

IDEA Joven

se presenta en sociedad

El grupo de trabajo y espacio de diálogo más flamante del Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina hará su lanzamiento formal durante mayo.

Allí, exhibirá sus planes de acción y la estrategia para la temporada 2007.

El lanzamiento tiene fecha oficial: mayo. Ese será el mes elegido para la presentación en sociedad del programa de actividades para la temporada 2007 de IDEA Joven. En ese momento, los más de 300 ejecutivos que respondieron a aquella encuesta en agosto pasado en que apoyaban

la creación de este tipo de espacios, podrán palpar de cerca la diferencia entre las promesas y las concreciones. Para ello, los máximos responsables de esta iniciativa plantearán en concreto los detalles de los objetivos y las acciones que desarrollarán durante el año.

Las metas de sus conductores son ambiciosas: apuntar a la construcción y consolidación de un ámbito de intercambio y de

diálogo para todos los ejecutivos y emprendedores menores de 40 años y difundir entre ese *target* todas las actividades de IDEA. “Buscamos lograr el compromiso de los más jóvenes, para lo cual debemos responder a las expectativas que generamos”, afirma **Jorge Cappellini**, abogado de Marval, O’Farrel & Mairal y presidente de este grupo bautizado IDEA Joven.

La iniciativa está conformada por representantes de empresas socias de IDEA, quienes asumen su compromiso de participar en las actividades que desarrolla el Instituto. Sus miembros colaboran activamente en el cumplimiento de sus objetivos, respetando los principios fundamentales de IDEA.



Jorge Cappellini:
“Para lograr el compromiso de los más jóvenes, debemos responder a las expectativas que generamos”.

Cumplir las promesas

¿De qué manera se puede atraer sin defraudar? La estrategia es clara: hechos más que palabras. Por lo pronto, el plan 2007 ya está diseñado. Se encararán acciones que contribuyan al posicionamiento y a la conformación de grupos de trabajo. Con ello, se buscará conseguir la masa crítica, el “músculo” que permita articular equipos

que encaren el tratamiento y el análisis de asuntos de interés definidos.

En ese sentido, se eligieron tres temáticas para analizar durante el año:

- Articulación público-privada;
- Empresariado argentino,
- Educación/Valores.

Para ello, se prevé la organización de desayunos mensuales, para los que se crearán las figuras de “asesores” de cada temática, (ya están confirmados Nicolás Ducoté y Bernardo Kosacoff), también se convocarán a distintos invitados especiales que encararán acciones que contribuyan a la conformación de grupos de trabajo.

Sin dudas, una de las temáticas más convocantes es la que está relacionada con los valores y la educación. **Daniela Prado**,



Daniela Prado:
“Los valores y la educación son temáticas que vuelven a surgir con fuerza”.



Principales objetivos

- Cooperar activamente en la transmisión y aplicación de los principios fundacionales de la entidad a los miembros de IDEA Joven;
- Promover el diálogo y el intercambio generacional con IDEA, y preparar el ámbito de IDEA Joven para la libre expresión de pensamientos y concreción de acciones que puedan ayudar a la excelencia profesional de sus miembros;
- Ayudar a promover y estimular el interés en la preparación formal y profesional de la dirección empresaria en los miembros de la organización;
- Promover activamente en los miembros de IDEA Joven los valores morales, éticos, democráticos y de buena fe, tanto en el ejercicio de sus funciones ejecutivas como en su rol de ciudadanos;
- Colaborar con el desarrollo de los jóvenes en todo lo atinente a su rol de ejecutivos de empresas y futuros líderes de opinión y/o gestión, estimulando su participación activa en el campo social, político, económico y académico, entre otros;
- Analizar, medir, comparar e informar responsablemente el resultado del propio accionar de IDEA Joven a fin de transmitir y mantener vigentes los principios fundacionales de la entidad.



Gerente de Relaciones Gubernamentales de Motorola Argentina, explica que “vuelve a surgir con fuerza, porque son temas de largo plazo que el día a día consume”. “El nuestro es un pequeño aporte que tiene que ver con la visión de un proyecto de país en el largo plazo, de aquí a 15 años. No hay que olvidarse que los jóvenes de hoy serán la dirigencia que será líder en la próxima década”, agrega Prado.

Apuesta de largo plazo

Como queda explicitado, el objetivo planteado no apunta a conseguir resultados

inmediatos. Por esa razón, la elección de los temas proyecta “abrir un espacio de diálogo” y no intentar “cambiar de un día para otro”, según detalla Cappellini. IDEA Joven establecerá “puentes” de diálogo con otros espacios, instituciones u organismos políticos, se contactará con concejales e intendentes, para buscar coincidencias que potencien y retroalimenten iniciativas en común.

No sorprende, entonces, que la articulación “público-privada” también vaya a ser objeto del trabajo. Se trata de una de las temáticas que surgió con mayor fuerza en el último Coloquio de IDEA, por lo cual

se avanzará “para disminuir los prejuicios” y avanzar hacia la búsqueda de soluciones “entre todos”, según destaca **Claudio Barone**, Jefe de Relaciones Institucionales de Petrobrás.

“Uno de nuestros compromisos es que el sector privado tiene que trabajar con el público. Muchas veces, surgen de ambas partes algunos condicionamientos y reparos, cierta actitud de discriminarse mutuamente. Nos propusimos romper esas barreras”, subraya Barone.

El rol que asume el empresariado argentino también será objeto de análisis, para lo cual desde este ámbito se intentará promover a los casos de aquellos hombres de negocios que pudieron trascender las fronteras, personas que desde las compañías argentinas armaron corporaciones globales. “Observamos la necesidad de revitalizar la vocación emprendedora, de asumir un mayor liderazgo dentro de las organizaciones. Muchos profesionales nos dicen que no saben de qué manera ser líderes; cómo asumir semejante responsabilidad puertas adentro de una compañía. En ese sentido, en el del rol del ejecutivo argentino dentro del mundo corporativo, tenemos mucho por trabajar”, destaca **Diego Colabardini**, jefe de Planeamiento Corporativo del Grupo Clarín y también miembro de IDEA Joven. Una fuerza que crece. ■

G.S.



Diego Colabardini:
“Muchos profesionales nos dicen que no saben de qué manera ser líderes”.