



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA



UCEMA

## TALLER PARA LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO (MÉTODO PEMO)

Fecha **Jueves 25 de Agosto de 2016, 9:30 hs.**

Lugar **Sala Dardo Rocha – Edif. de Presidencia de la UNLP.** - Av. 7 N° 776 – La Plata

Modalidad **Taller Gratuito y cupos limitados**  
*(requiere inscripción previa)*

Dirigido a investigadores, personal de apoyo, vinculadores e interesados en generar nuevas competencias tecnológicas - especialmente a través de la herramienta PICT Start Up - que quieran focalizar y determinar su mercado objetivo

Inscripción Solicitar inscripción a [cytunlp@presi.unlp.edu.ar](mailto:cytunlp@presi.unlp.edu.ar)  
*(indicar en el asunto del mensaje "Taller PEMO")*

### PROGRAMA

09:30 – 09:45	Recepción / Acreditación
<b>09:45 – 10:30</b>	<b>Presentación de la herramienta Start Up a cargo de personal de FONCYT</b>
10:30 – 10:45	Receso – Café
<b>10:45 – 13:00</b>	<b>Primera sesión del taller: Conceptos básicos e introducción al Método PEMO</b>
13:00 – 14:00	Almuerzo
<b>14:00 – 17:00</b>	<b>Segunda sesión del taller: Método PEMO. Análisis y discusión de casos</b>

## TEMARIO:

El taller apunta a introducir y a desarrollar la metodología PEMO (Primer Estudio de Mercado Objetivo) diseñada para que los emprendimientos puedan focalizarse en una segmentación de clientes con una base objetiva y rigurosa. Esto facilitará la presentación del Estudio de Mercado requerido para aplicar a los financiamientos a la categoría PICT Start Up del FONCYT.

1. **De la Idea a una rentable realidad:** Detección de oportunidades. Curiosidad científica vs Oportunidad de negocio. Concepto de Propuesta de Valor.
2. Elaboración de Estudio de Mercado. Determinación de Mercado Objetivo. Técnicas de focalización y segmentación. Conceptos de Valor agregado y Permeabilidad.
3. Estudios de casos basados en proyectos reales de los participantes.

Permite desarrollar de manera conceptual y práctica la técnica, orientada a cada emprendimiento presentado y/o caso de estudio, con el que el desarrollador puede sentirse mucho más seguro del segmento de clientes que debe enfocar y el mensaje comercial que deberá transmitir.

- ¿Cuáles son los parámetros de valor agregado que le puedo proporcionar al cliente?
- ¿Qué tan permeable es el cliente a mi producto o servicio?
- ¿Cómo resuelvo problemas y necesidades de los clientes de manera que sea mucho más fácil vender?
- ¿Cómo determino una lista de 20 potenciales clientes que pueda enfocar en un plan de acción?
- ¿Cuál es el plan de acción que puedo seguir una vez focalizados los clientes?

## CAPACITADORES:

**Jorge Blackhall:** Médico Veterinario, PhD en virología. Director de Evaluación en el FONCYT, Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCYT). Docente en la carrera de Biotecnología de la Universidad Nacional de Quilmes.

**Jose Pablo Dapena:** Capacita y asesora a emprendedores, vendedores y empresas, desarrollando un espacio donde se comentan las dificultades de los mismos. Dirige y coordina las actividades de emprendedores de la Universidad del CEMA en lo que respecta a los programas BA Emprende, Sepyme y Ministerio de Ciencia y Tecnología. Coordina la Feria anual de emprendedores en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Es profesor de economía y sus intereses están puestos en la creación de valor y en las técnicas de proyección de ventas. Es profesor en el programa Edem de Inicia