

CEDEX

CENTRO DE DESARROLLO
PARA EMPRENDEDORES
Y EXPORTADORES

UP
Universidad
de Palermo

BOLETÍN DE NOTICIAS

ACTIVIDADES

INFORMACIÓN PARA PYMES

NOTICIAS

año 10 • edición nº 105 • 03 de enero • 2015

ACTIVIDADES



NUEVAS FECHAS DE INICIO



PROGRAMAS EJECUTIVOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Dirección de Empresas
Exportadoras

Inicio: 2015

Duración: 4 meses

Carga horaria: 40 horas

Logística
Comercial

Inicio: 2015

Duración: 6 encuentros

Carga horaria: 18 horas

Operatoria del
Comercio Exterior

Inicio: 2015

Duración: 6 encuentros

Carga horaria: 18 horas

TALLER DE ARMADO Y TUTELADO DE
PLANES DE NEGOCIOS

START-UPS, EMPRENDIMIENTOS EN MARCHA Y ARTÍSTICOS

Inicio: 2015

NUEVO
TALLER



CLAVES PARA
APRENDER A EMPRENDER

Inicio: 2015

Duración: 9 encuentros

Carga horaria: 17 horas

El taller se podrá cursar tanto de manera

presencial como **ONLINE**.

Duración: 4 encuentros

Carga horaria: 16 horas

Todos los Programas Ejecutivos y Talleres del CEDEX se dictan en la sede Barrio Norte ubicada en Larrea 1079, esquina Av. Santa Fe. Para informes sobre los requisitos y costos de inscripción comunicarse al (54 11) 5199-4500 int. 2341 o bien escribir a cedex@palermo.edu



INFORMACIÓN PARA PYMES



Mercado de Diseño

La Dirección General de Industrias Creativas convoca a empresas y diseñadores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que fabriquen y comercialicen indumentaria, calzado, lencería, corsetería, accesorios, joyería contemporánea y marroquinería con alto nivel de diseño a comercializar sus productos en el Mercado de Diseño de La Ciudad de Moda.

Organiza: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Fecha de inicio: 23 y 24 de febrero **Lugar:** Centro Metropolitano de Diseño

Dirección: Algarrobo 1041, Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- **Inscripciones hasta el 9 de febrero en forma presencial o ingresando al siguiente link** <http://www.buenosaires.gob.com.ar/economia-creativa/mercado-de-diseno>



Cursos y Talleres en el CMDLab

"Herramientas de financiamiento para emprendedores tecnológicos"

Este curso tiene como principal objetivo abordar las claves de análisis en la formulación de un proyecto, identificar los instrumentos de financiación más apropiados en función de la naturaleza del proyecto a formular y conocer los distintos instrumentos públicos y privados

de promoción de la ciencia, la tecnología y la innovación en Argentina (ej. MinCyT, Ministerio de Industria, inversores privados, etc.).

Organiza: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Fecha: 3 de marzo **Horario:** martes y jueves de 10 a 14hs. **Lugar:** Centro Metropolitano de Diseño **Dirección:** Algarrobo 1041, Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

• **Para más información e inscripciones, ingresar en:**
<http://www.buenosaires.gob.ar/centro-metropolitano-de-diseno/cursos-gratuitos>

• **O comunicarse vía email a:** cmdlab@buenosaires.gob.ar

Tel.: 4126-2950 interno 3173



Cursos de verano

"Logística sistémica y servicio al cliente"

El curso tiene como principal objetivo analizar el enfoque sistémico para comprender la relación que permite ver las partes en relación al todo, integrando los procesos y el rol de la logística dentro de las organizaciones.

Comprender la interrelación con otros departamentos (inventarios, registros control, almacenaje, etc.) e interpretar el servicio al cliente y los procesos como base del negocio. Está dirigido a individuos no profesionales o profesionales, técnicos, ingenieros, licenciados, gerentes, mandos medios, jefes, supervisores, actuales o futuros responsables de la logística y todas aquellas personas que estén relacionadas con el servicio al cliente.

Organiza: ARLOG – Asociación Argentina de Logística Empresarial

Fecha: 18, 19 y 20 de febrero. **Modalidad:** 3 clases – 10 hs. carga horaria.

• **Para mayor información** ingresar en <http://arlog.org/logistica-sistemica/>



NOTICIAS



5 tips de redes sociales para tu startup



21 de enero

Por

SoyEntrepreneur

SoyEntrepreneur.com

Si acabas de lanzar tu negocio o llevas poco tiempo con él, toma nota de estos consejos para crear una buena estrategia de marketing digital.

Los tiempos han cambiado. Para dar a conocer una compañía o posicionar una marca ya no se siguen los métodos tradicionales de mercadotecnia y promoción. Ya quedaron atrás los días del forzoso spot televisivo y el repetitivo y hasta cansado anuncio en la radio. Si bien los medios tradicionales siguen siendo participantes activos en cuanto al conocimiento y reconocimiento de la empresa, los jugadores estrella aquí y ahora son las redes sociales o social media. Ya te decidiste a incorporar estas herramientas a tu negocio, y ahora ¿qué sigue? ¿Por dónde empezar? A continuación, te compartimos cinco tips para sacarles jugo:

1. CONOCE LOS HÁBITOS DE TU PÚBLICO OBJETIVO

Conocer a nuestro público objetivo es crucial para llevar a cabo una campaña efectiva de marketing digital. Gracias a herramientas como Google Analytics o los Insights de Facebook, es posible monitorear a qué hora es más visitada nuestra página y qué contenido es más relevante, además de categorizar dicha información según la edad, el género y la localización geográfica de nuestro público. De esta manera, si mi público objetivo son hombres y mujeres del centro de México de 20 a 25 años y sé que se conectan a las 9:00 p.m., esta hora es excelente para publicar contenido ya que aumentarán las probabilidades de que llegue a sus pantallas.

2. PREGUNTA A TU PÚBLICO QUÉ ES LO QUE QUIERE

Hace años, recolectar la retroalimentación de miles de consumidores era un compromiso masivo que requería de una firma de investigación de mercado profesional y mucho presupuesto. Esto ya no es necesario. Los negocios pequeños ya pueden obtener resultados iguales o más valiosos por menos recursos. Las redes sociales son una vía para cuantificar lo que los clientes quieren. Preguntamos y solicitamos respuestas a través de canales sociales y estamos en nuestro derecho de lanzar encuestas a nuestros grupos de estudio. Es fácil, es poco costoso y hace posible para los

pequeños negocios levantar información que les ayude a potenciarse de una manera mucho más sencilla y a un nivel conversacional.

3. ENTIENDE QUÉ ES LO QUE TU PÚBLICO ESTÁ BUSCANDO

Google Traffic Estimator es una herramienta muy útil para concretar estos fines, puesto que se encarga de comunicarte qué contenido incorporar a la campaña. El grado de engagement disminuye si se crea contenido que nadie está buscando.

4. DISEÑA CONTENIDO QUE GENERE COMPROMISO

Ya sabes qué están buscando. "Al cliente, lo que pide". Trabaja sobre ello. Investiga, redacta y publica. Espera su reacción.

5. EVALÚA TU CONTENIDO

Tu estrategia de contenido para redes sociales se transformará continuamente por el constante cambio de intereses del consumidor. Lo que funcionó en el pasado puede no funcionar para ti en el presente y viceversa. Lo más recomendable es adoptar una actitud de prueba y error para ver qué contenido es el más efectivo. La mejor manera de utilizar las redes sociales para generar retroalimentación es evaluar tu contenido: qué gusta y se comparte más y qué no. Publica dos mensajes diferentes, ve cuál funciona mejor. Prueba y error. Sin miedo. Por su costo relativamente reducido, su alto impacto y su papel decisivo en el engagement del público, las redes sociales, en especial para las startups, son fundamentales para mantenerse presente y relevante en el mercado de hoy en día. ¿Qué estás esperando? Aplica estos tips a tus estrategias de social media y aprovecha todas las herramientas que la tecnología aporta al desarrollo de tu compañía.



CEDEX UP

BUENOS AIRES - ARGENTINA

Larrea 1079 esq. Av. Santa Fe | Tel.: +54 11 5252 0435 int.
2341 | cedex@palermo.edu | www.palermo.edu/cedex