



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas



ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

Maestría en Administración

Tesis

“Ser Entrepreneur: El Desafío de Implementar
una Idea de Negocio en la República
Argentina”

Maestrando: *Lic. Constanza Palmigiano.*

Tutor: *Dr. Orlando José Farao.*

Octubre 2014

Agradecimientos

Este escrito es el corolario de muchas horas de cursada, estudio y dedicación; que no podría haber sorteado sin el apoyo incondicional de muchas personas. Sin dudas sólo se cruza la meta final de una maestría con un equipo que sostiene, alienta y acompaña al maestrando; yo tengo un equipo de lujo.

Por ello, quiero agradecer a mis padres por tanto que seguramente estas palabras no serán suficientes: por su amor infinito, su generosidad, su convicción y confianza, por enseñarme con el ejemplo e inculcarme que hay que ir siempre por más, a perfeccionarme y a arriesgarme aventurándome en la búsqueda de mayor y mejor conocimiento que me impulsen y formen como profesional, pero más importante aún como persona integrante de un mundo competitivo, cambiante, desafiante, exigente y que a pesar de sus sinsabores o sinrazones posee un sinfín de oportunidades por descubrir.

A mi amor, mi marido, mi cómplice incondicional en ésta y tantas otras travesías, que cada día sin dudarlo me alienta, me da coraje y camina junto a mi lado, brindándome su amor y comprensión para que persiga los que fueran mis sueños, hoy nuestros sueños.

Mis familiares y amigos, que han sido comprensivos de mi alocada agenda y de mis apariciones fugaces, que me han acompañado con palabras y gestos de esos que dan fuerza para no claudicar.

A mis compañeros de clase, por los debates, la generosidad de compartir su conocimiento y sus disidencias, por compartir este objetivo común que nos ha unido pese a nuestra diversidad de formación, pensamiento y cultura... hemos sido un grupo colaborativo y sumamente profesional.

A mis maestros, que han sido generosos transmitiéndome su saber y parecer, respetando mis opiniones e ideas, igual que la de todos mis compañeros, enriqueciéndonos y construyendo entre todos nuevo y mejor conocimiento que practicaremos y compartiremos con la sociedad en la que nos desenvolvemos.

También, quiero hacer una mención especial a todos aquellos que han colaborado en la elaboración de esta Tesis, con su opinión, su conocimiento, su experiencia, su dedicación, su tiempo, etc. A todos los que han creído y confiado en la importancia y relevancia de contribuir sobre el tema elegido: a cada uno que ha contestado mi encuesta, al Lic. Pablo Aristizábal por su enorme generosidad, su tiempo y dedicación, igual a sus ayudantes y alumnos de *Emprendedor XXI*, al Lic. Facundo Garretón y Lic. Eduardo Kastika por aportar sus opiniones expertas.

Un particular agradecimiento al Dr. Jorge Enrique Stern por su dedicación docente, que me ha guiado mostrando sumo interés y colaboración durante el desarrollo del presente trabajo.

Y por último, agradecer y destacar a mi tutor, Dr. Orlando José Faraó, un docente extraordinario, que me ha alentado y apoyado a lo largo de todo este proceso de investigación, mostrando gran interés e involucrándose, brindándome confianza y compartiendo la misma pasión por la construcción de nuevos aportes que pudiéramos compartir con otros, igualmente interesados y convencidos que es posible superarnos y crear mundos mejores.

Gracias a todos por tanto...



Declaración

“Declaro que el material incluido en esta tesis es, a mi mejor saber y entender, original, producto de mi propio trabajo (salvo en la medida en que se identifiquen explícitamente las contribuciones de otros), y que no he presentado este material en forma parcial o total, como una tesis, en ésta u otra institución”



Sr. Director de la Maestría en Administración

Universidad de Buenos Aires

Dr. Jorge E. Stern

S / D

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. a fin de poner en su conocimiento que la maestrando Lic. Constanza Palmigiano, ha completado la elaboración de su tesis de maestría "Ser Entrepreneur: El Desafío de Implementar una Idea de Negocio en la República Argentina"

En mi opinión como su Director/Tutor de Tesis, el trabajo realizado es ampliamente satisfactorio, ha sido un trabajo meticuroso, detallado y está abalado por un copioso trabajo empírico que incluye trabajo de campo.

Sin otro particular.

Lo saluda muy cordialmente,

Dr. Orlando José Farao

Índice de Contenido

Agradecimientos.....	2
Declaración.....	3
Capítulo I: Síntesis de Conclusiones - Abstract.....	8
Capítulo II: Introducción.....	11
2.1- Fundamentación de la Elección del Tema.....	14
2.2- Naturaleza del Problema.....	18
2.3- Hipótesis de Investigación.....	21
Capítulo III: Objetivos.....	23
3.1- General:.....	23
3.2- Específicos:.....	23
Capítulo IV: Metodología Aplicada.	26
Capítulo V: Marco Teórico.	33
5.1- Dicen de los “Entrepreneurs”.....	33
5.2- El “deber ser” de los “Entrepreneurs”	38
5.3- Creadores de Riqueza y algo más.....	44
5.4- Responsabilidad Social Emprendedora.....	46
5.5- “Entrepreneurs” y la Educación	47
Capítulo VI: Análisis de Situación.....	50
6.1- El Entrepreneur, por Entrepreneurs “Exitosos”	50
6.2- Lo Dicen los Números.....	53
6.3- “Stoppers” Declarados	65
6.4- Los potenciales “Entrepreneurs” opinan... ..	69
Capítulo VII: Conclusiones.	74
Capítulo VIII: Recomendaciones.....	79
Páginas Web Consultadas.....	84
Videos Online Consultados.	85
Anexos.....	86

Índice de Gráficos

Gráfico I: Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de Argentina.....	54
Gráfico II: Distribución etaria.....	56
Gráfico III: Porcentajes de género.....	56
Gráfico IV: Nivel de educación formal adquirida.....	57
Gráfico V: Lugar de origen de los entrevistados.....	57
Gráfico V: Localización de emprendimientos.....	58
Gráfico VI: Estadísticas Emprendedores C.A.B.A.....	59
Gráfico VII: Vínculo entre los encuestados y la acción emprendedora.....	60
Gráfico VIII: ¿Qué emprenden los que emprenden?.....	62
Gráfico IX: Sectores elegidos por Entrepreneurs.....	63
Gráfico X: Clasificación de Rubros.....	63
Gráfico XI: Financiamiento de Emprendimientos.....	64
Gráfico XII: Obstáculos para la actividad emprendedora.....	68

Índice de Tablas

Tabla I: Estadísticas de Fracaso.....	54
Tabla II: profesiones y/u oficios que los “Entrepreneurs”.....	59
Tabla III: Rubro que eligen los “Entrepreneurs”.....	61
Tabla IV: Ranking de desafíos que enfrentan los “Entrepreneurs”.....	65



Capítulo I

Síntesis de Conclusiones

Abstract

Capítulo I: Síntesis de Conclusiones - Abstract

El tema a tratar por su implicancia interdisciplinaria es por demás complejo y muy vinculado a la psicología del ser humano, lo que lo torna además sumamente subjetivo. No obstante, es un tema ciertamente relevante y de absoluta incumbencia para todo aquel preocupado por la construcción de sociedades más justas, diversificadas y sustentables.

El entrepreneur, es uno de los pilares fundamentales de cualquier economía moderna. Además de generadores de portfolios de productos y servicios innovadores, como así también de empleos prósperos; y aún más importante de riqueza sustentable y redistributiva que alienta la construcción y desarrollo de sociedades sustentables. Este círculo virtuoso aún se está gestando y es la razón por la que resulta importante analizar en esta instancia aquellas dificultades y desafíos que truncan, entorpecen o impiden la generación de un mayor porcentaje de entrepreneurs dedicados a crear estos círculos virtuosos. Así podremos todos aquellos que confiamos y creemos en estos agentes de cambio, alentarlos y colaborar en este cambio de paradigma que están impulsando, aportando ideas y accionando para prevenir y corregir estos “stoppers”, trabas, barreras, etc. desde los distintos ámbitos de la sociedad.

Los desafíos son vastos y se corresponden principalmente a vicios culturales, actitudinales, legales, educativos, entre otros. Por lo que entendiendo la sensibilidad y complejidad de los temas a tratar, se intentará objetivamente exponer las voces de diferentes representantes autorizados del “ecosistema emprendedor” a fin de comprender tanto su estado de situación actual como también identificar posibles formas de colaborar en este proyecto apasionante de la construcción de un genuino “mundo entrepreneur argentino”.

Como ha escrito Antoine de Saint-Exupéry “lo esencial es invisible a los ojos” y este estudio pretende muy humildemente hacer visible un problema que incide en la vida cotidiana de cualquier ciudadano, ya que atendiendo estos desafíos que atormentan a los entrepreneurs, nos beneficiaríamos todos de sus logros y éxito.

Por todo lo antedicho es que este trabajo tiene por objetivo esencial explorar, identificar y analizar aquellos desafíos a los que cotidianamente se enfrenta un “Entrepreneur” que quiere implementar su idea de negocio en la República Argentina que puedan ser capitalizados tanto por los futuros y/o potenciales “Entrepreneurs”, como por los agentes generadores de cambio con poder de incentivar el emprendedorismo, generando valor económico y social.



No se pretende, agotar con esta investigación una problemática tan compleja como la que aquí se ha planteado; pero sin duda exponerla y analizarla parece un buen comienzo para impulsar el cambio orientado a propiciar un “ecosistema entrepreneur” adecuado, aportando información de diversas fuentes y fidedigna que nutra debates positivos y constructivos al igual que acciones necesarias a fin de promover economías competitivas, sustentables y prósperas en la República Argentina.

Así es que invitamos a los lectores a adentrarse en esta fascinante investigación que espera contagiarlos de curiosidad e introducirlos en el “mundo entrepreneur”, además de entusiasmarlos a sumarse en este viaje de construcción de nuevo conocimiento y nuevos paradigmas en pos de sociedades más productivas, justas, sustentables e innovadoras.



Capítulo II

Introducción

Capítulo II: Introducción

Partiendo desde la regla de la gramática, la palabra “emprendedor” es un adjetivo; significa entonces que se trata de un concepto que indica las cualidades, rasgos y/o propiedades del sustantivo que éste acompañe. Asumiendo que dicho sustantivo será siempre una persona o grupo de ellas; entonces, para la Real Academia Española (RAE) es emprendedor o emprendedora, “aquel que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. También, el diccionario de la lengua española de Editorial Larousse, parece *a priori* coincidir presentando una definición similar a la anterior, donde establece que emprendedor o emprendedora es “quien toma iniciativas y las lleva a cabo”.

Idéntica situación se presenta respecto de la palabra: “emprender”, como el verbo asociado a las acciones propias de un emprendedor. La RAE lo define como la acción de “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”; mientras que para Larousse se refiere a “comenzar una obra o empresa” sin más.

La palabra emprendedor posee en el mundo de los conceptos y las definiciones varias acepciones: Pablo Aristizábal, en su artículo “El sueño emprendedor, el futuro de un país” en el libro “Manual Básico de Consulta para Emprendedores” (Varios Autores, 2007), expone con claridad que es una tarea complicada definir la palabra emprendedor y cualquier definición a la que se arribase “...sólo será una más”. Sin embargo, es interesante el concepto utilizado por la Lic. María Marta Formichella en su monografía publicada por el INTA, titulada “El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local”, donde dice que: “La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero)...” refiriéndose a “aquellos que se lanzaban a la aventura..., sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor...” y “...el éxito se relaciona estrechamente con la actitud de quién lleva adelante la tarea.” (Formichella, 2004).

Ciertamente no es fácil encontrar definiciones estrictas y universalmente aceptadas de lo que es: "Ser Emprendedor". Incluso hoy día, los idóneos y expertos en la materia no resuelven la génesis del término, estando vigentes los debates sobre la propia definición y su alcance, como acerca de si un emprendedor "nace o se hace" o incluso como opina Aristizábal que un emprendedor se "encuentra".

Lo que se puede rescatar y que no se presta a discusión alguna es que los emprendedores, sean del tipo de emprendedor que sean, tal como lo pone de manifiesto la definición de la RAE, deben enfrentarse a desafíos y dificultades... por definición y porque así sucede en la práctica es que esto no es más que una verdad a voces.

También es cierto que se han llevado a cabo emprendimientos desde tiempos inmemorables, tal y como lo plantea Joel Arthur Barker autor de "Paradigmas: El negocio de descubrir el futuro"; por personas que él define como "Pioneros de Paradigmas" (Barker, 1995). Estas personas, como explica Baker, son quienes basándose principalmente en su intuición han logrado implementar "nuevas reglas", modelos de negocios.

Sin embargo, desde aquellos tiempos en los que estos pioneros a los que Baker cita - como ejemplo de emprendedores y a la fecha, se ha desarrollado un vasto conocimiento; se han incorporado técnicas y herramientas que pretenden ayudar -en ocasión lo logran, otras entorpecen- a los emprendedores a complementar esa tan necesaria intuición, que en ocasiones también se trata de "cuotas de suerte" (parafraseando esa verdad de perogrullo: "estar en el lugar indicado en el momento justo"); todo necesario a fin de hacer frente a esos desafíos y dificultades que como ya se dijo, deben enfrentar como condición *sine qua non* de su existencia. Y si bien no es la única condición de un emprendedor, es la que nos compete e importa estudiar en esta ocasión.

Empero, dicha evolución ha surgido de manera desordenada y poco encausada o direccionada al acabado entendimiento, tanto de los desafíos como las dificultades que cualquier emprendedor enfrenta con el importante fin de implementar una idea de



negocio. También, hay que decir que en la República Argentina, pareciera estar un tanto alejada de colocar a este "agente de cambio" en el lugar de importancia que como tal le corresponde, tanto dentro del ámbito académico como en la economía misma.

2.1- Fundamentación de la Elección del Tema

La presente Tesis de Maestría surge, tal y como lo manifiesta Luisa Mayoral en su libro "Metodología del Trabajo de Tesis" (Mayoral, 2009), de la necesidad de investigar científicamente, con criterios metódicos y de forma sistemática, a partir de la curiosidad e insatisfacción personal provocada por la aparente insuficiencia de evidencia, enfoques e información concernientes al proceso no teórico (desde su perspectiva práctica y real) por el cual un emprendedor debe transitar a fin de implementar una idea de negocio en la República Argentina.

El presente pretende investigar dicho proceso, analizando particularmente los desafíos y dificultades fácticas que el común denominador de los emprendedores enfrenta. No siendo parte del alcance de la misma dilucidar o establecer patrones para el éxito de la implementación de un negocio ni tampoco involucrarse con el proceso personalísimo por el que pasa una persona a fin de proclamarse emprendedor.

La realidad es que usualmente como bien afirma una frase popular "la historia la escriben los vencedores", generalmente se publican y comunican historias de empresarios exitosos, que supieron salir airoso como emprendedores. Bien cabe en este punto, diferenciar al empresario, en su rol gerenciador de un negocio, del emprendedor que comprende a aquel que teniendo una idea de negocio "apuesta" y es perseverante en implementar dicha idea, asumiendo el alto riesgo implícito.

Es relevante comprender la importancia de la existencia y generación de un mayor nivel de la actividad emprendedora, que sirva a los fines de apalancar un incremento en los niveles de crecimiento y desarrollo económico de la sociedad. Tal como remarca Joseph A. Schumpeter en su obra "Capitalismo, Socialismo y Democracia", es "la función de los emprendedores reformar o revolucionar el patrón de producción..." generando innovaciones, sin las cuales "la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción, dificultando la generación de dicho proceso" (Schumpeter, 1942).

El foco de esta investigación tiene incumbencia en aquellas situaciones, problemáticas y hechos que acontecen a lo largo del periodo que se inicia con el surgimiento de una idea de negocio hasta el momento que la misma se implementa (fehacientemente). Dicho esto, también se pone de manifiesto que el presente se limita a investigar el proceso de emprendimiento comercial, excluyendo el proceso de gerenciamiento y administración de negocios ya implementados, aunque este último proceso también implique y precise de acciones emprendedoras para su sustentabilidad y crecimiento.

Pero el tema elegido no tiene por protagonista a cualquier emprendedor, ya que como se ha dicho anteriormente la tipología de éstos debe ser vasta, sean sujetos que emprenden acciones humanitarias, organizaciones sin fines de lucro, o que emprenden acciones que permiten a organizaciones existentes crecer, mutar o bien perdurar, etc. Por lo que sólo se hará foco en los **"Entrepreneur"**: los individuos o conjunto de ellos, que persiguen con ímpetu conquistar, mediante una idea de negocio diferenciada, un espacio en las mentes de los consumidores. En particular, se estudiará únicamente a aquellos "Entrepreneurs", con la vocación de implementar negocios "desde cero" y asumiendo íntegramente el riesgo de dicha aventura -excluyendo los emprendimientos que surgen como desprendimientos de otras organizaciones existentes o desde las mismas entrañas de corporaciones establecidas-. Así es, que de aquí en adelante toda mención a "Emprendedores" o "Entrepreneurs" corresponderá a esta pauta establecida, salvo expresa aclaración en contrario.

Y se ha optado por denominar "Entrepreneurs" a estos individuos, con la convicción de que en la traducción y castellanización del vocablo se ha desvirtuado su profundo significado, utilizándolo en su término más amplio. Por lo que, creyendo que ser "Entrepreneur" tiene implicancias más específicas y distintivas que las de "ser emprendedor", es que se procurará evitar la utilización del término castellanizado cuando se haga referencia a nuestro objeto de estudio.

A los Administradores de Empresas les importa profundizar en temas relacionados con la acción de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar recursos escasos con el fin de maximizar sus beneficios -conceptos que varían sutilmente dependiendo del autor de preferencia- todo con el fin último de adquirir cierta pericia en el arte de

desempeñar correctamente lo que Mintzberg define como los Roles Administrativos o Gerenciales; como bien se nos enseña en la carrera universitaria de Licenciatura en Administración (o Administración de Empresas según se trate de universidades públicas o privadas) y/o sus especializaciones asociadas o similares.

En cambio, será que al "Entrepreneur" le importa profundizar en temas de su propia incumbencia, pero estos no se encuentran disponibles ni organizados con la misma rigurosidad que aquellos hoy contemplados por la Administración.

Ese pasaje, en general desordenado, con avances y retrocesos producto de la búsqueda de dar forma al negocio que nace con la "idea", se encuentra huérfano de información tratada con rigorismo científico. Por ello, es que un emprendedor debe depositar un alto grado de confianza en su propia intuición, ya que es poca la información de corte científica y especializada que sirva al propósito de tomar decisiones con un mayor grado de racionalidad y fundamento de juicio experto que contribuya a minimizar la aleatoriedad e incertidumbre de las decisiones. Se trata entonces de ahondar con rigorismo, ese tramo inicial del "Entrepreneur" (bastante solitario) con el objeto de encontrar pautas y tendencias para poder transitar dicho proceso. No obstante, muchas personas van en busca de herramientas para el estudio, análisis y métodos que los acompañen desde que surge una idea de negocio hasta el momento en que existe una empresa para administrar; aunque más no sea una traspolación o adaptación de conceptos concebidos a partir de problemáticas de naturalezas distintas (ya que administrar recursos durante el proceso emprendedor difiere de administrar recursos de una empresa constituida; al igual que para fabricar una máquina se precisa de herramientas distintas que aquellas necesarias para su mantenimiento, pese a que en ocasiones algunas de ellas sirvan para ambos procesos).

A priori, parecería tratarse de una sutil diferencia, pero la misma radica en el hecho de que todo aquel cuyo objetivo radica en gerenciar un negocio puesto en marcha cuenta, más allá de su propia capacidad, con gran cantidad de herramientas, modelos y metodologías de apoyo para concretar con relativo éxito dicha misión. Por el contrario un emprendedor pareciera tener la necesidad de transitar un proceso de índole personalísimo y con un alto factor psicológico, un tanto alejado de cualquier tipo de



estándar lógico y metódico a fin de llegar a ese momento en el que su idea de negocio se encuentra implementada, mutando recién a esa instancia donde tenga que ocuparse del gerenciamiento o administración del mismo (sin que ello sea en detrimento de perder su espíritu emprendedor).

2.2- Naturaleza del Problema

Desde un punto de vista académico, al menos en lo que a mi propia experiencia refiere, se hace poco hincapié en la cultura emprendedora y en la formación de emprendedores, sino más bien se trabaja en el campo de la formación de empresarios-emprendedores: aquellos que gerencian, gestionan y administran negocios en curso. Por ello creo, en la contribución que esta tesis pueda brindar a aquellos con espíritu emprendedor, que a pesar de su intuición y de su tenacidad, también precisan de conceptos, modelos y encuadres generales que potencien y ayuden a minimizar los altos riesgo implícitos en la implementación de un negocio.

Ríos de tinta se han escrito acerca de cuál es la mejor forma de planificar, plasmar, esquematizar y diagramar un negocio. Existe gran cantidad de herramientas y modelos que ayudan y brindan soporte para poder plasmar y formalizar metódicamente las ideas de negocio, con el bien conocido "Plan de Negocios" entre otros. Pero, rara vez se analizan concienzudamente, los desafíos, los escollos, las restricciones y las problemáticas cotidianas en el camino emprendedor, aquello que una persona debe enfrentar a fin de implementar su idea de negocio.

Usualmente se idealiza el emprendimiento; chocándose en el ejercicio de tangibilizar y concretar dicha idea de negocio, con una realidad que incluye desafíos y dificultades a sortear que no se encuentran en los libros, ni tampoco son usualmente confesadas ni humildemente compartidas por aquellos que ya hubieren transitado dicho camino con éxito. En ocasiones será porque habiendo superado dichos desafíos vale más concentrarse en los resultados exitosos que en el camino recorrido, en otros será que consideran más redituable contar la lírica romántica del éxito y no detenerse en mostrar lo arduo y dificultoso del trayecto. Seguramente habrá infinidad de razones (justificadas o no) que se pudieran enunciar y que derivan en esta problemática.

Objetivamente existe una gran cantidad de ideas de negocio que se frustran durante su proceso emprendedor, o bien sobreviven pocos años en el mercado, ya sea producto de la informalidad con la que se gestan los negocios, o también a causa de la naturaleza de los mismos. Téngase en cuenta que en Argentina, hay una

considerable cantidad de negocios que se inician “por necesidad” debido a una falta de alternativa de empleo y no por convicción o por la detección de una oportunidad de mercado como bien lo declara el “Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report” (Reporte Global GEM 2013). Además, se registra una baja en la tasa de actividad emprendedora, con las vastas consecuencias que de esta situación se derivan – véase *“Capítulo VI: Análisis de Situación”*.

Por ello, la problemática en cuestión se circunscribe a la falta de análisis concienzudo respecto de las dificultades y los desafíos comunes, a los que se enfrentan habitualmente quienes deciden implementar una idea de negocio en la República Argentina. Particularmente, haciendo foco en las personas que atraviesan un proceso creativo de formular una idea de negocio hasta el momento en que dicha idea se considera implementada – excluyendo toda aquella iteración del proceso en calidad de mejora, producto del gerenciamiento del negocio.

Teniendo en cuenta lo antedicho, el problema a ser dilucidado en el presente trabajo se limitará a detectar y analizar aquellas dificultades y desafíos comunes con los que deben lidiar estos “Entrepreneurs”, principalmente a partir de la investigación empírica.

Así es que, se intentará dar respuesta a lo siguiente:

¿Cuáles son las dificultades más significativas, susceptibles de ser identificadas, a las que se enfrentaría un “Entrepreneur” a fin de implementar una idea de negocio?

¿Existen dificultades significativas y comunes, que cualquier “Entrepreneur” deba contemplar?

¿Es posible identificar un patrón de comportamiento entre los “Entrepreneurs” y qué éste permita aportar mayor información para la toma de decisiones, asociada al riesgo de implementar una idea de negocio?

¿Podrán nuevos “Entrepreneurs” capitalizar las experiencias y las decisiones tomadas por otros que ya han recorrido dicho camino?

¿Podrán capitalizar los resultados de la investigación los diferentes actores con el poder de influir, tanto en el entorno como en los propios “Entrepreneurs”?



¿Podrá esta investigación aportar algo más que simple información para futuros "Entrepreneurs"?

En conclusión, partiendo de un proceso de investigación, analizando el comportamiento, las opiniones, las inquietudes y las decisiones tanto de emprendedores, como de expertos y también de jóvenes estudiantes interesados en la materia, se podría identificar aquellos desafíos a los que cotidianamente se enfrenta un "Entrepreneur" que quiere implementar su idea de negocio; valiéndose de dicha experiencia, en pos de sortear con mayor conocimiento el camino que se han propuesto.



2.3- Hipótesis de Investigación

En el devenir de la investigación, se generará información que podrá ser capitalizada por otros: tanto por aquellos que con determinación y actitud deseen implementar ideas de negocio en el país, como por los diferentes actores con el poder de influir tanto en el entorno como en el individuo mismo, a los fines de generar valor económico y social; por lo que se identificarán y analizarán las dificultades que los emprendedores enfrentan para llevar a cabo una idea de negocio en la República Argentina.



Capítulo III

Objetivos

Capítulo III: Objetivos

3.1- General:

Explorar, identificar y analizar los desafíos y las restricciones que los emprendedores enfrentan para llevar a cabo una idea de negocio en la República Argentina con el propósito de exponer elementos de juicio útiles que puedan ser capitalizados tanto por los futuros y/o potenciales “Entrepreneurs”, como por los agentes generadores de cambio con poder de incentivar el emprendedorismo, generando valor económico y social.

3.2- Específicos:

- ✚ Identificar las dificultades más significativas y comunes a los que se enfrenta un “Entrepreneur”.
- ✚ Explorar el patrón de comportamiento de “Entrepreneurs” que aporte mayor información para la toma de decisiones asociada al riesgo de implementar una idea de negocio.
- ✚ Posibilitar que los nuevos “Entrepreneurs” capitalicen los resultados de la investigación.
- ✚ Colaborar para que los diferentes actores con el poder de influir tanto en el entorno como en los propios “Entrepreneurs”, capitalicen los resultados de la investigación.
- ✚ Aportar información que enriquezca y genere debates que concluyan en acciones favorables para el crecimiento y desarrollo de nuestra sociedad.



- ✚ Concientizar acerca de la relevancia del incremento de la actividad emprendedora como factor económico-social.
- ✚ Comprender las inquietudes y conflictos de los jóvenes aspirantes a convertirse en “Entrepreneurs”.
- ✚ Aportar conocimientos adquiridos en la cursada de la Maestría en Administración en beneficio de los “Entrepreneurs” que persigan la implementación de ideas de negocios o a todo aquel que le resultara útil.
- ✚ Aprobar la Tesis de Maestría, como requisito para la culminación y obtención del Título de Posgrado de Master en Administración, otorgado por la Escuela de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.



Capítulo IV

Metodología Aplicada

Capítulo IV: Metodología Aplicada.

A los fines de desarrollar el presente trabajo se ha procedido a aplicar diferentes metodologías, dependiendo de la fase del proyecto de investigación en los que se encontraba.

En primera instancia, se procedió a realizar una exhaustiva recopilación y lectura de vasto material bibliográfico, así como publicaciones especializadas, que ayudaran a contextualizar y comprender cabalmente tanto la problemática en cuestión, como los fenómenos de estudio asociados en “un intento de reflexionar sistemáticamente a partir del conocimiento existente”...y...”operando sobre niveles bajos de conocimiento del fenómeno, procurando alcanzar nuevos aspectos del mismo” (Mayoral, 2009). Por ello, es que se pudieron definir con precisión los objetivos propuestos y la hipótesis de trabajo.

Además, dicha investigación teórica y exploratoria, permitió el desarrollo del marco teórico, absolutamente necesario como bien lo explica Mayoral, siendo éste el “cuerpo de conocimiento que enmarca el problema, da sentido a la investigación y establece el llamado estado del arte o paradigma vigente de la materia”; ya que “su elaboración requiere indagar con rigor científico lo que se ha escrito sobre la cuestión con una estructura lógica y un análisis crítico de los distintos aportes.” (Mayoral, 2009)

Por otra parte, también se llevó a cabo una investigación del tipo empírica y descriptiva que permitió analizar la “situación” de los Entrepreneurs. Mediante la observación y el análisis de casos, relatos, entrevistas, encuestas y reportes estadísticos, se logró adquirir información fiable, que permita arribar a conclusiones y recomendaciones concretas y precisas, que cumplimenten los objetivos planteados.

Así es que se precisó la utilización de fuentes tanto primarias como secundarias. Entre las primeras se destacan las siguientes:

Encuesta.

Se confeccionó una encuesta estructurada con preguntas de tipo elección múltiple, complementadas con aquellas que permiten respuestas abiertas. Su fin fue identificar

los principales desafíos y restricciones que debe enfrentar un “Entrepreneur” en la República Argentina, como también la recopilación de opiniones y experiencias vinculadas con esta problemática. La población muestral es aleatoria, ya que dicha encuesta fue publicada en foros y páginas web cuyos lectores y seguidores demuestran algún interés por el emprendedurismo como ser: Fanpage Facebook Emprendedores News, Foro EmprendedorXXI, Fanpage Facebook Centro Emprendedor GEN 21, Fanpage Facebook Emprendedores, Empresarios y Profesionales de habla hispana en el mundo, Fanpage Facebook FCE - Facultad de Ciencias Económicas | UBA, Fanpage Facebook Consejo Profesional de Ciencias Económicas CABA y mi Perfil personal de LinkedIn y Facebook. Se consiguieron 23 respuestas y se excluyeron aquellas que manifestaron no ser argentinos ni poseer intención de emprender en la República Argentina, pero se incluyeron a aquellos que podrían haber considerado dicha locación por ser de nacionalidad argentina y por alguna razón prefieren implementar sus negocios en el exterior. Así se obtuvieron 21 encuestas completas y consideradas en el estudio en cuestión. Además, con el objetivo de no malinterpretar las respuestas, se contactó a los que respondieron las encuestas y brindaron datos de contacto para ampliar sus respuestas en los casos que se consideró necesario (p.e. cuando algún dato demográfico resultó inconsistente o cuando alguna descripción brindada era confusa o vaga). Concluido este trabajo se confeccionaron tablas con las respuestas que permitieron el análisis cuali-cuantitativo de los datos, obteniendo tanto estadísticas como información valiosa para dar respuesta a nuestro interrogante (*véase Anexos*).

Relatos de Entrepreneurs en Primera Persona.

Se analizaron de forma exhaustiva videos donde Entrepreneurs relatan tanto su historia, como sus experiencias. Dentro de dichos relatos, se focalizó la atención en la opinión de estos individuos respecto de los desafíos que han debido enfrentar, como los consejos que desde su experiencia brindan a otros que quieran iniciar el recorrido de un “Entrepreneur”. Luego de recopilados los datos pertinentes, se analizaron las coincidencias, la diferencias, las decisiones que han tomado y todos los aportes que brindan, importantes para contribuir a dar respuesta a los objetivos planteados en esta Tesis.

Los casos que se analizaron son:

Caso	Fecha de Inicio	Rubro	Emprendedores / Oradores	Productor	Año
Mercado Libre	1999	E-commerce	Marcos Galperín	HSM - WOBI	2008
Cardón	1988	Indumentaria	Gabo Nazar	HSM - WOBI	2008
Globant	2003	Informática	Martín Migoya / Martín Umarán / Guibert Englebienne / Néstor Nocetti	HSM - WOBI	2008
The Kilkenny	1998	Gastronómico	Roberto Amitrano / Hernán Prieto	HSM - WOBI	2008
Barbara Diez	2001	Eventos	Bárbara Diez	HSM - WOBI	2008
Zott	1992	Merchandising	Rodolfo Montes de Oca / Patricio Miranda	HSM - WOBI	2008
Rent a Chef	1996	Gastronómico	Diego García Tedesco	HSM - WOBI	2008
Issue	1976	Cosmética	Roberto Hlace / OscarVillalba	HSM - WOBI	2008
Pronto Wash	2001	Lavadero de Autos	Sergio Kempel / Alan Parker	HSM - WOBI	2008
Romario	1989	Gastronómico	Fernando López Gordillo	HSM - WOBI	2008
NeoPackaging	2003	Packaging	Diego Hernayes / Esteban Boselli	HSM - WOBI	2008
Despegar.com	1999	Turismo	Martín Rastellino / Christian Vitale	HSM - WOBI	2008
Candle Shop	1998	Velas	Alejandro Miquelarena / Michelle Miquelarena	HSM - WOBI	2008
My Special Book	2002	Editorial	Eduardo Zemborain / Juan Zemborain / Carolina Randle / Victoria Randle	HSM - WOBI	2008
Biggy's	2005	Alimenticio	Germán Camero / Nicolás Camero / Eduardo de Biase	HSM - WOBI	2008
Dimare - Rasti	1965	Juguetería	Antonio Dimare	HSM - WOBI	2008
Colegio Gato Dumas	1998	Educación	Guillermo Calabrese	HSM - WOBI	2008
Ay, not dead	2002	Indumentaria	Diego Romero / Martín Romero / Noel Romero / Angeles Chevallier	HSM - WOBI	2008
OfficeNet	1997	Insumos Oficina	Santiago Bilinkis	INICIA	2013
InvertirOnline.com	2000	Trading Online	Facundo Garretón	TEDxUTN	2013

Además, se analizaron relatos y opiniones de los siguientes Entrepreneurs y referentes, incluidos en el curso online “El arte de emprender desde América Latina (2013)” de ACAMICA: Andy Freire, Marcos Galperín, Santiago Siri, Santiago Bilinkis, Wenceslao Casares, Alec Oxenford, Ariel Arrieta, Emiliano Kargieman, Facundo Garretón, Gonzalo Costa, Hernán Kazah, Lisandro Bril, Lorena Suárez, Manuel Tanoira, Mariano Suárez Battan, Patricio Jutard, Santiago Pinto, Silvia Torres Carbonell e Ignacio Peña.

Y por último, el video de una conferencia realizada por un emprendedor español llamado Pau García-Milà, publicado por WOBI. Si bien el emprendedor en cuestión implementó su idea de negocios en España, su relato se asemeja mucho al que podría tener un “Entrepreneur” que quiera implementar su idea de negocios en Argentina.

(Los videos corresponden a la colección “El Emprendedor”, 7 DVD producidos por HSM Management TV – WOBI a disposición de quien los requiera y también a videos exhibidos en Internet de los cuales se enlistan links – *véase Videos Online Consultados*)

Entrevistas.

Con el propósito de incorporar la opinión de personas especialistas e idóneas en la temática y con una vasta trayectoria académica se entrevistó a Pablo Aristizábal y a Facundo Garretón. No sólo aportaron gran cantidad de información que sirvió para clarificar conceptos sino que brindaron fundamentos con base en su propia experiencia y expertise que ayudaron a enriquecer la investigación.

Clase de Debate.

Se organizó con la colaboración del Prof. Pablo Aristizábal y sus ayudantes, una clase de debate, dentro de la cursada de la materia Emprendedor XXI, dictada en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Su objetivo fue fomentar el debate de conceptos e ideas contenidas en el presente estudio, entre los alumnos; que voluntariamente se inscribieron en una materia que tiene como lema el promover la cultura emprendedora, fomentando el hacer que las cosas sucedan de manera innovadora. Luego, dichas opiniones y manifestaciones, se analizaron a fin de integrarlas como parte de la investigación cursada. Esta sesión tuvo lugar el día viernes

16 de mayo de 2014 y se prolongó por un lapso de tiempo de 1 hora 36 minutos 22 segundos (se adjunta la filmación completa en soporte digital – véase *Anexos*).

Jornadas de Entrepreneurs.

Se asistió al “Festival BA Emprende”, el día 6 de Agosto de 2014, organizado por la Academia Buenos Aires Emprende, organismo dependiente del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. A lo largo de dicha jornada se interactuó con referentes de entidades expositoras y sponsors, como también con Entrepreneurs que asistieron al evento (se adjunta certificado de asistencia – véase *Anexos*).

También, se analizaron archivos audiovisuales del Panel: “El Ecosistema Emprendedor Argentino”, en la reunión Argentina del *Council of the Americas* del año 2012, conformado por Santiago Bilinkis, Marcos Galperín, Martín Migoya, Gonzalo Costa y Andy Freire (se adjunta link en la red– véase *Videos Online Consultados*).

Y además, se analizó la participación de la Cdra. Silvia Sioli de Torres Carbonel en el IV Encuentro de Empresarios organizado por la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en abril de 2001, con su exposición “La capacitación y el emprendedor”.

A partir de la observación, la experiencia propia y su análisis conjunto, se recopiló información y opiniones útiles a los fines de enriquecer la presente investigación.

Luego, respecto de las fuentes secundarias, se consultaron y analizaron:

- ✚ Artículos y publicaciones especializadas;
- ✚ Reportes y estadísticas publicadas por organizaciones especializadas y de renombre;
- ✚ Información publicada en páginas de internet de entidades vinculadas estrechamente con la temática y problemática planteada;
- ✚ Monografías relacionadas con la temática y problemática planteada; y
- ✚ Vasta bibliografía de destacados escritores, reconocidos por su vinculación con la problemática planteada.



Por tanto, se tiene plena confianza que toda la información recolectada y analizada, ayudarán a aproximarnos a dilucidar la problemática planteada, pudiendo arribar a conclusiones sólidas que sumadas a recomendaciones razonables generen un valor agregado de conocimiento, tal que enriquezca a otros interesados y sirva para la construcción conjunta de una sociedad mejor.



Capítulo V

Marco Teórico

Capítulo V: Marco Teórico.

5.1- Dicen de los “Entrepreneurs”

Tal como explica Peter Drucker, “...los emprendedores son una minoría entre la creación de nuevos negocios...ellos crean algo nuevo, algo diferente; ellos cambian o transmutan valores”. (Drucker, 1985)

Por ello, uno de los principales objetivos de un emprendedor debe ser identificar aquellas ventajas y fuerzas competitivas que le permitan diferenciarse ya sea a través de la calidad, por sus habilidades, por sus cualidades, por la capacidad que tenga de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a sus clientes “target”, con los bienes y servicios a ofrecer, lo cual se traduciría en un generador de riquezas; como explica Michael E. Porter en su libro “Competitive Strategy”. (Porter, 2007)

Esta figura del emprendedor cobra extrema relevancia al tener en cuenta, tal como explica Pablo Aristizábal, cuando dice que “...la única salida para la creación genuina del desarrollo laboral del siglo XXI parece estar fundada en el andamiaje de miles de emprendedores que actúen como agentes de cambio, sustenten la competitividad de nuestra sociedad, se procuren trabajo a sí mismos y sean multiplicadores de empleo...hoy las pymes motorizan el PBI de las naciones y ocupan la mayoría de la mano de obra del mundo, por lo tanto es necesario introducir en la agenda de todos los sectores (empresarial, gubernamental, tercer sector, universitario) el especial desarrollo de una sociedad culturalmente empresarial y emprendedora”. (Varios Autores, 2007). Sin embargo, explica Drucker, “...mientras que gran parte del debate actual trata al emprendimiento como algo un poco misterioso, ya sea como un don, talento o “destello de genio”,... la innovación y el emprendedurismo” son prácticas con “tareas intencionales que pueden ser organizadas - y se encuentra la necesidad de que sean organizadas - y como un trabajo sistemático” (Drucker, 1985).

Por su lado, como cita la Lic. Formichella en su monografía, “...Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca

de la mentalidad emprendedora, y concluyó que se basaba más en las oportunidades que en los recursos. Stevenson realiza un análisis similar al de Drucker, ya que expresa que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. Un emprendedor, además de ser creador de una empresa, busca continuamente la oportunidad y crear nueva riqueza. Él considera imprescindible que el empresario innove para encuadrarlo como emprendedor. Y cabe aclarar que innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización o una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea, etc... Por otra parte, personas que comienzan con algún negocio típico, a pesar de someterse a la incertidumbre propia de iniciarlo, no son considerados emprendedores por Stevenson porque sólo están imitando a otros y no están innovando.”

Y continúa: “Stevenson (2000), haciendo hincapié en el emprendimiento como un fenómeno relacionado con el comportamiento, analizó las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos. Básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa. Según este autor, la cultura administrativa tiene que ver con un estado más estático y la emprendedora con un estado más dinámico. En la primera el ejecutivo arma su estrategia en función de los recursos que controla, mientras que en la segunda, el emprendedor arma su estrategia según la percepción de la oportunidad. Por ello mientras que el emprendedor acepta riesgos razonables y actúa revolucionariamente en el corto plazo, el ejecutivo trata de minimizar los riesgos y actúa en el tiempo. Por otra parte, puede observarse como el emprendedor desafía la jerarquía y destaca a la coordinación como más importante que la propiedad de los recursos, la dirección se forma mediante redes. En cambio para el ejecutivo la jerarquía es primordial, necesita una clara definición de la responsabilidad y de la autoridad.” (Formichella, 2004)

Concluyendo sobre este autor: “Stevenson (2000) afirma que el emprendedorismo: se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles; es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en

proyectos de otros miembros de la comunidad - es decir que existe capital disponible; es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de los miembros de la misma son celebrados por los demás miembros; y es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.” (Formichella, 2004)

Es así, que existe vasta bibliografía descriptiva de los logros y talentos de emprendedores indiscutiblemente exitosos, donde se cuentan sus proezas, haciendo énfasis en lo arduo que es el camino del emprendedor, las dificultades que debe enfrentar alguien que decide emprender un nuevo negocio, etc. Pero, rara vez, se entra en detalle y de manera pedagógica o científica respecto de cuáles son esas dificultades, barreras o restricciones típicas que un emprendedor enfrentará a los largo de este camino que ha decidido emprender.

Es sumamente necesario también contextualizar a este emprendedor en un mundo globalizado, altamente complejo, diferente a aquel mundo en el que grandes emprendedores supieron desarrollarse como sería el ejemplo de Henry Ford, John D. Rockefeller, Torcuato Di Tella, Enzo Anselmo Ferrari y otros tantos pioneros del siglo pasado. El emprendedor de la Era de la Globalización, no sólo cuenta con nuevas tecnologías que acortan virtualmente las distancias físicas, reducen costos operativos, facilitan el intercambio y ponen al servicio de la humanidad gran cantidad de beneficios que alivianan y aligeran el desarrollo de las actividades cotidianas. También, debe hacer frente con creatividad las negatividades de la globalización que pueden ser destructivas, erosionando el sentido de valor ético, la integridad del ser, la moral y la confianza en otros; cualidades que alguna vez, generaciones anteriores consideraron como esenciales del carácter personal. Richard Sennett en su obra “La Corrosión del Carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo”, permite cuestionar y comprender el contexto social, económico y político de las confusiones y contradicciones contemporáneas; sugiriendo formas de re-imaginar tanto a la sociedad como nuestro carácter individual a fin de hacerle frente a una economía basada en el principio de "nada a largo plazo". (Sennett, 1998)

Por ejemplo, Eduardo Kastika en su libro “Creatividad para Emprendedores” narra casos donde concluye reiteradamente que las principales restricciones y dificultades

que debe sortear un emprendedor son aquellas vinculadas con su propia psicología y emociones, así es como habla de los miedos, de las frustraciones, de las equivocaciones, de la complejidad, etc. y es categórico cuando expresa que es una “fantasía consistente el suponer que el éxito en el mundo de los negocios sólo se logra con ideas maravillosas y no con persistencia, esfuerzo y creatividad aplicados cotidianamente” (Kastika, 2007). También, Herrera y Brown, en su libro “La guía del emprendedor” hacen expresa mención a estos puntos, dejando entrever que la mayor hazaña de un emprendedor es vencer el obstáculo que implica “conocer las propias fuerzas internas...unificarlas y enfocarlas hacia los que él considera su propósito”. Y añaden, “es un error pensar que mejorando el acceso al crédito o entregando herramientas de gestión de negocios se crearán empresas más competitivas. Esos aspectos, aunque son muy necesarios, no son clave para potenciar un movimiento emprendedor. Las verdaderas claves están en desarrollar aspectos psicológicos de las personas como la disciplina, la perseverancia, la creatividad y la empatía, por nombrar sólo algunos” (Herrera & Brown, 2006).

Gastón Pilegi, en su escrito “Sorteando obstáculos: la gran habilidad emprendedora” parte del segundo capítulo (Desarrollando la Idea) del libro “Manual Básico de Consulta para Emprendedores” explica: “Es importante recalcar que en un país como la Argentina, la habilidad para manejar cuestiones de tipo emocional representa el principal aspecto del proceso emprendedor. La clave para afrontar este tipo de obstáculos es la anticipación. Es conveniente que aquello que requiera trámites o inscripciones, se realice antes de la puesta en marcha del emprendimiento, ya que pueden demorar la salida” (Varios Autores, 2007).

Parece prudente destacar unas frases del escrito “El sueño emprendedor, el futuro de un país” que introduce el primer capítulo (Ser Emprendedor) del libro “Manual Básico de Consulta para Emprendedores” de Pablo Aristizábal que dicen: “Y serán exitosos mientras más se dejen guiar por su voz interior, por lo que creen: por eso hablamos de crear mundos y no de copiar, porque si uno deja surgir lo que siente, lo que cree, aquello que emerja será una creación. Un emprendedor hace lo que piensa, intuye, siente y no lo que se dice; lo que se dice está habitualmente sesgado por lo que se



creo que el otro quiere escuchar. La autenticidad y la conducta son las claves de la credibilidad, la fuerza y la energía del espíritu emprendedor. Los emprendedores son protagonistas del hacer, no del parecer; crean espacios para compartir, por eso lideran y no sólo gestionan. Este templo tampoco será un lugar atractivo para todos; esa mística sólo está reservada para los jóvenes de espíritu, aquellos que abordan la vida con audacia, con pasión. Aquel que no hace sólo transporta la luz impropia; hacer es generar luz, iluminándose e iluminando a otros”.

5.2- El “deber ser” de los “Entrepreneurs”

Luis Pujol, introduce su obra “El libro del emprendedor” diciendo: “A propósito de los emprendedores... En inglés, la palabra *entrepreneur*, que en realidad es una palabra de origen francés, significa lisa y llanamente empresario. En este sentido, *entrepreneur* es sinónimo de *merchant, dealer, business person, gambler, doer...* (según el reputado Roget’s Thesaurus of English Words and Phrases). Sin embargo, en los últimos años esta palabra ha ido adquiriendo una carga semántica especial, que podríamos resumir en las siguientes características: Un *entrepreneur* es una persona, hombre o mujer, que monta su propio negocio, normalmente de pequeño tamaño, por alguna de las razones que siguen: ser sus propios jefes; huir de la estructura empresarial, en la que se sienten prisioneros; poner en práctica sus ideas creativas; poder ser útiles a los demás; ponerse a prueba a sí mismos. Algunos *entrepreneurs* eligen esta opción desde el principio, sin haber trabajado antes en ningún otro sitio, otros llegan al *entrepreneurship* desde la empresa, frecuentemente desde la gran corporación. Unos optan por establecerse por propia voluntad, otros porque perdieron su puesto de trabajo y es la única manera de conseguir una ocupación y unos ingresos. Las connotaciones actuales de la voz *entrepreneur* son las de independencia, de libertad, de creatividad...” (Puchol, 2007)

Luego, Pablo Aristizábal en su artículo para el Diario Perfil “El sueño emprendedor, el futuro de un país”, sostiene que: “una persona que se halla en real estado de emprender tiene la voluntad de crear, recrear, accionar, reaccionar, iniciar, reiniciar, intentar, reintentar, hacer y rehacer para que la rueda de la creación de valor comience a girar, como dice el poeta romano Horacio Flaco en el teatro de la vida: “Empezar es haber recorrido la mitad del camino”. Y esa chispa del inicio debe ser culturalmente festejada, porque es ahí donde empieza a construirse la nueva nación. Forzando un poco las palabras, podría decirse que “estar emprendedor” es ser en acto y en potencia, ser en sí y ser en otro.” (Aristizábal, El sueño emprendedor, el futuro de un país, 2013)

Y es Pujol quien realiza la siguiente pregunta con su debida respuesta: "¿cuál es el precio que hay que pagar por ser emprendedor? A) En primer lugar el tener que elegir entre dinero y tiempo libre, o calidad de vida, por emplear el término de moda. La mayor parte de los beneficios de tu negocio se obtendrán (si se obtienen) a costa de las horas no laborales. Hay que estar dispuesto a trabajar duro durante una temporada más bien larga que corta. B) Lo anterior requiere el gozar de una buena salud. La persona que es su propio jefe no puede permitirse estar de baja por un catarro. C) Conocer perfectamente el producto y el mercado al que vas a dedicarte, lo que implica leer revistas profesionales, ir a exposiciones, buscar en Internet y todo eso consume mucho tiempo, sin que los beneficios que aportan sean palpables. D) El emprendedor debe tener la formación o al menos debe estar dispuesto a adquirir los conocimientos requeridos para establecerse, y eso sigue consumiendo tiempo. E) Contar, si no con la ayuda, al menos con la no oposición frontal de tu pareja. Por supuesto, si se cuenta con la ayuda, tanto mejor. F) Contar con un mínimo de capital propio, o poder conseguirlo en términos no excesivamente gravosos, que puedan suponer excesivos costes financieros. Incluso en algunos casos, se tiene que estar dispuesto a ofrecer la propia casa como garantía de un préstamo bancario. G) Ser capaz de subsistir durante una temporada con unos beneficios bajos, o sin beneficios en absoluto." (Puchol, 2007)

Pero también Aristizábal cuestiona: "Me gusta hablar del emprendedor en verdad y sus miedos. ¿A qué le tiene miedo un emprendedor en verdad? ¿A perder plata?, todos tenemos miedos, el arrojito da miedo, pero eso nos hace humanos, por eso creo que el emprendedor en verdad, el auténtico, le tiene miedo a no tener el dinero, la energía para desplegar aquella creación de valor que tenemos en el orden de las ideas, el verdadero temor es a no sintonizar con nuestro público target, a no tener resonancia que nos conecte, que mejore la experiencia, a generar valor de manera sostenida, ahora esto sólo podremos comprobarlo arrojándonos, abandonando la zona de confort, nuestro "ser" yendo en la búsqueda de nuestro "potencial de ser" y es esa tensión la

que nos da la mágica fórmula de la voluntad, esa tensión entre el ser y el potencial de ser es la que me da la fuerza de voluntad para arrojarnos. Un emprendedor no necesita valores trascendentes para ir por la construcción de la propuesta de valor, él no necesita un bono para moverse, el emprendedor en verdad privilegia más sus valores immanentes y por ello insisto en que la emoción es el motor de la acción y no la motivación, no necesita que le den motivos extrínsecos... Un emprendedor tiene como particularidad la convicción; él mismo es una mezcla de la voluntad de mirar las anomalías, de un estado de sospecha continua en busca de oportunidades, construye su propia historia, para identificarlas tiene que estar conectado, tiene que resonar con la problemática del cliente, ser auténtico, esto le va a permitir identificar dónde le aprieta el zapato al cliente, y deleitarse resolviéndolo, haciéndolo, convenciéndolo, sintiendo pasión por disfrutar. Pasión implica riesgo, compromiso. Su fuerza tiene garantía de encuentro, aunque éste no se encuentre definido por anticipado. El emprendedor tiene que promover la imaginación y la creación de nuevas respuestas y nuevos mundos, pero para eso tiene que estar conectado con uno mismo, creer en uno mismo y ser auténtico, si no, no hay creación genuina. Todo esto está en el orden del pensamiento. Cuando se está en un estado emprendedor, el éxito consiste en crear, hacer nacer y no en obtener. Esto es importante para no caer en las frustraciones en que nos sume la sociedad moderna. Los emprendedores van y ven más allá del mero hecho de ganar dinero. Para un emprendedor, el dinero es una herramienta importante, pero sólo como medio para concretar el fin soñado que lo impulsa a hacer y transformar. Un emprendedor puede crear por encima de las situaciones difíciles que se le presenten en el recorrido, siente que lo importante es disfrutar ese recorrido. El fin nunca podrá ser el dinero, sino lo que en ese momento le dé alegría, plenitud. El dinero será una consecuencia eventual del camino hacia su propósito. Todo emprendimiento –no importa su dimensión– está sustentado en sueños, no algo onírico, sino en una causa, lo que hoy damos por llamar el *storytelling*, la historia que quiero contar, que quiero que narremos juntos, que construyamos juntos. La fuerza de voluntad y la convicción se forjan al calor de grandes sueños. En palabras de Disney: “Si uno puede imaginarlo, soñarlo, entonces puede realizarlo”. Si

a dicho sueño se lo amalgama con la fuerza de la imaginación (imaginar es más que pensar, más que proyectar, más que ambicionar; es pensar en grande, ser audaz), estaremos creando nuevos mundos, con confianza en nosotros mismos, en lo que creemos, en lo que soñamos. El sueño es potencial de ser, nos hará creer, nos dará la fuerza de voluntad. La causa hará la diferencia. El emprendedor tiene que forjarse para conservar la serenidad aun en momentos de frustraciones, y no puede confundir fuegos artificiales con una guerra, manteniendo, como si fuera un pescador, la habilidad de esperar, de ir al encuentro; se esfuerza al máximo y tiene, ante todo, deseos de ganar. Sabe disfrutar los retos porque entiende que de uno es lo que uno hace por uno. No pierde el tiempo ocupándose de lo que dicen los demás de sus éxitos o sus fracasos, sino que se ocupa de sí mismo y relativiza el concepto de error. Es más fácil caminar el recto camino de la mentira que ingresar en el difícil laberinto de la verdad, parafraseando al filósofo francés André Comte-Sponville: "La sabiduría sería la felicidad en la verdad"; se trata de ser feliz trabajando en verdad, y para esto es necesario comprometerse, construir entendiendo las reglas del juego, donde no podemos dejar de hacer y pensar bajo un nuevo paradigma signado por la inmediatez, privilegiando trabajar de esta manera antes que ganar dinero en la mentira. Emprender es un barco que parte, que siempre llega, pero casi nunca al puerto soñado; algunas veces arriba a uno muy semejante, otras a uno muy distinto, llegar a buen puerto es llegar a algún puerto. Los hechos se hacen forjándolos, así como los negocios se hacen creándolos." (Aristizábal, El sueño emprendedor, el futuro de un país, 2013)

Otro cuestionamiento singular lo realiza Steve Tobak al publicar un artículo titulado "¿Por qué la gente no sigue sus sueños?". Tobak, sostiene que quienes alcanzan grandes cosas en la vida, son personas que se salen de su zona de confort y enfrentan sus miedos. Así es que dice haber identificado cuatro de las razones que hacen a las personas no buscar "llegar más lejos" y las mismas son: "1) Miedo. Esta es una razón poderosa, no sólo porque algunas cosas dan terror, sino porque mucha gente no tiene el coraje para enfrentar sus miedos. Escogen vivir en negación o lo que Henry Thoreau llamaba "vidas en desesperación silenciosa". Es una elección. Aunque no estés consciente, en algún nivel, sabes más de lo que crees respecto a lo que haces o la

razón por la que no lo haces. 2) Prioridades. Seguro has escuchado mucho sobre la procrastinación. Hay todo tipo de artículos sobre como disminuir esto y llegar a ser más productivo. Todo es mentira. Si procrastinas es por una razón y es usualmente porque tienes miedo o porque realmente no es tu prioridad. Para lograr grandes cosas, éstas tienen que ser tu prioridad. Si no, encontrarás muchas excusas para no hacerlo. 3) Inercia. Escuchamos mucho respecto a las circunstancias que evitan que la gente se vuelva exitosa. Conozco a personas que triunfaron y que iniciaron desde cero, uno de ellos soy yo, por eso me cuesta trabajo entender esta situación. También he visto a muchos niños irse por el camino equivocado antes de siquiera saber que tenían otras opciones, a eso lo llamo inercia. 4) Malos consejos. No todos tienen mentores y no todo el que da consejos debería estarlos dando. Eso puede ser una consecuencia de porque la gente no va más allá. Estoy seguro de que nunca he conocido a alguien que debería haber llegado lejos en su vida pero no lo hizo debido a que recibió malos consejos. La verdad es que hacemos todo por alguna razón. Aunque haya un componente extraño en la vida, el resultado de las cosas es un factor de las decisiones que tomamos aunque no estemos conscientes de que lo estamos haciendo." (Tobak, 2014)

Por su parte, el reconocido emprendedor Richard Branson en una publicación de su autoría, también habla de la emoción en coincidencia con Pablo Aristizábal, pero asociado al consejo de "Tener a tu equipo de trabajo contento", ya que dice que "la emoción y la promesa del posible éxito nos unió...lo que generó una gran lealtad...Tu entusiasmo se contagiará a los demás, con lo cual tendrás un equipo animado...que de verdad sienta que su trabajo es más importante que el dinero." (Branson, 2011)

También, Murray Newlands, en su artículo titulado "Adquiere mentalidad de emprendedor", generaliza varios aspectos que él vincula a la idea de que "hay una mentalidad establecida que debe cultivar (un emprendedor) para que crezca su negocio" y alcanzar el éxito. Estos son: En primer lugar, "anticipar el fracaso"... a través de "la habilidad de aprender de sus errores"... ya que, "el paso al triunfo no es recto, está lleno de agujeros y tiene muchas desviaciones". Y agrega, que "no importa qué tan meticuloso sea tu plan, vas a cometer uno o más errores". Otro aspecto es

“delegar”. Aquí él cita a Richard Branson, como ejemplo de emprendedor que ha delegado en sus equipos de trabajo y ha triunfado; y dice al respecto: “una gran idea puede ser un gran negocio sólo cuando encuentras y confías en la gente correcta para hacer que pase. Los emprendedores necesitan ayuda para lograr sus metas”. Luego, suma: “Mantente curioso y aprende nuevas habilidades”... ya que “un emprendedor exitoso tiene sed de conocimiento y disfruta aprender, eso lo mantiene efectivo y eficiente”. Y por último, aconseja “Sigue tus instintos”,... asegurando que “un 98% de los fundadores de empresas dijo que el querer tomar riesgos es un paso importante para el éxito empresarial” y ... “como emprendedor, enfrentarás nuevos retos cada día, te encontrarás en un territorio extraño donde hay mucha investigación y datos para que tomes una decisión. Aquí es donde la corazonada interviene”. (Mewlands, 2014)

Por lo que parecen apropiadas las palabras de Aristizábal para concluir este acápite que pretende describir los “deberes” que al momento otros esperan, de un “Entrepreneur”, para considerarlo un emprendedor exitoso: “Y serán exitosos mientras más se dejen guiar por su voz interior, por lo que creen; por eso hablamos de crear mundos y no de copiar, porque si uno deja surgir lo que siente, lo que cree, aquello que emerja será una creación. Un emprendedor hace lo que piensa, intuye, siente, y no lo que se dice, lo que se dice está habitualmente sesgado por lo que se cree que el otro quiere escuchar. La autenticidad y la conducta son las claves de la credibilidad, la fuerza y la energía del espíritu emprendedor. Los Entrepreneurs son protagonistas del hacer, no del parecer, crean espacios para compartir, por eso lideran y no sólo gestionan. Este templo tampoco será un lugar atractivo para todos; esa mística sólo está reservada para los jóvenes de espíritu, aquellos que abordan la vida con audacia, con pasión. Aquel que no hace sólo transporta la luz impropia, hacer es generar luz, iluminándose e iluminando a otros. Queda en todos nosotros construir un nuevo jardín de la república donde lo que florezcan sea la autenticidad, las creaciones, el empleo y más y más emprendedores en verdad”. (Aristizábal, El sueño emprendedor, el futuro de un país, 2013)

5.3- Creadores de Riqueza y algo más

Pablo Aristizábal, explica de forma entusiasta y contundente, en su artículo “La riqueza redistributiva”, que: “las empresas de ese tipo – haciendo referencia a los emprendimientos que producen alto valor agregado y que no se limitan a satisfacer el mercado interno – mejoran el saldo de la balanza comercial, ya que son esas empresas y esos emprendedores los que más posibilidades tienen de entender que el mercado avanza hacia una lógica de “aldea global”, en la que la calidad de las conexiones y las conversaciones que se establezcan alrededor de los propios satisfactores es cada vez más decisiva”. Y agrega: “Es imposible que se distribuyan riquezas si éstas no están siendo creadas. Así que en algún sentido la creación y la distribución de la riqueza son las dos caras de una misma moneda”. (Aristizábal, La riqueza redistributiva, 2013).

Luego continúa diciendo que “el sistema común a la mayoría de los países subdesarrollados como el nuestro, es el que depende de una producción de “riquezas acumulativas” a todas aquellas – como las materias primas y los commodities de origen agropecuario o minero – en cuyos procesos de producción se agrega comparativamente poco valor y se pagan salarios relativamente bajos a los empleados poco calificados”. En contraposición afirma que “hay afortunadamente otro modo. El sistema imperante en la mayoría de los países más desarrollados, depende – al menos en buena parte – de la producción de riquezas redistributivas. Y llamo “riquezas redistributivas” a aquellas en cuyos procesos de producción se agrega comparativamente mucho valor y se pagan salarios relativamente altos a muchos empleados altamente calificados.” Por ende sostiene con firmeza que: “en definitiva, una nación solo será rica si, sobre la base – o a pesar – de sus ventajas comparativas (que en este esquema son lo menos importante), logran generar riquezas redistributivas, y esto sobre un fondo de valores políticos y culturales que orienten esas riquezas hacia un círculo virtuoso de mayor exigencia y mayor excelencia. Porque – como es sabido – toda riqueza, por muy aceitados que estén los mecanismos de producción y circulación, puede dilapidarse si estos no están sostenidos por una trama sólida de valores”. (Aristizábal, La riqueza redistributiva, 2013)



Por todo lo antedicho, es que Aristizábal considera: “que tenemos la oportunidad, ante todo – y gracias a las ventajas comparativas de nuestro tiempo y de nuestro lugar en el mundo – de construir un sistema o modelo propio”. Y cree “desde el punto de vista político y económico deberíamos construir uno que promueva la aparición de emprendedores y la creación de empresas... Esos emprendimientos, a su vez, requieren mucha gente preparada, de modo que los jardines de infantes, las escuelas, los colegios y las universidades tendrán que forjar no solamente personas “empleables”, sino también a sus futuros empleadores. Esta condición y consecuencia obvia de lo antedicho supone entonces, además de las transformaciones económicas y políticas, una transformación educativa e incluso cultural, que es igualmente indispensable para una transformación social tan completa como la que tenemos la oportunidad de lograr... porque ninguna política económica o educativa logrará llevar a un país del sistema de la riqueza acumulativa al de la riqueza redistributiva si no se instala al mismo tiempo una cultura emprendedora, que valore, proteja y premie la innovación, la creación de valor y la generación de empleo. El pueblo todo deberá participar de ese ideal de progreso apuntalado por valores, para que poco a poco crezcan no solo la exigencia, sino también el bienestar y la calidad de los satisfactores/productos requeridos para garantizarlo” (Aristizábal, La riqueza redistributiva, 2013).

5.4- Responsabilidad Social Emprendedora

En la revista “Ideas en Acción” publicada por la Asociación Civil Sin Fines de Lucro INICIA presentan su Modelo de Emprendedor donde destacan entre otros el valor social de éste. Explican que “desde aquellos pioneros-emprendedores hasta la actualidad, muchas cosas han pasado. El país ha cambiado, el mundo ha cambiado. Hoy somos más conscientes de la interdependencia entre individuo y sociedad”... por ello impulsan “la idea de que el rol del emprendedor no se limita a generar utilidades para el accionista, trabajo para sus empleados y pagar los impuestos que correspondan”. También creen que “el emprendedor es un actor social, un referente comunitario que agrega también valor social. Es que si crear valor económico es fundamental, la manera en que se lo genera también lo es. El emprendedor amplía su responsabilidad, “responde” a la comunidad en función de sus necesidades. El valor social, como casi todo en la vida, comienza por casa. ¿Cómo es el vínculo con nuestros empleados? ¿Cómo es la relación con nuestros proveedores? ¿Cumplimos con las promesas a nuestros clientes? Y luego, el resto: la exclusión y la pobreza, la salud pública, la educación, la violencia... Afortunadamente estamos llegando a la conclusión de que el individuo o la empresa no se salvan solos; es cada vez más evidente que necesitamos del otro, que necesitamos de toda la comunidad porque somos parte de ella. Algunos van más allá y hablan de que la identidad individual recién se conforma a partir de la relación con el otro... La empresa es un bien social, es una manifestación de la cultura, es una construcción colectiva. Y el emprendedor un actor social”. (INICIA, 2002-2013 Edición N°1)

Así lo explica también Angie Ferrazzini, alma mater de “Sabe la Tierra” – emprendimiento vinculado a la producción de alimentos – “hay otro desafío que es el de emprender con el otro: pasar del paradigma de la competencia al de la cooperación, del individualismo al trabajo en equipo y ser capaces de dejar el ego de lado para pensar en el bien común, promoviendo una economía más social y solidaria. La tarea es ardua, pero posible”. (Ferrazzini, 2014)

5.5- “Entrepreneurs” y la Educación

Las siguientes líneas corresponden a la Tesis Doctoral dedicada al estudio sobre emprendimiento en personas adultas del sector rural en el estado de Yucatán de Leny Michele Pinzón Lizarraga: “La Cdra. Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó durante su exposición “La capacitación y el emprendedor” en el IV Encuentro de Empresarios organizado por la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en abril de 2001: “Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y entrepreneurship; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales”.

Jacinto (1999) menciona que al impartir estos programas emprendedores y cualquier otro que impliquen cambio, crecimiento y desarrollo será necesario tomar en cuenta la teoría de desarrollo que competa a la persona que se está formando. Los esfuerzos deben estar dirigidos al desarrollo de un programa que promueve una identidad basada en cualidades como: flexibilidad, creatividad, apertura a la experiencia y responsabilidad, así como competencias básicas (Ibarrola, 1998) y competencias de mayor nivel (Gallart y Jacinto, 1995).

Con los programas emprendedores se busca deliberadamente el cambio (de la persona, del grupo de trabajo), y el desarrollo social (empleo, autoempleo, desarrollo económico). Este desarrollo requiere de personas encaminadas hacia un crecimiento específico y cualitativo” (Lizarraga, 2009).

Por su parte Formichella extrajo los siguientes conceptos para su monografía: “Howard Rasheed (2000) expresa que la educación en entrepreneurship puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como la auto-confianza, la autoestima, la auto-eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en entrepreneurship para los jóvenes, puede colaborar en evitar

la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia. A su vez, Stevenson (2000) afirma que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución". (Formichella, 2004)

Por su parte, resulta sumamente interesante la visión de Andrew Zacharakis, en la entrevista publicitaria de la Exposición WOBI on Entrepreneurship, a realizarse el 29 y 30 de Octubre de 2014, en México. El profesor de emprendedorismo de la universidad de Babson responde a la pregunta ¿el emprendedor, nace o se hace?: "La forma en que yo siempre lo veo es que no enseñamos para que alguien se convierta en emprendedor, nosotros enseñamos para que se convierta en un mejor emprendedor. Me gusta utilizar la analogía de Michael Jordan, un increíble atleta. Él hubiera sido un increíble atleta aún sin ningún entrenamiento, pero probablemente no hubiera sido el mejor jugador de basketball de todos los tiempos sin un buen entrenamiento. Así que como profesor de emprendedurismo intento enseñar a mis estudiantes a tomar mejores decisiones, para manejar sus negocios a un ritmo más rápido para alcanzar un mayor potencial. ¿Estoy empujando a personas que no quieren ser emprendedores a lograrlo? No. Estoy empujando a aquellos que quieren serlo a ser mejores...Algunos a los 22 años de edad, al estar graduándose de la universidad, no están del todo listos, precisan un poco de experiencia de vida. Necesitan ir a trabajar para alguien más, entender cómo funcionan los negocios y luego acoplando la educación que reciben en el trabajo, con el entrenamiento de la universidad, cinco, 10 o a veces 15 años después encontrarán a muchas de estas buscando aventurarse con emprendimientos, en especial si asistieron a universidades como Babson, ya que seguramente siempre supieron que querían ser emprendedores en algún lugar de sus mentes". (Zacharakis, 2014)



Capítulo VI

Análisis de Situación

Capítulo VI: Análisis de Situación.

6.1- El Entrepreneur, por Entrepreneurs “Exitosos”

Con el foco en identificar y entender las dificultades que debe enfrentar una persona que tiene la fuerte convicción de perseguir la ilusión de implementar su idea de negocio es que se estudiaron las vivencias, relatadas en primera persona, de “Entrepreneurs” consagrados y reconocidos por el “ecosistema emprendedor”.

Son casi 40 Entrepreneurs los que forman esta muestra. El primer dato importante es que cerca del 80% de ellos han estudiado una carrera universitaria y de éstos aproximadamente el 30% cuentan que se han perfeccionado con Posgrados o MBAs en su mayoría en Universidades de los Estados Unidos de Norte América.

Por otro lado, resulta interesante que no haya una marcada tendencia respecto de emprender en proyectos de servicios o industriales, un 55% son negocios de servicios.

Algo singular es que ninguno de estos Entrepreneurs indica a la falta de financiación como un obstáculo. La mayoría inició con aportes de ahorros propios, de familiares o de amigos. Por su lado lo que destacan todos también que no debe faltarle a un emprendedor son objetivos claros, tesón y pasión por lo que hace.

Muy pocos instrumentaron un Plan de Negocios formal para iniciar su negocio, pero en su mayoría han ideado negocios “pensando en grande” aunque hubiesen comenzado con algo chico. Aunque varios comentan que el crecimiento de sus negocios los han llevado a armar Planes de Negocio formales ya sea para presentar a terceros en busca de capital operativo o bien para profesionalizar el negocio.

Por otro lado, todos han invertido tiempo y esfuerzo en conocer la industria en la que desarrolla su negocio, ya sea con estudio formal o siendo autodidactas.

Un punto bastante mencionado es el tema de conseguir recursos humanos calificados, la formación de buenos equipos de trabajo, retener talentos y similares.

También, coinciden que hay muchas dificultades cotidianas que se deben enfrentar pero la clave está en no claudicar.

Luego, son muy interesantes los siguientes puntos que se presentaron en el panel emprendedor en la reunión Argentina del “Council of the Americas” realizada a mediados de 2012:

Positivos

- ✚ la existencia de un ecosistema emprendedor;
- ✚ tema incorporado en las “agendas”;
- ✚ creciente tasa de emprendimientos.

Negativos

- ✚ la tendencia de los entrepreneurs argentinos a pensar en corto plazo;
- ✚ mirada ingenua respecto de los negocios millonarios extranjeros, falta de una lectura más sofisticada;
- ✚ en Argentina falta ser más colaborativos;
- ✚ hay que dar mayor visibilidad a la alternativa de emprender como profesión;
- ✚ en Argentina el fracaso es visto como algo terminante, se es impiadoso tanto con el fracaso como con el éxito;
- ✚ hay que federalizar las oportunidades para los entrepreneurs, fomentar emprendimientos regionales y el surgimiento de entrepreneurs en otros lugares además de Buenos Aires.

Y para concluir, resulta autorizada la opinión de Facundo Garretón, actual Presidente y socio fundador de la primera Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA) – lanzada el 25 de septiembre de 2014. Se le realizó una entrevista escrita a fin de que pudiera aportar su punto de vista acerca de los desafíos de los Entrepreneurs:

1. ¿Cuáles cree Ud son las principales dificultades que debe un emprendedor sortear en la actualidad a fin de implementar una idea de negocio en la República Argentina? Argumente si fue posible.

Respuesta:

- ✚ Falta de marco jurídico claro

- ✚ Falta de Financiamiento (no ingresan fondos debido al riesgo país y restricciones cambiarias)
- ✚ Falta de industria de venture capital
- ✚ Falta de marco económico adecuado
- ✚ Burocracia

2. Teniendo en cuenta la existencia de un sinnúmero de programas, concursos, incubadoras, etc. en la Rep. Argentina, destinados a fomentar el emprendedorismo; por qué, a su criterio, las estadísticas indican y se mantienen casi incólumes en un altísimo porcentaje de “emprendimientos que no prosperan”.

Respuesta: La tasa de “emprendimientos que no prosperan” es lo normal. Fijate el GEM. Pero adicionalmente se debe a los factores mencionados anteriormente.

3. ¿Ud. cree que el emprendedor argentino necesita una formación más específica sobre el mundo de los negocios. En caso de ser afirmativa, podría precisar en qué áreas?

Respuesta: Comparado con el resto de los emprendedores de América Latina, el argentino está mucho más preparado. Si hay que enfocarse en algo adicional sería educación financiera.

4. ¿Cree Ud. Que los programas actuales contienen herramientas suficientes para los emprendedores que los ayuden a transitar ese tramo inicial que ocurre desde que surge una idea hasta que se implementa formalmente en un mercado? (situación anterior a la de potenciar dicho negocio, habiendo probado ya tener el tan mencionado potencial de ser un negocio de alto impacto)

Respuesta: En parte, en otros países está más desarrollado. Fomentando una ley de “entrepreneurship” enfocada en reducción de burocracia, beneficios impositivos, ayuda financiamiento, etc se puede estructurar mucho mejor.

5. ¿Cuál debiera ser, a su criterio, el rol del Estado y de las Universidades o Instituciones Educativas en el tema que nos ocupa?

Respuesta: El estado debería generar el contexto adecuado para que las empresas puedan crecer, no debe financiar, quizás si co-invertir, pero su rol es generar el contexto macro que permita el desarrollo emprendedor.

6.2- Lo Dicen los Números...

Como si la “contradicción” se tratara de un componente más del ADN de los Argentinos, los “Entrepreneurs” argentinos son parte de ese conjunto y no pueden escapar de esa característica distintiva. Según destaca Andy Freire durante la entrevista otorgada a la Revista del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la ciudad de Buenos Aires en marzo de 2012; hay una estadística significativa al respecto que fuera desarrollada por el Global Entrepreneurship Monitor del Babson College de Boston que muestra que teniendo en cuenta a la población económicamente activa que se dedica a emprender, varios países de Latinoamérica se encuentran en los primeros puestos del ranking mundial; así Chile en el tercer puesto, Argentina en el quinto, Brasil y México en el séptimo y octavo respectivamente; sin embargo cuando se evalúa la tasa de éxito de dichos proyectos al cabo de cuatro años, todos los países de la región aparecen en los últimos puestos y con los peores resultados. Y concluye: “miles y miles de emprendedores emprendiendo por necesidad y fracasando en el intento...” (Freire, La Pasión de Ser Emprendedor, 2012) En la reunión Argentina del “Council of the Americas”, Freire retoma el mismo concepto: la República Argentina se encuentra entre los países más emprendedores del mundo; pero a la vez, entre aquellos con la tasa de éxito más baja. También, lo remarca Cesar Dergarabedian al titular “Los argentinos son de los más emprendedores de la región y también los de mayores tasas de fracaso” un artículo que refleja una entrevista realizada a Leandro Pisaroni - director de Operaciones de Incutex – publicada en abril de 2014 por iProfesional.com (Dergarabedian, 2014).

Sin embargo, los altos niveles en las tasas de fracaso de los emprendimientos no es un fenómeno exclusivo de la República Argentina. En el artículo “Realidades y estadísticas acerca del fracaso de las nuevas empresas” publicado por Javier Díaz explica: “Cada vez más emprendedores y empresarios de países hispanos están renunciando o cerrando sus ideas de negocio y empresas, según indican varios expertos y entidades especializadas en el tema de los negocios, el emprendimiento y la creación de empresas” (Díaz, 2013).

Región	Estadísticas de Fracaso	Fuente Original
Mundial	85%	Startup Chile
Países Subdesarrollados	entre un 50 y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años	CEPAL
España	80% de las empresas quiebran en los primeros cinco años	García Ordóñez, de la Universidad de Cadiz
México	el 75% de las nuevas empresas deben cerrar sus operaciones apenas después de dos años en el mercado	Cetro-Crece
EEUU	el promedio de vida de las empresas es de seis años y más de un 30% no llega al tercer año	Samuelson y Nordhaus
Argentina	Sólo el 7% de los emprendimientos llega al 2º año de vida y sólo el 3% de los emprendimientos llega al 5º año de vida	Asociación Argentina para el desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa

Tabla I: fuente (Díaz, 2013)

“Muchos empresarios a raíz de esta situación y por la presión económica personal y de su familia se ven obligados a conseguir un empleo para poder traer dinero mes a mes a sus hogares. Esta transición para muchos es una de las etapas más duras y tristes de sus vidas, pues todo el esfuerzo, tiempo y dinero puestos en el desarrollo del emprendimiento se van prácticamente a la basura.” (Díaz, 2013)

El último reporte GEM publicado en 2013 presenta la siguiente evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de Argentina:

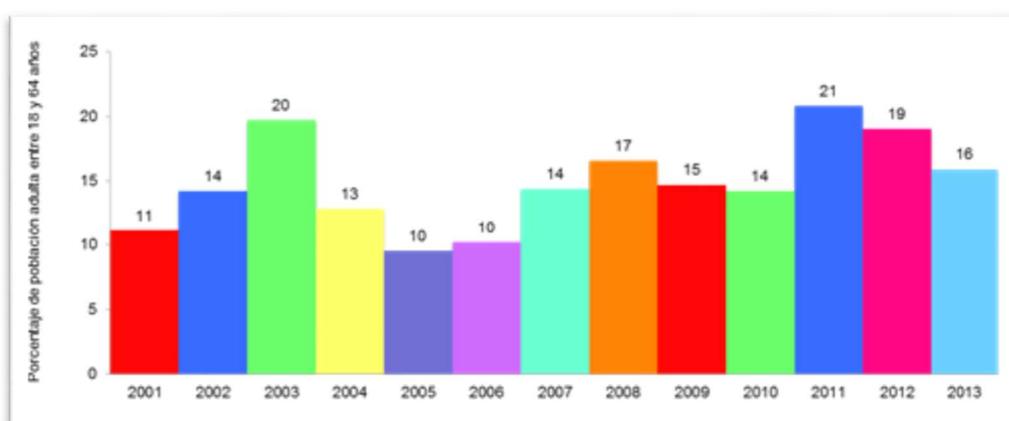


Gráfico I: fuente (Berenstein, 2014)

Además, se pone de manifiesto que “estos números reflejan que si bien hay una consolidación de la cultura emprendedora, plasmada en el surgimiento de nuevas empresas y proyectos, al mismo tiempo el crecimiento se ve truncado por un contexto difícil de gestionar y los proyectos tienden a tener corta vida. Sin embargo, donde las percepciones harían esperar otro tipo de respuesta, si bien los argentinos ven menos oportunidades para emprender, también tienen menos miedo al fracaso. La percepción de capacidades no presenta grandes cambios.” (Berenstein, 2014)

Respecto del análisis etario de aquellos que deciden emprender, el Reporte GEM 2013 “estima que casi la mitad de los emprendedores del mundo están entre las edades de 25 y 44 años. La encuesta también informa que, en todas las regiones donde fue realizada, las personas entre 25-34 años mostraron las mayores tasas de actividad emprendedora. Argentina presenta un perfil similar al del resto del mundo y mantiene la tendencia de los últimos años, con la mayor cantidad de emprendedores entre los 25 y los 44. Se observa una tendencia que muestra cómo va aumentando también la cantidad de nuevos emprendedores en otras franjas etarias. Se registran más emprendedores jóvenes entre 18 y 24 años, así como gente mayor que termina su vida laboral e incursiona en el mundo emprendedor. En muchos casos se trata de jóvenes educados en una sociedad que no logran encontrar trabajo para aplicar sus conocimientos, trabajadores en mitad de carrera que repentinamente se encuentran desempleados, jubilados que quieren o necesitan seguir generando ingresos o personas de cualquier edad que reconocen las oportunidades y tienen el deseo de ser emprendedores. Estas personas tienen fortalezas particulares que pueden aprovechar en varios puntos de sus carreras, pero es probable que necesiten una formación diferente y diversos recursos para participar de manera efectiva en actividades emprendedoras”. (Berenstein, 2014)

Por su parte, se realizó una encuesta a “Entrepreneurs” – potenciales y de hecho – la cual se concluyó con los siguientes resultados:

Datos demográficos (sobre la base de 21 encuestados).

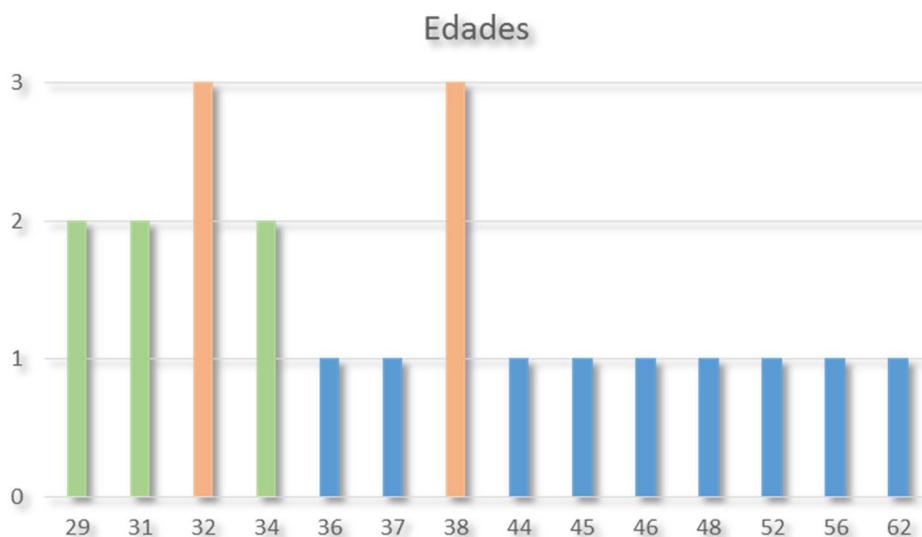


Gráfico II: Distribución etaria - elaboración propia

A partir de estos datos se calcula que el promedio de edad es de 39 años.

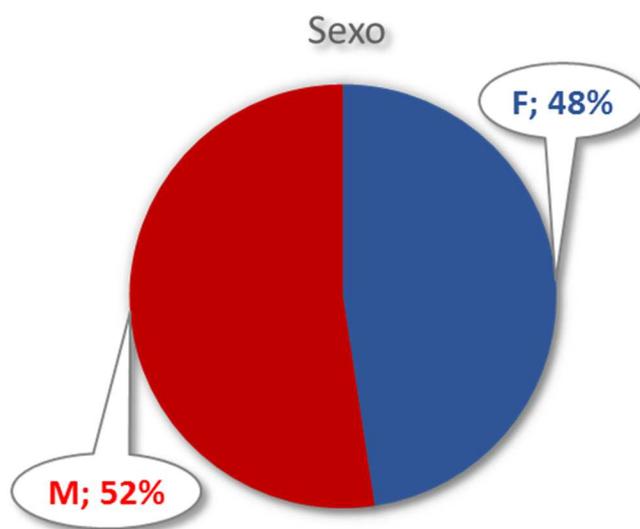


Gráfico III: Porcentajes de género - elaboración propia

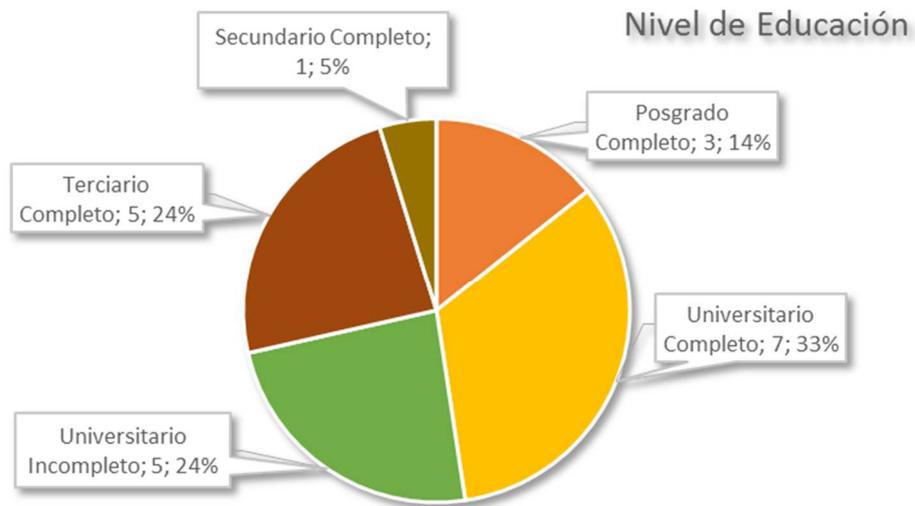


Gráfico IV: Nivel de educación formal adquirida - elaboración propia

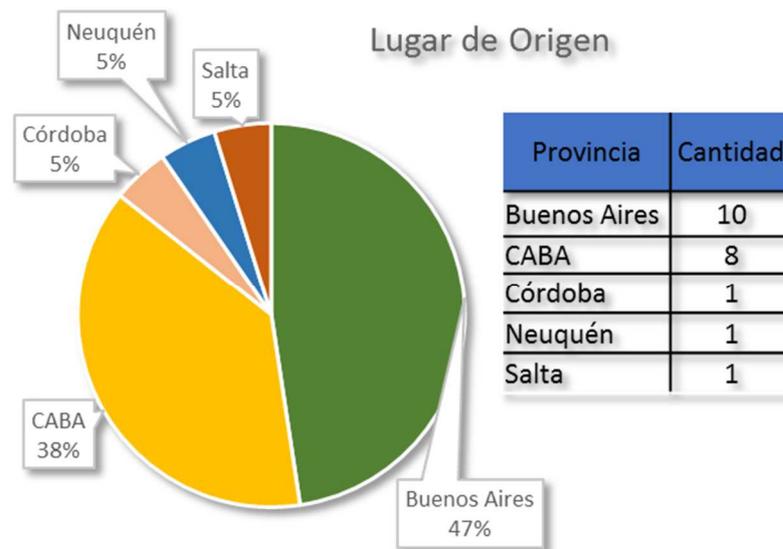


Gráfico V: Lugar de origen de los entrevistados - elaboración propia

Es interesante comparar estos últimos datos relevados con los siguientes:

Alcance Territorial del Emprendimiento

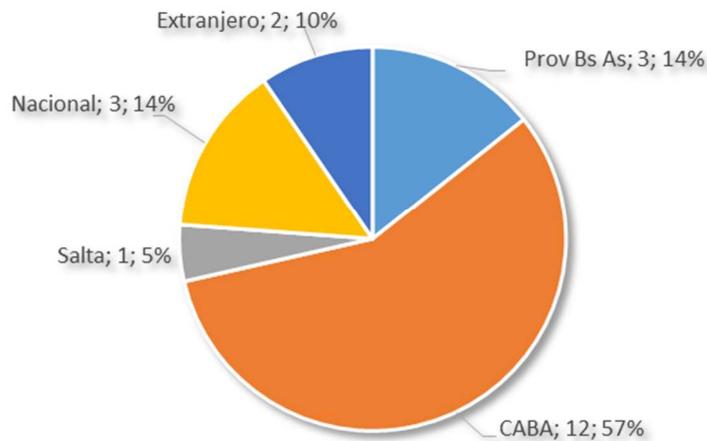


Gráfico V: Lugar donde les gustaría emprender o donde implementaron sus negocios - elaboración propia

Claramente, se refleja la propensión a emprender ideas de negocios en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, seguido por la Provincia de Buenos Aires o en todo el territorio Argentino; lo interesante pero para nada sorprendente es la intención de conquistar mercados del extranjero.

El último dato con estas características que vale exponer es el siguiente, ya que demuestra la gran diversidad de profesiones y/u oficios que los "Entrepreneurs" tienen:

Profesión/Oficio
Médico Veterinario
Empleado Administrativo
Ingeniera Electrónica
Arquitecto/Consultor
Ingeniero
Analista de Sistemas de Computación.
Diseñadora prendas de vestir para mujeres
Lic. en Administración/Asesor Independiente
Profesora de Inglés
Realizador integral de Cine y TV
Abogado
Lic. en Marketing
Apicultora
Técnica Jurídica y Técnica en Pymes
Maestra Jardinera
Empresario
Empresaria
Secretario General de Fundación Cultural
Autónomo
Estudiante
MM de Obras y Entrenador Físico
Empleada

Tabla II: profesiones y/u oficios que los "Entrepreneurs" – elaboración propia

En el Reporte del Ecosistema Emprendedor de la Ciudad de Buenos Aires presentan las siguientes cifras elaboradas por el flamante Observatorio de Emprendedores creado por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires:

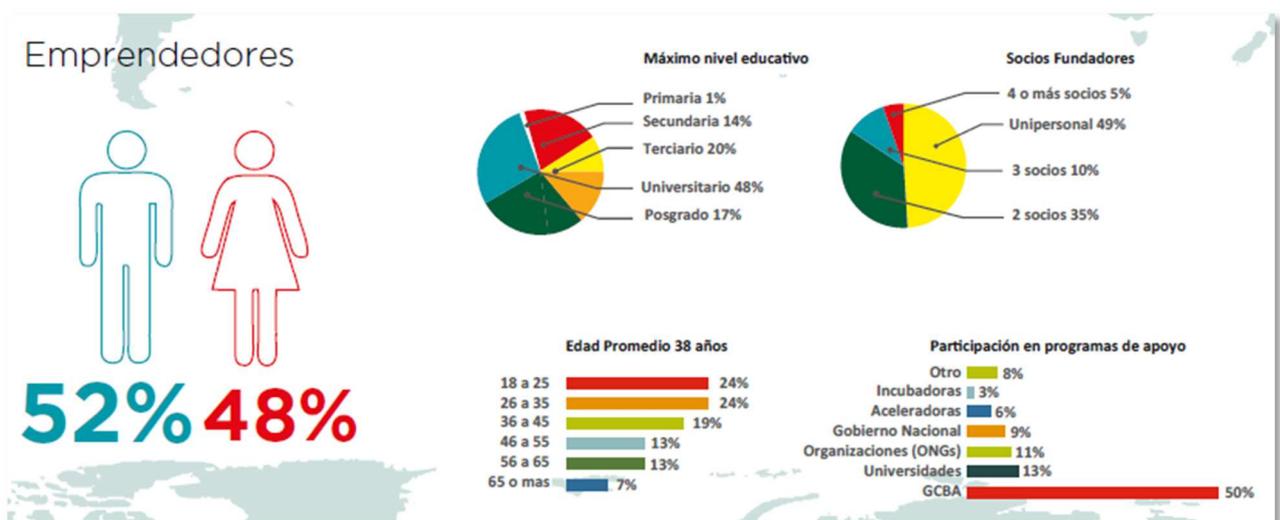


Gráfico VI: Estadísticas Emprendedores C.A.B.A – Observatorio de Emprendedores C.A.B.A

Resulta interesante remarcar la similitud entre los resultados obtenidos por las diferentes fuentes consultadas, lo que hace a la evidencia presentada robusta y fidedigna.

Luego, a fin de establecer un vínculo entre los encuestados y la acción de emprender se realizó la pregunta "¿Se encuentra considerando/proyectando una Idea de Negocio o implementando un emprendimiento/implementó un emprendimiento?", la cual tuvo las siguientes respuestas:

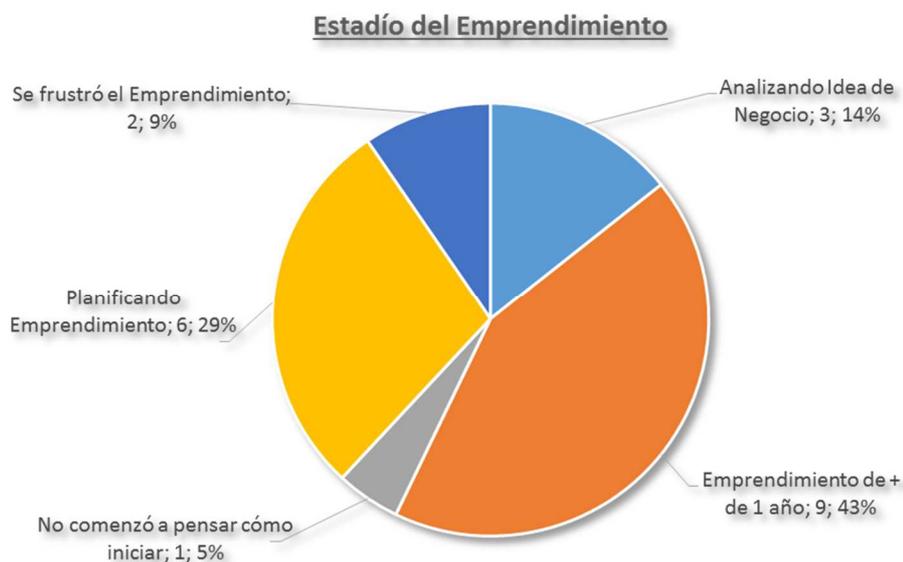


Gráfico VII: vínculo entre los encuestados y la acción emprendedora - elaboración propia

Se concluye que esta muestra contiene a un 52% de emprendedores, de los cuales el 18% ha fracasado en su intento. Y además, el 48% son potenciales "Entrepreneurs" o bien se encuentran iniciando el camino del emprendedor.

En cuanto a indagar los rubros más elegidos por los "Entrepreneurs" se obtuvieron los siguientes resultados:

Rubro/Industria del Emprendimiento	
Industria Alimenticia	Producto
Industria del Juguete	
Indumentaria femenina	
Bodega / Producción de champagne	
Venta y comercialización de miel y subproductos de la colmena	
Montajes Industriales	
Industria Alimenticia	
Industria del Juguete	
Agua	
Industria Veterinaria	Servicio
Servicio	
Servicio	
Servicio de Consultoría	
Entretenimientos/Eventos	
Servicios de Cobranza	
Alquileres temporarios / turismo	
Servicio	
Eventos Sociales	
Servicios de Estética	
Turismo	
Entretenimientos/Eventos	

Tabla III: Rubro que eligen los "Entrepreneurs" – elaboración propia

Por su parte, INICIA también ha desarrollado una estadística al respecto y la misma refleja lo siguiente:



Gráfico VIII: ¿Qué emprenden los que emprenden? - INICIA

Y de acuerdo al Reporte del Ecosistema Emprendedor de la Ciudad de Buenos Aires, los “Entrepreneurs” que deciden emprender en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires eligen los siguientes sectores:

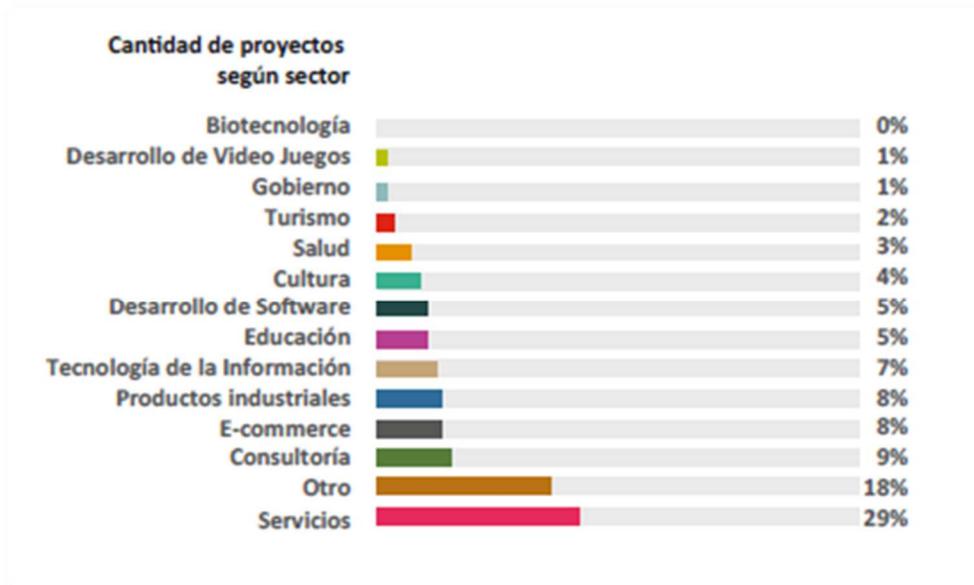


Gráfico IX: Sectores elegidos por Entrepreneurs- Observatorio de Emprendedores C.A.B.A.

Todas las fuentes se acercan – agrupando dicotómicamente los rubros en Servicios o productos – al siguiente resultado que corresponde a las encuestas realizadas especialmente para este estudio:

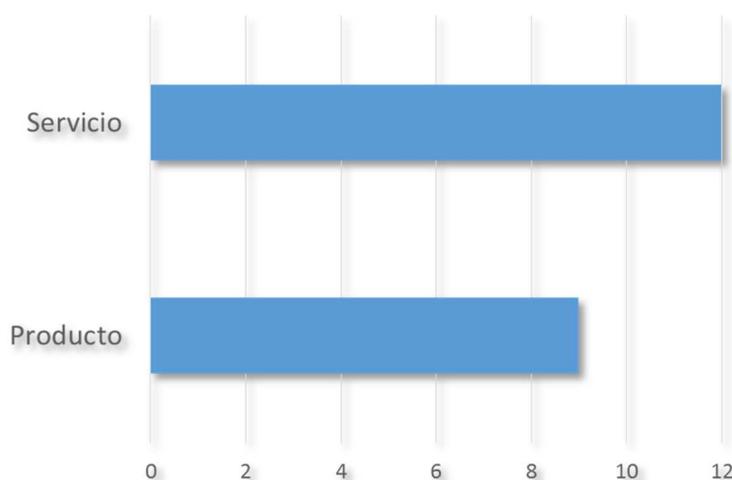


Gráfico X: Clasificación de Rubros – elaboración propia.

Si bien, los resultados reflejan que hay un 57% de los “Entrepreneurs” inclinados por las ideas de servicios y un 43% a productos; la brecha no resulta en ninguno de los otros casos consultados mucho más amplia, pero siempre hay una mayor propensión a emprender en servicios que en productos.

Por último, es interesante la siguiente información vinculada con el financiamiento de los emprendimientos:

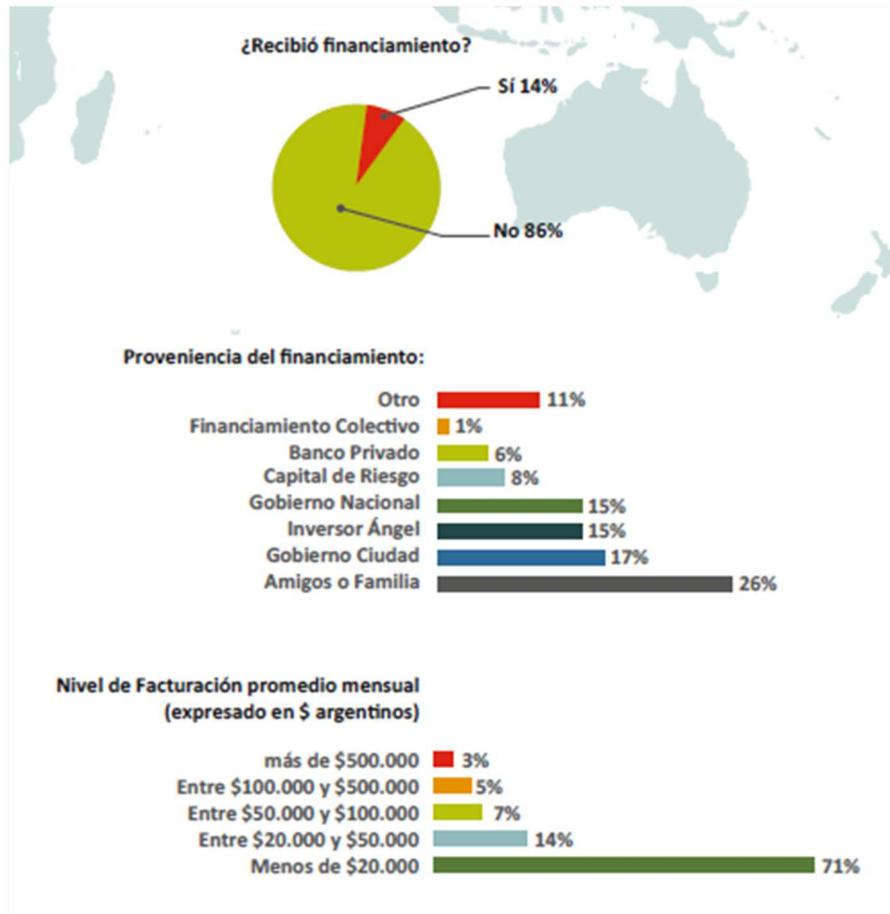


Gráfico XI: Financiamiento de Emprendimientos - Observatorio de Emprendedores C.A.B.A.

6.3- “Stoppers” Declarados

Este último e importantísimo dato suministrado por el Observatorio de Emprendedores de C.A.B.A. – 86% de los entrepreneurs no recibió financiamiento, es un excelente pie para la introducción este tema, los “stoppers declarados”, que vienen a ser los desafíos, restricciones, barreras, etc. De ahí el término elegido “stoppers” (significa “algo que frena o detiene” en el idioma inglés). Y declarados, porque son los propios “Entrepreneurs” quienes nos brindan su opinión y exponen su padecimiento.

Aquellos “Entrepreneurs” que se han encuestado para esta Tesis han manifestado lo siguiente respecto de cuál consideran son los principales desafíos que se deben sortear a la hora de recorrer el proceso de concluir implementando una idea de negocios:

Ranking de Restricciones y/o Desafíos Propuestos
(considerando el total de variables elegidas)

Ranking	Restricción/Desafío	Cant.	%	Acc.	%Acc.
1	Obtención de Recursos Financieros	13	16%	13	16%
2	Lidiar con problemas coyunturales (del país)	12	14%	25	30%
3	Motivación (Sostener la pasión/paciencia)	11	13%	36	43%
4	Confección del Plan de Negocios	9	11%	45	54%
5	Burocracia Legal/Fiscal	7	8%	52	63%
6	Frustraciones Personales (Temor al fracaso)	7	8%	59	71%
7	Relación con Proveedores	5	6%	64	77%
8	Administración del Tiempo	4	5%	68	82%
9	Acceso a un Equipo de Colaboradores	3	4%	71	86%
10	Acceso a Información acerca de la Industria	3	4%	74	89%
11	Equilibrio entre el Proyecto y la Vida Personal	3	4%	77	93%
12	Acceso a Herramientas para la Planificación	2	2%	79	95%
13	Acceso a Asesoría Externa	1	1%	80	96%
14	Conciliar la Teoría con la Práctica	1	1%	81	98%
15	Acceso al Público Target/Mkt	1	1%	82	99%
16	Encontrar un buen diferencial con la competencia	1	1%	83	100%

Tabla Porcentual de Restricciones y/o Desafíos considerados por cada encuestado

Restricción/Desafío	Cant.	%
Obtención de Recursos Financieros	13	62%
Lidiar con problemas coyunturales (del país)	12	57%
Motivación (Sostener la pasión/paciencia)	11	52%
Confección del Plan de Negocios	9	43%
Burocracia Legal/Fiscal	7	33%
Frustraciones Personales (Temor al fracaso)	7	33%
Relación con Proveedores	5	24%
Administración del Tiempo	4	19%
Acceso a un Equipo de Colaboradores	3	14%
Acceso a Información acerca de la Industria	3	14%
Equilibrio entre el Proyecto y la Vida Personal	3	14%
Acceso a Herramientas para la Planificación	2	10%
Acceso a Asesoría Externa	1	5%
Conciliar la Teoría con la Práctica	1	5%
Acceso al Público Target/Mkt	1	5%
Encontrar un buen diferencial con la competencia	1	5%

* Las líneas en color verde son restricciones y/o desafíos agregadas/propuestas por los encuestados.

Tabla IV: Ranking de desafíos que enfrentan los “Entrepreneurs” – elaboración propia

No resulta sorprendente que el 62% de los encuestados considere que la obtención de recursos financieros y el 57 % los problemas coyunturales; expresando que estos problemas representan un 30% de los desafíos a resolver. Pero, si es curioso que la falta de motivación les siga en importancia.

Esto coincide con el experimento que realizó y publicó Andy Freire, donde cuenta que preguntó “cuál era el mayor desafío diario de un emprendedor”. Además, propuso una serie de posibles respuestas como ser: “administrar el tiempo; enfocarse y concentrarse; formar un buen equipo; y manejar las emociones”. La opción más elegida fue la que “hacía referencia a la conformación de grupos de trabajo”. Cuenta él que esto no le extrañó en absoluto, pero si las respuestas recibidas en un campo de texto libre. Explica que “el espectro de propuestas fue sumamente interesante: poder asegurar facturación, realizar un seguimiento del proyecto de forma constante, poder sostener la pasión, ejercitar la paciencia, eliminar los miedos, alimentar la confianza en el proyecto, poner en práctica toda la teoría sobre cómo emprender, desarrollar la capacidad de adaptarse a los cambios continuos, aprender a comunicar bien, conseguir financiación, delegar, que el emprendimiento no te consuma la vida, etcétera. Sin embargo, hubo una que me llamó la atención más que otras. Curiosamente, la primera respuesta, que decía: el mayor desafío de ser emprendedor es serlo en la Argentina” (Freire, www.apertura.com, 2013)

A los fines del presente, también en la encuesta realizada se dejó un campo de texto abierto para que los encuestados se explayaran y/o aclararan su punto de vista. Así surgen las siguientes opiniones:

- ✚ “Falta de ambiente propicio para emprender (en Argentina)”
- ✚ “El mayor desafío es tener muy claro el objetivo del servicio o producto, identificar certeramente al posible consumidor y acceder al mismo, y he corroborado que ni el mejor plan, ni sortear todos los desafíos anteriores garanticen el éxito si no tenemos el convencimiento de que nuestro servicio/producto es eficaz y útil/necesario para un certero mercado”
- ✚ “Es difícil encontrar toda la información sobre el mercado que uno decide abordar”
- ✚ “Nos fue imposible exportar (nos encontramos con muchas trabas y burocracia)”
- ✚ “Lo que nos llevó al fracaso fue tener socios que se pelearon por motivos laborales y personales”

- ✚ “La primer dificultad es poder -en el caso de orientar el emprendimiento al Mercado Interno- identificar y responder, en forma rápida y adecuada, a los cambios en la variables micro que pueden, en un momento ayudar a cualquier proyecto y, en muy poco tiempo, ser su principal causa de fracaso”
- ✚ “Lo más importante es animarse a realizar la idea y a sostenerla en el tiempo para que funcione. Otro dilema es poder decir objetivamente si el proyecto es redituable o no”
- ✚ Hay “poco o nulo apoyo a los emprendimientos personales y de la familia, los papeles para tener todo en regla y en marcha y el país demasiado inestable en lo económico”
- ✚ “Debería haber ayuda económica o asistencia gratuita a pequeñas pymes”
- ✚ “La motivación y la confianza en un proyecto es fundamental. Esto luego, deberá estar acompañado de herramientas económico financieras, capacidad y experiencia”
- ✚ “Las fluctuaciones constantes en política y economía, que provocan una brecha muy grande entre la planificación y la realidad”
- ✚ “Los mayores desafíos son lograr conseguir los recursos financieros necesarios para la inversión inicial que exige cualquier tipo de empresa y sostener todo el tiempo el compromiso por hacer realidad la idea del negocio a desarrollarse. Las mayores restricciones son poder contar con recursos para contratar asesoría externa así como también saber lidiar con los problemas coyunturales del país”
- ✚ “La falta de apoyo y compromiso del Gobierno Nacional, para poder hacer crecer a futuros Entrepreneurs, articulando todas las herramientas que el gobierno disponibles para que los mismos puedan desarrollar y cristalizar, cada uno de sus proyectos personales, para que puedan mantenerse y perdurar en el tiempo”

Todos los desafíos expuestos coinciden con aquellos relevados por el Observatorio de Emprendedores de C.A.B.A. publicados en el Reporte del Ecosistema Emprendedor de la Ciudad de Buenos Aires (Resultados preliminares 2014):

- ✚ Obstáculos para iniciar o escalar proyectos: complejidad de los trámites administrativos y legales para constituir una empresa, costos relacionados al régimen laboral, contexto macro-económico e incertidumbre en relación a las instituciones y reglas de juego.
- ✚ Falta de financiamiento: escasa profundidad del sistema financiero y del mercado de capitales local. La proyección depende en gran medida del autofinanciamiento y del crédito bancario de corto plazo.
- ✚ Falta de preparación de los equipos: falta de conocimiento técnico y de estrategia comercial.
- ✚ Frenos culturales: temor al fracaso, falta de confianza y estigmatización del éxito empresarial.

Estos también coinciden con los siguientes datos publicados el Reporte GEM 2011 Argentina, aunque en este último caso quienes conforman la muestra son expertos según dice el informe (por lo que se entiende que son opiniones subjetivas o quizá teóricas, que pueden o no tener homogeneidad, validez y/o contundencia empírica como las presentadas anteriormente):

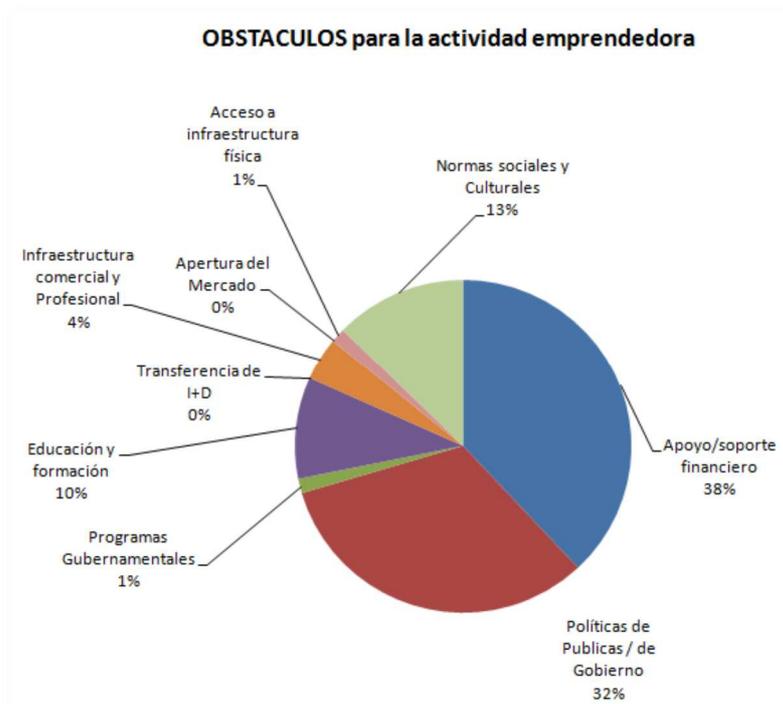


Gráfico XII: Obstáculos para la actividad emprendedora – Reporte GEM 2011 Argentina.

6.4- Los potenciales “Entrepreneurs” opinan...

Resultó interesante escuchar las voces de aquellos que muestran interés por el “ecosistema emprendedor”.

A tal fin se realizó una clase con los alumnos de la materia Emprendedor XXI de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires con el objetivo de debatir con ellos acerca de conceptos y cuestiones derivadas de la Investigación realizada para la presente Tesis de Maestría. Interesa su opinión como potenciales “Entrepreneurs”, ya que han elegido cursar de forma voluntaria la materia mencionada, que es optativa dentro de los Planes de Estudio de las carreras de la Facultad. Se contó con la participación de 21 personas.

Se comenzó con una introducción, planteando la problemática derivada del actual perfil del egresado de una Facultad de Ciencias Económicas, que hacen hincapié principalmente en la formación de profesionales capacitados para “administrar” organizaciones ya establecidas y brinda pocas herramientas para aquellos orientados a la creación de negocios; además se cuestiona el método de casos, preguntando si no sería necesario estudiar además de los casos de éxito, los fracasos de los entrepreneurs. Así es que se consultó a los alumnos su opinión respecto de ¿Qué se debiera hacer para formar más entrepreneurs?

Al dar su opinión se dijo que “todo parte de la educación primaria” y que se debería fomentar más la creatividad y cambiar la actual modalidad de enseñanza que parece más arcaica.

Luego, se les preguntó acerca de la diferencia entre “un aspirante a empleado vs. a ser emprendedor” a lo que respondieron: “la mentalidad, la actitud”, “un empleado va a buscar trabajo para poder sobrevivir..., y un emprendedor busca satisfacer más allá de sus necesidades, sus deseos y al mismo tiempo ayudar a la gente, también ser un agente de empleo...”

Se habló también de la propensión al riesgo y de la diferencia entre emoción y motivación.

Al respecto, se generó un debate incluyó las siguientes posturas:

- ✚ el problema no sea el miedo a fracasar sino que el temor a lo desconocido
- ✚ un empleo cuenta con una estructura conocida y mayor certidumbre
- ✚ la sociedad fomenta el miedo al fracaso, como algo inadmisibles, la gente condena el fracaso
- ✚ los métodos de enseñanza son rígidos y no fomentan la creatividad de las personas
- ✚ nos educan como que el error es algo malo y parte de la casa
- ✚ ignorancia, conformismo, falta de incentivos, cultura, falta de conciencia, etc.

Luego, se les mencionaron varios programas e instituciones que apoyan y fomentan el emprendedorismo observando que los desconocían por completo, salvo un alumno que conocía el programa Junior Achievement y otro el Sebrae.

También, se les compartió datos del Reporte GEM donde estuvieron de acuerdo que aumenta la tasa de emprendimiento en tiempos de crisis.

Así, es que se les consultó acerca de lo que la sociedad entiende por “ser emprendedor”, a lo que respondieron:

- ✚ “poner una empresa”
- ✚ “no ser empleado”

También, se les planteó un caso engañoso para debatir “qué significa ser emprendedor” y surgieron los siguientes conceptos:

- ✚ El emprendedor en verdad persigue algo más que el dinero, hace algo que lo llena y lo realiza
- ✚ Importa el camino a realizar más que el resultado al que se llegue
- ✚ El sólo hecho de tener una idea de negocio no lo hace un emprendimiento
- ✚ Cualquiera con la motivación, la convicción y la seguridad de hacer algo es un emprendedor
- ✚ Autoempleo
- ✚ Tener algo propio

🚩 Asumir riesgos es una actitud emprendedora

Otro concepto que se debatió es “la formación académica y los entrepreneurs”, se opinó que hay varios docentes que no logran establecer un vínculo entre la teoría y la práctica, situación que desalienta la formación de personas con actitud emprendedora. También se habló de la orientación de los planes de estudio surgiendo ideas como, incluir materias orientadas a entrepreneurs o una carrera especial para entrepreneurs. También, surgió el tema de la cultura como condicionante del modo de vida que una sociedad lleva. Se dijeron cosas como “la gente es cómoda, va a lo seguro, estudias, trabajas, formas una familia, te jubilas y listo... la gente no tiene ganas de pensar en un emprendimiento”, “la matrix”.

Un alumno realizó un cuestionamiento bastante interesante “si la Argentina fuese una persona, qué sería: un empleado o un emprendedor” y lo curioso fue la respuesta: “esclavo”

Luego, se preguntó por qué creían que no se fomentaba adecuadamente la generación de entrepreneurs siendo que hay gran cantidad de referentes que destacan las bondades de los entrepreneurs. A lo que respondieron:

“al haber poco espíritu emprendedor... y algo de lo que hay poco se lo tilda de distinto...por lo general a lo distinto se lo castiga y se lo margina. Está el que margina porque es distinto, el que lo hace porque otros también lo hacen, surge el egoísmo y la envidia”

Lo positivo es que también se remarcó que es algo que hay que revertir y que es factible de hacer.

Expresaron que según creen, hoy los grandes jugadores son egoístas y ponen mayores barreras de entrada para emprender un proyecto personal y en el futuro va a cambiar, hoy el modelo laboral es castrante, se trabaja de 9 a 18 pero eso implica dedicar de 12hs al trabajo, más luego ir a estudiar otras tantas horas; por eso cree que una forma de cambiar esto es que las mismas empresas fomenten el emprendedorismo, pero va a llevar tiempo.



Un alumno explicó: "Me vuelvo más débil cuando estoy sólo, estoy acá (en la clase), están ustedes, los chicos y hablamos y nos súper motivamos, se nos ocurren cosas y en el momento que quedaste sólo o rodeado de no entrepreneurs te falta el oxígeno; entonces quizá una barrera a romper en la falta de comunicación entre entrepreneurs, quizá por eso los chicos insisten tanto con el twitter o las redes sociales porque todos nos volvemos más fuertes de alguna manera podemos romper con esa cultura generando una mini cultura a través de la comunicación"

Además otro agregó: "tampoco nos enseñan a formar un equipo para solucionar un objetivo, se trabaja en grupo pero no en equipo"

Y uno más, opinó acerca de que aún está instaurado en la sociedad el "doble discurso", aunque se está intentando concientizar acerca de fomentar una amplitud mental y una tolerancia a lo diferente.

Así es que por último, se les invitó a reflexionar acerca de la responsabilidad individual de cada uno respecto de obrar en favor de aquello que dicen querer hacer, a entender el concepto de coerción, obligación versus la libre elección de hacer según la voluntad de otro.

Así se arribó a la conclusión, que se está propiciando algún tipo de cambio en la sociedad pero la velocidad con la que se suceda depende de lo que aporte cada uno de nosotros.



Capítulo VII

Conclusiones

Capítulo VII: Conclusiones.

Se han expuesto muchas voces y opiniones, de diferentes épocas y lugares. En algo coinciden, sin objeción, sin importar la semántica o nombre que se le atribuya, existen personas con la fuerte convicción que el mundo es perfectible y son ellas las que cuentan con ideas para hacerlo; por lo que no descansan hasta verlas implementadas. Así estas personas crean negocios, rompiendo con paradigmas, inventando o descubriendo nuevas realidades, mejorando la existencia de sí mismas y tal vez aún más importante, de la sociedad target de sus productos y servicios.

Por ello, es que estas personas, los “Entrepreneurs”, tienen un rol primordial en cualquier sociedad: son hacedores de cambios constructivos, fomentan el desarrollo sustentable, apalancan economías y generan valor agregado de alta calidad, etc.

Pero, realmente ¿Se les brinda la atención y el reconocimiento que merecen? ¿Se les considera de forma proporcional al valor que vuelcan en la sociedad?

Estarán quienes consideran que el reconocimiento de los consumidores y el éxito de sus negocios es reconocimiento suficiente. Sin embargo, yo creo que merecen mayor interés, crédito y valoración.

Para que eso suceda, hay que poder apreciar el rol y lo que estas personas hacen y considero que eso se logra mediante el estudio concienzudo, profundo e interdisciplinario del fenómeno que producen con su debida comunicación y difusión.

Según Wikipedia, “en el marco de varias doctrinas orientales, shunyata es lo carente de realidad, sin entidad, lo que no existe, lo insustancial, lo deshabitado, lo vacío, la vacuidad...Cabe destacar que el concepto de shunyata nunca implica que la realidad no exista, no equivale al cero (aunque en la India la idea del cero parte de la idea de la shunya) o a una ausencia total. No es sinónimo de nihilismo”.

Este concepto me pareció absolutamente apropiado para describir el estado en el que creo se encuentran nuestros “Entrepreneurs”. Es indudable que existen, pero carecen de más cosas que de aquellas que poseen.

Para explicar este concepto con mayor claridad, voy a valerme de una idea que expuso el Dr. Gabriel Jacobsohn en una nota de la revista del Consejo Profesional de Ciencias Económicas titulada "Hacia una pediatría empresarial". Aquí se cuestiona la real existencia de lo que se denomina "Ecosistema emprendedor", un supuesto ambiente de contención y lugar de pertenencia propicio para crear nuevos negocios – programas, actividades, networking, capacitaciones, herramientas, etc. Jacobsohn plantea el siguiente interrogante: "En mi reciente experiencia de padre, descubrí una serie de profesionales que se encargan de los primeros años de vida de mi hijo. La pediatría está legitimada en la medicina y en la sociedad. En cambio, el management no reconoce una especialidad para los primeros años de vida de una empresa." Igual creo yo.

Según mi parecer, retomando el eje de esta Tesis, el principal desafío que hay que atender es la misma identidad del Entrepreneur. Un negocio se materializa como persona jurídica, así se le asignan atributos como ser una razón social y domicilio, asumiendo también derechos y obligaciones; similar a una persona física. Teniendo esto en mente debiera resultar sencillo asemejar una persona jurídica y una física, en todo lo que a ellas respecta. Siendo que ambos tipos de personas cuentan con un ciclo de vida definido (nacer, crecer/desarrollarse y morir), se puede afirmar que mucho se ha trabajado en torno a las etapas de crecimiento/desarrollo y su muerte (management empresarial – con todas sus especialidades y como también lo que respecta a la muerte de empresas – concursos, quiebras, fusiones y disoluciones). Y respecto de la fecundación y nacimiento de los negocios. Es un tema de lo más complejo, ya que es la etapa que no se asemeja a la naturaleza de las personas físicas, pero depende en un 100% de estas últimas.

Luego, superado dicho desafío de comprender cabalmente y determinar cómo nacen los negocios, en manos de que personas, bajo qué circunstancias, de qué tipo, etc. se decantaría en la necesidad ineludible de crear un ambiente/escenario donde se propicie el desarrollo de esta etapa que por sus particularidades tendrá sus propias reglas, dinámicas, actores y condiciones (legales, tributarias, sociales, etc.). Una vez implementados y aceptados los procesos vinculados con esta primerísima etapa de

creación de un negocio, es que se estará en condiciones de afirmar la existencia de un "Ecosistema Entrepreneur".

A la fecha, entiendo que se está trabajando en varios ámbitos para que esto sea una realidad, pero desafortunadamente otro de los grandes desafíos de un Entrepreneur que obstaculizan el intento es la cultura.

Vale recordar que el objeto de estudio se circunscribe al desafío de implementar una idea de negocio en la República Argentina. Y en este país, el doble discurso, el desorden y la incertidumbre, son moneda corriente. Por eso no es de extrañar que la construcción de este "ecosistema" esté viciado por la cultura en la que se desarrolla. Una clara distorsión surge cuando se promociona la cantidad de programas, concursos, incubadoras, y otros apoyos para entrepreneurs, pero se les exige tengan probado que su negocio es de "alto potencial" para poder recibir la ayuda. Por lo que me pregunto, ¿se busca realmente fomentar el estado emprendedor o engrosar el patrimonio de los que encontraron una veta en el emprendedorismo? Si fuera esto último, hasta diría que me parece no sólo válido sino correcto, después de todo es de negocios que estamos hablando, pero todavía no estamos resolviendo el problema de fondo. Para que estos generosos inversores puedan mover su dinero, necesitan entrepreneurs que generen ideas de negocios. Como ya dijimos, es una obviedad que los entrepreneurs existen y que se han creado excelentes negocios en nuestro país. Pero, ¿hemos alcanzado todo el potencial posible? ¿Podríamos generar más y mejores negocios si este ecosistema entrepreneur se formalizara concienzudamente? ¿Y si se fomentara al entrepreneur de la misma forma que se lo hace con los médicos, abogados, ingenieros u otras profesiones semejantes?

Dada la incidencia de los entrepreneurs en nuestra economía, estos no escapan a las generales de la ley; el principal desafío radica en cambiar el paradigma del argentino. Fomentar la educación en todos sus niveles, erradicar la impunidad y sentar bases de largo plazo con un marco legal y tributario que promueva el desarrollo sustentable. Y sumémosle una adaptabilidad propia a las circunstancias y necesidades de los entrepreneurs para transitar el proceso de creación de un negocio en la República Argentina.



La alta tasa de fracasos entre los entrepreneurs, creo en parte se debe a la falta de conocimiento respecto de lo que verdaderamente implica ser un Entrepreneur. Las estadísticas muestran que gran cantidad de personas se vuelcan al emprendedorismo en tiempos de crisis económico-social, como si crear un negocio fuera el sustituto perfecto del empleo. Y puede que muchos se encuentren con su estado emprendedor en tiempos difíciles o en momento donde la necesidad apremia, pero ser entrepreneur no es la única alternativa, se puede adquirir una franquicia o un fondo de comercio o bien auto emplearse y ejercer un oficio o profesión de manera independiente. Pero la única ocasión en que la palabra necesidad debiera emparentarse con la palabra entrepreneur es al decir que un entrepreneur surge al detectar oportunidades de negocio identificando necesidades insatisfechas y perfectibles del mercado en la sociedad. Jamás, que un entrepreneur surge porque está pasando necesidades económicas ya que sería aceptar que existen debido a una circunstancia negativa y no debido a una fuerte convicción de ser. Probado está que los que se destacan en sus oficios y profesiones son aquellos con la vocación de hacer lo que eligieron y no los que lo hacen para paliar un estado de necesidad, en donde se cumpliría inexorablemente que "la excepción confirma la regla"

Encausando este gran desafío de educar y formar Entrepreneurs, con todo lo que ello conlleva, se podría encontrar respuesta a la mayoría de los desafíos identificados y mencionados a lo largo de esta Tesis, como ser: la financiación, armado de equipos de trabajo, manejo de proveedores, planificación etc. ya que se contará con las herramientas apropiadas para enfrentar cada uno de estos desafíos y potenciar las posibilidades de sobrevivencia de las ideas de negocio, siendo que se gestarán con bases más sólidas y robustas.



Capítulo VIII

Recomendaciones

Capítulo VIII: Recomendaciones.

El poder de cambiar realidades yace en el convencimiento de cada persona. Parte del compromiso de vivir en una sociedad libre radica en el deber de cada ciudadano de hacer todo aquello a lo que se compromete a hacer; de la mejor forma que pueda. Así es que desde mi lugar pongo “sobre la mesa” esta realidad que mi investigación ha arrojado e invito a todo aquel que crea en la importancia vital que los Entrepreneurs tienen para nuestra economía, a colaborar con el fin de construir juntos procesos y un “Ecosistema Entrepreneur” con reglas un poco más claras y compartidas, a abrir el juego de la colaboración sincera para impulsar las nuevas ideas y la innovación, pilares para la construcción de un país con mayor y mejor protagonismo en la economía mundial. Promovamos el cambio, siendo entrepreneurs de entrepreneurs.

Instalemos la cultura emprendedora en las aulas, en los barrios, en las casas, en las empresas. Los que tenemos la posibilidad de formar personas capacitémonos para poder identificar los distintos perfiles, acompañémoslos en el camino de descubrirlos y explotarlos, brindándoles herramientas útiles según cada circunstancia. Rompamos nuestros propios paradigmas, abramos nuestras mentes y colaboremos esparciendo el conocimiento, se trata de conocimiento que vale muy poco si se concentra en pocas manos, mucho más valor tiene hacerlo público.

Formemos personas libres de egolatría y envidia, ya que son dos cualidades que frenan la prosperidad de una sociedad. Evitemos que el “secreto” emprendedor persista, ya que si bien tiene una cuota de habilidad intrínseca, también se puede fomentar y desarrollar como cualquier otra profesión. Ampliemos la base de personas interesadas en cambiar el mundo y seguramente surgirán mayor cantidad de personas que lo terminen logrando.

Toda disciplina hoy desarrollada y pujante comenzó siendo cuestionada pero impulsada por gente con convicción, ésta no es la excepción. Pero es hora de dedicarle tiempo, esfuerzo y creer en la importancia que los entrepreneurs tienen para que una sociedad prospere con más y mejor educación, más y mejores trabajos, más y mejores productos y servicios, economías más ricas y sostenidas.

Con esto no se pretende idealizar el estado emprendedor como la solución para todos los males de una sociedad, pero la actitud emprendedora me animo a decir es de las más positivas, por lo que se puede fácilmente deducir que mayor cantidad de personas positivas aplicando el efecto contagio, sembrarán una actitud positiva que ayude a hacer frente al cambio, consiguiendo así modificar las estadísticas y tendencias actuales que son foco de las principales quejas y cuestionamientos en la sociedad presente. Y si además, se fomenta el entrepreneurship se conseguirá mayor diversificación de las empresas creando mayores alternativas de empleo y desarrollo.

Sin lugar a dudas, se trata de activar un círculo virtuoso, que al igual que un emprendimiento, requiere de pensar en largo plazo, en algo grande, con impacto positivo en la sociedad, que puede empezar pequeño pero que perdure en el tiempo, rompiendo paradigmas y creando el camino para nuevas y mejores experiencias.

No obstante, hasta tanto se de paso para ver los resultados de este cambio que se propone, cualquiera que sienta, tenga la ambición y vocación de ser Entrepreneur debe en primer lugar despertar la curiosidad y explotarla al máximo. Es necesario que aflore su desfachatez y busque ayuda en cuanto persona, programa u organización exista, sólo es cuestión de perseverar. Hoy el principal enemigo de cualquier entrepreneur es sí mismo, también es su principal impulsor. Se debe creer en la idea y buscar por todos los medios, más hoy día apoyarse en la tecnología, golpear real o virtualmente la puerta de personas que puedan ayudarlo a uno a complementar las debilidades, sea personas locales, del interior o bien extranjeras. No se debe temer a que se les robe la idea, no sólo no es tan fácil sino que además hay algo en las ideas propias que es muy difícil de imitar, la impronta y la pasión que uno mismo le imprime. Sean colaborativos, busquen ayuda y ayuden a otros también, ya que con su idea pueden ayudar a un proveedor, a sus clientes, a otros colegas y hasta a posibles competidores. Estudien su mercado, su industria, háganse de herramientas que les sirvan para alcanzar su meta, estudien la mejor forma de alcanzarla, planifiquen de alguna forma que les sirva a ustedes mismos para medir el avance de su implementación, expriman todo el conocimiento que hoy pueden encontrar en internet, támicenlo y úsenlo para crear negocios sólidos desde sus inicios, no se concentren sólo en la idea, sean



creativos y pónganla a prueba, como otros que ya han transitado el mismo camino dicen: "piensen en grande, ya sea que empiecen chiquito o gigante". Y lo más importante, inspírense en otros pero no quieran ser otros, sientan orgullo por lo que hacen que usualmente es muy redituable, tómense un momento para entender como bien dicen los artistas "no hay papeles pequeños sino actores mediocres." Cómo si se tratara de perseguir el sueño de ser cirujano o abogado o contador, darle la seriedad que se merece y asumir las obligaciones y la responsabilidad que merece y conlleva.

Por último les dejo una reflexión: "Para empezar sólo es cuestión de dar el primer paso, sin darnos cuenta acabaremos trotando y mucha gente nos estará acompañando."

Trabajos citados

- Aristizábal, P. (5 de Mayo de 2013). El sueño emprendedor, el futuro de un país. *Perfil*.
- Aristizábal, P. (14 de sep de 2013). La riqueza redistributiva. *Noticias*, 83-90.
- Barker, J. A. (1995). *"Paradigmas: El negocio de descubrir el futuro"*. McGraw Hill.
- Berenstein, M. (20 de Marzo de 2014). *www.emprendedoresnews.com*. Obtenido de <http://www.emprendedoresnews.com/emprendedores/gem-2013-sigue-cayendo-la-actividad-emprendedora.html>
- Branson, R. (2011). Consejos de Richard Branson. *SoyEntrepreneur.com*.
- Dergarabedian, C. (23 de Abril de 2014). *www.iprofesional.com*. Obtenido de http://www.iprofesional.com/notas/185320-Los-argentinos-son-de-los-ms-emprendedores-de-la-regin-y-tambin-los-de-mayores-tasas-de-fracaso?page_y=2700
- Díaz, J. (15 de Septiembre de 2013). *www.negociosyemprendimientos.org*. Obtenido de www.negociosyemprendimiento.org/2013/09/realidades-y-estadisticas-fracaso-nuevas-empresas.html
- Drucker, P. F. (1985). *"Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles"*. Harper.
- Ferrazzini, A. (11 de Junio de 2014). *Blog - INICIA, Comunidad de Emprendedores*. Obtenido de <http://www.inicia.org.ar/Blog/post/2014/06/11/Capacitarnos-para-el-nuevo-paradigma.aspx>
- Formichella, M. M. (Enero de 2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Tres Arroyos, Argentina: INTA.
- Freire, A. (2012). La Pasión de Ser Emprendedor. *Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*, 35-36.
- Freire, A. (19 de Marzo de 2013). *www.apertura.com*. Obtenido de El-desafio-diario-de-emprender-en-el-paraiso: <http://www.apertura.com/columnistas/El-desafio-diario-de-emprender-en-el-paraiso-20130319-0004.html#sthash.0WGzNEgu.dpuf>
- Herrera, H., & Brown, D. (2006). *"La Guía del Emprendedor"*. Empresa Activa.
- INICIA. (2002-2013 Edición N°1). El modelo de emprendedor INICIA. *Ideas en Acción*, 6-13.
- Kastika, E. (2007). *"Creatividad para Emprendedores"*. INNOVAR.
- Lizarraga, L. M. (01 de Julio de 2009). Relación entre empleo, educación y emprendimiento como impacto en el desarrollo económico y personal de comunidades rurales. *GestioPolis*.
- Mayoral, L. (2009). *"Metodología del Trabajo de Tesis"*. UNCPBA.
- Mewlands, M. (2014). Adquiere mentalidad de emprendedor. *SoyEntrepreneur.com*.
- Porter, M. (2007). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.



- Puchol, L. (2007). *El libro del emprendedor*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos SA.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*.
- Sennett, R. (1998). *"The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism"*. New York: W.W. Norton & Company.
- Tobak, S. (2014). ¿Por qué la gente no sigue sus sueños? *SoyEntrepreneur.com*.
- Varios Autores. (2007). *"Manual Básico de Consulta para Emprendedores"*. INICIA.
- Zacharakis, A. (2014). ¿El emprendedor, nace o se hace? (WOBI, Entrevistador)
- Reporte GEM Argentina 2011. Global Entrepreneurship Monitor. Centro de Entrepreneurship IAE Business School.
- Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report. José Ernesto Amorós y Niels Bosma. Babson College-Universidad del Desarrollo-Universiti Tun Abdul Razak
- Reporte del Ecosistema Emprendedor de la Ciudad de Buenos Aires. Resultados preliminares 2014. Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Páginas Web Consultadas.

- 1) Enciclopedia Libre www.wikipedia.org
- 2) Portal para emprendedores www.emprendedoresnews.com
- 3) Organización de Fomento del Emprendimiento de Alto Impacto
www.endeavor.org.ar
- 4) Programa gratuito de aprendizaje de Shell Argentina y de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE) www.desafiojoven.com.ar
- 5) Espacio Web www.emprendedorxxi.coop
- 6) Espacio Web Catedra Emprendedor XXI FCE-UBA
www.emprendedor21.ning.com
- 7) Comunidad de Emprendedores INICIA www.inicia.org.ar
- 8) Portal Web Revista Entrepreneur (México) www.soyentrepreneur.com
- 9) Sección de Emprendedores Revista Apertura
www.apertura.com/secciones/emprendedores
- 10) Sección de Emprendedores Suplemento IECO Diario Clarín
www.ieco.clarin.com/emprendedores
- 11) Escuela de Negocios PyMES MateriaBiz www.materiabiz.com
- 12) Fundación Junior Achievement www.ja.org.ar
- 13)
- 14) "Programa del Emprendimiento a la Pyme", Banco de Galicia,
www.galiciasustentable.com
- 15) Ley 4064: "Ley del emprendedor porteño", www.buenosaires.gob.ar
- 16) Programa Nacional de Apoyo al Empresariado Joven,
www.industria.gob.ar/jovenes/
- 17) PACC Emprendedores Sepyme, www.sepyme.gob.ar
- 18) Programa Emprendedor | Staples Soul, www.staplessoul.com.ar/programa-emprendedor
- 19) Programa de formación para emprendedores | ITBA,
www.itba.edu.ar/es/programa-de-formacion-para-emprendedores
- 20) Encuentro de Empresarios – ACDE
www.encuentroanualacde.com.ar/acde2011/encuentros_anteriores-2001.html



Videos Online Consultados.

- 1) La relación entre la cultura y el emprendedor - Andrew Zacharakis - WOBI:
<http://newsmx.wobi.com/WoE2014-AndrewZacharakis/?spMailingID=10687326&spUserID=NzM5ODU2MzE2MTkS1&spJobID=323582777&spReportId=MzIzNTgyNzc3S0>
- 2) INICIAte! - Santiago Bilinkis:
<https://www.youtube.com/watch?v=KUoIFx13sBQ>
- 3) Facundo Garretón en TED: "En Busca de un Proposito":
<https://www.youtube.com/watch?v=wkH2q41DXaE&feature=youtu.be&list=UyUVVWiAqFqUvuTTFmhKOxg>
- 4) Pau García-Milá - Una nueva generación de emprendedores:
<https://www.youtube.com/watch?v=qf5xruIj1JY>
- 5) Panel: El ecosistema emprendedor argentino Council of the Americas
<http://bilinkis.com/2012/09/panel-el-ecosistema-emprendedor-argentino/>



Anexos