



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Estudios de Posgrado
Carrera de Especialización en Dirección y Gestión
de Marketing y Estrategia Competitiva

TRABAJO FINAL

“El emprendedorismo en Argentina”

Dr. Jorge E. Stern

Profesor

Silvana Denti

Alumna

Juan Manuel Damia

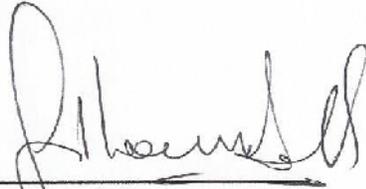
Tutor

Buenos Aires, Argentina

Junio de 2014

Declaración de compromiso

"Declaro que el material incluido en este Trabajo Final de Carrera 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".



Silvana Denti

Junio de 2014

Buenos Aires, Argentina

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	ANTECEDENTES	5
3.	JUSTIFICACIÓN	6
4.	PLANTEO DEL PROBLEMA.....	8
5.	HIPÓTESIS	10
6.	OBJETIVO GENERAL	11
7.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
8.	MARCO TEÓRICO.....	12
9.	ANÁLISIS DE SITUACIÓN E INVESTIGACIÓN	15
	9.1 El caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	18
	9.2 El caso de la Ciudad de Rosario	18
10.	CONCLUSIONES	20
11.	RECOMENDACIONES	22
12.	BIBLIOGRAFÍA	23
13.	ANEXOS.....	24

1. INTRODUCCIÓN

La Argentina presenta en la actualidad un escenario especial, y hasta por momentos contradictorio, para el desarrollo sostenido del emprendedorismo.

Según diversos estudios y artículos periodísticos consultados, nuestro país es uno de los lugares con climas más complejos para los negocios, a nivel mundial. Durante la última década, ha afrontado diversas crisis económicas severas que incluyeron devaluación, inflación, entre otras complicaciones que han ido empeorando el clima de negocios. A su vez y como atenuante, Argentina ocupa uno de los primeros puestos en el ranking de corrupción sudamericana¹.

Sin embargo, pese a este escenario económico pesimista mencionado, miles de nuevas empresas se han inaugurado durante la última década. Incluyendo un polo tecnológico en la ciudad de Buenos que cuenta con oficinas locales de tres de las empresas más influyentes en la industria de Internet, tales como Yahoo (2000), Google (2007), y Facebook (2012). Las ciudades de Córdoba y de Rosario son otros centros que concentran gran potencial y actividad emprendedora identificada en nuestro país.

¿Cuáles son los factores que influyen en esta tendencia? ¿Qué actores se destacan y qué otros están ausentes? ¿Sobre qué aspectos se debe trabajar para mejorar las condiciones de los emprendedores? ¿Qué impacto e importancia tiene la actividad emprendedora en la economía nuestro país?

¹ De acuerdo al estudio que realiza la Organización Transparency International <http://cpi.transparency.org/cpi2011/results/>.

2. ANTECEDENTES

El término emprender deriva etimológicamente del verbo latino “entreprendre”, que nace de la unión de “entre” -entre- y “prendre” -crear-, de manera que debe entenderse como “entre-crear”. El emprendedor se define entonces como aquel que busca “entre-crear”, es decir, buscará generar valor -entendiendo valor como el resultado de un cierto trabajo humano- dentro de una determinada red de producción buscando no solo un beneficio individual sino, al mismo tiempo, uno general.

Históricamente, los emprendedores han estado ligados a la iniciativa de correr riesgos, buscando generar innovaciones y oportunidades de crecimiento para ellos y las comunidades en las que se insertan. En la historia de nuestro país, quienes protagonizaron por primera vez este rol fueron aquellas personas que desde fines del siglo XIX comenzaron a llegar a Argentina en diferentes oleadas inmigratorias. Estos individuos, ciudadanos europeos en su mayoría hombres, habían abandonado sus países de origen con el objetivo de afianzar raíces en un nuevo territorio y generar así un crecimiento social y económico para ellos y sus familias que, en muchos casos, habían quedado en Europa debido al gasto que suponía trasladar a todos los miembros del grupo familiar.

Ya en el siglo XX, la idea de emprender se asociaba a una cuestión de castas, si la persona nacía en una familia de empresarios era muy posible que continuara con la tradición y se convirtiera en uno de ellos. En el caso de no contar con antecesores empresarios, las posibilidades eran casi nulas o se lo relacionaba a personas sin trabajo “fijo” y que tenían que salir a rebuscárselas.

Con el tiempo empezaron a aparecer algunos “valientes” que no se resignaban a esa idea y de la mano de ellos los primeros casos de éxito. Así comenzó a desarrollarse el ecosistema emprendedor en nuestro país.

3. JUSTIFICACIÓN

En Argentina, como también en otros países de América Latina y del resto del mundo, se está experimentando una lenta pero incesante transición hacia una nueva cultura emprendedora.

Para que esto sea posible, un rol importante juegan los contactos y relaciones entre emprendedores, que en cualquier parte del mundo, generan redes que dan trabajo, valor económico, mentoring y un ecosistema de nuevos emprendedores. Ese es el principal efecto multiplicador que potencia el ecosistema emprendedor.

Las fundaciones dedicadas a promover el emprendedorismo también cumplen un papel fundamental para colocar el tema en las agendas de universidades, de los medios de comunicación y también de los gobiernos. Esto se traduce en que un cambio estructural de nuestra sociedad, donde cada vez más personas y sobre todo los jóvenes quieren llevar adelante sus proyectos personales. Estos nuevos empresarios son los que influirán en el desarrollo productivo de nuestro país.

Como parte de este cambio cultural, afortunadamente desde hace varios años diversos eventos y actividades propios de la temática se han agregado al calendario cultural anual en nuestro país. Por ejemplo, desde el 2008, Argentina es parte de la “Semana Mundial del Emprendedorismo”, un movimiento mundial que apunta a inspirar, conectar y apelar a la creatividad. Países de seis continentes juntan esfuerzos en una semana para conectar a personas mediante actividades locales, nacionales y globales diseñadas para ayudar a explorar su potencial como iniciadores de compañías. Desde el 2009 también existe el Día del Emprendedor, organizado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Paralelamente existen programas y competencias diversas para premiar y ayudar a quienes quieren emprender.

Las grandes empresas privadas y el Estado son actores que aún tienen escasa presencia en el ecosistema emprendedor. En los últimos años se han

desarrollado programas de gobierno y actividades de fundaciones para impulsar a nuevos emprendedores pero se requiere de un mayor compromiso de ambas partes para que la tendencia continúe en desarrollo. Es necesario que el tema se posicione en la agenda nacional, que se creen políticas públicas de apoyo a emprendedores y se revisen los procesos administrativos a la hora de la creación de una empresa.

Con el presente trabajo se pretende entender las razones que fomentan esta actividad en todo el país, así como también el por qué de, paralelamente, una tasa tan alta de fracasos en un gran número de esos proyectos. De esta forma, luego del análisis, se diseñará un conjunto de medidas que permita desarrollar nuevas herramientas. El objetivo es que el potencial que existe de emprendedores argentinos pueda desplegar toda su capacidad y, en definitiva, se transforme en uno de los pilares de impulso de la economía del país.

Según datos de Endeavor Argentina², entre 1999 y 2011, más de 3.800 empresas fueron analizadas, siendo 72 las compañías seleccionadas para recibir apoyo, lideradas por 104 emprendedores. Hacia fines de 2010, 68.000 nuevos puestos de trabajo fueron creados por Emprendedores Endeavor, quienes generaron ventas por más de 5 mil millones de pesos solo en dicho año. El 96% de las compañías seleccionadas continúa en actividad.

² Endeavor es una organización sin fines de lucro que contribuye al desarrollo del país a través de la promoción de la cultura emprendedora, identificando emprendedores de alto impacto y apoyándolos estratégicamente para llevar sus compañías al próximo nivel.

4. PLANTEO DEL PROBLEMA

Tal como se hizo referencia anteriormente, Argentina es uno de los países con mayor tasa de emprendedorismo a nivel mundial, sin embargo también es uno de los de mayor índice de fracaso de esos proyectos. ¿Por qué sucede esto? ¿Cuáles son las principales causas?

Para entender el problema desde su raíz, veamos primero en general, cuáles son las características que conforman el perfil de un emprendedor: se trata de una persona inquieta y por definición disconforme, constantemente queriendo transformar cosas con el fin de modificar el entorno social en el que se desempeña.

Si ahondamos aún más, podemos identificar dos tipos distintos, los emprendedores “Junior” y los emprendedores “Senior”. Los primeros son más de “garage o de entre casa”, suelen ser jóvenes (18 a 24 años), con inquietudes pero pocos conocimientos de gestión. Es muy probable entonces que esos emprendedores tengan más dificultades a la hora de concretar su proyecto, lo que no significa que no puedan lograrlo. Por lo general se financian por las llamadas cuatro “F” en inglés: Family (familia), Friends (amigos), Founders (fundadores) y Fool (que significa “idiota” en inglés, haciendo referencia a la plata no inteligente). La gran masa de emprendedores viene de este grupo.

Los emprendedores “Senior” son individuos que ya han trabajado en el sector corporativo, profesionales, algunos con un MBA y un promedio de 10 años de experiencia. Deciden comenzar su camino, también por inquietudes propias de cualquier emprendedor, pero con la diferencia de contar con un capital inicial para su “start up”.

También es posible diferenciar las iniciativas empresarias de acuerdo a la naturaleza del emprendimiento, ya sea si se desarrolla por necesidad o por oportunidad. El primer caso se trata de un emprendedor de supervivencia, el cual no corre riesgos innecesarios, maneja estructuras contenidas y evita las

complicaciones de crecer. En cambio, cuando se trata de oportunidades suelen ser proyectos de alto impacto, organizaciones pensadas desde el inicio para ser grandes compañías. Éste segundo tipo de emprendimiento es el que genera exportaciones, empleo, genera desarrollo para la comunicad y apunta a los mercados globales. De todos modos, aclaró que el emprendimiento por necesidad es igualmente válido, pero su actividad es de bajo impacto.

Estas distintas clasificaciones nos sirven para comprender los orígenes de los emprendimientos, ¿pero qué sucede cuando deciden ponerse en práctica?

Los principales obstáculos con los cuales se enfrenta un emprendedor son:

- Falta de recursos para financiar los proyectos
- Inexistencia de una política nacional que estimule apostar a los emprendedores.
- Trabas burocráticas en los procesos de conformación de empresas y sociedades.
- Tratamiento fiscal desfavorable.
- Falta de asesoramiento en el plan de negocios.

5. HIPÓTESIS

Según relevamientos del GEM³, en Argentina, un 50% de los emprendedores emprende por oportunidad y un 47% por necesidad. Gracias a este dato podemos comenzar a entender por qué somos uno de los 10 países en el mundo con mayor tasa de emprendedorismo y a la vez uno de los últimos en tasa de éxito de esos emprendimientos. La conclusión sería que emprendemos mucho, pero mal.

El desafío debe ser entonces transformar esta realidad y para lograrlo se debe continuar impulsando el cambio cultural que permita que cada vez más personas se sumen a las iniciativas emprendedoras; que incentive una mayor articulación entre el Estado, instituciones académicas, empresarios, ONGs y medios de comunicación, para crear y apoyar políticas comunes. Un cambio en el cual el emprendedor tome la iniciativa y sea quien lidere el proceso.

El emprendedor, por su parte, necesita trascender las barreras de su entorno más próximo y comprometerse con el rol social que comienza a ocupar. Un rol más activo que ayude a acelerar las condiciones para que el sueño conjunto de una Argentina Emprendedora se transforme en realidad. Muchas veces el emprendedor se entusiasma con una idea que considera “revolucionaria” o “atractiva” según sus gustos o preferencias personales, pero no tiene en cuenta las necesidades del mercado y cómo su “idea” impactará en un escenario de oferta y demanda. Si se deja de lado este factor, es muy probable que la “idea revolucionaria” no encuentre consumidores interesados o con necesidad de adquirir ese servicio o producto.

³ Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que en la Argentina es realizado por el Centro de Entrepreneurship del IAE Business School - Universidad Austral.

6. OBJETIVO GENERAL

Entender cómo se desarrolla el ecosistema emprendedor en nuestro país, identificando a los diferentes actores y componentes que influyen en el mismo.

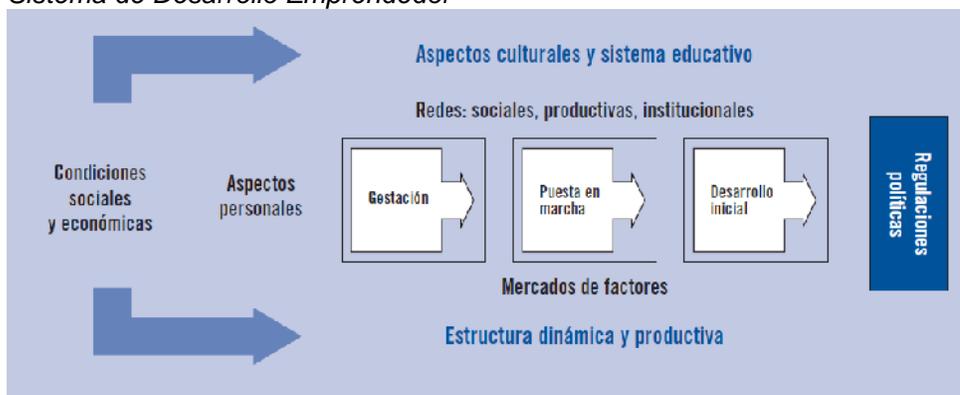
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las razones de la alta tasa de mortalidad en los emprendimientos.
- Mostrar el impacto y la importancia que tiene la actividad emprendedora en la economía de nuestro país.
- Desarrollar propuestas para colaborar con el crecimiento del ecosistema emprendedor y reducir la tasa de mortalidad de los emprendimientos.

8. MARCO TEÓRICO

Se identifican tres etapas en el Sistema de Desarrollo Emprendedor⁴ desde el punto de vista de un enfoque sistémico: la gestación del proyecto empresarial, la puesta en marcha de la empresa y su desarrollo inicial.

Sistema de Desarrollo Emprendedor



La primera etapa comienza con la motivación para emprender e incluye, además, la formación de las competencias empresariales, la identificación de la idea de negocio y la elaboración del proyecto. En el lanzamiento del negocio o puesta en marcha, la preparación del proyecto da paso a la decisión de emprender, y el eje central de actividades se concentra en el acceso a los recursos y su organización. Los primeros años de vida son críticos para la supervivencia de una empresa, ya que en esa etapa de ingreso al mercado el emprendedor y sus colaboradores deben confrontar el proyecto con la realidad. Buena parte de los emprendimientos no consiguen superar esta etapa.

El concepto “Sistema de Desarrollo Emprendedor” se define como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Estos factores pueden agruparse, en forma simplificada, en las siguientes categorías:

⁴ Kantis, Hugo; Angelelli, Pablo; Moori Koenig, Virginia. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo, Capítulo 1, 2004

Condiciones sociales y económicas

Tiene que ver con el perfil de los hogares de donde salen los potenciales emprendedores. A mayor fragmentación social, mayor dificultades para acceder a la educación o a ingresos básicos que luego desencadenen en ahorros para emprender. Cuando el entorno es parte de una sociedad articulada, existen más posibilidades de conectarse e interactuar, de aprender y acceder al flujo de información relevante para emprender.

El nivel de ingresos también influye, cuanto más elevado mayor oportunidad para emprender y si las condiciones macroeconómicas son favorables, incidirán positivamente a la hora de tomar la decisión de emprender.

Cultura y sistema educativo

La valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos empresariales ejemplares son factores culturales que inciden sobre la formación de vocaciones para emprender. La familia, el sistema educativo, las empresas en las que trabajaron antes y los medios de comunicación definen contextos especialmente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender.

Estructura y dinámica productiva

La experiencia laboral y profesional que las personas pueden adquirir antes de ser empresarios puede contribuir en diverso grado al desarrollo de sus competencias emprendedoras y en la formación de sus redes de relaciones. Las empresas Pyme, por ejemplo, suelen ser consideradas buenos “laboratorios” de emprendedores, debido a que en ellas las personas alcanzan una comprensión más global de la función empresarial que en las grandes compañías.

Aspectos personales

Aquí entra en juego el perfil sociodemográfico del emprendedor y sus competencias para emprender (propensión a asumir riesgos, tolerancia al trabajo duro, capacidad de gestión, creatividad, etc.). Sin lugar a dudas, las capacidades emprendedoras inciden sobre los distintos eventos del proceso emprendedor. Las mismas están influidas por el ámbito familiar, educativo y laboral.

Redes del emprendedor

La existencia de redes sociales (amigos, familia, colegas, emprendedores exitosos), institucionales (asociaciones empresarias, incubadoras, agencias de desarrollo, etc.) y comerciales (proveedores, clientes) puede impulsar el proceso emprendedor, por ejemplo, facilitando el acceso a los recursos necesarios para emprender, al apoyo para resolver problemas y a la información sobre oportunidades.

Mercado de factores

Factores como el acceso a los recursos financieros, a la oferta de trabajadores calificados o de servicios profesionales (contadores, consultores, etc.), a los proveedores de insumos y equipamiento, etc. inciden en la etapa de lanzamiento de la empresa y en su desarrollo inicial. Resulta de suma importancia conocer las distintas fuentes de financiamiento disponibles y sus implicaciones sobre la firma naciente: préstamos bancarios, capital de riesgo, apoyos públicos.

Regulaciones y políticas

Se refiere al conjunto de normas y políticas que inciden sobre la creación de empresas (impuestos, trámites necesarios para formalizar una nueva firma, iniciativas y programas de fomento al emprendedorismo, etc.) y afectan, por ejemplo, las oportunidades de negocios y el acceso a ellas, la adquisición de vocaciones y competencias y el ingreso al mercado.

9. ANÁLISIS DE SITUACIÓN E INVESTIGACIÓN

El ecosistema emprendedor argentino ha transitado un camino de desarrollo creciente en los últimos años. Sus inicios, a fines de la década de los años '90, fueron impulsados por la actividad de un actor clave, la ONG Fundación Endeavor en la ciudad de Buenos Aires, que a nivel mundial promueve la cultura emprendedora, identificando emprendedores de alto impacto y proveyéndolos de apoyo estratégico para ayudarlos a llevar sus compañías al próximo nivel; y con el Centro de Emprendedorismo de la escuela de Negocios IAE (Universidad Austral) creado hace 25 años, cuyo principal objetivo se trata de “contribuir a crear y consolidar el ecosistema emprendedor en Argentina y la región”.

Con el correr de los años se fueron sumando nuevos actores al ecosistema, mayoritariamente del ámbito del tercer sector⁵ y también del ámbito académico. Los últimos actores en integrar el ecosistema fueron los organismos públicos, el primero en tomar la iniciativa fue el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires con el programa “Desarrollo Emprendedor”. Luego comenzó el impulso en otras partes del país, en provincias tales como Chubut, Chaco, San Juan, Salta, Mendoza, Santa Fe y Córdoba.

En la actualidad el Gobierno Nacional también tiene su programa de fomento a emprendedores. Podemos decir que el tema se ha instalado en los tres ámbitos, pero algunos actores se encuentran más activos y presentes que otros. En el Anexo 1 se puede ver un listado de actores del ecosistema emprendedor y la función de cada uno de ellos.

¿Pero por qué es importante que los diferentes actores apoyen la actividad emprendedora y que continúe creciendo y fortaleciéndose? Sucede que en nuestro país, al igual que en muchos otros países del mundo, se reconoce a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) por su capacidad de convertirse en agentes dinámicos del crecimiento económico, gracias a su mayor flexibilidad y

⁵ Suele llamarse Tercer Sector a un conjunto de instituciones cuya característica principal es ser “privadas pero no lucrativas” y desenvolverse en el espacio público para satisfacer demandas no satisfechas ni por el Estado, ni por el Mercado: Organizaciones no Gubernamentales, Fundaciones, Comedores Escolares, Cooperativas, etc.

adaptabilidad a los cambios del contexto y, por otra parte, por ser grandes generadoras de empleo. Los emprendedores generan un ciclo al crear nuevas empresas, estas nuevas empresas crean nuevos puestos de trabajo y proveen a la sociedad bienes y servicios que mejoran su calidad de vida. Estas nuevas empresas también intensifican la competencia, incrementan la productividad a través de la incorporación de nuevas tecnologías y así finalmente tienen un alto impacto positivo sobre los individuos y la sociedad en su conjunto.

No hay dudas de que la actividad emprendedora es clave y representa una parte sustancial de la economía dado que es fuente de innovación y de puestos de trabajo genuinos. Paralelamente, es generadora de cambio cultural debido a que emprender se transforma en una opción viable para las generaciones jóvenes.

El ecosistema emprendedor no está exento a la hora de afrontar dificultades cuando busca seguir creciendo. Existe una alta tasa de emprendimientos que no prosperan. Naturalmente un emprendimiento es un ente con altos contenidos de riesgo, y la labor del emprendedor es ir minimizando esos riesgos a medida que transita el camino emprendedor. Pero existen otros factores que influyen y sobre los cuales se debe trabajar para revertir la tendencia de mortalidad.

Las principales razones de fracaso a la hora de emprender son:

- Mal manejo del efectivo: hay buenas ideas, que fallan porque se quedan sin dinero a mitad del camino. Un buen plan de negocios es vital.
- Mal enfoque comercial: hay emprendedores que se enamoran de sus productos pero no existe un mercado dispuesto a pagar por ellos. Esto se minimiza con evaluaciones del mercado potencial antes de comenzar, y haciéndose la pregunta: ¿qué necesidad estoy solucionando y cuánta gente la tiene?
- Mala gestión: la falta de capacitación y entrenamiento genera equipos deficientes en áreas clave del emprendimiento
- Falta de financiamiento: la dificultad de acceso al capital limita la capacidad productiva e infraestructura.

- Obstáculos burocráticos: atrasan el crecimiento y complican la gestión.

Para hacerle frente a lo principales obstáculos mencionados se torna fundamental el trabajo de las instituciones y ONGs que, mediante la formación de un equipo sólido y de asesoramiento, acompañan al grupo de emprendedores, tanto en la etapa inicial como a lo largo del camino.

Cuando el emprendedor no cuenta con capital inicial, resulta de mucha ayuda las empresas que funcionan como “ángeles” y aportan un capital “semilla” para darle inicio al emprendimiento. La existencia de redes o “networking”⁶ también facilita la labor del emprendedor. El entorno y los contactos pueden resultar de gran ayuda a la hora de resolver distintos problemas como falta de financiamiento, problemas para gestionar la empresa, dificultades para encontrar los proveedores indicados, etc.

En el entorno del emprendedorismo también suena muy fuerte el concepto de “incubadoras de empresas”. Se trata de organizaciones diseñadas para acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales que pueden incluir alquiler de espacios físicos, capitalización, coaching, networking y otros servicios básicos como telecomunicaciones, limpieza o estacionamiento. Usualmente las incubadoras de empresas son patrocinadas, apoyadas y operadas por compañías privadas, entidades gubernamentales o universidades. Su propósito primordial es ayudar a crear y crecer empresas jóvenes proveyéndolas con el apoyo necesario de servicios técnicos y financieros. Existe una variedad de incubadoras de empresas de características y funciones diferentes. No se debe confundir con aceleradoras de empresas, éstas últimos son las que estimulan el crecimiento de empresas ya creadas.

⁶ Se refiere al acceso a una red de contactos. Endeavor Argentina cuenta con una Red exclusiva de networking local e internacional formada por empresarios, mentores y emprendedores. Ofrece servicios de conexiones, mentorías y presentación de inversores.

9.1 El caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

El ecosistema emprendedor en Buenos Aires fue uno de los pioneros en el país y está en constante crecimiento. Esto se ve reflejado especialmente en el sector de las empresas de tecnología, relacionadas con Internet y los nuevos medios.

Desde 2008, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires trabaja en iniciativas innovadoras, orientadas a fortalecer y potenciar el proceso de creación y puesta en marcha de nuevos emprendimientos. En los últimos 5 años, se han asistido a más de 30 mil emprendedores, se han creado alrededor de 10 mil empleos a través de los emprendimientos que recibieron asistencia y se han otorgado más de 15 millones de pesos en financiamiento.

Como parte de esta apuesta hacia el ecosistema emprendedor, la ciudad ha inaugurado hace algunos años el Distrito Tecnológico, un centro de promoción y desarrollo de tecnología, innovación y conocimiento, que concentra empresas de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), software y profesionales de alto valor agregado. Las empresas allí establecidas reciben incentivos como menor carga impositiva y la concentración de recursos humanos.

Programas gubernamentales vigentes en la Ciudad de Buenos Aires

- **BUENOS AIRES EMPRENDE 2013**
Programa de Financiamiento
Total de proyectos finalistas: 115
Total de proyectos ganadores: 49
Monto total del aporte del GCABA, en \$: \$2,800,000
Monto total de inversión estimada, en \$: \$7,800,000

- **DESARROLLO EMPRENDEDOR 2013**
Programa de Capacitación
3700 participantes
55 comisiones de trabajo

9.2 El caso de la Ciudad de Rosario

Rosario también tiene su propio ecosistema emprendedor. Una pieza clave del mismo es el Polo Tecnológico de Rosario, del cual son parte instituciones

gubernamentales, educativas y empresas privadas. Creado hace más de 10 años con los objetivos de promover la creación de parques tecnológicos e incubadoras de empresas y potenciar un ambiente emprendedor en la región. A través de un modelo de trabajo asociativo, las empresas comparten el aprendizaje y la experiencia, se potencian y se fortalecen.

Desde el año 2009 la Fundación Endeavor se encuentra presente en la ciudad buscando y evaluando emprendedores locales. De esta forma en el interior del país también es posible acceder a una red local de mentores y de alianzas estratégicas con proveedores de servicios, de instituciones académicas, otras ONGs, medios de comunicación e instituciones públicas. Además se organizan actividades de alcance masivo como conferencias, desayunos y charlas de capacitación para quienes buscan la motivación para animarse a emprender o buscan relacionarse con colegas para intercambiar experiencias.

A nivel gubernamental existe el Programa Municipal Básico de Formación, Asistencia Técnica y Financiamiento para Emprendedores Locales (PROMUFO), el cual aporta recursos formativos, asesoría y financiamiento económico, tanto para la generación de microemprendimientos como para la consolidación de los existentes. Este programa ya lleva financiados desde el 205 a 637 emprendedores de los rubros: textil, alimentación, artesanías, cuero, calzado, carpintería, servicios, reciclado, iluminación y apicultura, entre otros, por \$3.425.900, quienes asimismo han recibido formación específica.

10. CONCLUSIONES

El emprendedorismo es uno de los principales motores de crecimiento económico y desarrollo social. Permite el desarrollo individual y demanda una actitud de vida mediante la cual se sortean obstáculos y el aprendizaje es permanente. Un emprendimiento responsable impacta en la calidad de vida de la sociedad y promueve la creación de empleo. La generación de condiciones que faciliten en un país la creación de empresas debe ser una prioridad, y deben existir objetivos claros a nivel local y nacional del rumbo a tomar en este sentido, definiendo una visión de país que facilite el desempeño y premie al emprendedor responsable.

Es necesario que se construya un genuino conocimiento, respeto y valoración sobre el proceso emprendedor, su complejidad y su correlativa evolución hacia la actividad empresarial, tanto a nivel de la sociedad civil como de la política pública y que no se caiga en una simple y pasajera moda.

El ecosistema emprendedor argentino tiene mucho potencial, necesita crecer y consolidarse. El mayor desafío se encuentra en la búsqueda de financiamiento. Para ello resulta fundamental el papel e involucramiento que deben tener las instituciones gubernamentales, en combinación con el ámbito privado.

Se deben crear más programas que fomenten y apoyen nuevos emprendedores y llevar a cabo una evaluación rigurosa de los existentes.

Argentina está experimentando un proceso interesante: el fenómeno emprendedor avanza y se hace cada día "más famoso". En los últimos años se ha consolidado un ecosistema emprendedor formado por instituciones públicas y privadas, universidades, centros de investigación, medios de comunicación, ONG's y algunos programas gubernamentales de apoyo a emprendedores. Los emprendedores hoy se muestran casi como héroes, y la actividad emprendedora como una opción deseable de desarrollo de carrera y una forma genuina de generar ingresos.

En cualquier contexto existe una enorme distancia entre la oportunidad, el deseo de emprender y el éxito. En Argentina la inestabilidad económica

complica el panorama de los emprendedores. A pesar de ello, se crean firmas nuevas y los emprendedores argentinos son reconocidos internacionalmente por su creatividad, profesionalismo y potencialidad para convertirse en empresarios de alto impacto.

Es necesario ir hacia una simplificación de procedimientos y hacia una agilización de los procesos de conformación de empresas y sociedades. Los emprendedores de Chile, Uruguay y Nueva Zelanda tardan siete días para armar una empresa, mientras que en la Argentina los trámites, con viento a favor, toman 26 días. Los aspectos impositivos también son fundamentales; necesitamos un tratamiento fiscal favorable que incentive al emprendedor.

Tanto en el mediano como en el largo plazo la educación constituye un eje central. Capacitar y formar a los emprendedores es fundamental para disminuir los índices de fracaso. Hoy las universidades públicas y privadas forman futuros empleados corporativos o futuros profesionales autónomos, pero no futuros empresarios; el cambio debería ser formar empleadores y no empleados. Estadísticas recientes marcan que siete de cada 10 personas en nuestro país consideran que ser emprendedor es una elección de carrera deseable. Es el momento de aprovechar esta pasión latente en tanto argentinos.

La crisis financiera internacional y las transformaciones de nuestra región nos obligan a transitar tiempos de incertidumbre. La Argentina deberá plantearse ante estos escenarios con su gran activo: los emprendedores.

11. RECOMENDACIONES

- Asegurar la participación de todos los actores relevantes (estado, inversión, instituciones educativas, ONGs, empresas privadas).
- Instaurar el tema del emprendedorismo en la agenda política nacional.
- Simplificar los procesos administrativos y fiscales para empresas nacientes.
- Tratamiento de reducción de costos laborales durante los primeros años de vida de los emprendimientos.
- Procurar un entorno de negocios estable y predecible.
- Fomentar el trabajo en redes para potenciar recursos.
- Organizar encuentros que cumplan la función de “semillero de ideas”.
- Asegurar que las instituciones públicas desarrollen vínculos con el sector privado para lograr financiamiento en conjunto.
- Trabajar para mejorar la accesibilidad a la información e incrementar los espacios de creación y trabajo colaborativo.
- Incorporar materias curriculares sobre planes de negocios y emprendimientos desde la escuela secundaria hasta las carreras de grado y posgrado.

12. BIBLIOGRAFÍA

Elgue, Mario César; Economía Social, Desarrollo E Inclusión. Buenos Aires, 2011. Ed. Corregidor.

Informe Endeavor Argentina, Impacto 2010/2011; Buenos Aires, 2012.

Kantis, Hugo; Angelelli, Pablo; Moori Koenig, Virginia. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo, 2004.

Kelly, Donna; Bosma, Niels; Amorós, José Ernesto Amorós. Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report; BABSON College, Universidad del desarrollo, London Business School; 2011.

Prof. Torres Carbonell, Silvia. Centro de Entrepreneurship, IAE Business School, Global Entrepreneurship Monitor, Reporte GEM Argentina 2012; Universidad Austral; Junio 2010.

Porter, Michael; McArthur, John; Sachs, Jeffrey. The Global Competitiveness Report 2001-2002 (GCR). Harvard University y World Economic Forum.

Menéndez Huergo, Natalia. El Rol del Sector Público en la Promoción del Emprendedorismo; Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones, Endeavor Argentina, ProsperAr; Encuentro Federal para el Desarrollo Emprendedor, 16 de noviembre de 2009.

Capelleras Segura, Joan-Lluís; Kantis, Hugo Daniel. Nuevas empresas en América Latina: Factores que favorecen su rápido crecimiento; Ministerios de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Universidad Nacional de General Sarmiento, Universitat Autònoma de Barcelona; Impreso por Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, Primera Edición; Barcelona, España, mayo de 2009.

Ing. Miguez, Daniel. 'El Emprendedor Profesional – un integrado para la creación de empresas Dinámicas', 1ra edición.

Índice Sistémico Prodem – Programa de Desarrollo Emprendedor de la Universidad Nacional General Sarmiento, Buenos Aires, Argentina.

Ranking Doing Business 2012 - Banco Mundial.

Bases condiciones de programas de Gobierno Buenos Aires Empeñe e INCUBA-CMD.

Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (Sepyme) – Ministerio de Industria.

Ministerio de Ciencia y Tecnología (MinCyT) – Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica.

13. ANEXOS

Anexo 1

El siguiente mapa releva la mayor parte de las instituciones que trabajan en el desarrollo, fomento y/o apoyo a emprendedores. En total, se incluyen 39 instituciones distribuidas de la siguiente manera:

Tipo de Institución	Cantidad de casos incluidos en el mapa
Fundación	7
Incubadoras dependientes del gobierno municipal	4
Incubadoras dependientes de universidades sin curso de fomento y/o apoyo a emprendedores	4
Incubadoras dependientes de universidades con curso de fomento y/o apoyo a emprendedores	3
Incubadoras asociativas	3
Universidades con cursos de fomento y/o apoyo a emprendedores (sin incubadoras)	16
Otras instituciones	2
TOTAL	39

El mapa muestra, de cada institución incluida en él, cuáles son sus principales actividades, los servicios provistos a sus beneficiarios, el tipo de beneficiarios y quiénes son las instituciones responsables de cada intervención. Además se aportan datos de la ubicación geográfica y datos para contactarse con dichas instituciones.

Para construir este mapa se realizó una revisión bibliográfica, se relevó información publicada en Internet y se hicieron diversas consultas con informantes calificados vinculados a instituciones promotoras.

CUADRO 1: INCUBADORAS DE EMPRESAS

Institución	Servicios	Contactos
Cooperativa Eléctrica y de Servicios "Mariano Moreno" Ltda. 9 de Julio. INCUEI 9 de julio	Asesoramiento técnico, servicios a empresas nacientes	http://www.portaldel9.com.ar/CEyS50/in cuei.htm
Fundación Córdoba	Asesoramiento y capacitación técnica, servicios a empresas nacientes	Teléfono 0351-4574486/77/88
Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (UBATEC)	Incubación consultoría técnica y administrativa.	http://www.ubatec.edu.ar
Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU)	Incubación y asistencia técnica.	http://www.fadu.uba.ar
Universidad del Litoral	Incubación y asistencia técnica	http://www.unl.edu.ar
Universidad Nacional de Lujan	Incubación asistencia, técnica, capacitación.	http://www.unlu.edu.ar
Universidad Tecnológica Nacional. Sede Regional Pacheco	Incubación y asistencia técnica.	http://www.frgp.utn.edu.ar
Centro Metropolitano de Diseño – INCUBA	Incubación y asistencia técnica.	http://www.incuba.cmd.org.ar
Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de la Ciudad (BAITEC)	Incubación asistencia técnica	Calle Sarmiento 630 en la Ciudad de Buenos Aires. Teléfono 4323-9883
Asociación de Incubadoras de Empresas, Parques y Polos Tecnológicos de Argentina (AIPyPT)	Vinculación y asistencia técnica a incubadoras	http://www.aipypt.org.ar
Universidad Nacional de San Martín – Polo Tecnológico Constituyentes	Incubación, asesoramiento, asistencia técnica.	http://www.unsam.edu.ar/polo
Universidad Nacional de La Plata	Incubación y asistencia técnica.	http://www.unlp.edu.ar
Municipalidad de Olavarría	Incubación y asistencia técnica.	http://www.olaweb.com.ar/Para%20inve rsos/Incubadora/indexincubado.htm
Universidad Nacional de Quilmes	Incubación y asistencia en gestión.	http://unq.edu.ar/uape/pagunidad2.htm

CUADRO 2: UNIVERSIDADES CON PROGRAMAS DE DESARROLLO EMPRENDEDOR

Institución	Servicios	Contactos
Instituto Tecnológico Buenos Aires (ITBA). Programa ITBA Emprendedores.	Cursos de capacitación, mentoría, consultoría técnica, concurso de planes de negocios.	http://itba.edu.ar
Universidad Nacional de General Sarmiento	Formación de grado (para emprender), de postgrado (para apoyo institucional), de formadores y de promotores de desarrollo emprendedor, investigación.	http://www.ungs.edu.ar
Universidad Austral IAE	Capacitación, asistencia técnica, asistencia en la formulación de proyectos, asistencia financiera, generación de redes de apoyo	http://www.iae.edu.ar
Universidad Argentina de la Empresa (UADE)	Concurso de planes de negocios, capacitación y asistencia en la confección de planes de negocios.	http://www.uade.edu.ar
Universidad del Aconcagua.	Capacitación, asistencia técnica en la formulación de proyectos.	http://www.uda.edu.ar
Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (CEMA).	Capacitación, y asistencia técnica.	http://ucema.edu.ar
Universidad del Litoral.	Capacitación y asistencia técnica de emprendedores.	http://www.unl.edu.ar
Universidad Nacional de Lujan.	Capacitación.	http://www.unlu.edu.ar
Universidad Nacional de Mar del Plata.	Capacitación y asistencia en la gestión de financiamiento y de la empresa.	http://www.mdp.edu.ar
Universidad de Palermo.	Capacitación y asistencia técnica.	http://www.palermo.edu.ar
Universidad de Belgrano	Capacitación y asistencia técnica a emprendedores.	http://www.onlineub.com
Universidad de San Andrés.	Capacitación, asistencia técnica a estudiantes y graduados.	http://www.udesa.edu.ar/entrepreneurship
Universidad Nacional de San Martín.	Capacitación y asistencia técnica.	http://www.unsam.edu.ar
Universidad Nacional de Misiones.	Asistencia a emprendedores y a PyMES.	http://www.foe.unam.edu.ar/PROYECTO/PIOIN/intro.asp
Universidad Provincial de Sudoeste.	técnica, gestión de financiamiento, formación redes de contacto y actividades de extensión.	http://www.uns.edu.ar/secretarias/extension.asp
Universidad Torcuato Di Tella.	Cursos de formación de grado, asistencia en confección de planes de negocios, en gestión de empresas y vinculos con inversionistas	http://www.utdt.edu

CUADRO 3: FUNDACIONES

Institución	Servicios	Contactos
Ashoka	Capacitación, asistencia financiera, red de contactos para emprendedores sociales	http://www.espanol.ashoka.org
Fundación Salvat	Cursos de capacitación, asesoramiento técnico.	http://www.fundacionsalvat.org.ar
Fundación Endeavor Argentina	Fomento del espíritu emprendedor, desarrollo de redes de contactos, asistencia técnica en áreas de gestión de negocios para equipos seleccionados.	http://www.endeavor.org.ar
Junior Achievement.	Fomento del espíritu empresario entre estudiantes secundarios.	http://www.junior.org.ar
Programa Empretec.	Cursos de capacitación en temas vinculados al perfil emprendedor, redes de apoyo, asistencia técnica	http://www.empretec.org.ar
Fundación Shell. Desafío Joven	Cursos de capacitación a emprendedores, competencia de planes de negocios.	http://www.desafiojoven.com.ar
Fundación Cane	Asistencia técnica a empresarios y microempresarios	http://www.fundacioncane.org.ar

CUADRO 4: OTRAS INSTITUCIONES

Institución	Servicios	Contactos
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Programa Jóvenes Emprendedores.	Capacitación en la confección de planes de negocios y en temas ligados al gerenciamiento de empresas	Jovenesemprendedores_dgmicroem@buenosaires.gov.ar
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Programa Universitario de Estímulo a la Vocación Empresaria (PRUEVE).	Competencia de planes de negocios, asistencia técnica, capacitación y asistencia financiera.	http://buenosaires.gov.ar/prueve

Sres. Especialización en Dirección y Gestión de Marketing y Estrategia Competitiva.

S/D

De mi consideración, me dirijo a Ud. a los efectos de presentar mi conformidad para actuar como tutor del trabajo final de tesis "**EL EMPRENDEDORISMO EN ARGENTINA**", que realizará Silvana Denti.

Con tal motivo, lo saludo atentamente.

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'DAMIÁN JUAN MANUEL', written over a horizontal line.

Aclaración: DAMIÁN JUAN MANUEL

Currículum Vitae Juan Manuel Damia

Es Licenciado en Comercialización de la Universidad Católica y realizó un MBA en la Universidad Nacional de La Plata.

Ha realizado un posgrado en Marketing Internacional en el European Business School Oestrich-Winkel, ciudad de Reultingen, Alemania.

Juan Damia es emprendedor Endeavor y fue seleccionado por dicha institución como Emprendedor Emergente del Año 2010, en el panel internacional de Pebble Beach, California.

Es co-fundador de Intellignos, la primera empresa dedicada exclusivamente a proveer servicios de investigación y análisis de Internet en América Latina y la primera certificada en Hispano América como Google Analytics Certified Partner y Yahoo! Web Analytics Strategic Alliance Partner (Adquirida parcialmente por Havas Media Group).

Además co-fundó Socialmetrix, una de las primeras empresas del mundo en desarrollar una plataforma de Social Media Analytics, actualmente parte del grupo DMGT (Daily Mail de Londres).

Anteriormente a su experiencia como emprendedor, trabajó en empresas como Sonico, Latin3 y Grupo Bolt.

Con más de 14 años de experiencia en Digital Research y Analytics, Juan Damia es Coordinador Regional de Digital Analytics Association en Hispanoamérica.

Es autor del libro Meta Analytics y de numerosos artículos publicados en los principales medios gráficos de Argentina.

Como conferencista internacional ha participado con ponencias en eMetrics, DMA (Direct Marketing Association), SMX (Search Marketing Expo), HOWA (Hands on Web Analytics).

Como profesor ha dictado clases en la Universidad de Palermo, Universidad Católica, Universidad de Buenos Aires, UPB (Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia), Universidad del Pacífico (Perú), entre otras.