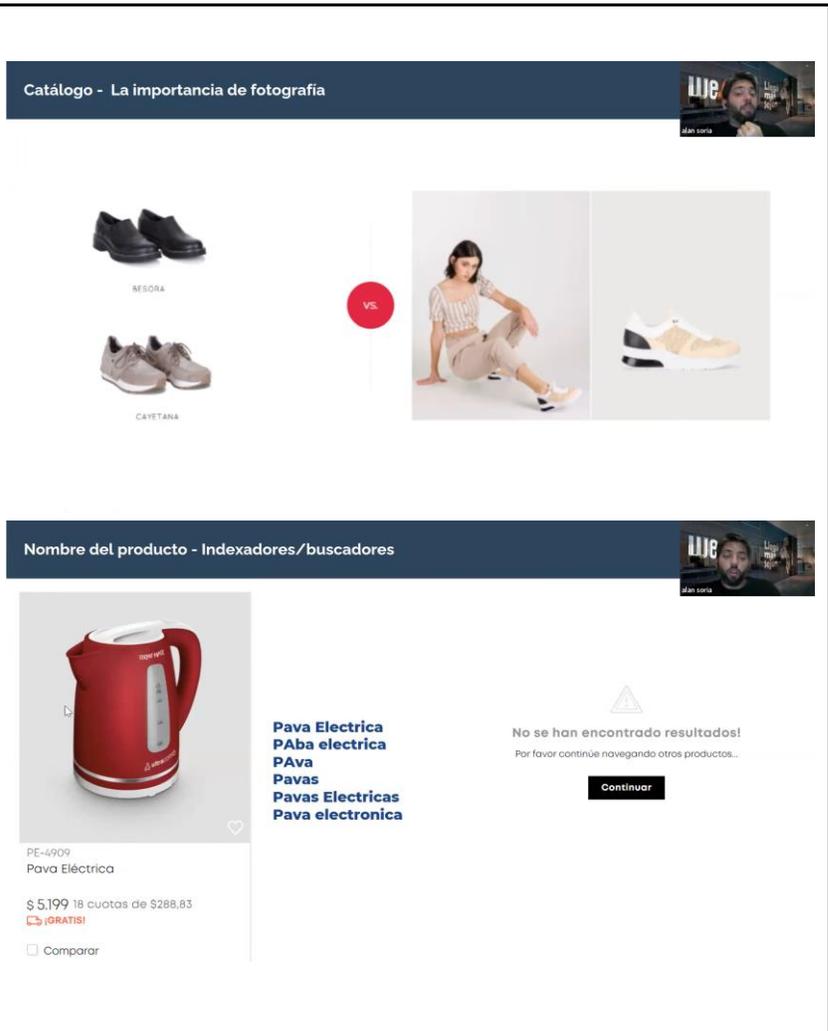
<p>Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:</p>	<p>8,5</p>
<p>Comentarios de la clase:</p>	<p><i>"Maximiliano 10 puntos! Claro, puntual, experiencia profesional que ayudó a clarificar los conceptos desarrollados. Tuve oportunidad de presentarme ante los demás participantes. Considero Networking como un aspecto positivo de los encuentros.</i></p> <p><i>Increible clase muy serio e interesante</i></p> <p><i>El profesor fue muy claro y ameno, se notaba su amplia experiencia y hablaba de forma concreta de un caso real lo que me pareció muy bueno."</i></p>
<p>Capturas de pantalla</p>	<p>Módulo Central: Comunidad de Prácticas</p> <p>FUNNEL DEL RETAIL ECOMMERCE</p> <p>CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none">- CPC- CPA- ORGANICO <p>SKUS</p> <ul style="list-style-type: none">- MARKETPLACE- SOURCING <p>RETAIL ECOMMERCE CROSSBORDER</p> <p>MASTERDATA</p> <ul style="list-style-type: none">- Catálogo- Pricing- Cliente <p>SKUS</p> <p>MÁS VIDEOS www.ecommerce.institute</p> <p>31:14 / 2:04:18</p> <p>Módulo Central: Comunidad de Prácticas</p> <p>Cambios previstos en el volumen de compras en los proximos 3 meses</p> <p>HA AUMENTADO PERO COMENZARÁ A DISMINUIR</p> <p>HA AUMENTADO Y CONTINUARÁ AUMENTANDO</p> <p>HA DISMINUIDO Y CONTINUARÁ DISMINUYENDO</p> <p>HA DISMINUIDO PERO COMENZARÁ A AUMENTAR</p> <p>Cambios previstos en el volumen de compras en los proximos 3 meses</p> <p>MÁS VIDEOS www.ecommerce.institute</p> <p>16:36 / 2:04:18</p>



iv. Módulo 4. Plataformas y modelos de negocio para comercio digital

Acta Módulo Introducción al eCommerce Clase 4 - Módulo Central Común	
Tema general de la clase	Comportamiento de compra de los clientes. Importancia del catálogo de productos en eCommerce y su evolución a lo largo del tiempo. Medios de pago.
Fecha	Miércoles 14 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Alan Soria
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	108
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Catálogo de productos en eCommerce- Importancia de la fotografía en el catálogo- Nombre del producto- Indexadores / buscadores- Upselling / productos kit / accesorios- Filtros- Gateway vs Agregador
Desarrollo de la clase	Se revisa el alcance del catálogo de eCommerce a través del análisis de casos prácticos reales de rubros diferentes: propuesta de valor, concepto de grilla y elección de la misma pensando en el cliente y su comportamiento de compra. El producto como protagonista, ponerle un “nombre” y “apellido”. Su uso en buscadores, el funcionamiento de los mismos y la concordancia exacta. Las categorías como modo de uso. Kit de productos: fast mover/slow mover, generar ofertas a partir de un producto que se vende mucho y otro que se vende poco.
Promedio de Aprendizaje:	93,75
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,8

Capturas de pantalla



c. Módulos centrales específicos. Especialización Ecommerce Cross Border

i. Módulo 1. Introducción al Cross-Border eCommerce

Acta Módulo I Introducción al Comercio Transfronterizo
Clase 1 - Introducción a la Exportación de Servicios



Tema general de la clase	Incorporar los conceptos más importantes que debe manejar quien esté iniciando un proyecto de exportación de servicios.
Fecha	Lunes 19 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Alejandro Vicchi
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	112
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Introducción al comercio internacional de servicios- Diferentes definiciones de exportación de servicios- Servicificación- Modos de internacionalización- Obstáculos más frecuentes al iniciarse en mercados internacionales- Doble tributación internacional
Desarrollo de la clase	Se da comienzo a la clase y el docente comenta diferentes casos de comercio transfronterizo y qué tener en cuenta para comercializar servicios internacionalmente. Se aclara que no hay un único concepto de qué es el comercio internacional de servicios. Las regulaciones, convenios y legislaciones como factores cruciales para introducirse en los mercados internacionales.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,30
Promedio de Aprendizaje:	90,00
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,5
Comentarios de la clase:	<i>"Desarrollo de la clase llevado de buena forma por Alejandro. Experiencias de los participantes en ocasiones no aportaban al desarrollo del contenido de la clase.</i>



Ejemplos claros y prácticos
Muy buena explicación con ejemplos prácticos
Excelente clase, muy clara y te abre la cabeza en la forma en que uno puede comercializar sus productos.
Una exposición con mucho valor!!!
Me pareció muy amena y entendibles los conceptos como así también de mucha utilidad los aportes realizados por las personas que contaron sus experiencias y problemáticas que se encontraron en los procesos de exportación de los servicios"

Capturas de pantalla

Diferentes definiciones

- ACUERDOS INTERNACIONALES (OMC)
- MOVIMIENTO DE DIVISAS (FMI)
- IMPUESTOS (LEYES)

ESTADÍSTICAS

- Dificultad de control y valoración
- Canje de servicios intra-firmas
- Viajes de prestación de servicios
- Triangulación
- Sub o sobre facturación
- Operaciones criminales
- Falta de precisión de la información

SERVICIFICACIÓN

Todos deben exportar servicios

- SERVICIOS CON BIENES
- BIENES COMO SERVICIOS
- BIENES INTANGIBILIZADOS



Obstáculos más frecuentes Al iniciarse en los mercados internacionales

OPERATORIA EXCLUSIVAMENTE LOCAL

Falta de planificación y análisis

Debilidad en la gestión comercial

Desconfianza del cliente

Escala limitada

Falta de información sobre los mercados

Aspectos impositivos

Regulaciones locales

Aspectos culturales

EXPORTAR NO ES IGUAL A INTERNACIONALIZARSE

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

DIAGNÓSTICO & PLAN DE MEJORAS

VENTAS

- Receptivas
- A distancia
- Presencia comercial local
- Promoción internacional

PRESTACIÓN

- Receptiva
- A distancia
- Local
- Desplazamiento temporario

FACTURACIÓN Y COBRANZA

- Receptiva
- Trans-fronteriza
- En el país del cliente
- Desde un 3er país

CASOS PARTICULARES

- Franquicias
- Licenciamiento de Tecnología
- Ventas cruzadas
- Sub-Contratación

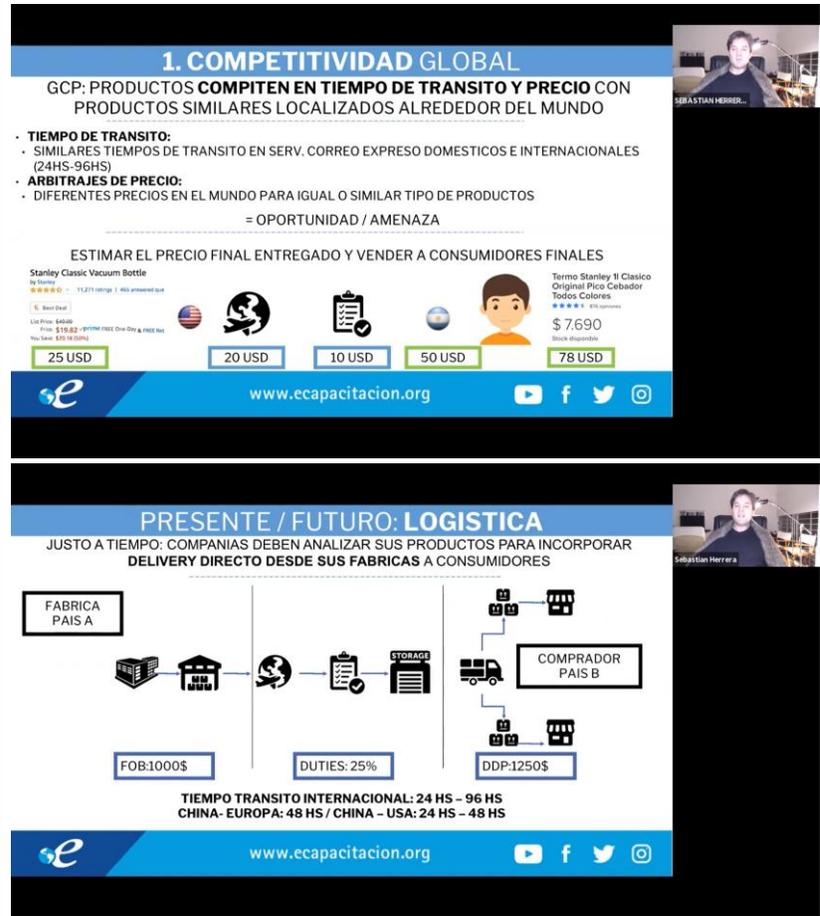
Acta Módulo I Introducción al Comercio Transfronterizo Clase 2 - Ecommerce Crossborder - Bases	
Tema general de la clase	Introducción al eCommerce Crossborder. Competitividad global y oferta mundial de productos y servicios.
Fecha	Miércoles 21 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastián Herrera
Cantidad de alumnos	99



asistentes en vivo	
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Competitividad global- Mercado: oferta global- Posición global competitiva- Logística- Visión global: eCommerce- Análisis competitivo- Cada país: condiciones Comex- Comercialización Internacional- Modalidades de venta- Generación de empleo
Desarrollo de la clase	<p>Se explican las dos variables que afectan a los compradores: el tiempo de tránsito y el precio. La revolución en el modo de consumir que se ha dado gracias a las plataformas que facilitan la compra de productos internacionales asegurando la seguridad en la transacción. El docente pasa a definir la posición global competitiva de los productos y cómo conocerla representa una oportunidad. Se plantea la incorporación de delivery directo desde el punto de fabricación hasta el consumidor. Las decisiones gubernamentales sobre la competitividad de la economía de cada sector. Se muestran las diferentes modalidades de venta. Luego se comenta la generación de trabajo que surge en la cadena entre la fabricación y la llegada al consumidor. En adelante la clase funciona con un ida y vuelta entre el docente y los/as alumnos/as para pensar lo visto en clase aplicado en el caso particular de cada uno/a y responder preguntas.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,65
Promedio de Aprendizaje:	92,75
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,8
Comentarios de la clase:	<i>"Buena Clase. Si bien la clase considero que muy buena porque se notaba la experiencia y trayectoria del ponente, para mi</i>

que no tengo conocimientos previos , me resultó bastante difícil seguir y asimilar todos los conceptos , en algún punto sentí que la misma estaba dirigida a personas que tenían practica y conocimientos internalizados en la temática con anterioridad"

Capturas de pantalla



1. COMPETITIVIDAD GLOBAL
 GCP: PRODUCTOS **COMPITEN EN TIEMPO DE TRANSITO Y PRECIO** CON PRODUCTOS SIMILARES LOCALIZADOS ALREDEDOR DEL MUNDO

- TIEMPO DE TRANSITO:**
 - SIMILARES TIEMPOS DE TRANSITO EN SERV. CORREO EXPRESO DOMESTICOS E INTERNACIONALES (24HS-96HS)
- ARBITRAJES DE PRECIO:**
 - DIFERENTES PRECIOS EN EL MUNDO PARA IGUAL O SIMILAR TIPO DE PRODUCTOS = OPORTUNIDAD / AMENAZA

ESTIMAR EL PRECIO FINAL ENTREGADO Y VENDER A CONSUMIDORES FINALES

Stanley Classic Vacuum Bottle

Termo Stanley 11 Clasico Original Pico Cebador Todos Colores

List Price: \$45.00 Price: \$15.99 Free One-Day & Free Ship New Item: \$10.99 (\$2.00)

25 USD 20 USD 10 USD 50 USD 78 USD

www.ecapitacion.org

PRESENTE / FUTURO: LOGISTICA
 JUSTO A TIEMPO: COMPANIAS DEBEN ANALIZAR SUS PRODUCTOS PARA INCORPORAR DELIVERY DIRECTO DESDE SUS FABRICAS A CONSUMIDORES

FABRICA PAIS A

COMPRADOR PAIS B

FOB:1000\$ DUTIES:25% DDP:1250\$

TIEMPO TRANSITO INTERNACIONAL: 24 HS - 96 HS
 CHINA- EUROPA: 48 HS / CHINA - USA: 24 HS - 48 HS

www.ecapitacion.org



CADA PAIS: SUS CONDICIONES COMEX

LA POSICION COMPETITIVA GLOBAL DEL PRODUCTO DEPENDE DE LAS SIGUIENTES VARIABLES

ECONOMIA	TASA DE INTERES	TIPO DE CAMBIO	ACCESO CREDITO
EDUCACION FORMAL	% PRIMARIO	% SECUNDARIO	% TERCARIO / UNIVERSITARIO
PARTICIP. PBI	%INDUSTRIA	%COMERCIO	%SERVICIOS
NORMATIVA COMEX	ACUERDO LIBRE COMEX	REGIMENES DISPONIBLES	IMPOSITIVO SEG. REGIMEN

POR ESO ES QUE LAS POSICIONES COMPETITIVAS GLOBALES SON TAN DISPARES

www.ecapacitacion.org

Sebastian Herrera

Jorge Landa

Acta Módulo I Introducción al Comercio Transfronterizo Clase 3 - Logística Internacional y Comercio Electrónico	
Tema general de la clase	Introducción a las modalidades de logística aplicadas al comercio transfronterizo.
Fecha	Lunes 26 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastián Herrera



Cantidad de alumnos asistentes en vivo	117
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Sistemas logísticos- Generación de ingresos: esfuerzo logístico y comercial- Modalidades de venta- Estrategia logística multicanal- Sistema Régimen General- Sistema puerta a puerta- Sistema puerta a puerta + carga- UPU (Unión Postal Universal) vs courier- Empresas Globales- Estrategias en función de las características del producto- Análisis según tratamiento impositivo de cada régimen- Dropshipping / Fulfillment / Crossdocking
Desarrollo de la clase	Se aborda el tema de la logística y su relación con el comercio electrónico. Se subraya que la logística afecta solamente a la exportación de bienes y no a los servicios y que el método de traslado del producto de un país a otro depende mucho de las regulaciones nacionales y aduaneras. El tutor prosigue explicando el concepto de sistemas logísticos y sus variables macro: mayores servicios y velocidad a mayor costo. A su vez se destacan las diferentes modalidades de venta (incoterms) y las especificidades del negocio.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	9,00
Promedio de Aprendizaje:	92,94
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,00
Comentarios de la clase:	<p><i>"me resultó una clase muy completa , y con casos prácticos que facilitan la comprensión de los temas.</i></p> <p><i>Buena clase! Solamente hubiera sugerido agregar algunos casos de ejemplos en la misma PPT para que pudiéramos estudiarlo de manera visual por sobre una manera conversada en la clase.</i></p>

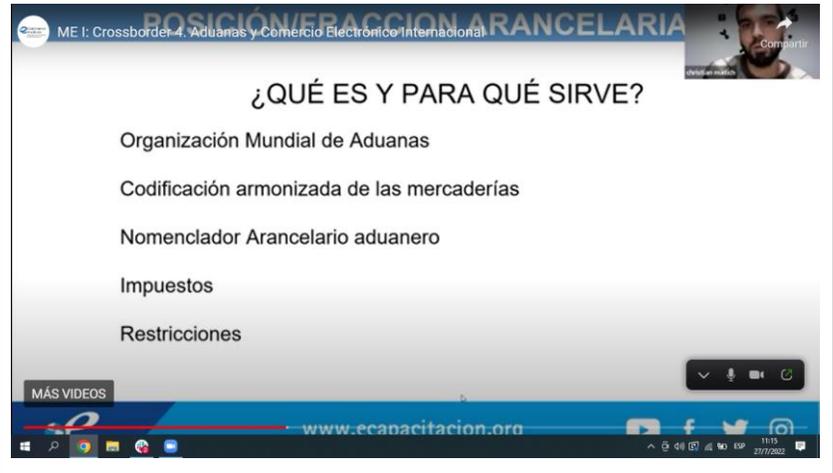
	<p><i>Muy prácticos los ejemplos</i></p> <p><i>La clase fue muy interesante, mucha información que yo no conocía, pero le faltó un poco de dinamismo para sobrellevar dos horas de tanta información. De cualquier manera fue muy buena la clase.</i></p> <p><i>Muy buena y clara explicación, conocía al profesor de una charla anterior en la que participé hace algunos años. Muy interesante"</i></p>												
<p>Capturas de pantalla</p>	 <p>The screenshot shows a man in a dark shirt speaking in a video lecture. Behind him is a framed poster for 'STUART DAVIS AMERICAN PAINTER'. Below the video is a slide titled '5 MODALIDADES DE VENTA' with the following content:</p> <p>ESFUERZOS REALIZADOS DEFINE % SOBRE PRECIO PARA LAS PARTES</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>FABRICACION</th> <th>LOGISTICA</th> <th>COMERCIAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>B2B FOB / CIF</td> <td colspan="2">OBJETIVO: GRANDES CANTIDADES PARA COMPRADORES CON LOGISTICA Y COMERCIALIZACION RESUELTA</td> </tr> <tr> <td>B2B CON ENTREGA EN LOCALES</td> <td colspan="2">OBJETIVO: FACILITAR LA DISTRIBUCION FISICA A LOCALES PARA COMPRADORES CON COMERCIALIZACION ULTIMA MILLA RESUELTA</td> </tr> <tr> <td>B2C ETAILERS / PROPIO</td> <td colspan="2">OBJETIVO: VENTA UNITARIA A CONSUMIDOR FINAL VENDEDOR: DEBES TENER CAPACIDAD LOGISTICA Y COMERCIAL PROPIA</td> </tr> </tbody> </table> <p>EL OBJETIVO ES COMPLEMENTAR A TU CONTRAPARTE PARA COLOCAR MAS PRODUCTOS EN CADA MERCADO</p> <p>www.ecapacitacion.org</p>	FABRICACION	LOGISTICA	COMERCIAL	B2B FOB / CIF	OBJETIVO: GRANDES CANTIDADES PARA COMPRADORES CON LOGISTICA Y COMERCIALIZACION RESUELTA		B2B CON ENTREGA EN LOCALES	OBJETIVO: FACILITAR LA DISTRIBUCION FISICA A LOCALES PARA COMPRADORES CON COMERCIALIZACION ULTIMA MILLA RESUELTA		B2C ETAILERS / PROPIO	OBJETIVO: VENTA UNITARIA A CONSUMIDOR FINAL VENDEDOR: DEBES TENER CAPACIDAD LOGISTICA Y COMERCIAL PROPIA	
FABRICACION	LOGISTICA	COMERCIAL											
B2B FOB / CIF	OBJETIVO: GRANDES CANTIDADES PARA COMPRADORES CON LOGISTICA Y COMERCIALIZACION RESUELTA												
B2B CON ENTREGA EN LOCALES	OBJETIVO: FACILITAR LA DISTRIBUCION FISICA A LOCALES PARA COMPRADORES CON COMERCIALIZACION ULTIMA MILLA RESUELTA												
B2C ETAILERS / PROPIO	OBJETIVO: VENTA UNITARIA A CONSUMIDOR FINAL VENDEDOR: DEBES TENER CAPACIDAD LOGISTICA Y COMERCIAL PROPIA												



	<p>ESTRATEGIA LOGISTICA MULTICANAL LA EMPRESA GLOBAL PRECISA DE TODOS LOS ACTORES DEL COMEX PARA EL</p> <table border="1"> <tr> <td>REGIMEN GENERAL</td> <td>REGIMEN COURIER</td> <td>REGIMEN UPU</td> <td>REGIMEN EQUIPAJE</td> </tr> <tr> <td>REGIMEN GENERAL</td> <td colspan="3">VENTA (EXW/FOB/CIF/DDP) DE GRANDES CANTIDADES DE PRODUCTOS</td> </tr> <tr> <td>REGIMEN COURIER</td> <td colspan="3">VENTA A CONSUMIDOR FINAL PRODUCTOS CON/SIN INTERVENCION</td> </tr> <tr> <td>REGIMEN UPU (UNION POSTAL UNIV.)</td> <td colspan="3">VENTA A CONSUMIDOR FINAL - VIA VENTA DIRECTA-</td> </tr> <tr> <td>FACILITADORES DEL COMEX</td> <td colspan="3">DESPACHANTES DE ADUANA WAREHOUSES ZONAS FRANCAS</td> </tr> </table> <p>www.ecapacitacion.org</p>	REGIMEN GENERAL	REGIMEN COURIER	REGIMEN UPU	REGIMEN EQUIPAJE	REGIMEN GENERAL	VENTA (EXW/FOB/CIF/DDP) DE GRANDES CANTIDADES DE PRODUCTOS			REGIMEN COURIER	VENTA A CONSUMIDOR FINAL PRODUCTOS CON/SIN INTERVENCION			REGIMEN UPU (UNION POSTAL UNIV.)	VENTA A CONSUMIDOR FINAL - VIA VENTA DIRECTA-			FACILITADORES DEL COMEX	DESPACHANTES DE ADUANA WAREHOUSES ZONAS FRANCAS		
REGIMEN GENERAL	REGIMEN COURIER	REGIMEN UPU	REGIMEN EQUIPAJE																		
REGIMEN GENERAL	VENTA (EXW/FOB/CIF/DDP) DE GRANDES CANTIDADES DE PRODUCTOS																				
REGIMEN COURIER	VENTA A CONSUMIDOR FINAL PRODUCTOS CON/SIN INTERVENCION																				
REGIMEN UPU (UNION POSTAL UNIV.)	VENTA A CONSUMIDOR FINAL - VIA VENTA DIRECTA-																				
FACILITADORES DEL COMEX	DESPACHANTES DE ADUANA WAREHOUSES ZONAS FRANCAS																				

Acta Módulo I Introducción al Comercio Transfronterizo Clase 4 - Aduanas y Comercio Electrónico Internacional	
Tema general de la clase	Conocer aspectos técnicos aduaneros para un eCommerce Crossborder.
Fecha	Miércoles 28 de Julio del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Christian Matich
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	108
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none"> - Incoterms - Clasificación Arancelaria - Distribución en la cadena logística - Clasificación de los Incoterms - Posición / Fracción arancelaria - Desglose de una posición arancelaria - Canales de Importación - Minimis Value / valoración aduanera - Impacto en el precio - Barreras al comercio



	- Mercado interno / externo
Desarrollo de la clase	Se presentó la clase de clasificación y los conceptos aduaneros. Se habla durante la clase sobre el impacto en el precio, las barreras que se tienen en el comercio transfronterizo.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,62
Promedio de Aprendizaje:	92,21
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	8,80
Comentarios de la clase:	<i>"Temas aduaneros se comprenden muy bien partiendo de los conceptos básicos. Si bien es un tema - para mi- totalmente desconocido, Christian lo explicó muy sencillamente, con ejemplos. Excelente clase, se tocaron todos los temas aduaneros de forma clara. Excelente exposición. Mucha información que no conocía. Tengo que reever la clase y tomar notas porque me fue imposible incorporar tanta data junta. Muchas gracias!"</i>
Capturas de pantalla	



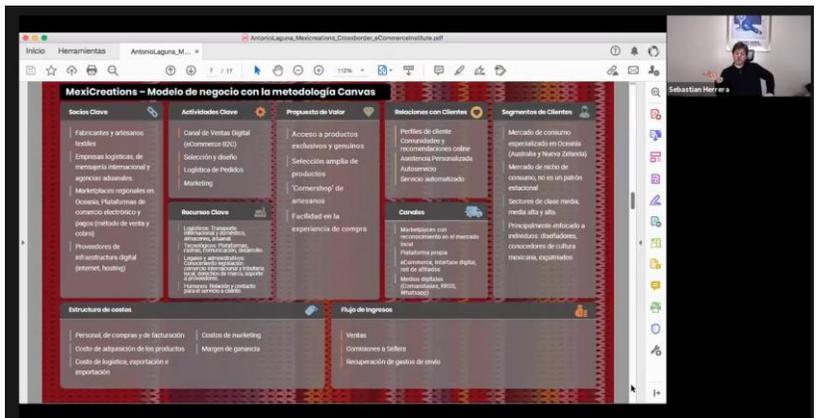
The image shows two screenshots of a video player. The top video is titled 'CANALES DE IMPORTACIÓN' and lists four import regimes: RÉGIMEN DE EQUIPAJE, UNION POSTAL UNIVERSAL, PSP/COURIER, and REGIMEN GENERAL. The bottom video is titled 'BARRERAS ARANCELARIAS' and discusses 'ARANCELES E IMPUESTOS CARGADOS A LOS PRODUCTOS', listing four types: 1- AD VALOREM (percentage-based), 2- ESPECIFICO (fixed amount), 2.1 UNICO (fixed amount), 2.2 MAXIMO (maximum amount), 2.3 MINIMO (minimum amount), and 2.4 ADICIONAL (additional duty).

Acta Módulo I Introducción al Comercio Transfronterizo Clase 5 - Trabajo Final Integrador	
Tema general de la clase	Espacio dedicado a aclarar conceptos, presentar ideas, clarificar dudas sobre todo lo relacionado al Trabajo Integrador Final (TFI)
Fecha	Lunes 02 de Agosto del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastián Herrera



Cantidad de alumnos asistentes en vivo	109
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Generación de modelos de negocio- Propuesta de valor- Lienzo de modelo de Negocio- Lienzo en la práctica
Desarrollo de la clase	Se aborda la importancia que tienen las clases con modalidad de taller para implementar la metodología CANVAS en los planes de negocios del Programa Santa Fe Exporta Digital. El objetivo del CANVAS es facilitar la creación de un plan de negocios formulándose preguntas. La metodología implica centrarse en un mercado objetivo, los segmentos, los nichos, los canales, los socios, los costos, fuentes de ingresos, etc.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,54
Promedio de Aprendizaje:	96,05
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,10
Comentarios de la clase:	<i>"Contenido y explicación muy bueno, además las herramientas brindadas para realizar el trabajo de campo para elaborar el canvas. Clara la explicación. Super claro Sebastián! Clave el compartir experiencias porque ayuda a ejemplificar conceptos trabajados!! Excelente!! Muy buena introducción al CANVAS. Excelente clase! Colmada de información muy interesante y útil. Como siempre Sebastián es súper claro y dinámico. Gracias."</i>

Capturas de pantalla



i. Módulo 2. Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo

<p>Acta Módulo II Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo Clase 1 - Plataformas de eCommerce (b2c, b2b), saas, on premise</p>	
<p>Tema general de la clase</p>	<p>Identificar las plataformas y modelos de negocio para Digital Commerce tras realizar un análisis funcional, comercial y técnico básico sobre las distintas opciones en el mercado.</p>



Fecha	Lunes 04 de Agosto del 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Mariana Suarez Alais
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	86
Temáticas de la clase	- Plataformas eCommerce Saas vs On Premise Costos ocultos Calculo TCO (Total Cost of Ownership) Modelos de Negocio eCommerce B2C vs B2B Marketplace Caso: venta de servicios
Desarrollo de la clase	Se abordan las diferentes clases de plataformas de ecommerce o comercio electrónico transfronterizo, las diferencias entre plataformas On Premise y SaaS. Las SaaS, o Software as Service, son desarrolladas por empresas que las ofrecen de forma uniforme a los interesados en vender sus productos en línea. En cambio, las On Premise, son plataformas más hechas a medida del negocio y no son tan masivas. Por otra parte, también se detallan los modelos de negocios que se pueden implementar en el ecommerce: B2C, B2B, B2B2C, Marketplace y se especifican cuáles son las claves para la elección de una plataforma de ventas adecuada.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,73



Promedio de Aprendizaje:	91,04
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,5
Comentarios de la clase:	<p>"Excelente exposición. Muy clara y actualizada la data. Demasiada terminología nueva que se da por sobreentendida. Fue un clase completa con muchos contenidos útiles, aunque la explicación fue rápida y breve. Me hubiese gustado que profundice en Servicios con ejemplos puntuales a las temáticas que tenemos los alumnos."</p>
Capturas de pantalla	<p>PLATAFORMAS: Aspectos claves</p> <ul style="list-style-type: none">Catálogos Vende donde y cuándo quieras. Crea diferentes catálogos utilizando la moneda.Precios Gestiona las políticas de precio. Implementa todo tipo de reglas para mejorar estrategias de venta.Almacenes Opera con el mejor gestor de almacenes. Entrega más rápido y optimiza la experiencia de compra.Inventarios Atesoramiento virtual. No importa dónde esté el stock, podrás concentrarte en vender.Moneda Cruza las fronteras, con una o muchas ellas. Gestiona moneda local e internacional con medios de pago.Tiendas Gestiona diferentes marcas y canales de manera fácil. Todo en el mismo ambiente controlando las producciones.Canales Vende en la silla o en el de un escritorio. Manténgalos, otro shipping o como sus preferencias.Pagos Puedes elegir los mejores medios de pago. Prueba y optimiza para mejorar la performance.Vendedores Conviértete en Marketplace. Da soporte de >2000 envíos. VTEX para ganar ventas sin invertir en stock.Lenguaje ¿Expandiendo el negocio? No lo preocupes, tenemos soporte internacional. <p>www.ecapacitacion.org</p>



Acta Módulo II Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo Clase 2- Exportación de servicios en la práctica	
Tema general de la clase	Evaluar las aplicaciones teóricas de la exportación de servicios en casos prácticos.
Fecha	9 de agosto de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Victor Barrionuevo
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	109
Temáticas de la clase	<p>Evaluar modelos de negocios internacionales para empresas de servicios</p> <p>Identificar la importancia de la propuesta de valor</p> <p>Identificar errores comunes en la internacionalización de servicios</p> <p>Modelo de prestación de servicios según la contraparte</p> <p>Técnicas de generación de leads y ventas</p> <p>Repasar estrategias de desembarco</p> <p>Evaluar estrategias de monetización y cobro</p>
Desarrollo de la clase:	En la clase se abordan las particularidades de la venta de servicios al exterior y sus diferencias con el comercio exterior de bienes. Se hace énfasis en la importancia de añadir valor y calidad del servicio ofrecido como modo de diferenciarse en el comercio exterior. Para ello se deben definir mercados, competidores, posicionamiento frente a ellos y detallar presupuestos.



	La exportación de servicios a su vez puede clasificarse según quién sea la contraparte que importa el servicio, ya que pueden ser instituciones, otras empresas, consumidores finales, gobiernos, etc.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,20
Promedio de Aprendizaje:	93,83%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	8,1
Comentarios de la clase:	<p>-Si bien me tuve que retirar 20,50 hs. en realidad tenía más expectativas sobre el contenido de la clase, tal vez por el poco peso que tuvo hasta ahora el tema servicios. Me parece que se repitieron conceptos ya mencionados para productos...incluso unos de los participantes le planteó....."o yo estoy perdido o replanteamos la presentación".....Veo valioso el aporte de los otros alumnos, las preguntas,, informaciones o links compartidos...se basó mucho en el tema software..ya sabemos que es un servicio muy importante y que se exporta.....en fin, no me aportó mucho. -Contenido útil para utilizarlo en la práctica, ejemplos claros. Explicación clara -Una clase muy llevadera -Muy buena experiencia brindada por el profesor. Bajó todo el conocimiento al uso práctico. -Faltó mostrar casos prácticos reales de éxito en servicios y profundizar en temas específicos de bienes intangibles para pymes</p>



Capturas de pantalla

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EN LA PRÁCTICA

¿Qué debo saber?

- ¿Qué es un servicio y un bien intangible?
- ¿Cuál es la diferencia fundamental con los bienes tangibles, cuanto a su fiscalización y control?
- ¿Cuáles son los modos de prestación internacional de servicios (OMC)?
- ¿Cómo se documentan y cobran los servicios prestados internacionalmente?
- ¿Cuáles son los costos principales en una operación de prestación internacional de servicios?

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EN LA PRÁCTICA

¿Cuál es tu estrategia de mercado?

- Define un mercado que consideres apto para tu servicio.
- Define quién es tu principal competidor (directo o sustituto).
- Define el posicionamiento que tendrás frente a él y al mercado.
- Identifica los Falsos Positivos o lugares comunes de tu Propuesta de Valor.
- Define el presupuesto que destinarás para competir en el mercado.

Acta Módulo II Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo
Clase 3- Cómo vender a Estados Unidos y Europa a través del eCommerce

Tema general de la clase

Introducción al funcionamiento de los Marketplaces para vender en Estados Unidos y Europa.



Fecha	11 de agosto de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastian Herrera
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	98
Temáticas de la clase	<p>Cómo aumentar la penetración de la propuesta</p> <p>Internacionalización / Marketing</p> <p>Vender al mundo: Marketplace</p> <p>Análisis Competitivo</p> <p>Estrategia Comercial</p> <p>Marketplaces: Amazon Vs eBay</p> <p>Amazon</p> <p>eBay</p> <p>Mercadolibre</p> <p>Venta de servicios por internet</p>
Desarrollo de la clase	<p>Se aborda cómo vender bienes y servicios en Occidente a través de plataformas que se centran en Estados Unidos y Europa. En servicios no hay un marketplace tan preponderante como puede ser ebay o amazon en bienes, para ofrecer los servicios se va a tener que ver en cada caso qué es lo que se ofrece y cómo adaptarlo al portal de ventas. Se destaca la importancia que tiene elaborar una estrategia comercial antes de decantarse por una plataforma o marketplace. Ello se debe a que las plataformas tienen políticas y particularidades propias que pueden ser beneficiosas u obstaculizar el proyecto de negocios.</p>



Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,99
Promedio de Aprendizaje:	100%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9
Comentarios de la clase:	-Muy calro -Excelente la clase de Sebastián, muy completa. Despejó muchas dudas y aclaró al menos para mí mucho el panorama. Fue un viaje por los grandes marketplaces.
Capturas de pantalla	<p>COMO AUMENTAR LA PENETRACION DE LA PRO RESEARCH -> AFIANZAMIENTO -> DESARROLLO</p> <p>ETAPAS EN LA INTERNACIONALIZACION DE UNA COMPANIA</p> <ul style="list-style-type: none">· CLASE 1: PRESENTACION DE PROPUESTA Y BUSQUEDA DE MERCADOS GLOBALES<ul style="list-style-type: none">· PASO 2: ESCALAR GLOBALMENTE (CUSTOMIZAR CANALES DE VENTA – ESTRATEGIAS DE VENTA EN CANALES PROPIOS)· PASO 3: INVERTIR EN CANALES PUBLICITARIOS CON CAMPANAS EN CADA PAIS DONDE HEMOS LOGRADO TRACCION EN VENTAS <p>www.ecapacitacion.org</p>



PASO 2: ESTRATEGIA COMERCIAL

OPCION 3: ETAILERS Y RESELLERS

CARACTERISTICAS:

SON EMPRESAS DE SERVICIOS: VENDEN MARCAS DE FABRICANTES

FOCO: SE ESPECIALIZAN EN VENDER DENTRO DE UN MERCADO O REGION

BENCHMARKING: DOMINAN TECNICAS DE MARKETING Y VENTAS LOCALES

COMISION: COBRAN COMISIONES DE VENTAS, GENERALMENTE FIJAS SOBRE PRECIO DE PRODUCTO

LOGISTICA: OPERAN CON MODELOS DE FULFILLMENT Y DROPSHIPPING

DROPSHIPPING PARA CRM Y MARKETING AUTOMATION: PERMITE SUMAR CONTACTOS PARA REALIZAR ACCIONES DE MARKETING Y VENTAS

1:37:42 / 2:30:15
www.ecapacitacion.org

Acta Módulo II Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo Clase 4- Trabajo Final Integrador	
Tema general de la clase	Espacio dedicado a aclarar conceptos, presentar ideas, clarificar dudas sobre todo lo relacionado al Trabajo Integrador Final (TFI).
Fecha	18 de agosto de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastian Herrera
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	88
Temáticas dde la clase	Lienzo de proposición de valor Modelo de Canvas Segmento de clientes: ¿para quién creamos valor? Hoja de trabajo Preguntas iniciales disparadoras: ¿qué intentan hacer los clientes?



	Gains: ¿qué beneficios esperan los clientes? Pains: ¿qué padecimientos tienen los clientes? Propuesta de valor
Desarrollo de la clase	En el taller se aborda la relación entre la propuesta de valor y el segmento de clientes. Ahí se define el éxito o el fracaso eventual del proyecto crossborder. Al apuntar a un segmento específico de clientes se debe preguntar cuáles son sus características y en qué grupo pueden clasificarse: si se apunta a un mercado de masas, a un nicho de mercado, a un mercado segmentado o a uno diversificado. Incluso puede abordarse la propuesta de valor apuntando a varios segmentos a la vez (plataformas multilaterales)
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,66
Promedio de Aprendizaje:	94,83%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	-
Comentarios de la clase:	-
Capturas de pantalla	<p>CLASES TALLER LIENZO DE NEGOCIOS</p> <ul style="list-style-type: none">• TALLER 1: INTRODUCCION AL MODELO DE LIENZO• DEFINICION DE UN MODELO DE NEGOCIOS, LOS NUEVE MODULOS, PLANTILLA PARA EL LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIOS, LIENZO COMPLETARLO• TALLER 2: LIENZO EN LA PRACTICA I• SEGMENTOS DE MERCADO, PROPUESTA DE VALOR, CANALES Y RELACION CON LOS CONSUMIDORES• TALLER 3: LIENZO EN LA PRACTICA II• FUENTES DE INGRESO, RECURSOS CLAVE, ACTIVIDADES CLAVE, ALIANZAS CLAVE, ESTRUCTURA DE COSTOS• TALLER 4: LIENZO EN LA PRACTICA III• INTEGRACION EN EL TRABAJO FINAL <p>www.ecapacitacion.org</p>



1- SEGMENTOS DE CONSUMIDORES

GRUPOS DE PERSONAS U ORGANIZACIONES QUE UNA EMPRESA ASPIRA ALCANZAR Y SERVICIAR

IMPORTANTE RESPONDER:

- 1- PARA QUIEN ESTAMOS CREANDO VALOR?
- 2- QUIENES SON NUESTROS CONSUMIDORES MAS IMPORTANTES?

LOS GRUPOS DE CONSUMIDORES REPRESENTAN SEGMENTOS DIFERENTES SI:

- 1- SUS NECESIDADES REQUIEREN Y JUSTIFICAN UNA OFERTA DISTINTA
- 2- SON ALCANZADOS A TRAVES DE DIFERENTES CANALES DE DISTRIBUCION
- 3- REQUIEREN DIFERENTES TIPOS DE RELACIONES
- 4- TIENEN FORMAS SUSTANCIALMENTE DISTINTAS DE GENERAR GANANCIAS
- 5- ESTAN DISPUESTOS A PAGAR POR DIFERENTES ASPECTOS DE LA OFERTA

47:17 / 2:21:08
www.ecapacitacion.org

Acta Módulo II Canales de Comercialización en eCommerce Transfronterizo Clase 5- Cómo vender a China a través de eCommerce	
Tema general de la clase	Introducción al panorama del complejo ecosistema digital chino
Fecha	23 de agosto de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Zayde Gutierrez
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	90
Temáticas de la clase	¿Cómo es la China digital? Plataformas de ecommerce más visitadas en China Situación de e-commerce en China / Alibaba: Singles Day E-commerce crossborder vs ecommerce



	<p>Social Commerce</p> <p>Aspectos Culturales del ecommerce en China</p> <p>Regulaciones y logística</p> <p>¿Cómo desarrollar una estrategia?</p> <p>Conclusiones finales</p>
Desarrollo de la Clase	<p>Se presenta la docente que hablará de como entender el ecosistema de china. Los usuarios que tiene china equivale a Europa y Estados Unidos conectada, por lo que tiene un gran camino por recorrer. La penetración de china es del 65%, todavía hay lugar para crecer.</p> <p>Existen muchísimas plataformas donde se puede vender, y va explicando una a una con su tasa de penetración.</p> <p>Habla de Alibaba como plataforma y cómo tiene su propio evento masivo de conveniencia para los solteros (Singles Day se llama). Tienen un evento con un día entero, con celebridades y promociones.</p> <p>Se especifica los aspectos culturales y de consumo en China, las modalidades de compra y el comprador.</p> <p>Finaliza explicando cómo vender en china, analizando el estudio de mercado. Buscar el prestador de servicios, pensar en la marca, en el lanzamiento y estar en una mejora continua.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,73
Promedio de Aprendizaje:	92,54%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	-
Comentarios de la clase:	-

Capturas de pantalla

Cómo vender a China a través de eCommerce

CHINA DIGITAL

TOTAL POPULATION	MOBILE CONNECTIONS	INTERNET USERS	ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS
1.44 BILLION	1.61 BILLION	939.8 MILLION	930.8 MILLION
URBANIZATION: 61.9%	POPULATION: 111.8%	POPULATION: 65.2%	POPULATION: 64.6%

www.ecapacitacion.org

Plataformas de e-commerce más visitadas

Las plataformas con mayor número de visitas mensuales en China son:

淘宝网 Taobao.com Taobao (Alibaba C2C): 265.9 Millones	拼多多 Pinduoduo: 234.8 millones	京东 JD 160.8 millones
天猫 TMALL.COM Tmall (Alibaba B2C) 97.7 millones	唯品会 vip.com VIP 11.1 millones	

Fuente: Web Retailer

www.ecapacitacion.org

Cómo vender a China a través de eCommerce

¿Cómo desarrollar una estrategia?

Etapa de preparación

1. Estudio de viabilidad y del mercado para encontrar los nichos adecuados para el producto que se quiere promover
2. Selección de mercado meta, posicionamiento, plataformas y proveedores de servicios.
3. Tropicalización de la marca, diseño, nombre y contenido.
4. Preparación. De la infraestructura necesaria.
Envío de productos al mercado, habilitar almacenamiento y logística

Etapa de lanzamiento y operación

5. Lanzamiento y promoción
6. Optimización y mejora continua

www.ecapacitacion.org

iii. Módulo 3. Digital Marketing eCommerce Transfronterizo



Acta Módulo III Digital Marketing eCommerce Transfronterizo Clase 1- Marketing guerrilla, Búsqueda de Mercados y Validación de propuesta	
Tema general de la clase	La empresa global y los objetivos de marketing.
Fecha	25 de agosto de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastian Herrera
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	85
Temáticas de la clase	¿Cómo aumentar la penetración? Comercio Internacional - Oportunidad Marketing: eCommerce internacional Paso 1: Vector competitivo Paso 2: Generación de ventas Paso 3: Mayor presencia Paso 4: Mayor exposición Mayor foco: menor precio Estrategia Comercial Pasos para generar ventas en canales propios Cadenas Globales Conclusiones finales
Desarrollo de la Clase	La clase inicia con consultas sobre la plataforma de ecommerce de Amazon. Sebastián comenta que se puede volver a tratar en las sesiones de aceleración de bienes porque hay que mantener un equilibrio entre bienes y servicios. Luego menciona la importancia de ir con el marketing por delante de la venta, para ver que tipo de estrategia utilizar, menciona a upsells, downsells, embudo de ventas, trials, suscripciones, membresías, etc.) Y la importancia de encontrar el marketplace adecuado para tu producto o servicio. La importancia de conocer exactamente de donde vienen los clientes y no suponerlo. Se explican los conceptos de analisis competitivos,



	<p>estrategias comerciales y estrategias logísticas para ser efectivos. Estrategias de productos compatibles con otros que se comercializan a nivel global, para poder entrar en algún punto de la cadena de valor. Buscar comunidades líderes para el desarrollo de productos innovadores. La importancia de poner el foco en la propuesta. El paso a paso es la generación de propuestas y búsqueda de mercados, escalar globalmente y finalmente invertir en canales publicitarios. Luego se mencionó la importancia de conocer al cliente y de tener estrategias de retención, más que de incorporar a nuevos clientes, buscar la recompra es más económico y más efectivo, para eso es importante tener datos. También se mencionó la importancia de conocer a la competencia. Benchmarking de la competencia. Se explicó el concepto de funnel de venta y de landing page. Cuáles son los modelos de ingresos recurrentes más comunes. En las consultas surge la duda de si es mejor que te elijan por precio o por valor agregado, otra consulta fue la diferencia entre un marketplace y un etaller,</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,82
Promedio de Aprendizaje:	94,74%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9
Comentarios de la clase:	-Excelente, combinación de ejemplos de tipo servicio y productos, muy claro los conceptos y ejemplos. -Interesante



Capturas de pantalla



Marketing guerrilla, búsqueda de mercados y validación de propuesta

Oculto

70 visualizaciones...



3



NO ME GUSTA



COMPARTIR



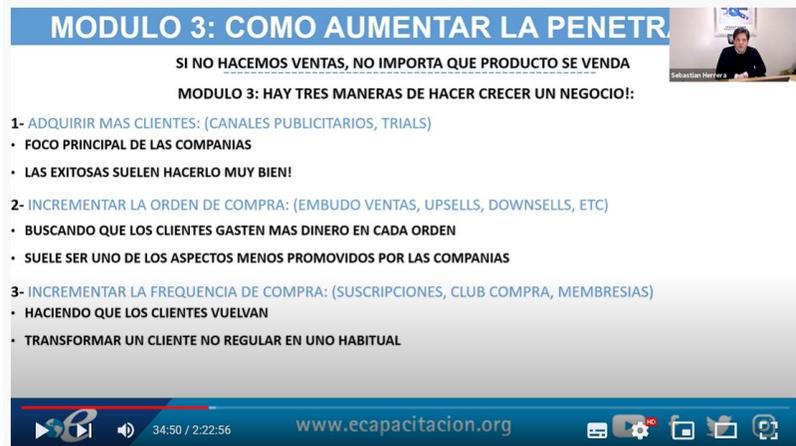
DESCARGAR



CLIP



GUARDAR



Marketing guerrilla, búsqueda de mercados y validación de propuesta

Oculto

70 visualizaciones...



3



NO ME GUSTA



COMPARTIR



DESCARGAR



CLIP



GUARDAR



CADENAS GLOBALES DE VALOR

CADENA DE VALOR: NO CONCLUYE EN LA FABRICACION DEL PRODUCTO



MAYOR EXPERIENCIA DE USUARIO DEFINE LA COMPRA

www.ecapacitacion.org

Marketing guerrilla, búsqueda de mercados y validación de propuesta

Oculto

70 visualizaciones... 3 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

MODULO 3: COMO AUMENTAR LA PENETRACION

RESEARCH -> AFIANZAMIENTO -> DESARROLLO

ETAPAS EN LA INTERNACIONALIZACION DE UNA COMPANIA

- CLASE 1: PRESENTACION DE PROPUESTA Y BUSQUEDA DE MERCADOS (MARKETING GUERRILLA)
- CLASE 2: ESCALAR GLOBALMENTE (CUSTOMIZAR CANALES DE VENTA – ESTRATEGIAS DE VENTA)
- CLASE 3: INVERTIR EN CANALES PUBLICITARIOS

www.ecapacitacion.org

Marketing guerrilla, búsqueda de mercados y validación de propuesta

Oculto

70 visualizaciones... 3 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

**Acta Módulo III Digital Marketing eCommerce Transfronterizo
Clase 2- Optimizando la penetración comercial internacional**

Tema general de la clase

Comprender las diversidad de herramientas y métodos para lograr conocer los mercados



Fecha	30 de agosto de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Marcelo Fedele
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	77
Temáticas de la clase	Marketing strategy Propuesta de valor Briefing Posibilidades con Data Analytics Calidad de datos Buyer persona / Cliente Ideal Sales channels D2C (direct to consumer) Inversión en pauta digital Funnel de conversión: TOFU, MOFU y BOFU KPI & KSI Ventas Google Analytics Google Tag Manager Google Search Console Google Analytics Tips SEO Factors / SEO Defs Cookieless Tipos de campañas
Desarrollo de la Clase	Inicia Marcelo Fedele hablando sobre lo que es un plan de marketing y la propuesta de valor, se introdujo a Valeria Alvarez para hablar de como hacer un buen briefing. Luego se habló de estrategias que se pueden usar para posicionar la marca, por ejemplo con redes sociales o con embajadores de marca. LA importancia de contar con datos , se explica como utilizar Data Analitics. La información debe ser de calidad y debe poder ser comparada en el tiempo y de forma transversal , si algún dato no está adecuadamente tomado el sistema da error o duplica el registro, es un trabajo muy importante hacerlo



	<p>de forma prolija. Definir el buyer persona. Definir la comunicación si va a ser omnicanal o multicanal por ejemplo. Se explicó la modalidad D2C (direct to consumer) . Como definir y medir los KPIs . La importancia de usar Google Analytics y otras herramientas de Google para medir. Se conceptualiza sobre los diferentes tipos de campañas : Captación, retención,</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,23
Promedio de Aprendizaje:	94,23%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,2
Comentarios de la clase:	<p>-Conceptos muy claros, ejemplos de como ir utilizando los mismos apropiados. -Si bien el tiempo fue escaso para temas tan importantes como el marketing digital, la explicación fue muy clara. -Es un tema que, a mi parecer, requiere de un expertise aparte y me resulta complejo -A mi entender, se preocupó en hacerse entender, contestó las preguntas que le hicieron, contó de sus fracasos...que son aprendizajes para nosotros....</p>
Capturas de pantalla	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Propuesta de Valor - Promesa diferenciada que guía el desarrollo</p> <p>Posicionamiento - Manera en la que queremos que nuestros clientes perciban y sientan sobre nuestra oferta, comparada con alternativas competidoras</p> <p>Mensajes - Cómo articulamos nuestro posicionamiento en las actividades de comunicación</p> <p>www.ecapacitacion.org</p> <p>Optimizando la penetración comercial internacional</p> <p>71 visualizaciones • 30 ago 2021</p> <p>2 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...</p>



Briefing

ES UNA GUIA QUE ESTABLECE LOS PASOS A SEGUIR PARA LOGRAR UN OBJETIVO DETERMINADO DE COMUNICACIÓN

- ✓ Proyecto/Nombre
- ✓ Datos de la empresa
- ✓ Situación actual de la marca
- ✓ Sitio web/Fanpage. Información de la empresa/marca.
- ✓ Investigación online (en este caso de las diferentes redes)
- ✓ Publico Objetivo
- ✓ Objetivo del proyecto . Principal y/o secundario * Posicionar la marca xxx / lograr registros, ventas, etc.
- ✓ Periodo, Calendario del proyecto.
- ✓ Información de la competencia.
- ✓ Presupuesto
- ✓ Estrategia / ¿Qué decimos, qué buscamos?
- ✓ Táctica ¿Cómo lo logramos?
- ✓ Análisis

Data Analytics

Técnicas y procesos cuantitativos para la extracción de datos y su posterior uso. Los datos son extraídos y categorizados en los procesos para analizar patrones

Optimizando la penetración comercial internacional

71 visualizaciones • 30 ago 2021

Optimizando la penetración comercial internacional

71 visualizaciones • 30 ago 2021

Acta Módulo III Digital Marketing eCommerce Transfronterizo
Clase 3- Optimizando la inversión vía canales publicitarios

Tema general de la clase	Comprender las diversidad de herramientas y métodos para lograr conocer los mercados
---------------------------------	--



Fecha	1 de septiembre de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Giselle Boreau
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	88
Temáticas de la clase	Canales digitales Facebook ID vs Cookies Pixel Facebook Pixel Helper Lookalike Audiences Métricas - CAC-LTV-ROI-ROAS TIPs & trucos para aplicar
Desarrollo de la clase	Se explica el gross marketing, que acciones medibles y escalables se pueden hacer . Se comenta que son los canales digitales y cuales son los mas populares. Explica como funciona Facebook y sus pautas publicitarias, que es FB id. se busca la unique id. Abre debate sobre si los participantes están o no de acuerdo con que se comparta la información personal. Explica Pixel para las plataformas web como gestiona la información. Explica la línea de código de Google Analytics y de LinkedIn. Explica como funciona Lookalike . Explica la CAC, el ROI y el ROAS . Email automation, A/B testing. En consultas le preguntan que recomienda usar en Facebook, si es mejor FB o IG para el mapa de calor, consultan como unis pixel con otros datos como leads,
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,95
Promedio de Aprendizaje:	98,21%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,3
Comentarios de la clase:	-Mucha nueva información, ritmo muy bueno para explicar todo en el tiempo dado, mucha claridad en los conceptos.



Capturas de pantalla



Optimizando la inversión vía canales publicitarios

Oculto

69 visualizaciones · 2 sept 2021

3

NO ME GUSTA

COMPARTIR

DESCARGAR

CLIP

GUARDAR

...



Optimizando la inversión vía canales publicitarios

Oculto

69 visualizaciones · 2 sept 2021

3

NO ME GUSTA

COMPARTIR

DESCARGAR

CLIP

GUARDAR

...



Optimizando la inversión vía canales publicitarios

Oculto

69 visualizaciones · 2 sept 2021

3

NO ME GUSTA

COMPARTIR

DESCARGAR

CLIP

GUARDAR

...

	 <p>Optimizando la inversión via canales publicitarios</p> <p>69 visualizaciones · 2 sept 2021</p> <p>Algunos TIPS & Trucos para aplicar hoy y ahora:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A/B testing - [Google KWDS] - Bing Ads Brand - Email Automation Transaccional y Broad - Pixel en cada paso del funnel & Target + Retarget y por steps del funnel - Stock Images - Word of mouth (Friends of Fans) - Videos verticales, de menos de 15 segundos - Shopping y Product Catalog <p>Optimizando la inversión via canales publicitarios</p> <p>69 visualizaciones · 2 sept 2021</p>
--	---

**Acta Módulo III Digital Marketing eCommerce Transfronterizo
Clase 4- Cómo potenciar tu ECommerce**

<p>Tema general de la clase</p>	<p>Aprender sobre las nuevas tecnologías y estrategias para generar tráfico de valor al eCommerce sobre la base de tres pilares: audiencias, contenido y medios.</p>
--	--



Fecha	8 de septiembre de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Virginia Cáceres
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	72
Temáticas de la clase	Performance Media / Customer Experience / Content Audiencias Data Distintos tipos de data HVA Value scenarios Acercándonos a las audiencias de valor DCO (Dynamic Creative Optimizacion) DMP (Data Management Platform) Recomendaciones para potenciar el eCommerce Like - To Buy Google Analytics 4 Conclusiones
Desarrollo de la clase	La docente se presenta y cuenta de su experiencia , indica la importancia de tener una sola mirada en el ecommerce , un alcance personalizado y la importancia de los medios digitales especializados. Cuenta el desarrollo del ecommerce en Latinoamérica y el efecto de la pandemia. así como la evolución del comercio tradicional que se está reduciendo y suplantado por góndolas digitales. La importancia de tener bien desarrollada la marca, y que las tiendas sean bien diseñadas, y tener un buen plan de comunicación. Definir que medios digitales se van a utilizar de acuerdo al tipo de cliente, tener en cuenta el mensaje y la experiencia en tu tienda virtual que sea fácil de navegar. Define la segmentación de clientes por tipo de medio digital que utiliza “tipos de audiencia según la interacción” menciona principales fuentes de data para capturar audiencias. Es importante cuantificar el tamaño de la audiencia. Consultan por herramientas gratuitas para definir audiencia, se menciona a Facebook, preguntan que opina de contratar influencers para atraer audiencia. Dice que si



	<p>es excelente el uso de influencers, que hay que poder medir el retorno de inversión y medir el porcentaje de impacto. puede ser el url builder. Explica como funciona esta herramienta y como se puede distinguir entre diferentes influencers. La importancia de crear piezas y contenidos para las diferentes etapas del funnel de ventas . poder ver como va cambiando el perfil de comprador de acuerdo al paso del tiempo. Explicó como automatizar campañas de comunicación. Mencionó algunas plataformas de data management y explicó como funcionan. Mencionó la importancia de agrupar todos los atributos de los productos en una sola publicación y la importancia de la foto. Buscar diferenciarse, ver como está comunicando la competencia por ej. Es fundamental que el sitio esté adecuado para celulares y que se piense desde el UX y el customer journey. los tipos y medios de pago. explicó el seo . explicó con más detalle el Google Analytics y las nuevas funcionalidades. Le preguntaron cual sería la mejor forma o estrategia para operar en marketplaces. la capacitadora mencionó que enviará links de todos los temas y plataformas que trató en la clase.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,71
Promedio de Aprendizaje:	98,08%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9
Comentarios de la clase:	--No hubo comentarios



Capturas de pantalla

Pero, lo haré...

- E-commerce es un boom en América Latina.**
+ 19,4% de crecimiento de las ventas de e-commerce en 2020, según Emarketer, impulsado en gran medida por el aumento de las compras en línea durante los cierres.
- El coronavirus ha acelerado los cambios en el comportamiento del consumidor.**
El 75% de los compradores de Latam iniciarían sus búsquedas en un sitio de comercio electrónico **, incluso antes de COVID.
- Las ventas tradicionales de retail están decreciendo.**
-5,3% en ventas totales de retail en Latam en 2020.
- El góndola digital está reemplazando al estante de la tienda tradicional.**
El 38% de la población de más de 14 años hará una compra digital este año. Se proyecta que las ventas digitales superarán los \$100 mil millones en 2022.

Cómo potenciar tu eCommerce

Oculto
66 visualizaciones · 8 sept 2021
1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

HVAs

Segmento	PIV (44.48C)	PIV (44.48C)	PIV (44.48C)	PIV (44.48C)
SNEAKER LOVERS	Preferencias de Búsquedas y Experiencias			
STYLE PERFORMERS	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra
BALLERS	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra
YOGIS	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra	Comportamientos de compra

Cómo potenciar tu eCommerce

Oculto
66 visualizaciones · 8 sept 2021
1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

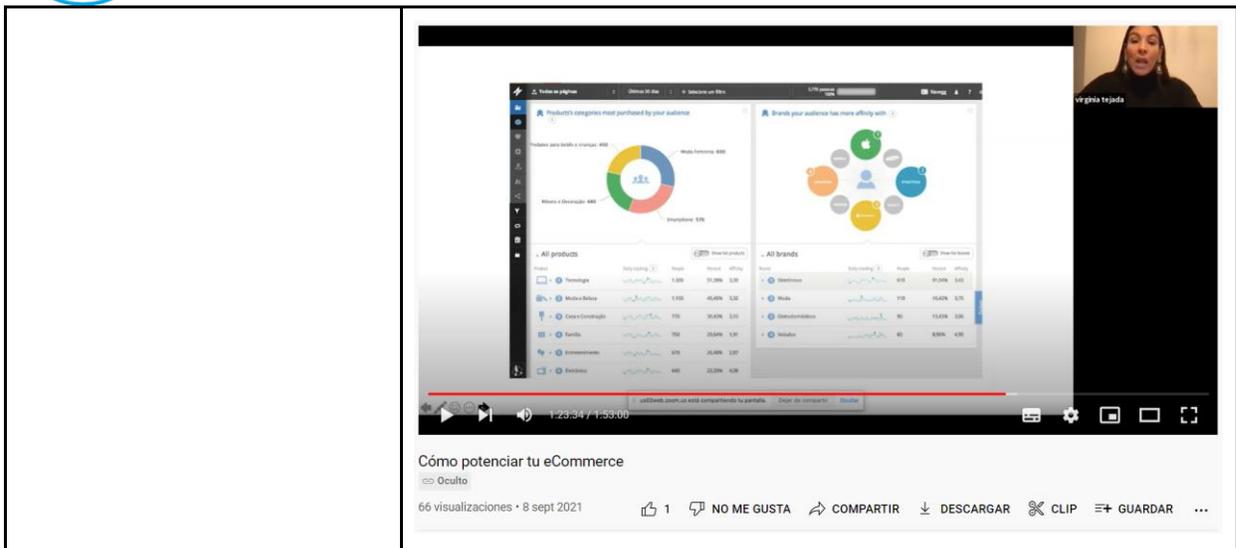
Alcance personalizado.

1 Design Concept → 10 Products → 3 Purchase Motivators → 4 Ad Formats → 2 Placements → Output

Output: 240 video ads

Cómo potenciar tu eCommerce

Oculto
66 visualizaciones · 8 sept 2021
1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...



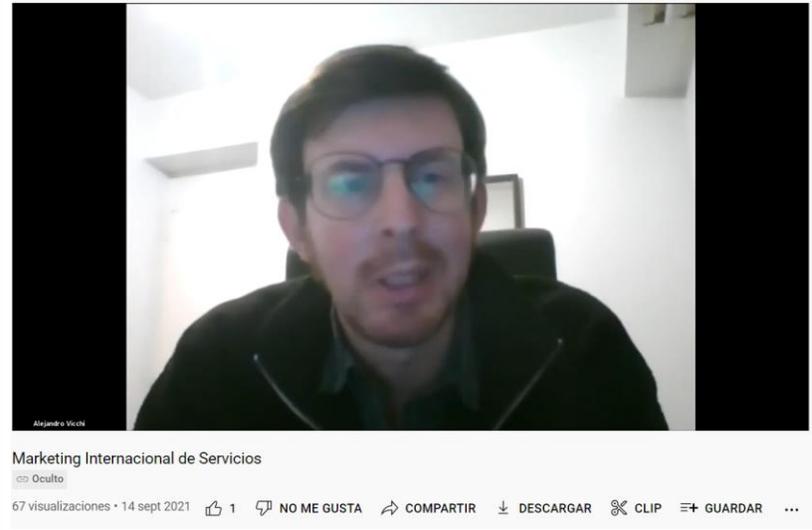
i. Módulo 4. Exportación de Servicios

Acta Módulo IV Exportación de Servicios Clase 1- Marketing Internacional de Servicios	
Tema general de la clase	Aprender sobre las nuevas tecnologías y estrategias para generar tráfico de valor al eCommerce sobre la base de tres pilares: audiencias, contenido y medios.
Fecha	13 de septiembre de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Alejandro Vicchi



Cantidad de alumnos asistentes en vivo	73
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Introducción al marketing internacional de servicios- Estrategias de internacionalización- Mix de marketing internacional de servicios (7P)- Prestación como variable de marketing internacional de servicios- Plaza como variable de marketing internacional de servicios- Promoción como variable de marketing internacional de servicios- Evidencia Física como variable de marketing internacional de servicios- Procesos como variable de marketing internacional de servicios- Personas como variable de marketing internacional de servicios- Precio como variable de marketing internacional de servicios
Desarrollo de la Clase	<p>Se inicia con la presentación del expositor. En la primera reflexión menciona la importancia de prepararse muy bien antes de salir a buscar entrevistas y que las entrevistas son muy pocas. El mkt sirve para saber como prepararse para el encuentro con ese potencial cliente. Menciona y explica las estrategias de internacionalización de servicios mas conocidas. off shoring, near shore, on shore, stand alone, franquicias, ventas cruzadas. menciona y explica las 7 P del mkt de servicios: Prestación, Plaza, Procesos, Personas, Promoción, evidencia física, Precio. Da ejemplos de como mostrar los servicios y el expertise que se tiene para demostrar y generar confianza en posibles clientes que no nos conocen de nada , tangibilizar los servicios. Si la prestación es automatizada o personalizada. La calidad no es la que se tiene si no la que el cliente percibe (extrínseca) conocer al cliente , variables suaves que definen la calidad. Andrea Larrea, una de las estudiantes, menciona que para conocer el mercado Español se ofreció como voluntaria en una ONG para la redacción de proyectos. Se hace un break. Explica la herramienta “plano de servicios” . Importancia del “packaging” en servicios pueden ser videos , música, etc. todo lo que existe antes y seguirá existiendo después. Gerardo</p>



	Belloti menciona las plataformas de prestación de servicios. Sofía consulta sobre como presentarse mejor con trayectoria y siendo joven. Gerardo dice que tiene el problema inverso que tiene mas de 60 años.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,20
Promedio de Aprendizaje:	92,16%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	10
Comentarios de la clase:	-Muy clara y práctica.
Capturas de pantalla	



My Drive - Google Drive x Estrategias y Marketing Internac... Google Docs x Google Docs x +

drive.google.com/file/d/1yGguEK7Lbnkx3-kz2ZUzDwkcVmmrD/view

Estrategias y Marketing Internacional para E de Servicios.pptx.pdf

Open with Google Docs

Estrategias de internacionalización de Servicios

* POSIBILIDAD DE FRAGMENTAR LA PRESTACIÓN

- » Off-shoring (Modo 1 - A distancia) / Near-shore
- » On-site (Modo 4 - Viajes para prestar el servicio)
- » On-shore (Modo 3 - Establecimiento)
- » Stand-alone (Modo 3 - Establecimiento)
- » Franquicias / Master Franquicia
- » Venta cruzada (entre colegas)

17:44 / 2:16:36 Page 3 / 11

Marketing Internacional de Servicios

Oculto

67 visualizaciones · 14 sept 2021 1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

My Drive - Google Drive x Estrategias y Marketing Internac... Google Docs x Google Docs x +

drive.google.com/file/d/1yGguEK7Lbnkx3-kz2ZUzDwkcVmmrD/view

Estrategias y Marketing Internacional para E de Servicios.pptx.pdf

Open with Google Docs

Promoción

- » Servicio = Acción
- » Vender servicio = Promesa de acción futura en base a capacidad latente, trayectoria pasada, cualidades objetivas
- » La Promoción debe hacer eje en tangibilizar esa capacidad, trayectoria, o cualidades objetivas.

Page 7 / 11

Marketing Internacional de Servicios

Oculto

67 visualizaciones · 14 sept 2021 1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...



The image shows two screenshots of a Google Docs presentation. The top screenshot displays a slide titled "Mix de Marketing Internacional de Servicios (7 P)" with a bulleted list: Prestación, Plaza, Promoción, Procesos, Personas, Physical Evidence, and Precio. The bottom screenshot shows a slide titled "Procesos ELABORACIÓN DE PLANOS DE SERVICIO" which includes a flowchart under the heading "Ejemplos de planos de servicio". The flowchart details the process from "Planificación" to "Ejecución" and "Evaluación".

Acta Módulo IV Exportación de Servicios Clase 2- Exportación De Servicios, Introducción A Los Aspectos Legales Y Tributarios	
Tema general de la clase	Introducción a la problemática legal y fiscal a la hora de exportar servicios.
Fecha	15 de septiembre de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)



Docente	Jose Maria Allonca
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	62
Temáticas de la clase	Motivos para decidir la internacionalización Definiendo a la exportación de servicios Aspectos e implicancias cuando nos encontramos frente a un contrato internacional Preparándonos para exportar Modalidades de exportación y su instrumentación Instalando una operación Estructura básica operacional USA Algunos tips finales
Desarrollo de la clase	<p>El expositor José María Allonca se presenta y dispara la participación preguntando quienes están ya realizando exportación de servicios. Pregunta por qué quieren exportar, cual es la motivación principal de los participantes y menciona varias opciones que pueden ser motivadores de exportación. Menciona y explica cuales son las principales características de las exportaciones de servicios, los aspectos e implicancias. La importancia de conocer la legislación y las normativas del estado de origen y del de destino. Definir la modalidad de contrato internacional y que variedad existe de tipos de contratos, la importancia de dejar todo por escrito, aunque sea por email. Detalla todas las cláusulas que suelen estar en los distintos tipos de contratos y explica cada una. Explica los principales aspectos a tener en cuenta antes de iniciar la operatoria internacional. Explica los diferentes aspectos de los acuerdos societarios y como definir la participación de cada uno. Explica las posibles retenciones tributarias, que varía según el país. Explica el modelo intercompany y las estructuras básicas de retenciones con EE.UU. o con Países Andinos. Claudio Polón consulta que en su momento vendió la empresa y le pidieron que luego fuera socio de la empresa porque la ley exige un porcentaje de socios nacionales. Le consulta también por un negocio de capacitaciones con China que van a enviar a 30 personas a Argentina para capacitarse en gestión del deporte. Depende de los servicios que pretende dar y revisar el contrato.</p>



Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,19
Promedio de Aprendizaje:	90,48%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,5
Comentarios de la clase:	-
Capturas de pantalla	



4. Modalidades de exportación y su ins Contrato 

- Venta puntual. Compraventa Internacional.
- Contrato Internacional de Locación de Servicios.
- Agencia o representación comercial.
- Franquicia / Global partnership.
- Joint Ventures.
- Establecimiento efectivo.

PROGRAMA SENIOR 10:26 2:22:43 Commerce Institute **CROSSBORDER**

Introducción a los aspectos legales y tributarios

Oculto

49 visualizaciones...  1  NO ME GUSTA  COMPARTIR  DESCARGAR  CLIP  GUARDAR ...

4. Modalidades de exportación y su ins Claus 

- Master Services Agreement
- Profesional Services Agreement
- Scope of Work
- General terms & conditions
- Reps & warranties
- Warranty disclaimer
- Limitación de responsabilidad
- Responsabilidad por daños
- Obligación de confidencialidad
- Pari passu
- Ley y tribunales aplicables
- Non compete. Non circumvention. Non solicitation
- Arbitraje
- Propiedad de la IP
- Seguros sobre el negocio
- Seguro D&O
- Seguro errores y omisiones
- Seguro protección de datos
- Seguros de empleo

PROGRAMA SENIOR 10:26 2:22:43 Commerce Institute **CROSSBORDER**

Introducción a los aspectos legales y tributarios

Oculto

49 visualizaciones...  1  NO ME GUSTA  COMPARTIR  DESCARGAR  CLIP  GUARDAR ...



6. Caso Tributación Ser

**SIMULACION IMPUESTOS INCIDENTES EN LA IMPORTACION DE SERVICIOS –
CUADRO GENERAL SIN EXCEPCIONES**

	US\$	Due Date	Pay Slip	Tax Code
Gross Amount	5.500,00			
WIT (15%)	825,00	Date of wire	DARF	0473
Net Amount	4.675,00			
In addition to WIT, These are the other local taxes on the gross amount:				
CIDE (10%) Federal Contribution	550,00	15th day of the following month	DARF	8741
ISS - Tax on Services	275,00	8th day of the following month	DARM	109-0
PIS Importação - Social Contribution	105,00	Date of wire	DARF	5434
COFINS Importação - Social Contribution	483,64	Date of wire	DARF	5442
Total of Taxes	2.238,64			
Amount to be remitted:	4.675,00			
Total Cost on Net Amount	35%			
TOTAL EFFECTIVE COST:	7.150,00			

ISS	5,00%
PIS Importação	1,65%
COFINS Importação	7,60%

PROGRAMA SENIOR DIGITAL COMMERCE AVANZADO CROSSBORDER

Introducción a los aspectos legales y tributarios

49 visualizaciones... 👍 1 👎 NO ME GUSTA ➦ COMPARTIR ⬇️ DESCARGAR ✂️ CLIP ➦ GUARDAR ...

5. Instalando una operaci

- Holding de inversión vs. empresa operacional
- Estado de incorporación
- Planificación fiscal
- Elección tipo societario limite responsabilidad
- M&A: due diligence previo
- Acuerdo de socios

PROGRAMA SENIOR DIGITAL COMMERCE AVANZADO CROSSBORDER

Introducción a los aspectos legales y tributarios

49 visualizaciones... 👍 1 👎 NO ME GUSTA ➦ COMPARTIR ⬇️ DESCARGAR ✂️ CLIP ➦ GUARDAR ...

<p>Acta Módulo IV Exportación de Servicios</p> <p>Clase 3- Estrategias de Inteligencia Competitiva para Exportación de Servicios</p>	
<p>Tema general de la clase</p>	<p>Entender los procesos de análisis y procesamiento de datos aplicado a la exportación</p>



Fecha	20 de septiembre de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Victor Barrionuevo
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	67
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué es la inteligencia comercial?- Diferencias entre BI y BA- Proceso de datos- ¿Cuál es el objetivo? Reaccionar Vs Accionar- ¿Qué activos tengo para trabajar?- ¿Quién es el beneficiario?- ¿Cómo construir una matriz de análisis "casera"- Fuentes de datos: ¿qué recursos tengo?- Banco Mundial- Trade Map- ¿Quién es el receptor?
Desarrollo de la clase	<p>La coordinadora del ecommerce institute explica que luego de esta etapa se inicia la de coaching colaborativo e informa las fechas para presentar trabajos finales. El capacitador pregunta si pudieron aplicar los conceptos explicado en otra clase y consulta si alguien ya está realizando inteligencia comercial. Mariana comenta que no sabe bien de que se trata, se menciona que volcar datos en una planilla y que sirva para vender mas es un comienzo. Diego dice que la inteligencia comercial tiene que ver con el manejo de datos y su uso estratégico. Se desarrollan los conceptos de Business Intelligence y de Data Analytics y cuales son sus diferencias. Explica que es un dato válido, como definir información, la importancia del contexto, Que son y que no datos de calidad. Es importante saber que es lo que quiero demostrar. Gerardo pide ejemplos de fuentes de datos. también es importante el a quien se lo quiero demostrar. La diferencia sobre la Acción hacia el Mercado o la Reacción a lo que sucede en el Mercado. Menciona algunas de las principales plataformas y herramientas online para obtener datos. como Google</p>



	<p>Analitics, Tableau, Power Bi, etc. estos datos sirven para el mkt, las ventas, etc. La importancia de saber quienes son sus clientes o consumidores. Cecilia Carlini, comenta sobre su plataforma de firma digital y cuenta que están viendo otros mercados. Tomando el ejemplo de Cecilia se mencionan los parámetros que se deben tener en cuenta al momento de buscar información. Se explica como armar una matriz de datos “casera” . Lo primero conocer bien a sus clientes actuales, tener toda la data posible de como son sus preferencias , sus gastos, sus estructuras, que solución les ofrezco, porque me compran. Los servicios se integran en una cadena de valor, es fundamental entenderlo para conocer os mercados potenciales. Explica como usar la base de datos de Banco Mundial y la base TradeMap. Explica Google Trends. Explica con un ejemplo como materializar un servicio. Lo importante de conocer al interlocutor, si es pyme o gran empresa por ej.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,73
Promedio de Aprendizaje:	97,56%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,5
Comentarios de la clase:	-

Capturas de pantalla



Estrategias de inteligencia competitiva para exportación de servicios

Oculto

76 visualizaciones...



1



NO ME GUSTA



COMPARTIR



DESCARGAR



CLIP



GUARDAR ...



Estrategias de inteligencia competitiva para exportación de servicios

Oculto

76 visualizaciones...



1



NO ME GUSTA



COMPARTIR



DESCARGAR



CLIP



GUARDAR ...



1. ¿Cuál es el objetivo?



1:22:13 / 2:17:33 www.ecapacitacion.org

Estrategias de inteligencia competitiva para exportación de servicios
Oculto

76 visualizaciones... 1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

2. ¿Qué recursos tengo?



1:51:08 / 2:17:33 www.ecapacitacion.org

Estrategias de inteligencia competitiva para exportación de servicios
Oculto

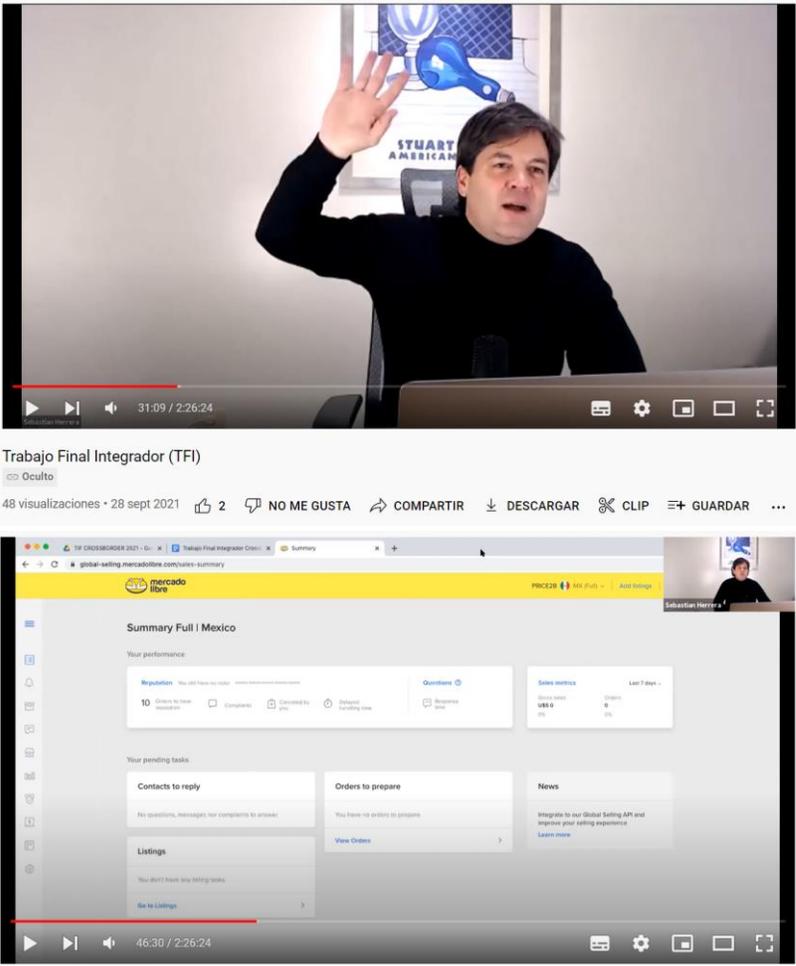
76 visualizaciones... 1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...

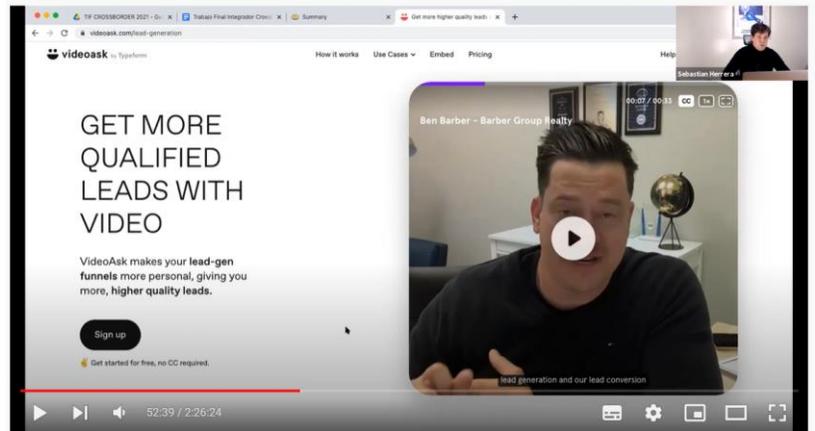
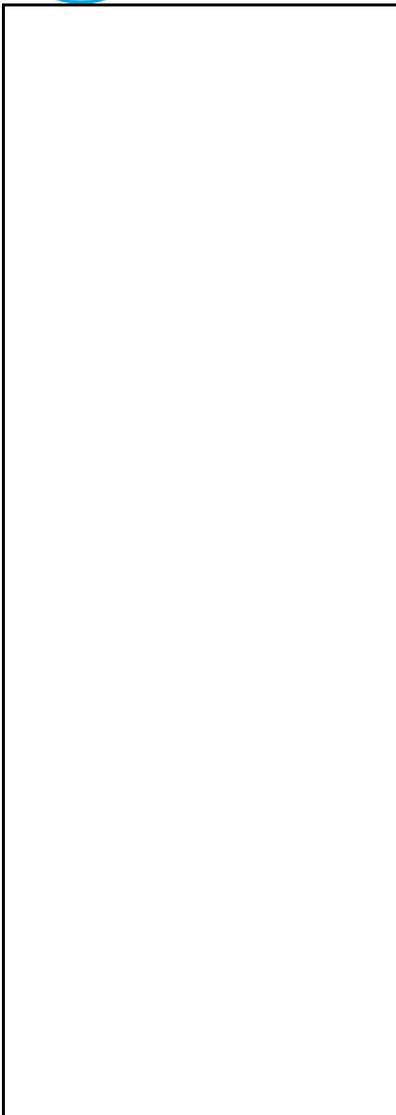
Acta Módulo IV Exportación de Servicios
Clase 4- Trabajo Final Integrador



Tema general de la clase	Espacio dedicado a aclarar conceptos, presentar ideas, clarificar dudas sobre todo lo relacionado al Trabajo Integrador Final (TFI).
Fecha	27 de septiembre de 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Sebastian Herrera
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	67
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Introducción- Caso servicio: consultoría Mercadolibre Internacional- Caso servicio: propiedad intelectual- Caso producto: Coffee break - bebidas en cápsulas compatibles con Nespresso- Caso servicio: consultoría y auditoría- Caso producto: logística y medios de pago internacional- Caso servicio: consultoría- Caso servicio: industrias culturales- Caso producto: cosméticos- Caso producto: zapatos Paloma
Desarrollo de la clase	El profesor expone que durante la clase se verán distintos casos en los cuales pueden basarse los alumnos en su trabajo final integrador. Inicia con varios casos de servicios, donde se cuenta sobre las consultorías otorgadas en mercado libre y la propiedad intelectual. Se abre el micrófono a los alumnos para que puedan aportar y puedan detallar sus proyectos, y se abre la consultoría del docente. Cada uno expone sobre sus trabajos finales también en el caso de productos: cosmética, zapatos, industrias culturales, servicios de logística y medios de pago.
Promedio del 1 al 10 en vivo:	9,02



Promedio de Aprendizaje:	90,38%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	-
Comentarios de la clase:	-
Capturas de pantalla	 <p>Trabajo Final Integrador (TFI) Oculto</p> <p>48 visualizaciones • 28 sept 2021 2 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...</p> <p>Trabajo Final Integrador (TFI) Oculto</p> <p>48 visualizaciones • 28 sept 2021 2 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...</p>



Trabajo Final Integrador (TFI)

Oculto

48 visualizaciones • 28 sept 2021 2 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...



Trabajo Final Integrador (TFI)

Oculto

48 visualizaciones • 28 sept 2021 2 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...





Trabajo Final Integrador (TFI)
Oculto
48 visualizaciones · 28 sept 2021



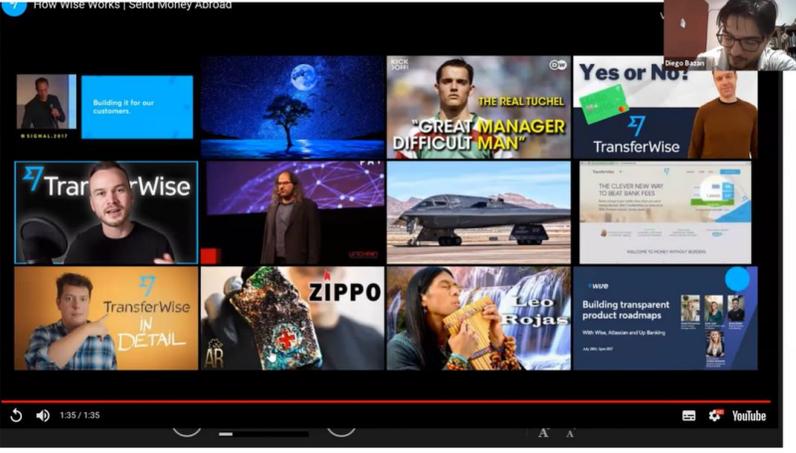
Trabajo Final Integrador (TFI)
Oculto
48 visualizaciones · 28 sept 2021

Acta Módulo IV Exportación de Servicios Clase 5- Medios de Pago Internacional	
Tema general de la clase	Comprender las oportunidades y desafíos del mercado actual crossborder payment con foco para empresas de LATAM.
Fecha	29 de septiembre de 2021



Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Ramiro Rodriguez Andre
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	-
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Contexto actual- Mercado y tendencias- Plataformas- P2P- Stripe- Paypal- Payoneer
Desarrollo de la clase	<p>El capacitador se presenta y cuenta el caso de bitcoin. explica algunos modelos de pagos por transferencias internacionales o por servicios de envío de divisas. Explica los costos de las transferencias internacionales cuando son recibidas en Argentina. Comenta el caso de PayPal, explica como es la operatoria y las comisiones. Se consulta sobre la pesificación , se explica que si se emite factura E se debe pesificar si o si. Menciona que otras plataformas existen y comenta en detalle Payoneer , como registrarse, como cobrar, como transferir a cuentas bancarias , como cobrar con tarjetas de crédito. que empresas y marketplaces trabajan con estas plataformas, como Amazon, Ebay, Udemy, etc. la ventaja de poder recibir dinero a través de transferencias bancarias “locales” con una reducción de costos importante. también se puede “crear” una cuenta SWIFT (si sos empresa) con bajo costo. Se comenta como funcionan las operatorias de transferencias y como se retira el dinero, cuales son los controles para ver que no hay lavado de dinero, etc. Consultan en qué países está disponible el servicio . Explica como combinar PayPal con Payoneer. Comenta las diferentes comisiones y como hay que compararlas. Explica los requisitos para pedir tarjetas de débito y de crédito virtual.</p>
Promedio del 1 al 10 en vivo:	-



Promedio de Aprendizaje:	-
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	-
Comentarios de la clase:	-
Capturas de pantalla	<div data-bbox="646 562 1442 1003"><h3>Pizza for bitcoins?</h3><p>May 18, 2010, 12:35:20 AM</p><ul style="list-style-type: none">• "I'll pay 10,000 bitcoins for a couple of pizzas.. like maybe 2 large ones so I have some left over for the next day. I like having left over pizza to nibble on later. You can make the pizza yourself and bring it to my house or order it for me from a delivery place, but <i>what I'm aiming for is getting food delivered in exchange for bitcoins</i> where I don't have to order or prepare it myself, kind of like ordering a 'breakfast platter' at a hotel or something, they just bring you something to eat and you're happy!• I like things like onions, peppers, sausage, mushrooms, tomatoes, pepperoni, etc.. just standard stuff no weird fish topping or anything like that. I also like regular cheese pizzas which may be cheaper to prepare or otherwise acquire.• If you're interested please let me know and we can work out a deal.• Thanks, Laszlo"</div> <div data-bbox="646 1024 1442 1570"><p>Medios de pago internacional</p><p>Oculto</p><p>53 visualizaciones... 1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...</p><p>Medios de pago internacional</p><p>Oculto</p><p>3 visualizaciones... 1 NO ME GUSTA COMPARTIR DESCARGAR CLIP GUARDAR ...</p></div>



The screenshot displays a social media post with two main sections. The top section is a grid of international payment providers, each with a rating in a green circle. The providers and their ratings are: WIRE (8.5), Remitty (9.0), transferGo (9.1), PAYSSEND (8.9), AZIMO (8.5), b-sharpe (8.3), Skrill (8.2), krill (8.2), small world (8.1), SINGX (8.1), currencyfair (8.0), Instarem. (8.0), Remessa Online (8.0), WorldRemit (7.5), XE (7.5), MoneyGram (7.2), WesternUnionWU (7.5), Ria MONEY TRANSFER (7.1), xchangenet.ch (7.1), XOOM (6.3), and PayPal (5.8). The bottom section is a video player for 'PAYPAL Plataformas'. The video shows a man speaking, with a small inset of 'Lucia Racedo' in the top right corner. The video player has a play button and a red dot on the video frame. Below the video player, the text 'Medios de pago internacional' is visible, along with a 'Oculto' button and interaction icons: 1 like, 'NO ME GUSTA', 'COMPARTIR', 'DESCARGAR', 'CLIP', and 'GUARDAR'.



COBROS INTERNACIONALES

Recepción de transacciones internacionales

Mercado o región del vendedor	Mercado o región del comprador	Comisión
AD, AI, BA, GE, HR, IS, MC, MD y RS	Canadá, Europa L, Europa del Norte y Estados Unidos	4.40% + comisión fija
	Todos los demás mercados	5.40% + comisión fija
AG, AR, BB, BM, BS, BZ, CL, CO, CR, DR, DO, EC, GD, GT, HN, JM, KN, KY, LC, NI, PA, PE, SV, TC, TT, UF y YE	Todos los mercados	5.40% + comisión fija
	Todos los mercados	4.90% + comisión fija
Todos los demás mercados	Todos los mercados	4.40% + comisión fija

+ 0.30 USD

Conversión de divisas

Mercado o región	Comisión
AMÉRICA:	4.5%

Medios de pago internacional

Oculto

53 visualizaciones...  1  NO ME GUSTA  COMPARTIR  DESCARGAR  CLIP  GUARDAR ...

Partners Internacionales

SOMOS EL SOCIO DE CONFIANZA PARA MILES DE MARKET PLACES LÍDERES DONDE PODRÁS RECIBIR PAGOS DE LAS SIGUIENTES EMPRESAS E INDUSTRIAS:

 FREELANCING Translation Design Developers	 STOCK PHOTOGRAPHY	 ECOMMERCE / MARKETPLACES	 VACATION RENTALS	 DIGITAL MARKETING	 OTHERS
 gengo	 gettyimages	 eBay	 airbnb	 Google	 iStockphoto
 fiverr	 shutterstock	 eBay	 HomeAway	 CLICKBANK	 iStockphoto
 upwork	 videoblocks	 eBay	 tulip	 CAKE	 iStockphoto
 envato	 POND5	 eBay	 misterbnb	 eBay	 iStockphoto
	 eBay	 eBay	 eBay	 eBay	 eBay

 Payoneer

76

Medios de pago internacional

Oculto

53 visualizaciones...  1  NO ME GUSTA  COMPARTIR  DESCARGAR  CLIP  GUARDAR ...

2do Informe Parcial

2. Programa de Aceleración y Mentoría

ANÁLISIS PREVIO DE LOS PROYECTOS, EXPECTATIVAS, Y CONTEXTO DE LOS PARTICIPANTES

Se realiza una encuesta de situación de cada uno de los alumnos, para determinar el avance a lo largo de la aceleración y mentoría. Cada alumno asiste y genera su proyecto, donde debe aplicar al mismo la teoría obtenida a lo largo del Programa.

Al ser datos personales de los alumnos, dejaremos a continuación los avances de cada proyecto/empresa en detallado, y haremos un análisis y resumen de los avances en promedio, que se podrán ver a continuación:

1. EXPECTATIVAS DE LOS PARTICIPANTES:

Previo al inicio del Programa se realiza un análisis de las expectativas previas de los participantes, visualizando las necesidades y objetivos de cada emprendimiento/empresa para poder realizar la capacitación. Es importante tener en cuenta esto ya que luego se visualizará el crecimiento y realidad de esas expectativas. Se observa en general:

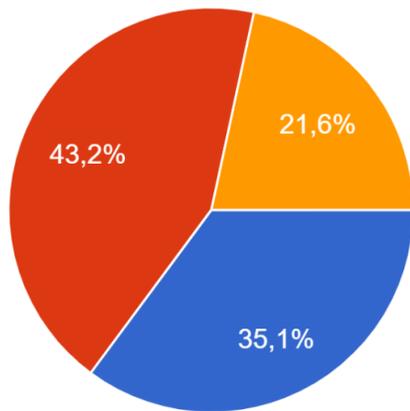
- Poder ampliar los horizontes y crecimientos de las empresas
- Hacer networking con otros participantes
- Desarrollar el eCommerce Crossborder y su Canal Digital
- Llegar a nuevos mercados
- Potencializar los proyectos
- Profundizar conocimientos en eCommerce
- Adquirir herramientas de eCommerce y Comercialización
- Crecimiento y desarrollo personal y profesional
- Enfocar desde una nueva perspectiva el mercado pos pandemia

1. TIPOS DE VENTA

Previo al inicio de la Aceleración les solicitamos a los participantes que contestaran **qué tipo de ventas realizaban con su empresa/emprendimiento**, para poder



analizar qué porcentaje de alumnos aplicaron los conceptos de la capacitación y avanzaron con su proyecto más adelante.



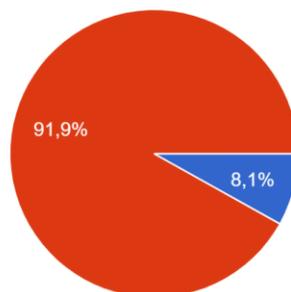
- Ventas por canales tradicionales y en línea
- Ventas solo en línea
- Ventas por canales tradicionales

2. EXPORTACIÓN PREVIA Y AL DÍA

Previo al inicio de la Capacitación solo un 8,1% exportaba al exterior con sus empresas/emprendimientos:

¿Exportó por canales digitales *previo* al inicio de la capacitación?

37 respuestas

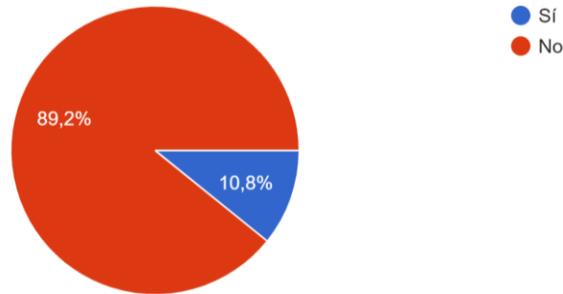


- Sí
- No

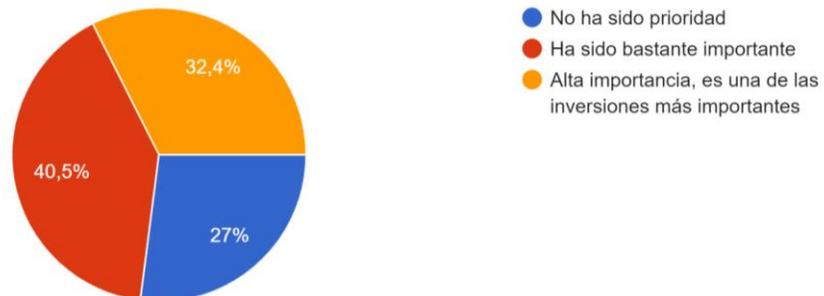
3. Al día de inicio del Programa de Aceleración hubo sobre el porcentaje planteado, un aumento del 2,7% de los participantes que comenzaron a exportar en sus



negocios digitales:



4. Entendemos la necesidad de los participantes de poder potenciar sus negocios digitales, y exportaciones, con un 32,4% cuya necesidad de inversión en exportación eCommerce es de alta importancia. Haciendo un 54% una inversión en los dos años previos al inicio de la capacitación para poder exportar sus servicios/productos.



5. CONTENIDOS:

Al hacer un análisis de los contenidos vistos a lo largo del Programa, surgieron en su mayoría la posibilidad de:

- Automatizar procesos de eCommerce y reformular expectativas de venta
- Utilizar la herramienta canvas para poder desarrollar el proyecto, previo a la implementación
- Analizar Mercados y Redes sociales como plataformas de desarrollo, visibilidad de marca y proceso de comercialización
- Conocer las distintas plataformas de uso, pasarelas de pago, logística, aduanas y marketing



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

- Escuchar de distintos profesionales de la industria experiencias y análisis de casos
- Incursionar en plataformas de Marketplace
- Tener conocimiento para poder generar exportación en ecommerce, derribando mitos

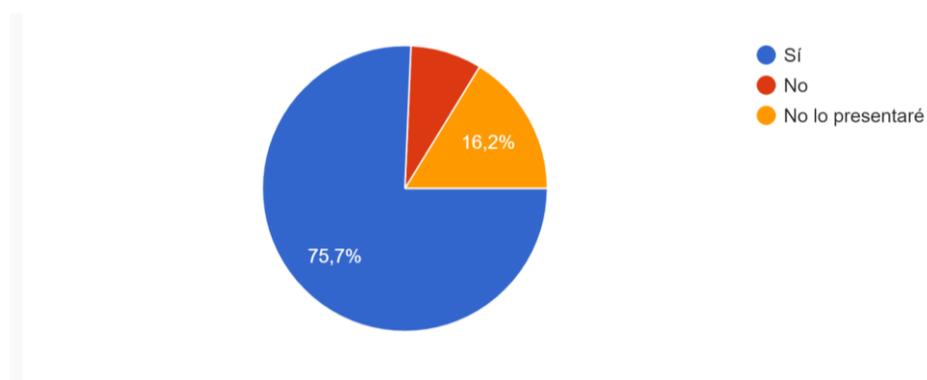
“Actualmente, gracias al curso, nos encontramos ya desarrollando todo lo necesario para que en el lapso de los próximos 30 días ya estemos vendiendo al mundo. El curso fue la clave.”

“Todo lo referido al marketing internacional y la posibilidad de comercializar e-commerce, me ha permitido repensar en este canal de venta como potencial a desarrollar.”

“Fue de gran interés y ayuda la diversidad de medios de pago y consideraciones a tener en cuenta al momento de cobrar en mercados internacionales. Además, el programa brinda un panorama general de los requisitos indispensables para vender y escalar en marketplaces de renombre tanto de EEUU como China, así como otras herramientas de utilidad en Crossborder.”

6. PROYECTO DE EXPORTACIÓN:

Previo al inicio de la aceleración y mentoría, el 75,7 de los participantes tenían definido el Proyecto Final de la Capacitación, planteando su ruta de exportación. Un 16,2% no presentará su trabajo. Se expondrá a continuación las principales trabas para poder presentar el trabajo.



7. PROYECTO DE EXPORTACIÓN - Trabas:

Las principales trabas para poder presentar y realizar el Trabajo Final Integrador fueron las siguientes:



**CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES**

- Tiempos personales
- Datos internos de la empresa a la cual pertenecen
- Actividades y compromisos actuales
- Problemas personales
- Poco conocimiento para poder estar a la altura del proyecto
- Cambio de proyecto
- Asistencia y financiamiento
- Carga horaria de la Capacitación

Siendo la falta de tiempo un 80% de las trabas planteadas.

“Realmente los tiempo nuestros están limitados, al ser emprendedores debemos encargarnos de todos los aspectos de nuestra empresa, trabajando muchas horas al día. Adquirí todo el conocimientos y asistí a todas las clases ya que el contenido nos parecía realmente útil, y ya lo estamos aplicando, pero realizar el proyecto final se nos hace muy cuesta arriba.”

“Tiempo para preparar el proyecto, pero tiempo propio. El tiempo que insumen los cursos y el tiempo de las clases y apoyos me parece excelente”

A continuación dejaremos los avances de cada proyecto/empresa en detallado, para que se pueda observar del promedio y resumen realizado, los datos reflejados:

Empresa	LTCA Argentina Leadership Trainings and Consulting
Sitio Web	www.LTCA.com.ar
Expectativas de la Capacitación	Poder ampliar los horizontes y crecimiento de la Consultora, ya sea para el desarrollo de Proyectos de Implementacion de Sistemas de Gestion de la Calidad, Capacitacion, Auditorias. Ese crecimiento tambien reflejara el avance



	de toda la cadena de valor propia en clientes actuales y futuros con esta posibilidad. Generar sinergia con otros participantes del programa en lo que tambien pueda sumar.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Venta de Servicios de Consultoria Calidad Auditoria y Capacitación
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Por el momento ninguna.
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Sí, hacer el Canvas y el proyecto final integrador donde estoy planificando automatizar algunos aspectos de la Web referidos a Calidad Auditoria Capacitación.

Empresa	CAP Global Partner
Sitio Web	claudiopolon.mitarjeta.biz
Expectativas de la Capacitación	Intentando desarrollar Crossborder
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Sí, Servicios . Consultoria
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Abundante informacion y re definir mi proyecto
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la	Sí, Busqueda de mercados y redes sociales. Empece como prestador de servicio y descubri mi capacidad de consultor / docente



Capacitación	
--------------	--

:

Empresa	No contesta
Sitio Web	No contesta
Expectativas de la Capacitación	Llegar a nuevos mercados del mundo montando una agencia de traducción internacional que ofrezca servicios de múltiples idiomas.
Tipo de Venta	No contesta
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No contesta
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Plataforma on line de traducción
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Tiempo para preparar el proyecto, pero tiempo propio. El tiempo que insumen los cursos y el tiempo de las clases y apoyos me parece excelente
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	No contesta

Empresa	Bellotti Gerardo, Ing.
Sitio Web	no existe (por ahora)
Expectativas de la Capacitación	Ofrecer mis servicios profesionales de asistencia técnica y consultoría en patentes de invención a empresas, emprendedores e inventores de otros países
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea



Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Sí, servicios relacionados al patentamiento de invenciones...consultoría...¿o suyo es patentable o no?, capacitación en el tema y en la búsqueda de información en bases de datos de patentes, elaboración de documentos de patentes. Voy a apuntar a latinoamérica por una cuestión de idioma, ya que en inglés me llevaría más tiempo atender a un cliente
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	falta de tiempo por mis actividades y compromisos actuales con clientes varios. las trabas son más bien internas, falta de tiempo, "peso" del proyecto con respecto al "peso" de mis actuales actividades laborales
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Sí, el conocimiento de las diferentes plataformas para servicios, las posibilidades para cobrar, el canvas, escuchar la experiencias de otros y sus comentarios

Empresa	Bionatura SRL
Sitio Web	http://www.bionatura.com.ar
Expectativas de la Capacitación	Potencializar las exportaciones de mi empresa Seguir profundizando conocimientos y capacitación constante en ecommerce, área en la cual llevo un desempeño de 5 años al frente del equipo. Poder orientar esta oportunidad de capacitarse para proyectos de ecommerce de nuestras marcas para internacionalizar las marcas y vender en todo el mundo.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Sí, venta por amazon
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	es un planteo interno de la empresa el trabajo integrador antes requiere la definición de un mercado no encuentro condiciones políticas que favorezcan la exportacion de bienes
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	análisis de formas de cobro tipo payoneer



Empresa	Consultora Strategy
Sitio Web	
Expectativas de la Capacitación	<p>Actualmente desempeño funciones en ACICE a cargo del área comercio exterior y estimo que mi formación contribuiría en el asesoramiento a empresas santafesina de manera directa. Particularmente considero que el e-commerce es sin dudas la nueva modalidad que será adoptada por el comercio exterior, fundamentalmente para la prestación de servicios y posteriormente bienes.</p> <p>Como profesional, formo parte de una consultora que realiza asesoramiento en comercio exterior la cual podría capitalizar los conocimientos adquiridos y prestar sus servicios mediante e-commerce.</p> <p>Además, soy docente universitaria en materias relativas a emprendedurismo y admin de empresas, considero que transmitir los conocimientos adquiridos en este tipo de curso favorece a expandir los conocimientos del alumnado y a buscar nuevas alternativas para los jóvenes profesionales de la provincia.</p> <p>Si bien he incentivado al empresariado santafesino para que se inscriban en el curso, estimo que sería positivo que desde el gobierno local, provincial, haya profesionales conocedores de la temática para difundir los conocimientos en el empresariado que por diversos motivos decide no tomar el curso personalmente.</p>
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Consultoría a empresas e instituciones.
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Tengo que inspirarme, y terminar cuestiones pendientes.
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Marketing internacional y de servicios. Lo apliqué en la docencia.

Empresa	Coffee Break
----------------	--------------



Sitio Web	www.coffeebreak.com.ar
Expectativas de la Capacitación	
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	<p>Nuestra empresa se especializa en la producción de bienes de consumo (alimenticio) de alto valor agregado e innovación asociados a las últimas tendencias de alimentación globales: aspiracionalidad, alimentos naturales y orgánicos, sostenibles, proteícos y cuya producción considere el respeto por el medio ambiente</p> <p>Ejemplo: capsulas de café y bebidas solubles: veganas, nutraceuticas, sopas en cápsulas, envases biodegradables, etc. Ref.: https://bit.ly/3dgRqJR</p> <p>Ese mismo concepto lo estamos desarrollando en distintos tipo de alimentos (secos y congelados)</p> <p>Este tipo de productos tiene alto nivel de consumo en países como US y países de EU donde estas tendencias de consumo alimenticio está más desarrollado que en Latam</p> <p>Actualmente la empresa inició su proceso de e-commerce en diferentes mktplaces (pure player como MeLi, last milers como PeYa, B2B como Centralo, etc) y muy pronto con tienda propia (tienda.coffeebreak.com.ar)</p> <p>La idea es alcanzar el D2C en 2022 y no sólo en nuestro país, por eso consideramos que el desarrollo crossborder es una herramienta necesaria para nuestro desarrollo comercial</p>
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Crossborder a través de marketplaces en Chile y Brasil
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Por ahora estoy relevando opciones de marketplaces en el exterior
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Importancia de visibilidad de marca y sondeo de demanda en marketplaces

Empresa	Athix
---------	-------



Sitio Web	www.athix.com
Expectativas de la Capacitación	Seguir profundizando conocimientos y capacitacion constante en ecommerce, area en la cual llevo un desempeño de 5 años al frente del equipo. Poder orientar esta oportunidad de capacitarme para proyectos de ecommerce de nuestras marcas para internacionalizar las marcas y vender en todo el mundo.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	nO
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	No me resulto muy llevadera la capacitacion por carecer de algunos temas de interes. Por otro lado la poca disponibilidad de tiempo que dispongo para hacer el Trabajo Final Integrador
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Creo que toda la capacitacion estuvo muy apuntada a servicios.

Empresa	Tribal Consulting
Sitio Web	www.TribalConsulting.com.ar
Expectativas de la Capacitación	explorar nuevos mercados, hacer crecer mi emprendimiento
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	-
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	-
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	falta de tiempo. Vere de organizarme en la semana
Pudo aplicar contenidos	Reformulación de mis procesos de venta



vistos a lo largo de la Capacitación	
--------------------------------------	--

Empresa	Pá l mate.
Sitio Web	https://instagram.com/palmateoficial?utm_medium=copy_link
Expectativas de la Capacitación	
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	Poder aplicar sus conocimientos en el estudio en cual me desempeño y brindar un asesoramiento en la materia.
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Blends para maté y té
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Tiempo, tengo 1 trabajo parcial y el emprendimiento!
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Saber que debo abarcar otros canales, información útil para la página web que pronto desarrollaré, y servicios de Carrier que no sabia de sus existencia y como poder vender al exterior sin ser gran volumen(contenedores)

Empresa	Carpintería en madera a medida
Sitio Web	https://www.instagram.com/carpinteria_tallano/
Expectativas de la Capacitación	Conocer las nuevas herramientas de comercialización y lograr aplicarlas.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de	No



Trabajo Final Integrador	
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	En este momento tengo problemas personales que no me dejan enfocarme en dicho proyecto, lo lamento.
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Ver mediante el CANVAS como funciona la empresa en su totalidad. Muy interesante!

Empresa	TEC SRL
Sitio Web	www.tecsc.com.ar
Expectativas de la Capacitación	La empresa hace unos meses inició a trabajar con e commerce. En principio se está trabajando a nivel nacional pero la idea es crecer y poder empezar a realizar ventas fuera del país. Quiero realizar el programa para obtener las herramientas necesarias para implusar el e commerce y lograr que tanto la empresa como yo, crezcamos.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	No
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Me parece que no estoy hoy a la altura de poder presentarlo. Me parecería mejor si pudiese armar un equipo para el trabajo donde participe el gerente comercial de la empresa, el tercero a cargo de la web y tienda online y yo como responsable de la venta de insumos.
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Hay muchos conceptos muy interesantes para poder aplicar. El problema radica en que no tenemos hoy en día una persona dedicada de lleno a estos temas. Tenemos un tercero que nos asesora, pero no se le dedica el suficiente tiempo de ninguna de las partes.

Empresa	Lyris IT
Sitio Web	www.lyris.com.ar y www.firmador.lyris.com.ar
Expectativas de la Capacitación	Conocimiento sobre como vender los servicios profesionales en el mercado exterior, logrando hacerlo de manera eficaz con los conceptos brindados en la



	capacitación. Actualmente estoy realizando el curso introductorio de Comercio Internacional. La empresa tiene potencial exportable ya que los servicios y productos pueden ser internacionalizados.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	Sí
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Integración firmador a otras aplicaciones webs
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Comencé con el desarrollo, estoy definiendo algunos puntos, tengo iniciado el modelo de negocios. En caso de tener información del mercado de firma digital en Latinoamérica sería importante, tengo datos pero la mayoría es la publicada en páginas webs de la competencia como referencia.
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Estamos trabajando en el rediseño de la página web, y las redes sociales (facebook, instagram y linkedin), con el fin de mejorar la oferta de servicios ya que en la web actual no está bien destacada y lograr posicionar la marca. Además, realizamos el perfil en la plataforma Colaboring y en Streamin

Empresa	Saint patrick Srl
Sitio Web	Www.inglessaintpatrick.com
Expectativas de la Capacitación	POder ampliar los horizontes y trascender a la globalidad que nos permite desarrollar nuevos proyectos y servicios.
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Clases de ingles particulares on demand
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Tiempo y el plan financiero es muy detallista no me quiero equivocar
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Miy serios todos los contenidos



--	--

Empresa	Servicio profesional
Sitio Web	Aún no tengo, está en desarrollo
Expectativas de la Capacitación	<p>Estoy interesada en desarrollar un negocio a partir del servicio de consultoría social. Mi experiencia se relaciona, especialmente, con el diseño de proyectos sociales. He estudiado distintas metodologías de planificación que utilizan los organismos internacionales y puedo brindar esta experiencia como un servicio y orientación a organizaciones sociales, gobiernos y empresas.</p> <p>Me gustaría capacitarme, desarrollar la idea y lanzarla al mercado digital.</p>
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	servicios profesionales para el desarrollo y la gestión de proyectos sociales
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Hasta ahora voy bien con las consultas, aprovecharé las sesiones de aceleración que quedan para definir aún más algunos puntos
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	desarrollo del plan de negocio, diseño de sitio web, desarrollo de perfil en marketplace de servicio

Empresa	yerrawines
Sitio Web	www.yerrawines.com
Expectativas de la Capacitación	<p>Soy Contador Publico y Porductor Asesor de Seguros, orientado al asesoramiento de los Agronegocios. Actualmente, ademas de este trabajo comenzamos un nuevo proyecto con una amigo en Mendoza y otro en C.A.B.A. una venta vinos on line. www.yerrawines.com</p> <p>Me gustaria poder participar del programa, no solo para ampliar mis conocimiento y asi poder asesorar a los clientes que quieran vender bienes o</p>



	servicios al exterior. Si no tambien para poder hacer crecer el proyecto de la venta de vinos online y poder exportar a otros paises. Tanto el Asesoramiento como el comercio me apasionan, y es una excelente oportunidad para poder desarrollarme, en las areas que actualmente estoy trabajando.
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	-
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	-
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	durante el curso me di cuenta que se necesita plata para invertir en las plataformas y no voy a destinar mas plata para hacer publicidad en Argentina, para exportar se necesita que alguien de afuera lo compre directamente y se haga responsable, ya que es una bebida alcoholica
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	El problema esta en el producto de venta que es el vino tien trabas de logistica y mucha competencia, para vender se necesita invertir mucho en publicidad

Empresa	CosPor
Sitio Web	www.cospor.com.ar
Expectativas de la Capacitación	Desde CosPor queremos profesionalizar los programas de marketing digital de la empresa. A su vez que ya queremos comenzar a explorar mercados internacionales para colocar nuestros productos.
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	-
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	-
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Realmente los tiempo nuestros están limitados, al ser emprendedores debemos encargarnos de todos los aspectos de nuestra empresa, trabajando muchas horas al día. Adquirí todo el conocimientos y asistí a todas las clases ya que el contenido nos parecía realmente útil, y ya lo estamos aplicando, pero realizar el proyecto final se nos hace muy cuesta arriba.



Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Nos dio las pautas para salir a vender afuera, develando un montón de mitos que uno creía, haciéndonos ver que realmente es lo mismo vender a cualquier provincia o a países del exterior. Actualmente, gracias al curso, nos encontramos ya desarrollando todo lo necesario para que en el lapso de los próximos 30 días ya estemos vendiendo al mundo. El curso fue la clave.
---	---

Empresa	Bellotti Gerardo, Ing.
Sitio Web	-
Expectativas de la Capacitación	
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	Si
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Servicios de consultoría en patentes de invención: evaluación de la patentabilidad de una posible invención, búsqueda de antecedentes en bases de datos de patentes, vigilancia tecnológica, capacitación a empresarios, emprendedores, profesionales, estudiantes, etc
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	tiempo para armarlo, aunque tengo claro lo que tengo que hacer
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Conocimiento de cómo poder cobrar lo servicios prestados al exterior, la existencia de varias plataformas exclusivas para servicios profesionales, CANVAS

Empresa	EXPORTACION SERVICIOS CONSULTORÍA
Sitio Web	www.TribalConsulting.com.ar
Expectativas de la Capacitación	Me encanto que sea un 360 completo, y que tenga foco en la exportación de servicios. Me parece una iniciativa espectacular que pocas veces la vi, eso mas el respaldo de Ecommerce hacen a las ganas de llevar adelante toda la cursada.
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio	Si



de la capacitación y mentoría	
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Consultoría de negocios
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Tiempo
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Pasarelas de pago y MKT

Empresa	Mariana Taglioli
Sitio Web	
Expectativas de la Capacitación	<p>Actualmente estoy en un proyecto de conformación de una agencia de International Social Media. Surgió por necesidad de reinversión en esta coyuntura actual y por vocación y gusto personal sobre todo.</p> <p>En el momento en el que este proyecto cobró vida me llegó la invitación de la escuela de graduados de la facultad de RRII de la UNR a realizar este programa. Participo de los dos encuentros y realmente es lo que necesito para profundizar mis conocimientos para este nuevo proyecto.</p> <p>Actualmente además de mi profesión tengo mi marca de zapatos de mujer, Paloma Cruz, la cual comercializó a nivel nacional por tienda On line y bajo modalidad Showroom y venta por social media, de lo cual me ocupo yo.</p> <p>Esto también es pertinente para participar de este programa para poner comercializar mis productos de manera crossborder.</p> <p>Ojalá me seleccionen, estoy muy contenta de que la facultad de la cual egresé me haya invitado y ojalá ustedes me seleccionen.</p> <p>Estoy segura de que tengo muchísimo potencial para llevar a cabo este proyecto y ayudar a que otros lo hagan también, generando entrada de divisas a nuestro país.</p>
Tipo de Venta	Ventas solo en línea



Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	Haceme cuenta en payoneer
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Exportación de servicios de Social media y consultoría integral de Relaciones Internacionales
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Como siempre y cómo todos, tiempo! Pero lo voy a terminar ! Estoy muy entusiasmada
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Todo! Lo que más destacó es marketing digital

Empresa	Exportacion de Alfalfa
Sitio Web	https://linktr.ee/DaniViale
Expectativas de la Capacitación	<p>Agradezco al Secretario de Comercio Exterior Lic German Burcher y su equipo de Santa Fe Global por Invitarme a Participar.</p> <p>Actualmente, me encuentro en la etapa inicial para desarrollar un modelo de negocios de exportación de Alfalfa a gran escala al mercado Internacional de Dubai.</p> <p>En lo Profesional y junto a mi equipo tenemos desarrollado todo el know how comercial y he indentificado oportunidades comerciales en la presentación del programa que han realizado uds.</p> <p>Me gustaría participar Programa de Capacitación y Aceleración en eCommerce Crossborder para adquirir las herramientas para potenciar nuestro proyecto.</p> <p>Será un gusto enorme participar con Uds, especialmente junto a Santa Fe Global.</p>
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	
Definición del proyecto de	Exportación de Alfalfa a EAU



Trabajo Final Integrador	
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	-
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Herramientas digitales

Empresa	Mg Mariana Diaz
Sitio Web	Consultoría
Expectativas de la Capacitación	Mi motivación para realizar el Programa es poder gestionar la exportación de mis servicios de consultaria con un perfil competitivo y eficiente para poder gestionar mi inserción profesional en el mercado internacional e ir creciendo como Mipyme, ya que siempre he gestionado la inserción de empresas en exterior pero no he incursionado con un emprendimeinto propio.
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Proyecto crossborder de consultoría en comercio exterior y asesoramiento en gestión de la industria 4.0
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Falta de tiempo
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Exportación de servicios

Empresa	Universo Biogreen
Sitio Web	http://universobiogreen.shop/



Expectativas de la Capacitación	Entiendo que el comercio electrónico es una de las herramientas más importantes para internacionalizar la oferta exportable de las naciones, trayendo bienestar general. Cuento con experiencia en la exportación de rezagos de la industria electrónica, como así también en el asesoramiento de productos y sub-productos del sector primario.
Tipo de Venta	Ventas solo en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	El lanzamiento del sitio universobiogreen.com tanto en el mercado local como seller de Amazon
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Asistencia de financiamiento
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Todo lo relacionado al ecommerce.

Empresa	MotoPERIMETRO
Sitio Web	motoperimetro.com
Expectativas de la Capacitación	Fabricamos productos de alto valor agregado con destacadas condiciones para ser exportados.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	Si
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Fabricación y comercialización de accesorios para motos de alta calidad
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Mi principal traba actualmente es la falta de tiempo para plantearlo
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la	Marketing, Plataformas, Tarifas



Capacitación	
--------------	--

Empresa	Proyecto personal, luego me cambié a productos con mis empleadores actuales
Sitio Web	No activo en el momento
Expectativas de la Capacitación	Recientemente decidí comenzar a brindar servicios de Auditoría para establecimientos donde se producen y procesan alimentos orientado mas que nada a rotiserías y restaurantes pero me gustaría expandirme y poder brindar un servicio más amplio. La pandemia nos dio a entender que no es necesario estar físicamente en lugares para poder asesorar y auditar . Creo que el programa puede ayudarme a pensar una manera de hacer llegar mí propuesta a distintos lugares del país y también eventualmente brindar asesoramiento para otros países.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Proyecto de exportación de galletitas marinas sin tacc
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	En mí caso como soy empleada de la empresa no tengo mucha info ni conocimientos sobre los pedidos, que se espera y como gestionarlos. Por lo que es el punto que actualmente tenemos más flojo
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Investigación de mercados externos, web propia, explorar plataformas y marketplaces

Empresa	Flexocolor S. A.
Sitio Web	www.flexocolor.com.ar
Expectativas de la Capacitación	Me interesa poder desarrollar un canal digital que acerque la demanda extranjera a nuestra empresa, para luego poder exportar nuestros productos (envases flexibles para alimentos).
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales y en línea



Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	No lo presentaré
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	Tiempo
Pudo aplicar contenidos vistos a lo largo de la Capacitación	Probar la propuesta de valor, antes de invertir en difundirla.

Empresa	AyA empresa de ingeniería / proyectos personales
Sitio Web	-
Expectativas de la Capacitación	La empresa AyA Ingeniería tiene amplia trayectoria en servicios variados de ingeniería en el territorio argentino, en temas de infraestructura, riego, drenaje y estudios básicos, entre otros. Sin embargo, no ha tenido participación en el mercado internacional. Mis conocimientos y mi experiencia en los últimos 5 años, por haber estudiado en Estados Unidos y haber trabajado en resiliencia urbana en el marco del programa 100 Resilient Cities, me permitió viajar y conocer realidades del mundo que son potenciales nichos de mercado para los servicios de AyA. Mi intención es obtener herramientas que me permitan renovar y relanzar esta empresa, posicionándola en la escena internacional de manera exitosa y ampliando su portfolio de servicios.
Tipo de Venta	Ventas por canales tradicionales
Exportación previa al inicio de la capacitación y mentoría	No
Definición del proyecto de Trabajo Final Integrador	Servicios profesionales con 2 orientaciones: empresas y gobiernos locales
Trabas que encuentre para poder desarrollar su proyecto en exportación	tiempo personal, mucho contenido
Pudo aplicar contenidos	Sí



vistos a lo largo de la Capacitación	
---	--

2. Programa de Aceleración y Mentoría

Se realizó el Programa de Aceleración y Mentoría, con diez sesiones grupales e individuales de coaching junto con el acompañamiento de especialistas en Aceleración Digital y en Cross Border eCommerce.

Cada alumno tiene la posibilidad de acceder dentro del aula virtual a las clases de aceleración con los materiales grabados.

Dentro del Programa se ofrecieron:

- Mentorías Senior Metodología de "coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos
- Comunidad de prácticas colaborativa y proactiva buscando la implementación de los Trabajos Finales Integradores a desarrollar de cada participante.
- Análisis de casos específicos de cada proyecto/emprendimiento
- Análisis de casos externos, comparativos al desarrollo de cada proyecto.

Los alumnos que asistieron, tuvieron la posibilidad de tener a su disposición a los coach/profesionales de la industria para ir haciendo preguntas en la medida en que iban desarrollando su trabajo.



ME Aceleración en eCommerce CrossBorder

Default view + Add view

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase	Column
eLeader Teaching Class Complete	10/11/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicio V	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	13/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios I	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	25/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos III	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	18/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos II	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	06/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos I	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	08/11/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos V	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	03/11/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios IV	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	27/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios III	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	01/11/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de productos IV	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce
eLeader Teaching Class Complete	20/10/2021 7:00 PM	Sesión aceleración focalizada en exportación de servicios II	Link de Acceso a Zoom ID:822 1306 1301 Código: ecommerce



Coaching colaborativo

Default view + Add view

Status	Fecha	Acceso a los materiales de la Clase
eLeader Teaching Class Complete	05/11/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador IV
eLeader Teaching Class Complete	19/11/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador VI
eLeader Teaching Class Complete	29/10/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador III
eLeader Teaching Class Complete	15/10/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I
eLeader Teaching Class Complete	22/10/2021 6:00 PM	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador II
eLeader Teaching Class Complete	12/11/2021	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador V

2. Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos	
Sesión 1 - Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Productos I	
Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	06 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)



Docente	JUAN CRUZ MINONES
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	57
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Ingreso de divisas - Exporta Simple- Caso 2: Operaciones de aprovisionamiento a buques- Caso 3: Zonas francas- Caso 3: Laboratorios- Caso 4: Alimentos- Caso 5: Patentes de invención- Caso 6: Empresas vinculadas- Conclusiones
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8
Promedio de Aprendizaje:	9
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	10
Comentarios de la clase:	<p><i>-Muy buena clase!!! Saludos</i></p> <p><i>-Escuchar experiencia de otros participantes</i></p>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<p><i>Presentación del mentor, quien es consultor en proyectos de exportación y especializado en mercado de cambios. Se aborda la modalidad del exporta simple y las similitudes y diferencias con la exportación tradicional.</i></p> <p><i>Pregunta de Claudio Polon, CAP Global Partner: se presenta como exportador de servicios (a barcos extranjeros en Argentina) pregunta por el problema de la rentabilidad por la liquidación del Banco a dólar oficial contra la compra de insumos a dólar blue.</i></p> <p><i>Pregunta de Andrés: asesora a una empresa de alimentos, quiere saber cómo encarar el negocio de la exportación de esos productos, por el problema de las intervenciones. Juan Cruz le responde que deben tener en cuenta la inversión que</i></p>



	<i>implica certificar ante organismos que intervienen y adaptar el packaging.</i>
Capturas de pantalla	

Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos	
Sesión 2 Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Servicios I	
Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	13 de Octubre 2021



Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	ROMINA GAYA
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	55
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Protección de la propiedad industrial en Pymes- Caso 2: Marketing- Caso 3: Servicio profesional de diseño y desarrollo de proyectos sociales- Caso 5: Implementación de sistemas & gestión, auditoría y capacitación empresarial
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,80
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	70,59%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	10
Comentarios de la clase:	<i>No hubo</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<p><i>Se brinda información sobre la presentación del trabajo final integrador (formato, posibilidad de grupos, plazos, links, etc.)</i></p> <p>Gerardo Bellotti, Bellotti Gerardo, Ing., comenta sobre su servicio de propiedad intelectual y patentes que desea exportar, se comenta sobre el alcance internacional de las patentes, la posibilidad de trabajar con otros profesionales complementarios como abogados. Mariana Taglioli, Mariana Taglioli, comenta sobre su proyecto de brindar servicios de marketing digital, social media, contenidos, enfocado principalmente a mercados de habla hispana, menciona a México y a España en primer lugar utilizando algún marketplace para profesionales como workana y clutch. Se menciona la importancia de tener una “pata” local que ayuda a comprender las cuestiones culturales del mercado externo sobre</p>



todo en la comunicación. Andrea Larrea comenta su proyecto de consultoría en diseño e implementación de proyectos sociales para organizaciones sin fines de lucro y gobiernos locales, está enfocada en el mercado italiano por las políticas de ayudas a pueblos y localidades pequeñas con fondos europeos e italianos, en España consiguió trabajar con una ONG que contactó a través de LinkedIn, se mencionó la importancia de tener doble ciudadanía si va a trabajar con Europa dado que algunas convocatorias dan prioridad a ciudadanos europeos, se mencionó la ventaja de conocer el sistema de financiación europeo para dar servicios en América Latina. Adrián Grecco, LTCA Argentina Leadership Trainings and Consulting, comentó sobre su servicio de auditoría ISO 9001, implementación de sistemas de calidad y capacitaciones orientadas a ese sector. Utiliza una web propia y está desarrollando un aula virtual. Se mencionó la importancia de escribir el canvas para tener la idea ordenada y la posibilidad de mantenerse en contacto a través de la “Comunidad de Prácticas” que los vincula con toda la red del e-Commerce Institute una vez finalizado el curso

Capturas de pantalla





Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

Sesión 3 - Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Productos

Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	18 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	JUAN CRUZ MINONES
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	43
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Marcapáginas- Caso 2: Exportación a consignación- Cobros de exportación de mercadería servicios- ¿Cómo llegamos al precio de venta?- Plazos



Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,66
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	85%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	10
Comentarios de la clase:	<i>-Consulté mis dudas y me sentí muy satisfecha con la información brindada por Juan Cruz</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<i>Consulta de Verónica Recanatini, Tres Puntos Marcapáginas: tiene un emprendimiento familiar que produce marcapáginas. Quiere saber cómo apuntar a librerías de ciudades y clientes no muy grandes en el extranjero. Quiere realizar una propuesta al cliente que incluya todos los gastos y que el cliente no tenga que hacer trámites. Juan Cruz le dice que el precio que ella busca es el CIP para el caso del courier. Juan cruz luego aborda el tema de cobrar la exportación por criptomonedas/paypal y el tema que supone la exportación formal y la intervención del Banco Central</i>
Capturas de pantalla	



Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

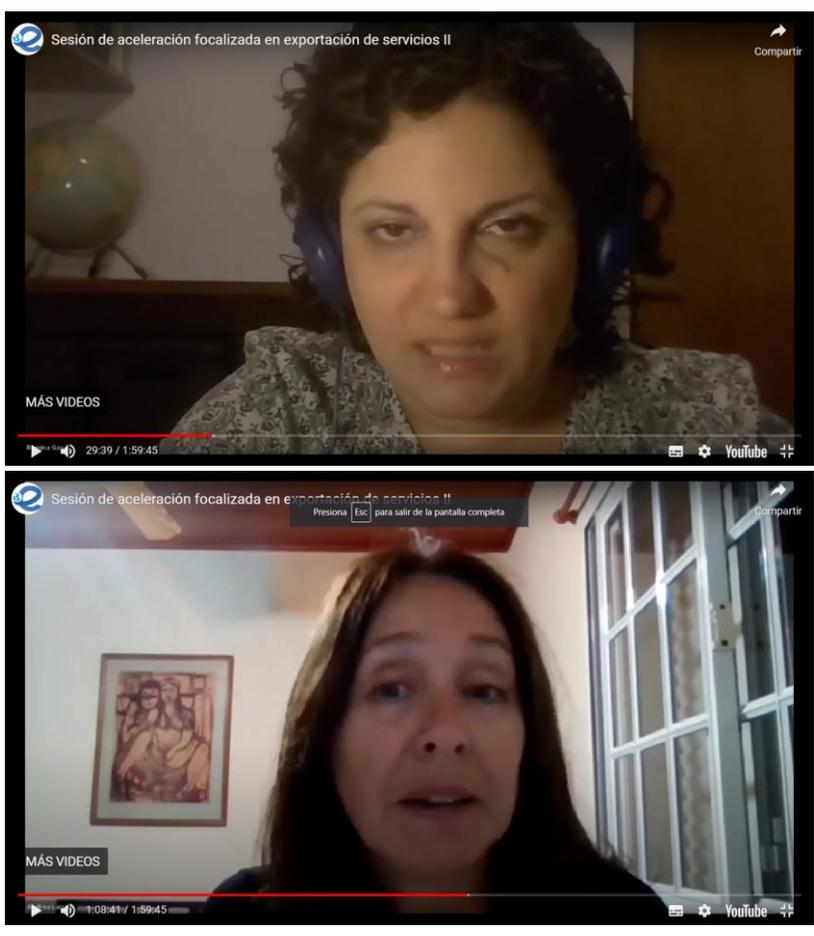
Sesión 4 Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Servicios II

Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	20 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	ROMINA GAYA
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	36
Temáticas de la clase	- Plataformas para trabajo freelance - Caso 1: Consultoría de comercio internacional - Caso 2: Tecnología de laboratorio
Promedio del 1 al 10 en vivo:	9,06



¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	66%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9
Comentarios de la clase:	<i>Sin comentarios</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<p><i>Se mencionan redes sociales que sirven como plataformas para vender servicios, en especial LinkedIn y Twitter, lo importante de generar contenidos propios y de generar webminars para difusión del servicio que se desea prestar. Se mencionan también Workana, Connect Americas, entre otras. Claudio Polón comenta su servicio relacionado con la navegación marítima para el comercio exterior, siendo un mercado muy de nicho no tiene una plataforma propia y quiere desarrollarla. Cecilia Carlini, Lyris IT menciona su proyecto ligado al mundo IT una aplicación para firmas digitales de documentos y gestor documental. Romina Gayá comparte un excel con varias páginas que ayudan a realizar estudios preliminares de mercado. Abdreá Larrea, Servicio profesional y Gerardo Bellotti, Bellotti Gerardo, Ing. participan comentado sus avances en sus TFI. Diego Bazán comenta su proyecto de consultoría en comercio exterior. Andrés Martínez comenta también el tema de los cobros del exterior a través de bancos y otras plataformas como Pioneer. Alejandro Welschen interviene sugiriendo participar de misiones comerciales y ferias.</i></p>

Capturas de pantalla



Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

Sesión 5 - Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Productos I

Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	25 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)



Docente	JUAN CRUZ MINONES
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	43
Temáticas de la clase	- Caso 1: Exportación de alimentos - Actualización de Exporta Simple - Caso 2: Venta de vinos en cruceros
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	8,68
Promedio de Aprendizaje:	71%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	10
Comentarios de la clase:	<i>Sin comentarios</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<i>Juan Cruz aborda el tema del mercado de cambios y exporta simple y las modificaciones que este sistema está experimentando: la facturación en este medio pasa del courier a facturación propia por el exportador, lo cual tiene implicancias impositivas. El mentor habla de la próxima eliminación de retenciones a exportaciones de servicios. Alejandro Welschen consulta sobre el servicio de correo argentino para envíos pequeños y cuenta sobre su experiencia en la aduana.</i>



Capturas de pantalla

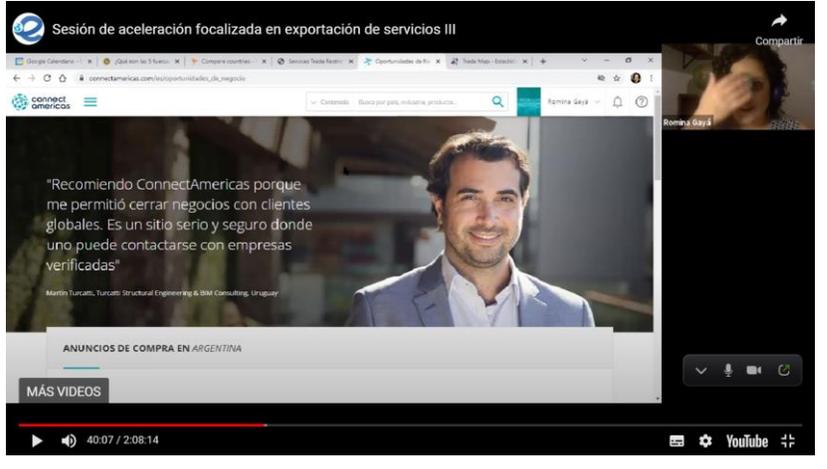


Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

Sesión 6 Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Servicios III

Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	27 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	ROMINA GAYA
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	32
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Definición del precio de exportación de servicios- ConnectAmericas- ¿Cómo encontrar clientes y generar contactos a fin de exportar servicios?- Herramientas de búsqueda de información para explorar mercados internacionales en la exportación de servicios



Promedio del 1 al 10 en vivo:	9,06
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	58%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,5
Comentarios de la clase:	<i>Sin comentarios</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<i>Se desarrolla el tema de definición del precio de exportación teniendo en cuenta las principales variables. Se desarrolla el tema del uso de la plataforma Connect Americas con ejemplos tomando los proyectos de los participantes. Se desarrolló el uso de la plataforma TradeMap. Se desarrolló la plataforma de la OCDE sobre restricciones al comercio internacional de servicios. Se desarrolló el uso de la plataforma Hofstede Insights para comparar cuestiones culturales entre países. Y se comentó que se recomienda el uso de otras plataformas específicas dependiendo del rubro.</i>
Capturas de pantalla	



Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos	
Sesión 7 - Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Productos I	
Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	01 de Noviembre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	JUAN CRUZ MINONES
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	31
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Rubro textil e indumentaria deportiva femenina- Caso 2: Biogreen (productos cosméticos y derivados)- Seguro de contenedores y paqueterías- Caso 3: Consultoría de comercio exterior (plataformas eCommerce)- Caso 4: Cobrar servicios de Argentina a clientes del exterior- Caso 5: Productos de cuero- DHL / FedEx para exportación directa- Caso 6: Alfajores- Caso 7: Servicios de traducción
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	9,1
Promedio de Aprendizaje:	75%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9,3
Comentarios de la clase:	<i>-Muy buena clase!!!</i>



<p>Resumen de contenido de la sesión de aceleración</p>	<p><i>Walter Lescano, Universo Biogreen presenta su plan exportador a través de su portal web Biogreen elaborada en base a Wordpress. Juan Cruz cuenta la experiencia de un exportador que no contrató seguro en un envío a Uruguay y que se siniestró. Iván Ritvo, CONSULTORIA ECOMMERCE pregunta por el comercio B2C y la necesidad de contratar un seguro cuando se envía por courier. Claudio Polon cuenta su experiencia de trabajar como intermediario entre un cliente chino y un proveedor argentino. El cliente le propone transferir a él en vez de al proveedor para pagarle y que ahí iría su comisión.</i></p>
<p>Capturas de pantalla</p>	

<p>Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos</p> <p>Sesión 8 Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Servicios IV</p>	
<p>Tema general de la clase</p>	<p>Sesión Aceleración focalizada en Exportación</p>
<p>Fecha</p>	<p>03 de Noviembre 2021</p>
<p>Hora</p>	<p>19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)</p>



Docente	ROMINA GAYA
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	36
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Servicio de traducción- Ley de Economía del Conocimiento- Google Trends- Blog en servicios profesionales
Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,64
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	71%
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	10
Comentarios de la clase:	<i>-Explicación clara, buena predisposición a responder las consultas</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<i>Se comentó sobre las dificultades de encontrar estadísticas confiables en exportación de servicios. Ivan Ritvo pidió información sobre herramientas para llevar controles financieros de los proyectos. Se desarrolló el tema "Régimen de Economía del Conocimiento". Diego Bazán solicitó info sobre plataformas o aplicaciones que ayudan a posicionar los servicios en el exterior (marketing, finanzas, automatización, clientes, etc.). Cómo segmentar los potenciales clientes y que canales de venta o comunicación son los más adecuados para esos clientes. Se mencionó cómo se pueden generar visitas a los sitios o marketplaces y cómo medirlas. Google trends, MercadoLibre, Shoppify, etc. Andrea Larrea, Servicio profesional preguntó sobre contenidos en blogs, para potenciar ventas de servicios. Se comentó sobre las zonas francas de servicios que existen en algunos países y que son buenos lugares para instalarse.</i>



Capturas de pantalla

Sesión de aceleración focalizada en exportación de servicios IV

Régimen EDC: Beneficios

1. Alícuota reducida IIGG	A niveles actuales (30%), queda en 12% para micro y pequeñas empresas, 18% para medianas y 24% para grandes
2. Cargas patronales	Bono crédito fiscal intransferible: 70% de CCPP (límite 3.745 personas)
3. Beneficio adicional por nuevos empleados	Bono crédito fiscal intransferible: 80% de CCPP para grupos seleccionados*
4. Derechos expo de servicios	0%
Retenciones y percepciones de IVA	Solo para exportaciones
Estabilidad fiscal	No (solo garantiza parcialmente la estabilidad de los beneficios del régimen de promoción)
Costos	3,50% Aporte FONPEC (máximo) + 2% tasa de auditoría

MÁS VIDEOS: con posgrados de Ingeniería, ciencias exactas o naturales, de género femenino, con discapacidad, residentes en zonas rurales y/o beneficiarios de planes sociales

25:47 / 2:03:30

Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

Sesión 9 - Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Productos I

Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	08 de Noviembre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	JUAN CRUZ MINONES
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	25
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Procesador de pagos- Trade Map- Recomendaciones sobre el comercio exterior de bienes- Exportación de servicios contables- Liquidación de divisas- Datos a considerar en la exportación de bienes y servicios- Joyería artesanal: consultoría sobre exportación de productos



Promedio del 1 al 10 en vivo:	8,92
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	53%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	9
Comentarios de la clase:	<i>Sin comentarios</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<i>Silvana Pecora comenta que aún no tiene una idea para realizar el proyecto y Juan Cruz le comenta que él justamente está asesorando a un estudio contable que planea exportar sus servicios. Juan Cruz aborda el portal web TradeMap y su utilidad para ver información estadística. Ivan Ritvo comenta sobre la diferencia entre costos, derechos y retenciones.</i>
Capturas de pantalla	<p>The screenshot shows a web application interface for TradeMap. At the top, there is a header with the TradeMap logo and navigation links. Below the header, there is a section titled 'Mando de grupos de productos' (Management of product groups). This section includes a search bar, a dropdown menu for 'Nuevo grupo', and a list of product groups. The list contains several entries with details like 'Selección de productos para grupo', 'Descripción de grupo', and 'Código de grupo'. At the bottom of the screenshot, there is a YouTube video player interface with a play button, a progress bar, and the text '57:05 / 2:03:59'.</p>

Acta Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos

Sesión 10 Sesión Aceleración focalizada en Exportación de Servicios V



Tema general de la clase	Sesión Aceleración focalizada en Exportación
Fecha	10 de Noviembre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	ROMINA GAYA
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	21
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Consultoría para Pymes que enfrentan el reto de internacionalización- Caso 2: Signar-Firma digital- Caso 3: Servicios de traducción- SICE- Acuerdos internacionales de servicio- Modos de prestación servicios en el comercio internacional
Promedio del 1 al 10 en vivo:	9,06
¿Has definido tu Trabajo Final Integrador?	66%
Promedio del 1 al 10 recuperando la clase:	10
Comentarios de la clase:	<i>Sin comentarios</i>
Resumen de contenido de la sesión de aceleración	<i>Victoria Armando, Consultora Strategy presentó su caso y su experiencia, para el TFI presentaron una consultoría en formulación y gestión de proyectos internacionales para gobiernos locales y en estudios de mercados internacionales para PYMES argentinas que quieran vender al exterior y viceversa. Servicios paquetizados y servicios a medida. Se dió información sobre fechas y requisitos para presentar los TFI. Cecilia Carlini consultó sobre la validez de los certificados de</i>



	<p><i>software a nivel internacional para su producto de firma electrónica. Andres Martinez comentó su proyecto de servicio de intermediación en traducciones a través de una web, se debatió sobre el modelo de monetización. Por una consulta de Pamela Torres se mostró el funcionamiento de la base de datos de acuerdos latinoamericanos de la SICE y se desarrollaron los conceptos básicos de como funcionan y que abarcan los acuerdos internacionales de servicios (específicos, GATTs, OMC, etc) y acuerdos de doble tributación que tiene firmados Argentina. Se comentó sobre el requisito de asistencia para aprobar el curso.</i></p>
<p>Capturas de pantalla</p>	

Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador

<p>Acta Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador</p>	
<p>Sesión 1 Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I</p>	
<p>Tema general de la clase</p>	<p>Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador</p>



Fecha	15 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Patricia Schifini
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	25
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Introducción- Caso 1: Protección de la propiedad industrial en Pymes- Caso 2: Diseño gráfico- Caso 3: Desarrollo web / gestión de transformación digital- Caso 4: Pal'mate- Caso 5: Trespuntos-marcapáginas- Guía para poder realizar el Trabajo Final Integrador (TFI)- Conclusión
Capturas de pantalla	



1.4. Goals & principales KPI's— Guía en este [Link](#)

Detalle	Mes 0	Mes 12 meses	Mes 24 meses
Cantidad de pedidos/ por día			I
SKUs por pedido			
Valor pedido	\$	\$	\$
Margen Bruto	%	%	%
Tasa de Conversión	N/A	%	%

PLATAFORMA/TECNOLÓGICA.

1. Análisis de posibles tecnologías. Comparación funcional y de costo entre 2 tecnologías posibles.
2. Detallar equipo de soporte: Interno, externo (outsourcing). Definición de roles de gestión principales día a día.
3. Detallar costos y tiempos de set-up para echar a correr la tienda online, basado en tecnología seleccionada y características del proyecto.
4. Impacto económico de la plataforma sobre la venta: detallar bajo que esquema económico se rige el proyecto de eCommerce (Comisión sobre venta, licencia, etc) y proyectarlo sobre el punto siguiente –venta estimada- en términos porcentuales

Para ayudarnos a responder estas preguntas puede usar como base el Trabajo Practico del Módulo => Guía de REP para Selección de Plataforma de eCommerce Reducido => <http://wcapaiaacion.co/3BRZ7Eg>

Acta Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador

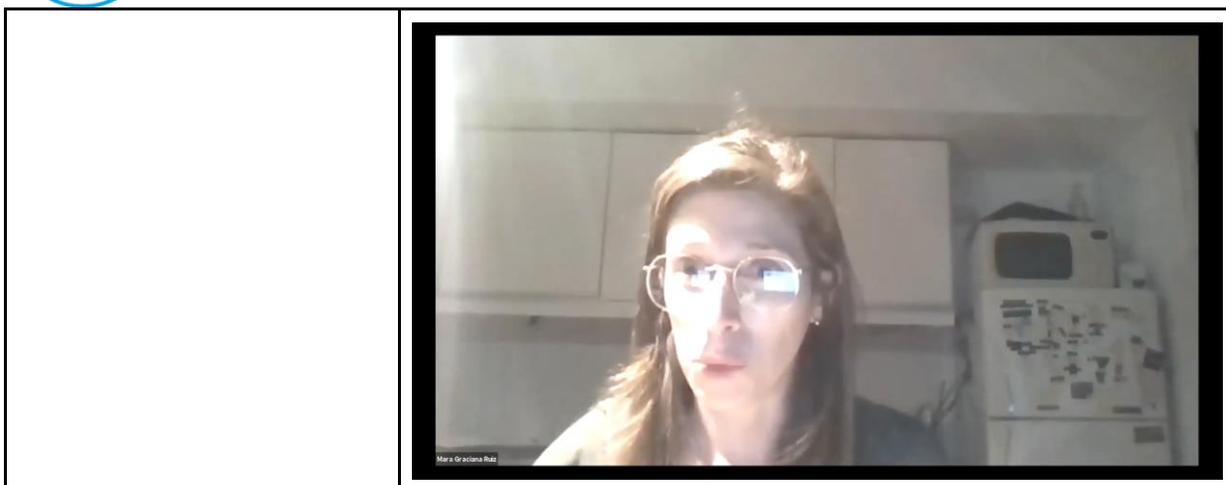
Sesión 2

Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I

Tema general de la clase	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador
Fecha	22 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)



Docente	Patricia Schifini
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	25
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Consultoría de servicios focalizado en ecommerce y marketing digital- Caso 2: Consultoría de comercio transfronterizo para pequeños emprendedores- Yanina Rodríguez : Método Canvas- Caso 3: Trespuntos-marcapáginas
Capturas de pantalla	<p>The screenshot shows a Canvas Business Model Canvas diagram with the following sections:</p> <ul style="list-style-type: none">Buyer Person: ¿A Quienes ayudas?Actividades Claves: ¿Qué haces? and ¿Quién eres y qué tienes? Recursos ClavesPropuesta de Valor: ¿Cómo ayudas?Relaciones con el Cliente: ¿Cómo interactuas?Canal: ¿Cómo te conocen y como haces llegar lo que ofreces?Colaboradores: ¿Quienes te ayudan?Estructura de Costos: ¿Qué das?Fuentes de Ingreso: ¿Qué Obtienes? <p>Below the diagram is a video call window showing Nicolás Chardón.</p>



Acta Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador	
Sesión 3	
Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I	
Tema general de la clase	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador
Fecha	29 de Octubre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Patricia Schifini
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	18
Temáticas de la clase	- Caso servicios 1: Contenido educativo - Caso productos 2: Diseño y venta de zapatos - Plataformas eCommerce



Capturas de pantalla

The top screenshot displays the Paruolo e-commerce website. It features a grid of four sandal products: 'SANDALIA WATERMELON' priced at \$15,499 (12 cuotas de \$1292) and 'SANDALIAS WINDANSEA' priced at \$16,699 (12 cuotas de \$1392). The website has a clean, modern design with a white background and blue accents.

The middle screenshot is a slide from a presentation. The title is 'Plataformas ¿Qué son y cómo se componen?'. The text below reads: 'Una plataforma eCommerce es una herramienta digital que permite crear una tienda virtual para ofrecer tus productos, transaccionarlos de manera remota, crear y manejar órdenes de compra, stock e inventarios, precios y catálogos. Además, se caracterizan no sólo por el carro de compras, si no que también por gestionar usuarios, historial de compras, promociones y comunicaciones.' The slide includes the logo of 'www.ecapacitacion.org' and social media icons for YouTube, Facebook, Twitter, and Instagram.

The bottom screenshot shows a webpage titled 'Compare E-Commerce Platforms'. It features a 'View Grid' button and a 'Try Q2 Assistant' button. The page lists two platforms: MIVA, which is marked as a 'Favorite' and has a 4.5-star rating, and nopCommerce, which has a 4.5 out of 5 rating and is also marked as a 'Favorite'. The page includes a 'Compare' checkbox and a 'Get a quote' button.

Acta Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador



Sesión 4 Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I	
Tema general de la clase	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador
Fecha	05 de Noviembre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Patricia Schifini
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	25
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Servicio profesional de diseño y desarrollo de proyectos sociales- Caso 2: Signar- Medios de pago online- Jugadores en eCommerce- Flujo de transacción- Mapa de adquirencia- Métodos de pagos alternativos- Modelos de procesamiento- Garantías de procesamiento- Tipos de fraude- Costo real del fraude- Herramientas para prevenir el fraude



Capturas de pantalla

Inicio Nosotros Productos y servicios FAQ Contacto

Sign@r

Plataforma de software para la administración digital en su organización mediante la aplicación de firma digital

Descargá nuestro firmador GRATIS

Contactémos

ADQUIRENTES LATINOAMERICANOS

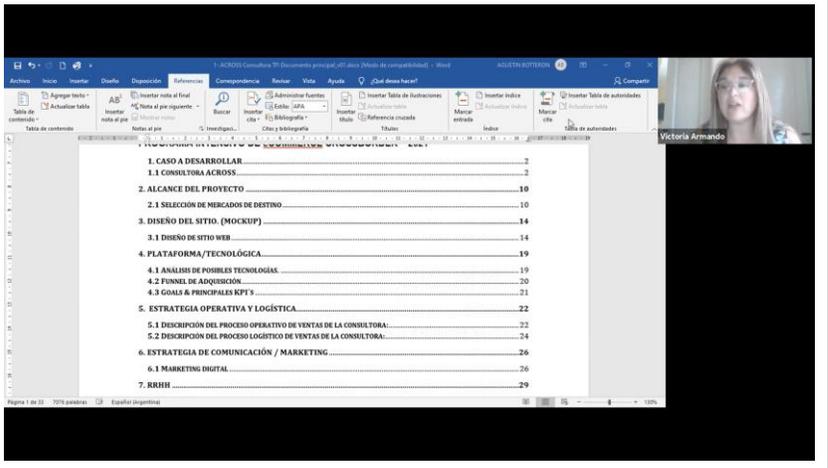
Optimizar la tasa de autorización

OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE AUTORIZACION

- Optimiza los riesgos del cliente final para pagos fallidos
- Máxima gestión de riesgos
- Pagos post-transacción
- Pago por transacción
- Capacidad de autorización Multi Local
- Resolución transacciones en tiempo real

Acta Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador



Sesión 5 Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I	
Tema general de la clase	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador
Fecha	12 de Noviembre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Docente	Patricia Schifini
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	13
Temáticas de la clase	<ul style="list-style-type: none">- Caso 1: Productos ecofriendly- Caso 2: Servicio de asesorías para empresas chinas- Guía trabajo final integrador- Caso 3: Minga Crafts (productos artesanales chilenos)- Caso 4: Servicios de traducción
Capturas de pantalla	



The screenshot shows a Zoom meeting interface. The main window displays a presentation slide with a flowchart. The flowchart consists of four boxes: 'Trasferencia de un porcentaje' (top right), 'Aceptación del presupuesto' (top left), 'Entrega de informe, presentación y pago' (bottom right), and 'Seguimiento del informe posterior' (bottom left). Arrows indicate a flow from 'Trasferencia de un porcentaje' to 'Aceptación del presupuesto', and from 'Aceptación del presupuesto' to 'Entrega de informe, presentación y pago'. A small video feed in the top right corner shows a participant wearing a headset. Below the presentation, a larger video feed shows a woman with blonde hair and glasses, identified as 'Yarina Natalia Rodriguez'.

Acta Sesión Aceleración focalizada en Metodología Canvas y Creación Plan Exportador

Sesión 6

Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador I

Tema general de la clase	Sesión aceleración focalizada en metodología Canvas y creación plan exportador
Fecha	19 de Noviembre 2021
Hora	19:00 a 21:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)



Docente	Patricia Schifini														
Cantidad de alumnos asistentes en vivo	07														
Temáticas de la clase	- Trabajo Final Integrador														
Capturas de pantalla	<p>The composite image contains three distinct screenshots:</p> <ul style="list-style-type: none">Top Screenshot: A browser window showing the NIC.AR website. The main banner reads "SUMANDO NUEVAS POSIBILIDADES CON EL '.AR'". Navigation links include "NIC ARGENTINA", "INICIATIVAS", "NOVEDADES", "DOMINIOS", and "AYUDA". A search bar is visible with "nic.ar" entered. A sidebar menu lists "DOMINIOS", "ADMINISTRAR DOMINIOS", "ARANCELES", and "PREGUNTAS FRECUENTES".Middle Screenshot: A blue-themed slide for "crafts" on Etsy. The text asks "¿Cómo nos encuentran en ETSY?". To the right is a bar chart showing traffic sources for the period "DATA 07/07 AL 06/09". The chart data is as follows:<table border="1"><thead><tr><th>Traffic Source</th><th>Approximate Value</th></tr></thead><tbody><tr><td>Etsy app & other Etsy pages</td><td>380</td></tr><tr><td>Etsy search</td><td>50</td></tr><tr><td>Etsy marketing & SEO</td><td>20</td></tr><tr><td>Direct & other traffic</td><td>520</td></tr><tr><td>Social media</td><td>320</td></tr><tr><td>Etsy Ads</td><td>550</td></tr></tbody></table>The source is cited as "Fuente: https://www.etsy.com/your/shops/me/stats?".Bottom Screenshot: A close-up video call feed of a man with dark hair, wearing a dark and light patterned shirt, speaking.	Traffic Source	Approximate Value	Etsy app & other Etsy pages	380	Etsy search	50	Etsy marketing & SEO	20	Direct & other traffic	520	Social media	320	Etsy Ads	550
Traffic Source	Approximate Value														
Etsy app & other Etsy pages	380														
Etsy search	50														
Etsy marketing & SEO	20														
Direct & other traffic	520														
Social media	320														
Etsy Ads	550														

3. Evento de Fin de Curso

Se realizará un evento virtual, para compartir los resultados del curso donde se realizó una Defensa de Trabajo Final Integrador. Los alumnos presentarán sus trabajos finales y expondrán sus proyectos de análisis. Al finalizar se realizará una devolución del Programa y conclusiones.

La planificación del mismo está pactada para el día 27 de Noviembre 2021 en el horario de las 10:00 hs Buenos Aires, junto con el Director del Programa, el Presidente del eCommerce Institute, las autoridades de la Provincia de Santa Fe y los alumnos/as del Programa.

Consigna Trabajo Final Integrador

Presentando cada alumno su trabajo Final Integrador cuya **consigna** es la siguiente:

- Armado del Roadmap a 24 meses de un canal online definiendo las acciones a llevar adelante (RoadMap Omnichannel), los procesos que va a soportar el canal online (Proceso integral del Canal Omnichannel) y el equipo en sus distintas fases que lo llevaran a cabo (Equipo Canal Online) con foco en exportación de productos
- Definir el volumen de ventas esperado a los 24 meses luego de implementado en forma exitosa el Roadmap indicando cantidad de pedidos y ticket promedio de los mismos en dólares americanos
- Reflejar el impacto de las distintas iniciativas o de los hitos implementados (apertura marketplace, nuevos métodos de envío, aumento de pauta, primeros eventos masivos, etc)



PROGRAMA INTENSIVO DE eCOMMERCE CROSSBORDER – 2021

1. CASO A DESARROLLAR	2
1.1 CONSULTORA ACROSS	2
1.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	5
1.3 COMPETENCIA DIRECTA	6
1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	6
1.5 ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL	7
2. ALCANCE DEL PROYECTO	10
2.1 SELECCIÓN DE MERCADOS DE DESTINO	10
2.2 DEFINICIÓN DE SERVICIOS: SERVICIOS EMPRESARIALES, PROFESIONALES Y TÉCNICOS	11
2.3 DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS DESDE ARGENTINA	13
3. DISEÑO DEL SITIO. (MOCKUP)	14
3.1 DISEÑO DE SITIO WEB	14
3.2 HERRAMIENTAS SEO	16
4. PLATAFORMA/TECNOLÓGICA	19
4.1 ANÁLISIS DE POSIBLES TECNOLOGÍAS	19
4.2 FUNNEL DE ADQUISICIÓN	20
4.3 GOALS & PRINCIPALES KPI'S	21
5. ESTRATEGIA OPERATIVA Y LOGÍSTICA	22
5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO OPERATIVO DE VENTAS DE LA CONSULTORA	22
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO LOGÍSTICO DE VENTAS DE LA CONSULTORA	24
6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN / MARKETING	25
6.1 MARKETING DIGITAL	25

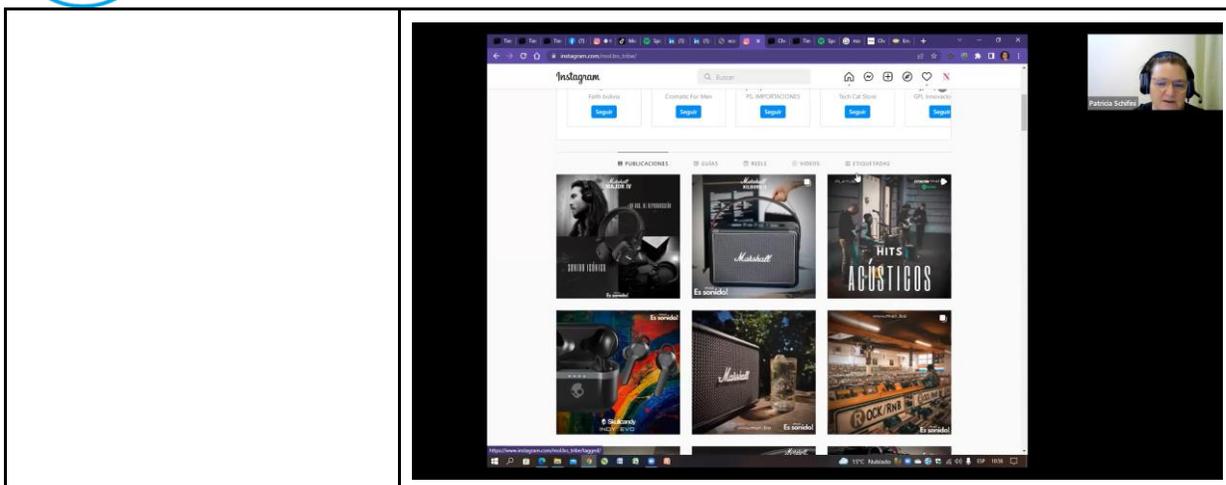
Informe Final

2. Mentorías Senior Metodología de "Coaching" colaborativo con orientación en Servicios y Productos - Informe Final

Acta Comunidad de prácticas colaborativa y proactiva	
Tema general de la clase	<p>Eduardo es un ex alumno quien desarrolló su trabajo final integrador en el espacio para dar tips prácticos a los alumnos presentes: www.mol.bo</p> <p>Se hizo referencia a la arquitectura y plataforma de su proyecto. A las estrategias implementadas en el área de Marketing y cómo optimizar el SEO de la empresa.</p> <p>La logística y cómo hacer llegar los productos de su empresa.</p>



Fecha	30 de Abril 2022
Hora	10:00 a 12:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Invitada	Eduardo Vidaurre Mercado
Capturas de pantalla	<p>The top screenshot is a presentation slide from Commerce Institute. It features the text 'CASA DE NEGOCIO' and 'www.mol.bo'. Below this, it says 'NUESTRA TRIBU TIENE UN ESTILO DE VIDA CON EL SONIDO Y LA MÚSICA:' followed by a collage of images and the slogan 'mol Es sonido!'. A small video feed of Eduardo Vidaurre Mercado is visible in the top right corner. The bottom right of the slide has the hashtag '#YO ME PROFESIONALIZO ENCASA'.</p> <p>The bottom screenshot shows a website interface for 'mol Es sonido!'. It includes a navigation menu with 'Inicio', 'Historia', 'Productos', 'Marshall', and 'Distribución'. The main content area has the slogan 'mol Es sonido!' and a sign-up form that says 'Dejanos tu correo' and 'Recibe información exclusiva sobre nuestros productos y eventos.' with an email input field and a 'Enviar' button. A small video feed of Patricia Solari is visible in the top right corner.</p>



Acta Comunidad de prácticas colaborativa y proactiva

Tema general de la clase	<p>Sebastián Hacher es un ex alumno, quien vino a desarrollar cómo generar el storytelling y poder vender nuestros servicios/productos.</p> <p>Inició la presentación con la necesidad de explicar cómo debe contarse una buena historia y desarrollarse.</p> <p>Como es necesario aprender de nuestros propios consumos, siendo nosotros mismos usuarios de otras empresas.</p> <p>Hasta dónde expandirnos y aplicar el storytelling y nos otorgó ciertos tips y herramientas para aplicar</p>
Fecha	14 de Mayo 2022
Hora	10:00 a 12:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Invitada	Sebastián Hacher



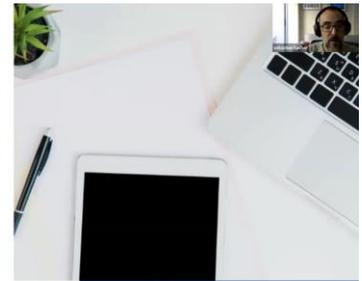
Capturas de pantalla

TEMARIO

- 01 **Tema 1:**
El poder de una buena historia. 🇪🇸
- 02 **Tema 2:**
Aprender de nuestros propios consumos.
- 03 **Tema 3:**
Hasta donde expandir el lenguaje.
- 04 **Tema 4:**
Tips vs. herramientas.

Un televidente de hace treinta años, acostumbrado a narraciones lineales y secuenciales como Chips, Las calles de San Francisco o los dibujos animados de Hanna y Barbera, no entendería nada de series como Lost o 24:"

Colectivo Wu Ming - 2006



Acta Comunidad de prácticas colaborativa y proactiva



Tema general de la clase	<p>Mejores prácticas para llevar adelante tu proyecto de eCommerce junto a una Implementadora.</p> <p>Martin nos contó cómo dar un panorama general del proceso de trabajo e interacción entre cliente e implementadora.</p> <p>Cómo brindar entendimiento de las responsabilidades y tareas de ambas partes.</p> <p>Cómo comentar sobre los errores recurrentes a la hora de plantear necesidades de negocio.</p> <p>A brindar herramientas para mejorar la comunicación e interacción entre cliente e implementadora.</p> <p>Cómo ayuda a acelerar el proceso de toma de requerimientos; así como mejorar la calidad, precisión y completitud de los mismos.</p> <p>Cómo concientizar en la necesidad de saber explicar requerimientos desde las distintas áreas de la empresa: producto, marketing, logística, operaciones, finanzas e imagen de la marca.</p> <p>Y cómo tender un canal de amalgamiento entre el cliente y el implementador.</p>
Fecha	28 de Mayo 2022
Hora	10:00 a 12:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Invitada	Martin Perrota

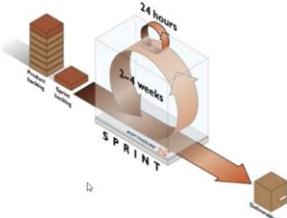
Capturas de pantalla

Metodología Ágil

[US-34] Formulario de contacto
 "Como usuario del sitio quisiera dejar una consulta en el formulario de Contacto para clarificar una duda o plantear un comentario"

CDA

- 1- El usuario, esté o no logueado, puede acceder a la página de Formulario de Contacto.
- 2- Se accede desde el link en el header y footer.
- 3- El usuario ingresa la información requerida al formulario: Nombre, Apellido, Teléfono, Mail, Consulta.
- 4- La información es enviada por mail al administrador del store
- 5- Se le informa con un mensaje al usuario que su consulta se responderá a la brevedad





Commercence Institute ecapacitacion.org





Probar en UAT y reportar defectos

- La etapa de "pruebas de aceptación de usuario" son críticas para el buen puerto de un proyecto.
- Se debe planificar con la participación de todas las áreas de la empresa que tengan incumbencia en los procesos de eCommerce.
- Lo principal es realizar lo que se llama como E2E (end to end) que es una prueba completa de todo el funnel de conversión en lo que respecta al "happy path" (situación o caso de usuario ideal) y situaciones alternativas o de errores.
- También se deben probar las situaciones de borde, estrés de datos, operativos y concurrencias. Otro punto extremadamente importante es no solo probar el FE del store en sí, sino todas las integraciones y procesos que corren por detrás.



Commercence Institute ecapacitacion.org

Acta Comunidad de prácticas colaborativa y proactiva



Tema general de la clase	Ianina, ex alumna del eCommerce Institute presenta el Marketplace Mercado Libre para poder optimizar las ventas y generar mayor afluencia de leads. Hizo una explicación de cómo funciona la plataforma y cómo vender al mundo.
Fecha	11 de Junio 2022
Hora	10:00 a 12:00 hs Buenos Aires (GMT -03:00 hs)
Invitada	Ianina Winter
Capturas de pantalla	



- *“Me interesa poder desarrollar un canal digital que acerque la demanda extranjera a nuestra empresa, para luego poder exportar nuestros productos (envases flexibles para alimentos).”*
- *“Poder sumar capacitaciones que me ayuden en este momento o en un futuro a seguir creciendo y exprimir al máximo posible las ventas internacionales (ya estoy realizando algunas ventas)”.*

ASISTENCIA:

FECHAS:

Se dictaron clases del 28 de Junio, al 04 de Octubre:

- Hubo a lo largo de la capacitación **113 conectados**.
- El promedio de asistencia de la capacitación fue del **63%**

El promedio de asistencia por etapas fue:

ASISTENCIA A LO LARGO DEL PROGRAMA	Módulos Centrales Comunes y Módulos específicos	Programa de Aceleración y Mentoría
Menos del 25% de asistencia:	27%	90%
Entre el 26% al 50% de asistencia:	22%	18%
Entre el 51% al 70% de asistencia:	17%	12%
Entre el 71% al 100% de asistencia:	62%	7%

Hubo un decrecimiento de asistencia a lo largo del Programa. Teniendo en cuenta que el Programa de Aceleración y Mentoría, se podía realizar por enfoques (productos o servicios), los porcentajes demuestran que la asistencia se dividió en las distintas mentorías de acuerdo a las temáticas.

Hubo encuentros de Mentorías especializadas en venta Crossborder de productos y servicios, y mentorías donde se avanzaba con el Trabajo Final Integrador que debían presentar para poder aprobar y finalizar la Capacitación. Debieron desarrollar un roadmap de un proyecto/emprendimiento/empresa a 24 meses, de la estrategia end to end de un eCommerce Transfronterizo.

En los contactos realizados a los alumnos a lo largo de la capacitación, luego del primer contacto, se recibieron los siguientes comentarios:

- “En general todo me ha parecido muy interesante. Aunque la mayoría de las clases no se refieren a mi emprendimiento, me resultaron interesantes.”
- “Vengo al día con las clases no obstante he podido asistir presencialmente a 50% de ellas, el resto lo miré post-evento. “
- Voy a aprovechar la oportunidad. Estoy asistiendo a las clases, no me perdí ninguna, de modo que las asisto en vivo e intervengo cada vez que puedo. ¿Qué me parecen las clases? Bueno, yo soy docente y podría dar una opinión precisa. Los contenidos son muy buenos, los especialistas dominan con rigor los temas, pero lo que sucede es que somos muchas personas, con rubros muy disimiles y los temas se vuelven muy generales.”
- “Vengo muy bien con el curso. A las clases las hago presenciales ya que me pude acomodar los horarios. Trato de leer el contenido pero vengo un poco atrasado con eso.
- No tenía conocimientos previos en este tema y mis servicios solo los vendía a nivel provincial. Espero pronto poder expandirme a toda sudamérica con toda la información que nos brindan.
Muchas gracias por preocuparse.”
“Hola !!! Vengo re bien ...asisto en vivo a las clases , sólo falte dos veces por problemas de salud de mi papa, aun sigo sin recuperar esas dos clases grabadas,espero ponerme al día el finde próximo.
En cuanto al curso me parece genial, muy bueno , me sirve un montóny eStoy tratando de aplicar algunas cosas.”
- “Te cuento que si, me estoy conectando sin problemas, las clases son mas que interesantes, estoy encantada con el grupo, los profesores, es increíble como me motiva. Estoy armando el CANVAS, y la verdad que muy entusiasmada con todo lo que voy aprendiendo.”
- “A las clases me conecto en vivo, porque el horario de dictado está bien. El soporte que tienen ellos en NOTION es muy bueno, y tienen una persona (que no es el capacitador) que se conecta a todas las clases y está muy activa en el grupo de WhatsApp dando soporte persona a cualquier duda que los asistentes tengan.”
- “Respecto de los contenidos, están bien. No es un curso típico donde se transfiere contenido teórico, es más un bagaje de contenido empírico LOCAL, suministrado de primera mano por quienes acumularon experiencias. Ventajas: Es dato duro, útil, en lenguaje accesible, potable (porque se da en el mismo contexto en el que nos movemos todos), etc. Desventajas: Se extraña el hilo conductor de un curso diseñado a partir de conceptos ordenados... Es un curso que demanda mucha atención, pero que aparecen “perlas” que sirven muchísimo. En resumen, es super interesante, pero la carga que recae sobre los hombros de los que asistimos es MUCHO MAYOR que en un curso “habitual”.”
- “Primero te quería expresar que estoy maravillada con el programa, me parece un nivel excelente y los contenidos son increíbles. Sorprendida favorablemente por el alto nivel del Curso.
- La verdad que me anoté con cero expectativas y sinceramente estoy muy a gusto con las clases y las temáticas. El ecommerce es algo que no conocía mucho y que quería aprender para poder hablar el mismo idioma con los demás.”
- “La verdad que la capacitación es de mucha utilidad. Nos da las pautas a seguir para poder exportar y como comenzar a desandar este nuevo camino de ventas al exterior.”

Se puede observar la intención de los participantes, pero también se reciben varias respuestas del tiempo necesario, de recuperar las clases fuera de los tiempos de conexión. La disparidad de necesidades de cada emprendedor, y la cantidad de material otorgado. El curso requirió de dos días de cursada en vivo, en horario vespertino, y mucho material On

Demand para que el participante pueda sumar información fuera de las clases teórico/prácticas.

Una vez pasado el primer contacto, se les impulsó a los alumnos a seleccionar su proyecto de trabajo Final para poder presentar una vez finalizada la segunda etapa de mentoría.

En su mayoría se enfocaron en sus proyectos de servicios. Una de las principales ventajas del Programa en la medida que fueron avanzando fueron los contenidos de servicios aplicados a Crossborder. Aun así la respuesta de los alumnos comenzó a decaer, por “temas de tiempo y cuestiones personales”.

Una vez finalizados los Módulos y con el Trabajo Final Integrador continuaron varios alumnos, desarrollando su trabajo final.

TRABAJO FINAL INTEGRADOR:

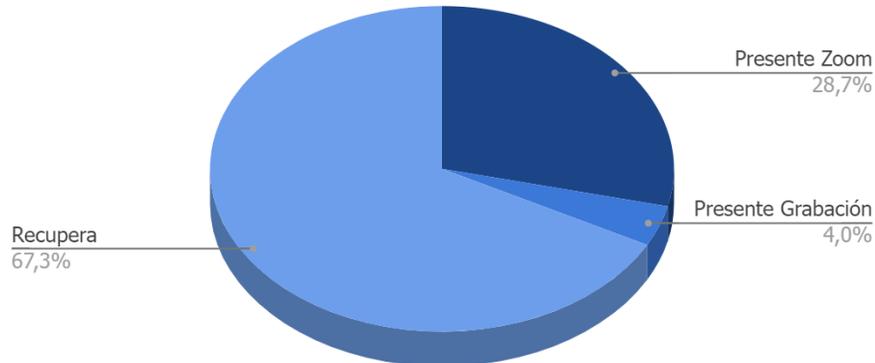
Los números de los proyectos realizados y , asistencia a lo largo del Programa y presentismo aprobado fueron los siguientes:

REFERENCIAS	Porcentaje
No llega al 75% de asistencia y debe el Trabajo Final:	59%
No llega al 75% de asistencia y presentó el Trabajo Final:	6%
Completó el presentismo, adeuda el Trabajo Final Integrador:	38%
Completó el presentismo y presentó el Trabajo Final Integrador pero no lo defendió:	5%
Egresado:	21%

El Programa a pesar de haberse dictado en los momentos determinados en el cronograma, da la posibilidad que los alumnos puedan presentarse más adelante con sus trabajos finales integradores y recuperar las clases con las grabaciones de las mismas.



Asistencias generales



BAJAS:

Hubo a lo largo de la capacitación **53 bajas**.

- 22% solo realizaron la introducción del Programa
 - 2% de los cuales no estaban de acuerdo con el pago de la matrícula.
 - 6% declararon que no tenían tiempo para embarcarse en la capacitación a pesar de haberse inscripto
 - 3% por motivos personales
 - El restante no contestó a los mails de contacto.

Como conclusión, el Programa tuvo un medio porcentaje de egresados. Se realizó el acompañamiento exhaustivo para que puedan continuar con la capacitación y avanzar con sus proyectos. A pesar de la intensidad del Programa, muchos de ellos lograron finalizar el mismo, presentando trabajos excepcionales donde ya se encontraban aplicando en la práctica lo aprendido en la teoría.

HERRAMIENTAS:

A lo largo del Programa de Aceleración y mentoría, se dieron herramientas puntuales para desarrollar los casos de los alumnos, implementar los proyectos y generar sus trabajos finales integradores (que luego pusieron en práctica).

Como recomendación, se les dió a los participantes la posibilidad de tener un ida y vuelta con el coach, teniendo una consultoría de cada proyecto.

Algunas de las herramientas y análisis que se realizaron enfocaron en las siguientes temáticas:

- Ingreso de divisas - Exporta Simple
- Servicio profesional de diseño y desarrollo de proyectos sociales
- Cobros de exportación de mercadería servicios
- Plataformas para trabajo freelance
- Consultoría de comercio internacional
- ¿Cómo encontrar clientes y generar contactos a fin de exportar servicios?
- Herramientas de búsqueda de información para explorar mercados internacionales en la exportación de servicios
- Cobrar servicios de Argentina a clientes del exterior
- DHL / FedEx para exportación directa
- Recomendaciones sobre el comercio exterior de bienes
- Exportación de servicios contables
- Liquidación de divisas
- Tipos de fraude
- Costo real del fraude
- Herramientas para prevenir el fraude
- Medios de pago online
- Mejores prácticas para llevar adelante tu proyecto de eCommerce junto a una Implementadora.
- Marketplace Mercado Libre para poder optimizar las ventas y generar mayor afluencia de leads.

Al incorporar estas temáticas, los alumnos pueden desarrollar en el espacio de comunidad de prácticas, sus emprendimientos y proyectos.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Se desarrolló entre Junio 2021 y junio 2022, la capacitación sobre comercio electrónico transfronterizo para la Provincia de Santa Fe.



Dejaremos a continuación el estado de situación actual de los emprendimientos, proyectos y empresas, con el desarrollo de la capacitación de la Provincia, siendo las siguientes las principales conclusiones:

- Uno de los principales objetivos a cumplir por los participantes es ampliar sus mercados hacia otras provincias y países haciendo comercio transfronterizo.
- Se abrieron nuevas posibilidades luego del 2021 con nuevos compradores online, haciendo la prioridad tener que desarrollar sus proyectos y comercios digitales.
- Las empresas y emprendimientos han obtenido con tiempo ganancias significativas obtenidas del comercio electrónico.
- Para abrir nuevos mercados, y diversificar su público de venta, es necesario realizar una inversión en el negocio digital
- Desde la Provincia de Santa Fe y el eCommerce Institute se ha intentado capacitar desde la teoría para llevar a la práctica, la transformación de los emprendedores hacia la nueva economía digital, para poder desarrollar el comercio tanto de la provincia como el país.
- El comercio electrónico cuenta con el potencial suficiente para poder generar la innovación en la industria, la eliminación de las barreras transnacionales, y el crecimiento económico necesario para los emprendedores y las empresas.
- Se busca a través de la creación de los proyectos finales fortalecer el ecosistema del comercio electrónico y desarrollar capacidades para leer el comercio electrónico y poder incidir en las nuevas convergencias.
- El 2,7% de los emprendedores comenzaron a exportar a través de canales digitales una vez planteado el programa de aceleración, haciendo que se continúen desarrollando las empresas y generen nuevos mercados de comercio.



- Para poder emplear sus proyectos, debieron reformular y automatizar ciertos procesos de eCommerce, para poder tener una mayor expectativas de venta
- Durante la capacitación los participantes realizaron un análisis de sus mercados y Redes sociales como plataformas de desarrollo, visibilidad de marca y proceso de comercialización. Al tener planteado su objetivo, pudieron enfocar sus esfuerzos e implementaciones para el desarrollo de su canal digital
- Uno de los conocimientos necesarios para poder emplear sus proyectos finales y lograr sus objetivos, el conocimiento de las distintas plataformas de uso, pasarelas de pago y logística. Tanto en la teoría como en la práctica.
- Se destacó de la capacitación, el poder escuchar de distintos profesionales de la industria sus experiencias y análisis de casos.
- También el análisis de las distintas plataformas, y la facilidad de Incursionar en plataformas de Marketplace, sin necesidad de desarrollar todo el eCommerce.
- Tener conocimiento para poder generar exportación en ecommerce, derribando mitos

4. Recomendaciones - Informe Final

Nuestras recomendaciones para poder continuar desarrollando los profesionales de la industria y profesionalizar el ecosistema son los siguientes:

- Para próximas ediciones encontramos necesario determinar desde un principio los requisitos de aprobación, administrativos y finalización del Programa.
- Realizar un Trabajo Final de la extensión solicitada es de gran importancia pero entendemos el contexto en el cual se requería cierto embarque.



- Será necesario el consentimiento crítico del participante para llegar al final, conociendo los criterios del programa, dedicación horaria y entregables para su mejor aprovechamiento.
- Nuevamente se entiende que la suma de las circunstancias (trabajo, vida personal, capacitación) puede pesar en el participante para continuar con la misma, por lo tanto continuamos acompañándolos en los espacios de mentoría donde los alumnos pueden retomar los conceptos y retomar su trabajo final integrador si así lo desean. Consideramos que la generación de un espacio de “comunidad de prácticas” fomenta el espíritu colaborativo y motiva al participante a partir del compartir casos y problemáticas con soluciones y fomenta la colaboración y el trabajo en red.
- Será necesario, y como aprendizaje de la Capacitación, la división de productos y servicios, y la oferta más acotada de capacitación con trabajos prácticos integrados que faciliten el trabajo integrador final.
- La extensión del Programa será otro de los ítems a tener en cuenta.
- El eCommerce se encuentra en constante cambio, por lo que recomendamos otorgar a los alumnos/emprendedores/participantes de la industria una constante capacitación al respecto.
- Crossborder puede ser un ítem muy complejo, en futuras ocasiones se buscará conseguir ciertos beneficios de soporte de ciertas empresas, para que puedan embarcarse en marketplaces o sostener espacios que implican una inversión para el emprendimiento.
- Con el crecimiento de la industria, las capacitaciones en comercio electrónico se encuentran en boga, para poder desarrollar la industria y generar capacidades en los profesionales que se encuentran inmersos en la misma. Se buscará continuar desarrollando la industria y el ecosistema con la presentación de casos de los profesionales docentes.



- En el 2021, las órdenes de compra del Comercio Electrónico crecieron un 47% respecto al 2020, incrementando los nuevos compradores online y abriendo el mercado. Las distintas industrias se encuentran en constante crecimiento por lo que las empresas, y emprendedores deberán capacitarse constantemente para enfrentarse a los nuevos desafíos.
- En 2021, más de un tercio de las empresas tuvieron que abrir o disponibilizar un depósito exclusivo para el canal digital, demostrando el crecimiento del ecosistema digital, evidenciando la necesidad de desarrollo de los proyectos.
- Más del 60% de las empresas debieron incorporar personal en el área de eCommerce de su compañía. Los participantes demostraron una necesidad de contar con ayuda para desarrollar su ecommerce, tanto de recursos humanos como financieros. Encontramos como espacio para desarrollar el apoyo de la Provincia como del eCommerce Institute y la industria éste item.

4. Propuestas Futuras

Nuestras recomendaciones para programas consiguientes y habiendo tenido experiencias puntuales de esta capacitación son las siguientes.

Para próximas ediciones encontramos necesario determinar y ser más rigurosos en la comunicación con los requisitos de aprobación (asistencia del 75% y presentación del Trabajo Final Integrador) y administrativos (en el caso que se cobre la incorporación del alumno).

Realizar un Trabajo Final de la extensión solicitada es de gran importancia pero entendemos el contexto en el cual se requería cierto embarque. Por lo tanto proponemos un Trabajo Final más acotado, con menor extensión y mayor practicidad.

Que el alumno entienda y dé su consentimiento dando a entender los criterios del programa, dedicación horaria y entregables, para su mejor aprovechamiento y tener una menor deserción.

Nuevamente se entiende que la suma de las circunstancias (trabajo, vida personal, capacitación) puede pesar en el participante para desarrollar la capacitación la capacitación, por lo tanto se debería acotar el Programa a menos tiempo para la correcta incorporación de los contenidos.

Será necesario, y como aprendizaje de la Capacitación, la división de productos y servicios. Crossborder puede ser un ítem muy complejo, en futuras ocasiones se buscará conseguir ciertos beneficios de soporte de ciertas empresas, para que puedan embarcarse en marketplaces o sostener espacios que implican una inversión para el emprendimiento. Creemos necesario la aplicación práctica y actualización teórica constante de éstas herramientas, dado el constante cambio del ecosistema del comercio electrónico. Por último los participantes demostraron una necesidad de contar con ayuda para desarrollar su ecommerce, tanto de recursos humanos como financieros. Encontramos como espacio para desarrollar el apoyo de la Provincia como del eCommerce Institute y la industria éste ítem.

5. ANEXO

A continuación se encontrará un archivo con todas las presentaciones utilizadas a lo largo de las clases teóricas (eleader Teaching Class) de los Módulo Central Común y Módulos Específicos de Crossborder Transfronterizo.

<https://drive.google.com/drive/folders/1XnflAsd6eC5750uFRXxlcG5BUM-0KXVo?usp=sharing>

Las clases de Coaching Colaborativo y de Comunidad de Práctica son un espacio de reflexión, intercambio y networking colaborativo entre alumnos y profesionales, docentes de la industria, por lo tanto no presentan material.