

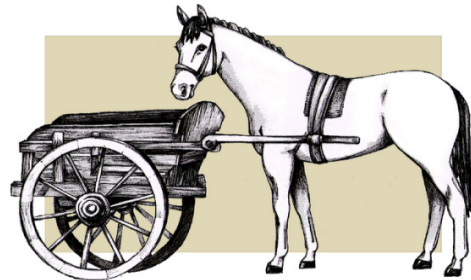


NEGOCIOS EN LA INDUSTRIA CREATIVA

Tenemos talento, tengamos negocio
Seminario de dirección e innovación en la industria creativa

Fernando Del Vecchio, Ph.D
Julio 2015

“Todo deportista entrena antes de cualquier competencia, para llegar a ella muy bien preparado y con chances de ganar. Toda empresa necesita prepararse antes de poder crecer. El proyecto de crecer sin prepararse para lograr la meta - por ejemplo: salir a buscar clientes sin la preparación y la estructura adecuada que permita gestionar creativa y administrativamente los potenciales nuevos proyectos, implica poner el carro delante del caballo.” Fernando Del Vecchio



ANTECEDENTES

El proyecto empresarial en el cual se embarca todo profesional creativo, convirtiéndose en socio director a cargo de su propio negocio, es una experiencia muy diferente a la vivida durante los años de estudio y/o de trabajo en relación de dependencia.

Este proceso es complejo, porque las habilidades necesarias para pensar ese proyecto y llevarlo adelante, son diferentes a las habilidades incorporadas durante los años de academia o los años de trabajo para terceros.

En el camino entre pensar ese proyecto, iniciarlo y obtener los primeros logros y beneficios económicos, nos encontramos con problemas que no habíamos pensado, con la necesidad de incorporar y desarrollar habilidades que no poseíamos.

Como creativos “emprendedores”, enfrentamos problemas cualitativamente diferentes a medida que vamos superando diversas etapas. Estas etapas pueden ser identificadas claramente, de la siguiente forma:

1. Nacimiento: una primera etapa, que se presenta antes de la puesta en marcha del negocio (nuestro proyecto es solo una idea y en muchos casos, la explicitamos en lo que podemos llamar un “plan de negocios”). En esta etapa, la dificultad principal radica en “¿qué y cómo hacer?”
2. Consolidación: una segunda etapa, desde la puesta en marcha del proyecto hasta el momento en que el volumen de negocios se consolida y la



supervivencia del mismo no depende del “milagro” de obtener un nuevo cliente. En esta etapa, la dificultad principal radica en “¿qué más hacer?”

3. Crecimiento/Expansión: una tercera etapa, en la que el volumen de proyectos y negocios comienza a incrementarse (se acelera) rápidamente. Aquí, la dificultad se encuentra en el “¿qué dejar de hacer?”

Cada etapa presenta dificultades diferentes, y requiere habilidades diferentes. A su vez, la preparación e incorporación de nuevas habilidades facilita el acceso a una nueva dimensión del negocio.

En términos muy simples: si quieres construir un edificio de diez plantas, necesitarás los conocimientos que te permitan planificar una sólida plataforma en la cual ese edificio se apoye y sostenga. Si proyectas un negocio en crecimiento en el sector creativo, necesitarás sólidas bases para diseñar, planificar y administrar ese organismo llamado “empresa”.

Identificar y administrar eficazmente problemas es una capacidad central a desarrollar, debido al rol que debe asumir quien dirige su estudio o es responsable de su proyecto independiente. Prepararse para identificar y gestionar problemas en forma efectiva es, desde el punto de vista de la gestión organizacional, una decisión acertada. Complementamos esta capacidad con la habilidad para diseñar, dirigir y liderar el proyecto.

En definitiva, este seminario hace hincapié en el desarrollo de habilidades para la dirección y la innovación de empresas del sector creativo.

CONTENIDOS

Parte I

Sueños y desafíos del manager creativo.

Introducción al seminario. Sueños y desafíos del director de una empresa creativa. Situaciones habituales que atraviesa el manager creativo. Determinación de la idea de éxito y del juego en el que se involucra. El éxito en las diferentes etapas del proyecto.

Parte II

Determinación de la propuesta técnica y económica.

¿Existe el precio justo? ¿Existe la competencia desleal? La determinación del precio de servicios. La propuesta técnica y la propuesta económica. ¿Por qué trabajamos mucho y ganamos poco? ¿Por qué no conseguimos ser rentables?

Parte III

La gestión del presente.



El rol del management. Patrón de problemas y su eficaz administración. Diferencias entre lamentos, circunstancias desagradables de la realidad y problemas. La atención sobre los problemas, y la conversión de otras circunstancias en problemas, para su administración. Tipos de problemas normales en diferentes momentos del desarrollo de mi proyecto. Capacidades y competencias a desarrollar ante el cambio del tipo de problemas.

Preguntas: ¿Cuáles son los problemas que estamos enfrentando? ¿Podemos diferenciar entre problemas, síntomas y causas de los mismos? ¿Ha cambiado el patrón de problemas a lo largo del tiempo, o simplemente enfrentamos el mismo tipo de dificultad, producto de haber permanecido en el mismo tipo de negocio, con el mismo tipo de cliente, en el mismo nivel de ingreso?

Parte IV

El diseño del futuro.

Definiendo un proyecto que potencie el talento creativo. Utilidad del plan de negocios. Definición de estrategia y su relación con el plan de negocios. Componentes de la estrategia, como factores críticos para definir el plan. El contexto de trabajo, clave en la especialización de la oferta. La determinación de la oportunidad, definición de metas y su traducción en objetivos. Plan de trabajo.

Preguntas: ¿Estamos operando y administrando un modelo obsoleto? ¿Cómo innovamos trabajando en la dirección de nuestro proyecto? ¿Existen esos espacios de innovación? ¿Cómo los integramos en la estrategia? ¿Podemos hacerlo? ¿Queremos hacerlo? ¿Cuáles son nuestras capacidades y recursos?

Parte V

Plan de trabajo.

Nuestro paradigma, nuestras creencias y la respuesta normal a preguntas básicas: ¿Qué vendemos? ¿Cuál es nuestro negocio? ¿Quién es nuestro cliente? ¿Cuál es la oportunidad? ¿Cuál es el valor de lo que ofrecemos? Generando nuevas respuestas a preguntas habituales, para obtener diferentes resultados.

Parte VI

Teoría y realidad.

Historia y desarrollo de un caso. Nacimiento y oportunidad. Patrones de problemas y su administración. El diseño del futuro y la construcción de consenso. Éxito, crisis y transformación. La búsqueda de nuevas oportunidades. Hipótesis acerca de lo sucedido.

FORMATO | DINÁMICA DE TRABAJO

Presentación de temas, experiencias y ejemplos de casos de empresas del sector creativo; diálogo entre y con los participantes. La reducida cantidad de participantes favorece la interacción y el diálogo, en un marco de respeto mutuo.



La actividad se desarrolla durante un día, en 8 horas netas de trabajo.

OBJETIVO

Incrementar la competitividad (capacidad de competir) de los asistentes y de las empresas participantes, a través del desarrollo de habilidades complementarias de dirección e innovación de empresas.

PÚBLICO

Socios de empresas creativas, emprendedores, graduados y estudiantes avanzados con intenciones de llevar adelante su propio proyecto.

RESULTADOS ESPERADOS

El trabajo que realizaremos durante la jornada se orienta a:

- Desarrollar el potencial creativo de tu estudio, agencia o empresa
- Identificar nuevas oportunidades de negocio
- Mejorar tu capacidad de negociación con clientes
- Incrementar tu capacidad de competir
- Mejorar tu capacidad de enfrentar momentos de contracción económica
- Crecer mucho más que el promedio en momentos de bonanza económica

En resumen, el valor de la jornada se encuentra en desarrollar la capacidad de tomar mejores decisiones de negocio, para implementarlas en forma efectiva y obtener mejores resultados que los actuales.

“Para quienes trabajan por su cuenta o dirigen su propio negocio, al final todo se reduce a: ¿consigues clientes, pagas tus cuentas, vives de aquello que has elegido? En el “cómo hacerlo”, encuentras mil y un caminos diferentes. Tomas decisiones, algunas veces aciertas y otras te equivocas. Te guste o no, el resultado de tus aciertos y equivocaciones tiene consecuencias en tu economía.”
Fernando Del Vecchio





EXPOSITOR

Dr. Fernando Del Vecchio

Consultor, conferencista internacional, especialista en dirección, gestión e innovación de negocios del sector de industrias creativas. Coach de emprendedores, empresarios y profesionales.



Doctor en Dirección de Empresas, MBA de la Universidad del CEMA. Licenciado en Administración de Empresas. Cursó estudios secundarios en el Colegio Nacional de Buenos Aires.

En su tesis doctoral, titulada “Causas estructurales determinantes de patrones de problemas en la gestión de estudios de diseño gráfico”, aborda el proceso de toma de decisiones de los diseñadores emprendedores, determinante de sus modelos de gestión empresarial y de sus resultados.

Es autor del libro “Diálogos con diseñadores. Reflexiones sobre el deterioro profesional en el diseño gráfico, las soluciones habituales desde el diseño para enfrentarlo y otras propuestas desde la administración”, publicado en marzo de 2015.

Desde el año 2006, ha presentado más de 140 actividades (entre presentaciones, conferencias, cursos, seminarios y talleres) en 12 países de Latinoamérica y Europa (Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, México, Perú, República Dominicana, Uruguay, Serbia y Portugal), visitando más de 40 ciudades.

Ha asesorado a decenas de emprendedores, socios de empresas y organizaciones del sector creativo y cultural (diseño gráfico, industrial, de indumentaria, audiovisual y cine, entre otros).

Es Miembro del Comité Editorial de la Revista Científica del Instituto Etnográfico de la Academia Serbia de las Artes y las Ciencias (Serbia); Miembro del Comité Científico de la Revista Arquetipo, Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de Pereira (Colombia); Miembro del Comité Editorial Internacional de la Revista Cuaderno, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño (CUAAD) de la Universidad de Guadalajara (México).

Ha sido distinguido como Líder Académico del TEC de Monterrey Campus Querétaro (México) y es Miembro Honorario de Adisión, Asociación de Diseño y Comunicación, A.C. de Guadalajara (México). Ha sido Profesor en Programas de Maestría en Diseño en Argentina (Universidad de Palermo) y México (Universidad de Monterrey).

Ha sido Miembro del Centro de Entrepreneurship de la Universidad del CEMA, Miembro del Comité de Arbitraje del Centro de Publicaciones y Documentación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Miembro del Consejo Directivo del Centro de Graduados de la Universidad del CEMA y Adviser de la Fundación Junior Achievement (Argentina); Consultor de empresas incubadas en Ingenio (Uruguay); Director Académico del Diplomado en Gestión de Empresas Audiovisuales de la Escuela Nacional de Cine (Colombia).