Cronograma de Actividades

Modalidad: 100% presencial.

Duración total: 45 horas lectivas.

Lugar: Instituto Profesional AIEP, sede La Serena.
Dirección: Huanhuali 105, La Serena.

MÓDULO 1:
Panorama regional: Oportunidades y desafíos en TICs e industrias creativas en Coquimbo.

Clase 1
Ecosistema creativo y digital de Coquimbo.

Objetivo: Contextualizar el ecosistema emprendedor regional, identificando actores clave, brechas y oportunidades de desarrollo.

Contenidos:

- Caracterización de las Industrias Creativas y digitales a nivel nacional y regional: sectores, tendencias, desafíos y potencial de mercado.
- Rol de las TICs en la transformación de las industrias creativas: digitalización, acceso a nuevos mercados y generación de valor.
- Mapeo del ecosistema regional considerando incubadoras, centros tecnológicos, universidades, espacios culturales y comunidades creativas.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 24 abril 2026

Clase 2
Buenas prácticas y casos inspiradores regional en industria creativa.

Objetivo: Reconocer experiencias locales exitosas y mecanismos de apoyo a emprendedores creativos mediante observación directa.

Contenidos:

- Identificación de brechas digitales, productivas y de gestión en emprendimientos creativos regionales.
- Análisis de casos y experiencias locales con identidad territorial.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 8 mayo 2026

MÓDULO 2:
Diseño de ideas innovadoras con identidad cultural y territorial.

Clase 3
Modelos de negocio para emprendimientos creativos.

Objetivo: Comprender los componentes de un modelo de negocio y su relevancia para la sostenibilidad de proyectos creativos, incorporando la identidad cultural y el enfoque territorial en su diseño.

Contenidos:

- Introducción a los modelos de negocio creativos.
- Estructura y lógica de los modelos de negocio.
- Business Model Canvas.
- Propuesta de valor con identidad cultural.
- Segmentación de usuarios y nichos creativos.
- Casos y ejemplos.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 15 mayo 2026

Clase 4
Diseño de propuesta de valor y aplicación de Design Thinking.

Objetivo: Utilizar el Design Thinking como metodología para profundizar y refinar la propuesta de valor del emprendimiento creativo, poniendo al usuario en el centro del proceso de diseño.

Contenidos:

- Introducción al Design Thinking aplicado.
- Empatía y definición del problema.
- Ideación y ajuste de la propuesta.
- Diseño de la propuesta de valor.
- Prototipado inicial.
- Testeo y validación temprana.
- Ejercicio práctico.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 20 mayo 2026

MÓDULO 3:
Herramientas digitales y branding con raíces culturales.

Clase 5
Introducción a herramientas digitales accesibles.

Objetivo: Capacitar en el uso de herramientas digitales básicas para difundir y comercializar proyectos culturales y creativos.

Contenidos:

- Transformación digital en emprendimientos creativos: rol de lo digital en proyectos culturales y territoriales. Oportunidades y desafíos en contextos locales.
- Herramientas digitales no-code y low-code: Qué son y para qué sirven, ejemplos de herramientas accesibles para diseño básico, gestión de contenidos, organización y difusión.
- Gestión estratégica de redes sociales: selección de redes según tipo de proyecto y audiencia, uso de redes sociales con foco en audiencias locales, buenas prácticas de publicación y frecuencia.
- Producción de contenidos digitales a bajo costo: contenidos gráficos, audiovisuales y textuales, uso del celular como herramienta principal, herramientas gratuitas para edición básica.
- Optimización de contenidos para redes sociales: formatos efectivos, uso de texto, imagen y video, coherencia visual y narrativa.
- Ejercicio práctico: creación de una pieza de contenido digital, definición de un calendario básico de publicaciones.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 29 mayo 2026

Clase 6
E-commerce y estrategias digitales para productos locales.

Objetivo: Diseñar estrategias de venta y visibilidad en línea adaptadas a contextos de baja conectividad.

Contenidos:

- Canales de venta locales y digitales: venta directa, redes sociales y ferias, integración de canales físicos y digitales. Estrategias híbridas de comercialización.
- Estrategias digitales en contextos de baja conectividad: Uso eficiente de datos y recursos. Contenidos livianos y formatos adaptados. Mensaje clave y menseaje como canal de venta.
- Visibilidad y promoción digital: Difusión orgánica. Uso básico de anuncios digitales (opcional). Promociones y llamados a la acción.
- Ejercicio práctico: Definición del canal de venta digital del proyecto.
- Diseño de una estrategia básica de comercialización.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 5 junio 2026

Clase 7
Branding cultural y storytelling visual.

Objetivo: Decantar una narrativa visual coherente con la identidad territorial del emprendimiento.

Contenidos:

- Introducción al branding cultural: Qué es una marca cultural, diferencias entre branding comercial y cultural, la identidad territorial como eje de marca.
- Construcción de identidad de marca: Valores, propósito y relato de marca, Símbolos, referencias culturales y coherencia visual. Uso consciente de elementos gráficos.
- Identidad visual digital: Colores, tipografías e imágenes. Adaptación de elementos y plantillas para digitales. Adaptación de la identidad a distintos formatos.
- Storytelling identitario: Qué es storytelling y por qué importa en proyectos culturales. Relatos basados en territorio, memoria y cultura. Storytelling aplicado a marcas creativas.
- Storytelling visual: Uso de imágenes y videos para contar historias. Narrativas visuales simples y efectivas. Coherencia entre relato y estética.
- Ejercicio práctico: Definición del relato de marca del proyecto. Construcción de una pieza visual coherente con la identidad.

Fecha: 12 junio 2026

17:00 a 20:00 hrs.

MÓDULO 4:
Validación de ideas en comunidades y mercados locales.

Clase 8
Validación temprana de ideas con comunidades.

Objetivo: Evaluar hipótesis de problema, solución y valor de emprendimientos creativos a través de procesos de validación temprana y co-creación con comunidades y actores locales.

Contenidos:

- Introducción a la validación temprana: Qué es validar y por qué es clave en emprendimientos creativos. Diferencias entre validar, testear y evaluar. Enfoque territorial y cultural en la validación.
- Definición de hipótesis: Hipótesis de problema, Hipótesis de solución, Hipótesis de valor, Supuestos críticos del proyecto creativo.
- Comunidades y mercados locales: Identificación de comunidades, usuarios y actores locales, Relación entre emprendimiento creativo y comunidad, Ética y respeto cultural en procesos de validación.
- Co-creación y validación colaborativa: Qué es co-crear con comunidades, Herramientas participativas para la validación, Talleres, conversaciones y pruebas en terreno.
- Obtención y análisis de retroalimentación: Métodos cualitativos simples (entrevistas, observación, feedback directo), Registro y sistematización de aprendizajes, Ajustes a la idea a partir de la retroalimentación.
- Ejercicio práctico: Definición de una estrategia de validación comunitaria. Diseño de preguntas clave para validar la idea básica de publicaciones.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 19 junio 2026

Clase 9
Prototipado y storytelling aplicado.

Objetivo: Diseñar prototipos comunicativos que reflejen la identidad cultural local y refuercen el storytelling del proyecto como herramienta de validación temprana.

Contenidos:

- Introducción al prototipado en emprendimientos creativos: Qué es un prototipo y para qué sirve, Tipos de prototipos: producto, servicio, experiencia y comunicación.
- Prototipado de productos, servicios y experiencias: Prototipos físicos y digitales, Prototipos de experiencia y relato, Prototipado de bajo costo y rápida ejecución.
- Storytelling como herramienta de validación: Relato del problema y la solución, Conexión emocional con el usuario, entre identidad cultural, propuesta y comunicación, Storytelling aplicado a productos y servicios creativos.
- Diseño de prototipos comunicativos: Piezas visuales, relatos, mockups y presentaciones, Alineación del prototipo con el relato identitario, Claridad y coherencia del mensaje.
- Pitch creativo: Qué es un pitch creativo, Estructura básica del pitch, Pitch como herramienta de validación temprana.
- Ejercicio práctico: Diseño de un prototipo comunicativo del proyecto, Preparación y presentación de un pitch creativo, Retroalimentación grupal.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 26 junio 2026

MÓDULO 5:
Validación de ideas en comunidades y mercados locales.

Clase 10
Fortalecimiento modelos de negocio y sostenibilidad territorial.

Objetivo: Construir modelos de negocio adaptados al contexto local con enfoque de sostenibilidad.

Contenidos:

- Economía creativa y desarrollo territorial: qué es la economía creativa y su impacto, rol de los emprendimientos creativos en la diversificación y dinamización de economías regionales, generación de valor económico o social y cultural desde el territorio, casos de éxito.
- Modelos de negocio en industrias creativas: diferencias entre modelos tradicionales y modelos creativos híbridos, fuentes de ingreso en proyectos creativos.
- Business Model Canvas con enfoque territorial: propuesta de valor cultural, segmento de público, canales de distribución local y digital, relación con comunidades, fuentes de ingreso sostenibles, etc.
- Incorporación de sostenibilidad en el modelo de negocio.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 3 julio 2026

Clase 11
Diseño de MVP y obtención de feedback.

Objetivo: Diseñar prototipos comunicativos que reflejen la identidad cultural local y refuercen el storytelling del proyecto como herramienta de validación temprana.

Contenidos:

- Introducción al enfoque Lean en emprendimientos creativos.
- Qué es un MVP.
- Tipos de MVP aplicables a proyectos creativos.
- Diseño del MVP del proyecto.
- Vinculación del modelo de negocio con comunidades y territorio.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 10 julio 2026

MÓDULO 6:
Formalización, financiamiento y redes territoriales.

Clase 12
Ruta de formalización para emprendedores creativos.

Objetivo: Identificar los pasos y requisitos para formalizar un emprendimiento creativo en la región.

Contenidos:

- Alternativas de formalización para emprendimientos creativos.
- Trámites básicos ante el SII.
- Propiedad intelectual: derechos de autor y marcas.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 15 julio 2026

Clase 13
Fuentes de financiamiento y redes regionales.

Objetivo: Conocer instrumentos de apoyo financiero y redes colaborativas del ecosistema regional.

Contenidos:

- Modelos asociativos y colaborativos locales.
- Instrumentos de apoyo: Corfo, Sercotec, ProChile, fondos culturales, entre otros.
- Estrategias de networking y vinculación territorial.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 24 julio 2026

MÓDULO 7:
Desarrollo y Presentación de Pitch de Marca Personal y Emprendimiento (Demoday).

Clase 14
Estructura y narrativa del pitch.

Objetivo: Identificar los pasos y requisitos para formalizar un emprendimiento creativo en la región.

Contenidos:

- Rol del pitch en emprendimientos creativos.
- Componentes clave de un pitch efectivo.
- Estructura narrativa y storytelling aplicado.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 31 julio 2026

Clase 15
Demoday y evaluación final de proyectos.

Objetivo: Presentar proyectos ante un panel de expertos, aplicando habilidades comunicacionales y estratégicas desarrolladas.

Contenidos:

- Diferenciación competitiva y propuesta de valor.
- Diseño de presentación visual de apoyo.
- Presentación ante un comité de expertos y retroalimentación estratégica.

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 7 agosto 2026

Ceremonia de certificación y término del programa

17:00 a 20:00 hrs.

Fecha: 14 agosto 2026

Coquimbo Crea Digital © Club de Innovación 2026. Todos los Derechos reservados.
El programa se reserva el derecho de modificar, actualizar o reprogramar contenidos, fechas, clases y actividades del cronograma con previo aviso a los estudiantes seleccionados.