

ria tiene como objetivo introducir al estudiante que recién comienza la carrera, en los conocimientos, habilidades e instrumentos para el diseño de mensajes apoyados en la palabra y/o la imagen como vehículo de las comunicaciones. Para ello se inicia al alumno, por los diferentes procesos integrales del diseño de comunicación, desde la generación de la idea, hasta el proceso final. Una vez que el alumno logra reconocer los distintos elementos icónicos aplicables al diseño, es necesario que sitúe esta tarea en el marco del diseño en RRPP, en la medida que desde la identidad visual de la empresa, las formas de comunicación internas y los materiales para comunicarse con públicos externos, el relacionista debería producir los diseños o supervisar criteriosamente los productos de terceros. No sin antes haber reconocido la importancia de cada una de las partes para lograr que sea un proceso de comunicación íntegro y eficaz.

Proyecto «incubadora de empresas DyC»

Alejandra Cristofani

La incubadora es una herramienta de desarrollo empresarial que brinda una respuesta a la necesidad de mejoramiento tecnológico de la región, participando activamente en la creación de empresas que basen su ventaja competitiva en la innovación tecnológica y administrativa.

Posee la infraestructura necesaria para albergar a nuevas empresas, que reciben asesoría y apoyo para su operación durante los primeros años de vida.

Como definición podemos decir que una *incubadora de empresas es una organización (pública o privada) cuyo fin último es la producción de empresas sanas, es decir, con menores posibilidades de fracasar.*

Es un catalizador del proceso de gestación de empresa de un país

Provee una serie de servicios y/o productos (=facilities) que van desde una secretaria hasta asesoramiento legal e impositivo.

Ecuación de valor

La mayoría de los planes de negocios (business plan) son evaluados en función a estos tres pilares fundamentales.

OPORTUNIDAD + BUSINESS MODEL + TEAM
(Modelo de negocio) (Equipo)

Fundamentos del programa

Uno de los mecanismos que se ha venido utilizando en Latinoamérica para estimular la creación de pequeñas y medianas empresas innovadoras con aspiraciones a competir globalmente, son las llamadas incubadoras de empresas.

Se ha entendido que la función de estas nuevas organizaciones es la de actuar como puentes entre las universidades y centros de investigación con el sector productivo, favoreciendo así las condiciones de transferencia del conocimiento generado en los cen-

tros académicos y de investigación a las empresas, originando con ello innovaciones, nuevos productos y servicios.

Además, las incubadoras tienen como función específica poner a disposición de los nuevos empresarios «emprendedores técnicos gerenciales que aumenten sus posibilidades de éxito.

Lo cierto es que en Argentina, seguimos escuchando que la ausencia de una cultura emprendedora es la causa fundamental y «razón última» para explicar los fracasos y para dar cuenta de las dificultades que enfrentan las incubadoras al actuar en el ámbito local; persistiendo la permanente necesidad de «legitimar» sus acciones con la mirada puesta sobre lo micro y sobre una particular visión lineal del proceso de innovación, imposibilitados de identificar otras necesidades que no sean, estrictamente, las del mercado o de otras soluciones que no sean las aportadas por iniciativas individuales.

El programa de incubadoras de empresas DyC

Las actividades extracurriculares abarcan una amplia gama de intereses, tanto de profesores como de alumnos, y complementan las actividades académicas. Por su índole misma, no corresponde establecerlas de antemano sino dejarlas libradas a la iniciativa y la creatividad de los propios participantes.

El programa contempla el cursado de dos materias: en la primera de ellas el alumno adquirirá conocimientos específicos relacionados con la actividad económica y comercial que culminará con la redacción de su Business Plan. La segunda materia incluirá la realización de las tareas necesarias para que los alumnos se lleven de la Universidad su Proyecto Llave en Mano cuyos resultados podrán volcarse en la elaboración de un informe, un proyecto basado en datos empíricos o concretado contribuyendo así con el trabajo de Licenciatura.

Este programa complementa la formación académica de los estudiantes, favorece el desarrollo tanto de su capacidad de trabajo autónomo como su habilidad para analizar realidades complejas y facilita, eventualmente, su tránsito al ámbito laboral.

A diferencia del contexto universitario, donde se crean condiciones que faciliten el aprendizaje, el proyecto de Incubadoras de Empresas exige al alumno aprender a aprehender bajo las condiciones de ambigüedad, adaptación al cambio y presión que caracterizan a los ámbitos de trabajo.

El relacionista público como clínico de las comunicaciones.

Ricardo de los Santos

¿Qué hace un relacionista público?

Esta, es una pregunta clave a la hora de decidirse por la carrera y explicarla en su entorno (llámese padres, parientes y amigos) y más apremiante aún cuando se están recibiendo y buscan su inserción laboral.

Descubriendo que el punto fundamental es la no-visualización de un modelo público típico que los defina en sociedad, es que propongo hacer una comparación tal, que rápidamente nos ubique en el perfil profesional del relacionista.