

**JORNADAS DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN 2015**

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

VI° Encuentro de Investigación en Periodismo y
III° Foro de Investigadores en Diseño, Publicidad, Comunicación Social y Relaciones
Públicas

“Desarrollo de las competencias y saberes para la investigación en Comunicación”

Del 2 al 6 de noviembre de 2015

Título del trabajo

FORMACIÓN DE DISEÑADORES EMPRENDEDORES

Nombre y apellido del/los autor/es,

Cdra. Gabriela Pértega

Lic. Pilar Rivas Corigliano

DNI

Pértega Gabriela: DNI 14.884.392

Pertenencia institucional:

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)

Emprendedores Argentinos Asociación Civil

Correo electrónico:

pertegag@gmail.com

pilar2301@yahoo.com

Curriculum:

Pertega Gabriela Susana, Contadora Pública Nacional (U.B.A.)

Me desempeño como Coordinadora del Área de Formación de EMPREAR Asociación Civil, Capacitadora en Programas de Emprendedorismo y Tutora de BAEmprende y BAITEC de la M.C.B.A. Coautora y Capacitadora de los Cursos de Capacitación Docente “Enseñando a Emprender” y “Generación Emprendedora” (SSGECP). Coautora de Claves para emprendedores, M.D.E.CABA.

En el ámbito de la Docencia: Profesora Titular en la U.C.E.S., Instituto Universitario ESCUELA ARGENTINA DE NEGOCIOS, Instituto VATEL, Escuela Internacional en Administración Hotelera y Turística. Coordinadora en el Instituto Marianista de la Orientación en Gestión y Administración de las Organizaciones.

En el ejercicio de mi profesión, realizo Evaluación de Proyectos de Inversión y redacción de Planes de Negocios. Habiéndome desempeñado como Perito de Oficio en los fueros laboral, civil y comercial, Responsable de la gestión administrativa, financiera y contable, Auditora Operativa y Contable, habiendo llevado a cabo procesos de reingeniería administrativo contable y de áreas de producción.

Lic. M. Del Pilar Rivas Corigliano

Extensa trayectoria corporativa en compañías multinacionales en áreas de Marketing, Planeamiento y Desarrollo Organizacional, Capacitación, RSE y Garantía de Calidad.

Se desempeña como consultora, asesora y evaluadora de Proyectos debido a su formación y experiencia multidisciplinaria adquirida en los sectores farmacéutico, de consumo masivo y educación.

Desarrolla convenios de articulación con universidades, asimismo se desempeña en el ámbito privado habiendo dictado más de 1000 actividades de capacitación en Programas de Formación para el desarrollo de competencias técnicas, por nivel y genéricas. Es emprendedora y tutora de emprendedores y PyMES.

Palabras Clave

Mercado Laboral, Generación Y + Z, Formación en Competencias, Actitud Proactiva

Panel: Problematicación de la enseñanza del Diseño

RESUMEN

En el marco de las Jornadas de Investigación en Ciencias de la Comunicación de UCES, nos hemos propuesto reflexionar sobre el rol que la Universidad tiene en materia de formación en competencias en los jóvenes que integran nuestro alumnado.

Para ello, hemos puesto el foco en las características del mercado laboral al cual se enfrentaran al egresar de sus respectivas carreras universitarias, y en las características propias de la Generación Y y Z a la cual pertenecen.

Comenzaremos entonces, analizando el mercado laboral. En la actualidad, existen muy pocos puestos laborales en relación de dependencia ocupados por diseñadores que superen los diez años de vida profesional. Cumplida esa etapa o incluso antes, el profesional-empleado suele aventurarse al emprendimiento propio.

TEXTO de la PONENCIA

En Argentina el 95% de los estudiantes de la carrera de diseño aspiran a trabajar de manera independiente – Dato obtenido del Censo de Aproximación a la Realidad del Mercado del Diseño Argentino, realizado por Redargenta - lo que significa que tendrán que conformar una empresa (aunque más no sea unipersonal), y por ello es preciso que el profesional adquiera herramientas claves para llevar a cabo la gestión de su propio estudio.

A lo planteado anteriormente en referencia a las características del mercado laboral en el que se insertarán nuestros alumnos, deben adicionarse las características particulares de las Generaciones a las cuales pertenecen.

Recordaremos por ello cuales son las mismas, atento a que nuestros alumnos pertenecen a las Generaciones Y y Z

Características de la Generación Y, en Latinoamérica y en particular en Argentina son los jóvenes nacidos entre el año 1985 y el año 1995:

- Es una generación más abierta a temas polémicos.
- Son altamente demandantes e inconformistas.
- Proviene de la conformación de familias no tradicionales.
- Algunos integran tribus urbanas.
- Tienen mayor conciencia social.
- Son alegres, emocionales, entusiastas, enérgicos, optimistas, brillantes, cooperativos, colaboradores, multiculturales.
- Adquirieron el uso de tecnologías desde muy temprana edad: “nativos digitales”.
- Conexión 24/7 (24 horas, los 7 días de la semana)
- Poseen capacidad multitarea (quiebre del pensamiento lineal) > FORTALEZA / DEBILIDAD.
- Temen poco a la autoridad.
- Son receptivos al feedback racional, pero más al emocional.
- Son críticos de sus docentes.
- Son demandantes e impacientes.
- Tienen dificultades para comunicarse por escrito.
- Tienen preferencias de aprendizaje/educación: trabajar en equipo, práctica por sobre la teoría, usar la tecnología / Internet.

Ahora recordemos las características de los Jóvenes pertenecientes a la Generación Z, Nacidos entre 1995 y 2005

Tienen muchas de las características de la Generación Y, pero más marcadas

- Nativos Digitales (inteligencia práctica y agilidad mental)
- Ansiosos
- Curiosos
- Prefieren llevar adelante su propio proyecto

- Uso de las Redes Sociales
- Sensoriales
- Aprenden colaborativamente
- Privilegian el trabajo flexible
- Les interesa aprender e incorporar nuevas competencias.
- Se aburren de las tareas repetitivas.
- Integrarán organizaciones más informales

A partir de lo anteriormente descrito, podemos acompañar entonces la siguiente reflexión:

“Los jóvenes en la actualidad no consideran que el trabajo, sobre todo en relación de dependencia, represente un valor más importante que la posibilidad de tener una vida personal. A la hora de ser fieles, el compromiso es para consigo mismos y no para con la empresa que les haya proporcionado empleo”. LA NUEVA GENERACIÓN Y EL TRABAJO. Martín Cuesta, María Elena Ibáñez, Rosana Tagliabue, Marcela Zangaro

Por todo lo expuesto, creemos que es necesario reflexionar respecto a Cuál debiera ser el aporte de la Facultad atento a las características de esta Generación Y + Z y del Mercado Laboral al cual se enfrentarán.

Creemos que la Universidad debe acercar a los alumnos a conocimientos prácticos concretos, para la toma de decisiones en su próxima vida profesional:

- Cómo seleccionar a sus clientes
- Cómo definir y diferenciar sus ofertas de servicios
- Cómo crear utilidad para su empresa
- Cómo proyectarse en el mercado (plan estratégico)
- Cómo definir las tareas a llevar a cabo desde su empresa
- Cómo configurar sus recursos
- Cómo conseguir el beneficio

Poniendo el foco en la búsqueda de OPORTUNIDADES a partir de la detección de NECESIDADES en el Mercado.

Ayudándolos a entender que las probabilidades de éxito aumentan exponencialmente cuando se logran validar las oportunidades de negocio.

Contribuyendo a que incorporen herramientas para identificar OPORTUNIDADES en el momento oportuno (VENTANA DE OPORTUNIDAD).

Y, por sobre todo, haciendo que descubran que: OPORTUNIDAD es IGUAL a VALOR ECONÓMICO, sólo si existe una contraparte dispuesta a pagar por el producto o servicio que se le ofrezca.

Por lo cual, ante la pregunta ¿Qué debemos lograr en los alumnos?, creemos que la respuesta es:

- Que problematicen la realidad,
- hagan propuestas,
- tomen la iniciativa,
- enfrenten las dificultades desde la innovación y la creatividad,
- aprovechen las oportunidades y cuiden sus fortalezas, midan las amenazas que se presentan y las propias debilidades
- Armen redes

Es decir, que desarrollen una ACTITUD PROACTIVA

Por ello creemos que la estrategia pedagógica que implica que los alumnos, a partir del trabajo en equipo, armen su propio proyecto, les permitirá desde un enfoque teórico – práctico, cumplir con los siguientes objetivos:

- Capacitarse para desarrollarse como profesionales independientes.
- Formar a los alumnos para crear modelos de negocio que sean propuestas atractivas y de valor para los clientes.
- Lograr que los alumnos visualicen los alcances y actividades del negocio del diseño en contexto.

La realización del proyecto, implicará el proceso que va desde la búsqueda de una idea de negocios, con su consiguiente proceso de validación, hasta la posterior planificación (armado del Plan de Negocios del Proyecto)

BIBLIOGRAFÍA:

- El impacto de la Generación Y en las organizaciones. Martin Cuesta, EDICON Fondo Editorial Consejo. C.P.C.E.C.A.B.A.
- LA NUEVA GENERACIÓN Y EL TRABAJO. Martín Cuesta, María Elena Ibáñez, Rosana Tagliabue, Marcela Zangaro
- NUEVO TÓPICO FORMATIVO: "APRENDER A EMPRENDER" Dr. Horacio Ademar Ferreyra
- Becerra, Paulina y Cervini, Analía: En torno al producto. Editado por Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación. Centro Metropolitano de Diseño. 2005. descargar desde: <http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/03/lib-en-torno-al-producto-diseno-estrategico-e-innovacion-becerra-et-alt-2005.pdf>
- Kayser, Juan y Cervini, Analía: Identidad Estratégica. Editado por Instituto Metropolitano de Diseño e Innovación. Centro Metropolitano de Diseño. 2005. descargar desde: <http://cmd.buenosaires.gob.ar/sites/cmd/files/Aportes%20del%20dise%C3%B1o..pdf>
- Faga, Héctor Alberto y Ramos Mejía, Mariano Enrique: Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables. Editorial Granica. Capítulos 3 a 10.
- Mocciano, Osvaldo A.: Presupuesto Integrado. Ediciones Macchi. Capítulos I a VI.
- Manual del Emprendedor, Fundación ENDEAVOR.,
- Revista PYMES, "Jóvenes EMPRENDEDORES", Los jóvenes que se animan a emprender. Características propias de la generación Y.