

# Negocios y Emprendimientos

## Coordinación

María Elena Onofre

Lunes 14 de Octubre 2024



Facultad de Diseño  
y Comunicación

Los profesores de las diferentes áreas y carreras se reúnen periódicamente en Plenarios para profundizar el vínculo y la integración entre las cátedras, para compartir experiencias pedagógicas entre asignaturas similares, para trabajar en la actualización, integración y secuencia de contenidos en los planes de estudio de cada carrera.

Cada área y/o carrera determina la organización, temática, dinámica y modalidad de los Plenarios Docentes de sus profesores en cada ciclo, de acuerdo a las necesidades y prioridades que observe el coordinador respectivo.

La **Facultad de Diseño y Comunicación**, a través del Equipo Académico conformado por las autoridades y los coordinadores de las áreas, establece una agenda anual de actividades de todos sus docentes más allá del dictado de clases para reconocerles su generoso aporte en la formación de las nuevas generaciones y consolidarlos como una comunidad pedagógica innovadora y líder en el país y la región.

La agenda anual comienza en febrero de cada año con las **Jornadas de Reflexión Académica**, continua en julio con el **Foro de Cátedras y Experiencias Innovadoras**, que se realiza en el marco de la Semana Internacional de Diseño y se completa con los **Plenarios Docentes** que se realizan en abril-junio y en septiembre-noviembre.

En cada edición de los Plenarios se arma una agenda, como la presente, que incluye la introducción del Coordinador, el detalle de la organización con sus participantes, y un breve resumen del aporte, propuesta o reflexión de cada docente (se incluyen solo los textos significativos).

## NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS

A continuación presentamos extractos de las reflexiones y conclusiones elaboradas por los docentes que participaron en el Plenario. Los extractos representan el recorte con el que el docente abordó las problemáticas tratadas. El criterio de selección de los extractos está definido por los ejes: a) aporte de valor del este primer encuentro del área; b) abordaje de contenidos en términos de ajustes, actualización y superposición; c) dinámicas pedagógicas y secuencias didácticas contenidos; d) espacio/evento de visibilización de la producción de los estudiantes; e) capitalización de recursos tecnológicos para optimizar resultados en negocios. En este punto se hace énfasis en el planteo de la introducción de la automatización y la IA en todas las asignaturas del área.

### OBJETIVOS

- Crear un espacio formal de integración e interacción de los miembros del equipo docente.
- Impulsar el intercambio de reflexiones, casos y dinámicas pedagógicas que tanto por su resultado exitoso como por las dificultades en su implantación o en sus resultados, ameritan un abordaje.
- Actualizar contenidos y estrategias didácticas y pedagógicas.
- Analizar la estrategia de incorporación de nuevas tecnologías a los contenidos.
- Articular contenidos para evitar superposición en la trama.
- Proponer acciones de relacionamiento significativo con profesionales, marcas y empresas del ecosistema de la región.
- En el marco de la estrategia de visibilización de la producción de los estudiantes del área, crear un espacio específico a tal fin.

### TEMARIO

Los Plenarios se llevaron a cabo bajo la guía de los siguientes disparadores:

- Integración
- Trabajo en equipo. Intercambio y colaboración
- Intercambio de experiencias, modelos y propuestas
- Innovación. Nuevo contenidos
- Sistematización de las actividades del equipo.
- Propuestas de Alianzas con instituciones, empresas, profesionales. Crossover. Cátedra empresa. TRCR
- Propuestas para la visibilización de la producción de los estudiantes. Evento cuatrimestral (modelo Cumbre de Emprendedores)

## NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS

Lunes 14 de Octubre

12hs | Presencial

**Docentes Participantes:**

Sandra Cabrera | Daiana Figalo | Gastón Gabay |  
Sebastián Molina | Damián Moragas | Paula Ripoll

Lunes 14 de Octubre

18hs | Remoto

**Docentes Participantes:**

Verónica Alegre | Florencia Aragone | Vanesa Barboza | Martín Blanco | Anastasia Boschkowitsch | Priscila Burgos | Liliana Busto | Thais Calderón | Alejandra Cristofani | Vanesa Donzis | Esteban Firbeda | Andrea López Lluch | Mariano Maffei | Gustavo Manzi | Gustavo Nieszawski | Santiago Noguera | Angélica Ordóñez | Mariana Saturansky | Beatriz Tallarico | Martín Traina

## REFLEXIONES | IDEAS | PROPUESTAS

### VERÓNICA ALEGRE COMERCIALIZACIÓN II

Ha sido muy gratificante participar del plenario y escuchar a los colegas, su forma de brindar las clases y cuáles son las problemáticas actuales. Se podría realizar un concurso entre los alumnos donde puedan demostrar su nivel académico con casos empresariales y que ellos puedan resolverlos. Incentivaría la grupalidad y la pertenencia.

### MARÍA FLORENCIA ARAGONE DESARROLLO DE PROYECTOS COMERCIALES I | COMERCIALIZACIÓN I

Este desafío nos invita a reflexionar sobre la necesidad de adoptar enfoques más dinámicos y creativos en nuestras metodologías, con el objetivo de captar el interés de los alumnos/as y mejorar su rendimiento académico. Una de las propuestas que considero puede sumar valor es la de fomentar eventos de networking, donde los estudiantes, especialmente aquellos con emprendimientos, puedan participar activamente presentando sus proyectos mediante pitches.

### MARTÍN BLANCO COMERCIALIZACIÓN I

Todos estos espacios son extremadamente valiosos, nutritivos y necesarios más habitualmente. Disfruto enseñar y siento orgullo de ser parte de este proyecto que tanto ha crecido en el tiempo. Creo que todo lo que fue surgiendo en la sesión tiene que ver con esta necesidad de todos de expresarnos, dar devoluciones a los temas planteados por la Coordinación y la Facultad, y seguir avanzando. Creo que para ciertos profesores con el nivel académico y habilidades para enseñar enamorando con el marketing y los negocios, el grado de "engagement" de los alumnos con la Cátedra, se ve reflejado en su producción escrita, ciclo a ciclo.

## **DAIANA FIGALO** **COMERCIALIZACIÓN I**

Este es mi primer año, y estoy aprendiendo mucho día a día. Me enfoco en la participación activa mediante actividades en clases de Zoom, utilizando contenidos visuales que ayudan a los estudiantes a retener la información. Los materiales que comparto suelen ser precisos y claros, y me aseguro de estar presente para cada uno de ellos, recordando fechas de entrega y respondiendo cualquier inquietud. Los impulsó a investigar sobre sus proyectos, a buscar citas textuales de otros autores y a aprovechar herramientas de inteligencia artificial para sus presentaciones. Me esfuerzo por incorporar todo lo nuevo que voy aprendiendo para mejorar sus experiencias de aprendizaje y siempre en los foros les pido que me evalúen y me digan algo para mejorar, tanto como docente como en la materia. Propuestas para la visibilización de la producción de los estudiantes.

## **ESTEBAN FIRBEDA** **ESTRATEGIAS EMPRESARIALES**

En este primer tercio del siglo, la tríada didáctica (docente, alumno y conocimiento) renovó por partida triple la invitación a cometer el error. Fundamentalmente por la posibilidad de aprender. Todo el desafío de ayer y de hoy se apretó con las inquietudes de mañana. Varias veces al mes resuenan nuevas alarmas por la I.A.; pero también ocurren soluciones placenteras. Algo de esto moviliza a que podamos desarrollar nuevos recursos en cada PI (Proyecto Integrador) Invitar a que cada equipo contemple la inclusión de nuevas tecnologías puede ser un camino de exploración muy importante para favorecer la autonomía y lectura del alumno, penetrar en nuevos modelos, con las posibilidades de cada recurso (NFT, IA, IoT, o tantas más que ocurran primero) Y recrear con ello la posibilidad de un mecanismo espejo de lo que pueda diseñar la competencias, con todas sus variables.

## **GASTÓN GABAY** **ADMINISTRACIÓN**

Propuestas Académicas: a) Acompañar a los alumnos a ampliar el uso de la bibliografía recomendada en las planificaciones de las materias a la investigación y selección en el amplio espectro que ofrece Internet. De modo tal de enriquecer su capacidad de búsqueda y selección de material de lectura. b) Invitar a los alumnos a informarse respecto de las noticias relacionadas con los negocios que hacen al devenir de la realidad mundial, regional y local. Para obtener una mirada más abarcadora, que los ayude en sus análisis y críticas,

## **ANDREA LÓPEZ LLUCH** **ADMINISTRACIÓN**

Durante la reunión se abordaron diferentes puntos claves para mejorar el enfoque y la dinámica de las clases en la universidad. Es importante mantener la excelencia que caracteriza esta área de negocios. La configuración del aprendizaje va cambiando en la población estudiantil. Es necesario que los docentes nos adaptemos a las nuevas formas que estas generaciones tienen de aprender y a las necesidades que las empresas buscan cubrir hoy en día. Planificar las clases de forma creativa para seguir liderando las clases es fundamental para evitar la deserción. Se destacó la importancia de seguir promoviendo un aprendizaje activo, donde los estudiantes puedan participar de manera más dinámica y colaborativa. Se sugirió una combinación de enseñanza teórica sólida con actividades prácticas que permita a los estudiantes aplicar los conceptos aprendidos en situaciones reales. Creo en la importancia de mantener una actitud abierta al cambio y al aprendizaje constante por parte de los docentes, con el objetivo de mantenerse actualizados y ofrecer una enseñanza de calidad que prepare a los estudiantes para los retos del futuro.

## **GUSTAVO MANZI** **COMERCIALIZACIÓN I**

Al inicio de la materia, sugerí trabajar con categorías de productos que fueran accesibles desde la información, como galletitas y alfajores. Esto fue útil para que muchos alumnos pudieran acceder a reportes, precios, tendencias de consumo, producción, players y demás información que les permitía armar la estructura básica del proyecto de negocios y proponer productos que les resultaban cercanos, desarrollables. Aun así, la experiencia mostró que es mejor para los alumnos decidir qué proyectos desean desarrollar y elegir libremente las propuestas, muchas veces asociados a las carreras que estudian. De esta manera, aparecieron proyectos para comercializar: máquinas de coser portátiles, festivales para artistas emergentes, plataformas para películas, showrooms temáticos, estudios de diseño, emprendimientos de moda/indumentaria, o simplemente presentar ideas de productos que fueran para los mismos alumnos que deseaban algo diferente y no lo encuentran. Sigue siendo un desafío para mí, lograr en modalidad virtual la participación que los alumnos tienen en presencialidad.

## SEBASTIÁN MOLINA

### DESARROLLO DE PROYECTOS COMERCIALES I

Como comenté en el Plenario, hoy se busca mucho pertenecer a una comunidad, sentirse acompañado por pares y creo que sumaría muchísimo a la carrera, más allá de actualizar los programas, ofrecerles a los chicos un espacio donde puedan desarrollarse, conocer otras personas, aprender y sentirse acompañados. Crear más actividades de vinculación entre pares, espacios de networking, talleres y charlas extracurriculares para quienes se sumen a este espacio. Si bien la UP tiene MUCHO esta modadlidad, pero me refiero a que sea un espacio apuntado a los alumnos de Negocios. Creo que esto sería un diferencial. También proponemos un evento del área de Negocios que no sea una simple exposición de pitches, sino que sea un gran evento al que puedan concurrir personas de afuera (y que conozcan todo lo que se puede hacer y aprender en la Lic. de Negocios). Un multi espacio con distintas actividades realizadas por profes y alumnos, algo similar a la Semana de Diseño,

## DAMIÁN MORAGAS

### TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Me pareció muy positiva la reunión con los colegas. Como comenté en la reunión, estoy muy contento con mis grupos y con el resultado que están obteniendo en los trabajos. Creo que sería valioso fomentar en los alumnos una mayor cultura de la lectura, animándolos a aplicar los conceptos aprendidos en sus trabajos y proyectos. Considero que sería beneficioso agregar bibliografía adicional al programa, como por ejemplo incorporando el texto "Metodología de la Investigación Cuantitativa" de Ceo D'Ancona. Para estimular la creatividad y el pensamiento crítico, sugiero agregar una sección en los trabajos que permita a cada grupo o alumno investigar y desarrollar un tema específico de su interés. Esto podría incluir:

- Un caso de estudio.
- Un análisis comparativo.
- Una propuesta innovadora.

## JUAN MOSQUERA

### COMERCIALIZACIÓN II

Tomo el tema de la lectura como un aspecto clave porque hace al desarrollo del pensamiento abstracto. Por supuesto que la capacidad de ejecución, de llevar a la práctica, de saber hacer es importante. Pero el pensamiento abstracto es la base de la creación de nuevo conocimiento, lo que resulta clave y distintivo en un profesional universitario. En todas las universidades en las que doy clases me encuentro con el mismo problema y el desafío es el mismo: cómo poder hacer leer a adultos jóvenes que no han incorporado el hábito de la lectura en los años previos de su educación. Estoy seguro que la experiencia de este primer curso que estoy dictando en este cuatrimestre bajo la modalidad de UP, y el intercambio con los colegas, me permitirá encontrar alguna estrategia en este sentido.

## PAULA RIPOLL

### COMERCIALIZACIÓN II

**DCU, el Diseño Centrado en los Usuarios** - un concepto que propone ubicar a las personas en el eje central del desarrollo de productos y servicios. Muchas veces los alumnos no pueden pensar productos más allá de su propia realidad y terminan modelando proyectos que resuelven sus propios problemas. Para que eso no ocurra, cada equipo determina un nicho lejano a sus intereses personales y se enfoca en resolverle sus problemas. Cuando se diseña siguiendo la filosofía DCU el usuario debe de situarse en el centro de todo. No es posible concebir el producto desligado de su uso, el contexto o las necesidades del usuario final.

## MARIANA SATURANSKY

### COMERCIALIZACIÓN I

Otro tema que me convoca es como conectar con este público que es tan creativo, pero tan adverso a los números. Yo trato de fundamentar porque (en mi caso) de los contenidos de la materia. Transmitir la necesidad de que puedan comunicar su idea claramente, tanto a sus socios (miembros del grupo de trabajo) como a los posibles inversores o los intermediarios o el público. Tener una visión profunda de su producto, su costo, la viabilidad de su negocio y como esto los puede afectar profundamente en alcanzar los objetivos que tienen con su carrera fuera del ámbito académico.

## MARTÍN TRAINA COMERCIALIZACIÓN I

Estas reuniones son siempre valiosas porque aportan información, amplían la mirada y proporcionan elementos críticos. Nos enriquecen. La manera de aprender está cambiando drásticamente y nos presenta el desafío de adecuarnos a esos cambios.

### **Propuestas:**

- Utilización explícita de nuevas herramientas tecnológicas, en especial en el manejo y procesamiento de la información, de aplicación al ámbito de negocios.
- Proyectos que tomen también como ejes estas herramientas.
- Mejorar la capacitación para los docentes en el uso de las nuevas herramientas.
- Trabajar en la comprensión del proceso del aprendizaje humano. Recomiendo conceptos básicos de neurociencias aplicadas.
- Seguir trabajando en los sistemas de evaluación. Es importante ajustar criterios al ámbito profesional.



Facultad de Diseño  
y Comunicación