

**Resumo:** Novo enfoque do Docente na educação tomando o papel de treinador para garantir que os alunos sejam responsáveis da aprendizagem, estabelecendo suas próprias metas, capacidades para atingir, fomentando a responsabilidade, autonomia, autogestão, poder, escuta ativa, desenvolvimento de criatividade.

**Palavras chave:** treinamento – coachee – método – treinamento – coachee – rendimento – ação.

(\*) **Gabriela Martínez de Ibarreña.** Licenciada en Sistemas (Universidad CAECE). Especialización en Conducción de Sistemas de Información (Universidad de Belgrano). Se desempeña en el sector Dirección de Tecnología – PeopleSoft en la Universidad de Palermo.

## Emprendedores creativos en Diseño y Comunicación

Juliana Cavaliere (\*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

**Resumen:** El presente texto hace referencia al proyecto Pedagógico “Emprendedores Creativos” de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. El mismo establece la relevancia del rol del emprendedor y de los modos de iniciar un nuevo negocio haciendo hincapié en la importancia del desarrollo de un plan de negocios como herramienta estratégica para el éxito de un emprendimiento.

**Palabras clave:** emprendedor – valor económico – desafío – fracasos – éxitos.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 208]

Emprededor, *entrepreneur*, es una palabra que no solo esta de moda sino que es el motor de una economía. En Latinoamérica y hoy más que nunca en los pasillos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Estoy más que orgullosa del nuevo proyecto que nos involucra a todos los que somos parte de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Y por supuesto desde nuestro rol docente es *leimotiv* para que lo debatamos en clase, principalmente en razón del Proyecto Pedagógico que nos incumbe.

Cuando hablamos de emprendedores, antes que nada tenemos que dejar en claro algunos conceptos. Emprendedor, en el ámbito de los negocios es aquél que tiene la capacidad de generar valor económico para su negocio y para la sociedad.

Y aquí es donde entramos en un campo de debate, de algunas controversias u opiniones diferentes.

El que tuvo una idea brillante, pero no pudo implementarla es un emprendedor? El que soñó con algo espectacular y maravilloso pero nunca se animó a llevarlo a cabo, es un emprendedor? El que no saca la idea del papel, podría hacerse llamar *entrepreneur*?

Qué complejo es contestarlo y hasta a veces incómodo dar una respuesta ante semejante pregunta. Muchas veces nos encontramos ante un sueño maravilloso, pero que la persona ha creado algo tan lindo y perfecto que no logra encontrar el momento ideal para empezar. Diseñan sueños maravillosos y perfectos, mundos ideales, paraísos de la bondad y de la fortuna, pero que lamentablemente nunca han salido del papel.

Y es aquí que quiero decirles que un punto clave y no menor del arte de emprender es del de animarse a creer

en su proyecto. Algunos lo han logrado desde la necesidad, otros desde un enfoque comercial detectando oportunidades, otros porque logró estar en el momento indicado en el jugar preciso. Otros, porque emprender fue una cuestión de supervivencia.

Según algunos autores, se puede llamar emprendedor a aquella persona que sea capaz de identificar oportunidades, organizar recursos y crear organizaciones. Y esto será suficiente? Un tema clave es que el emprendimiento sea sostenible en el tiempo y que el emprendedor sea capaz de generar valor para una economía a través de su negocio. Complejo, no? Cómo podrá uno afrontar tantas responsabilidades si simplemente ha tenido una buena idea? Cómo será uno capaz de proyectarse si se está inmerso en un contexto de inestabilidad, dudas, interrogantes y faltas de respuestas?

Hay un aspecto a considerar en el emprendedor y que es sumamente importante: es el aspecto psicológico.

La base es creer en lo que uno esta haciendo. Si no soy capaz de defender mi sueño o idea, como podré hacerlo posible?

La mente humana está llena de misterios, curvas y dudas. Maslow, cuando habló de la jerarquía de las necesidades del ser humano, dejó en claro que debemos recordar siempre que el hombre es un ser emocional. Y que no siempre todo lo que uno puede explicar a través de una pirámide donde se establece cuales son las necesidades básicas del ser humano, es el camino posible para llegar a las necesidades estéticas y así encontrar respuesta para todas ellas para los que estamos inmersos en este mundo. Según Maslow, debemos comprender que las necesidades humanas suelen respetar un orden

pero que no debemos desconsiderar las excepciones. Es importante, y diría casi vital, que el emprendedor, para ser llamado como tal, tiene que animarse al continuo desafío de luchar por concretizar y hacer posible su proyecto. Y nos queda la gran incógnita de buscar la respuesta de a qué tipo de necesidad nos estamos refiriendo.

Uno de los grandes miedos de quienes no se animan a sacar sus ideas del papel es el miedo al fracaso o la duda del qué dirán ante algo que no pudo ser. Es aquí donde quiero dejar al lector una palabra optimista y de aliento: quienes hoy son emprendedores de éxito, también han fracasado. Se han caído varias veces y se han levantado nuevamente.

He tenido la oportunidad y el gran placer de presenciar charlas y conferencias de emprendedores hoy exitosos que han tenido la humildad y la gran sabiduría de reconocer que han quebrado a varias empresas. Que han tenido momentos en que el teléfono no sonaba y que iban y probaban para ver si era un desperfecto técnico o si realmente era porque los clientes estaban “en otra”. Recuerdo a un gran diseñador que pedía a su mano derecha en los tiempos de crisis que chequeara si el teléfono andaba o no. Y él, con humor, decía que su asistente le respondía: “No, esta todo bien, simplemente no suena”. Es por este motivo que el emprendedor debe y necesita contar con herramientas emocionales y psicológicas que lo sostengan a lo largo de su camino profesional. Este sería entonces uno de los aspectos más “blandos” del emprendedor.

Luego, tenemos que considerar los aspectos más estrictos, duros y exactos que son los aspectos que hacen al saber, poder y lograr.

Algunos empresarios sostienen que es necesario caerse, fundirse, quebrar la empresa y fracasar para aprender. Y que este camino es que el que permite que se adquiera la expertíz y el *know-how* para lograr el camino del éxito. Otra modalidad, muy de moda en la actualidad es: “Si no sabés, hay que importar conocimiento y traer a tu equipo personas que sí sepan como hacer las cosas.” Y es así como las empresas comienzan a hacer propuestas laborales a las personas estratégicas de los equipos de sus competidores. Algunos, con más coraje y espíritu aventurero y pasional se animan hasta a poner unidades de negocio a pocos metros de su peor enemigo en la batalla comercial.

Otra estrategia muy usual es la de “primero vendo y luego veo que hago”. Y es aquí donde surge toda la informalidad, la improvisación, el engaño y la mentira. Y es donde se empiezan a vender productos que los comerciales no saben muy bien de qué se trata, pero lo tienen que hacer y hacen lo mejor desde su rol. Ofrecen productos y servicios con los pocos recursos que

les proveen. Y aquí es donde surge la artimaña de no llamar a las cosas por su nombre real y de, a veces, caer en el engaño. Son emprendimientos con una corta vida útil, que luego darán lugar al éxito de aquellos que están haciendo las cosas de un modo más idóneo.

Otros, más clásicos y conservadores, prefieren primero capacitarse para luego entrar en el mercado porque sostienen que tienen la obligación de conocer el negocio antes de ser un jefe. Podríamos decir que estas personas podrían ser llamadas “racionales”.

Y aquí es el punto donde empezamos a entender la importancia de un plan de negocios. Un plan de negocios es un documento escrito que permite conocer a fondo un proyecto emprendedor. El mismo abarca: Un resumen ejecutivo, que en algunos casos se realiza en español y en inglés. (Se elabora como último paso); definición del negocio; análisis del ambiente de negocios y mercado; plan de marketing; plan de operaciones; plan de recursos humanos y plan financiero

Actualmente hay mucho lugar para la improvisación, para la creatividad y para aquellos que creen que si cuentan con el capital necesario para emprender un negocio, ya cuentan con todo. Sí es cierto y posible, pero perdurarán aquellos que puedan construir sus negocios en pilares sólidos y transparentes.

---

**Abstract:** The present text refers to the Pedagogic Project “Creative Entrepreneurs” of the Faculty of Design and Communication of the University of Palermo. The same one establishes the relevancy of the role of the entrepreneur and of the manners of initiating a new business emphasizing in the importance of the development of a business plan as strategic tool for the success of an entrepreneurship.

**Key words:** entrepreneur – economic value – challenge – failures – successes.

**Resumo:** O presente texto refere-se ao projeto Pedagógico “Empreendedores Criativos” da Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo. O mesmo estabelece a importância do papel do empreendedor e dos modos de iniciar um novo negócio com ênfase na importância do desenvolvimento de um plano de negócios como ferramenta estratégica para o sucesso de um empreendimento.

**Palavras chave:** empreendedor – valor econômico – desafio – fracasso - o sucesso.

(\*) **Juliana Cavalieri.** Licenciada en Administración (UBA, 2006). Profesora de la Universidad de Palermo en el departamento de Comercialización.