

Tesis para Seminario de Graduación

- **Universidad:** Del Norte Santo Tomás de Aquino.
- **Facultad:** Economía y Administración.
- **Carrera:** Contador Público.
- **Materia:** Microeconomía.
- **Tema:** *¿QUÉ TIPOS DE INVERSORES HAY PARA DESARROLLAR UN EMPRENDIMIENTO?*
- **Profesor Titular:** Cr. SUELDO, Jorge Eduardo.
- **Profesor Guía:** Lic. CENTURIÓN, Oscar.
- **Alumnos:**

CANCINO, Natalia.	L.U. N° 131560
CARRIZO, Rocío.	L.U. N° 132422
GONZALEZ, Nora.	L.U. N° 132327
PARADI, Samira.	L.U. N° 132486
- **Lugar y Fecha:** Concepción, 2° cuatrimestre de 2021.

Prólogo

La inestabilidad económica constante que posee nuestro país hace mucho más difícil a los emprendedores de poder llevar adelante sus proyectos, tanto en materia financiera como asesoramiento para ponerlos en marcha.

Con nuestra investigación pretendemos conocer y analizar todas las posibles formas de inversión existentes en el país a las que pueda acceder un emprendedor tucumano para iniciar y/o expandir su proyecto pudiendo a través de esta investigación contar con información sólida y confiable para la toma de decisiones que a su vez resultaría favorable para el desarrollo económico y social del sur de nuestra provincia, creando un sustento para muchas familias.

Un trabajo de investigación es siempre fruto de ideas, proyectos y esfuerzos previos de todas las personas involucradas. En este caso deseamos expresar nuestro más sincero agradecimiento a:

- Lic. Centurión por su amabilidad ante todos los requerimientos realizados para la realización de nuestro trabajo, por su tiempo dedicado y sus ideas invalorable.
- Al Cr. Sueldo, Jorge Eduardo por su orientación y atención a nuestras consultas sobre metodología, por la revisión cuidadosa que ha realizado de este trabajo y sus valiosas sugerencias.
- Las organizaciones dedicadas al apoyo y asesoramiento a emprendedores UNSTA Emprende, Incubadora UTN-FRT, IDEP e Incubadora UNT, por su tiempo e información brindada que nos fue de gran ayuda.
- Y por último, no menos importante, a nuestras familias quienes son y fueron siempre el soporte de todas nosotras durante el transcurso de nuestra carrera, por ser el pilar fundamental, la palabra de aliento necesaria para poder así seguir adelante.
¡Muchas Gracias!

Introducción

En los últimos años tomaron más notoriedad los “Emprendedores”, personas que encuentran en una idea una nueva forma de vida, como salir adelante iniciando una empresa, llevar adelante el sueño de toda la vida, la visión de hacer crecer un negocio o desarrollar un proyecto innovador. Todo esto con la ilusión de ser el propio jefe, de no depender de otro, de llegar a los demás con algo propio, o simplemente sobrevivir como se ha visto este último año con la pandemia que todavía nos está condicionando.

El hecho de querer iniciar un proyecto o crecer con el actual desarrollando nuevas ideas nos lleva a preguntarnos ¿Cómo podemos hacerlo posible?

Sabemos que podemos tener la mejor idea, un excelente estudio de mercado, el potencial para empezar, pero, ¿contamos con los fondos? ¿Sabemos que puerta es la correcta para conseguir inversores? ¿Podrán ver el potencial de proyecto?

Al hacernos estas preguntas surgieron muchas más ya que el emprendedor no siempre es una persona con los conocimientos técnicos para evaluar un negocio, muchas veces y en su mayoría son personas que conocen un determinado oficio y lo desarrollan de tal manera que termina convirtiéndose en una de las empresas más grande del país y aunque simplemente sea un negocio de barrio siempre es necesario explotar al máximo su potencial, un emprendedor no se limita y busca crecer, precisamente de eso se trata, encontrar en la adversidad la oportunidad que los demás no pueden ver.

Ahora bien, lo que nos lleva a seguir preguntándonos: ¿existen inversores para cada tipo de emprendedor? ¿Un emprendedor conoce que fuentes de inversores hay? ¿Qué tipo de inversor es el más conveniente para su proyecto?

Con tantos interrogantes nos surge la intención de investigar sobre las fuentes de inversores, sus condiciones, plazos, accesibilidad. Si los emprendedores conocen estas fuentes, cuál sería la más conveniente.

La hipótesis que define el hilo conductor y da inicio a nuestra investigación es la siguiente:

“El comportamiento de los inversores posee una relación directa con la idea innovadora del proyecto y la conducta del emprendedor”.

Capítulo I

Metodología de la Investigación¹

Sumario: 1. Concebir la idea a investigar. 2. Plantear el problema de investigación. 3. Establecer los objetivos de investigación. 4. Preguntas de la investigación. 5. Elaboración del marco teórico. 6. Definir la investigación. 7. Establecimiento de hipótesis. 8. Recolectar los datos. 9. Analizar los datos. 10. Elaborar el reporte de resultados.

1. Concebir la idea a investigar.

La investigación surge ante la necesidad de conocer la existencia de inversores para los emprendedores, cuáles son sus requerimientos y su conducta a la hora de elegir una inversión teniendo en cuenta la situación actual de pandemia. A su vez indagaremos en las distintas organizaciones existentes en el sur tucumano con el fin de colaborar a los emprendedores al desarrollo de sus ideas.

2. Plantear el problema de investigación.

➤ ¿Qué tipo de inversores hay a la hora de desarrollar un proyecto? ¿Existe una relación directa entre la conducta del inversor con la idea innovadora del proyecto?

¹ Metodología de la Investigación; Hernández Sampieri y Otros. 2000. McGraw-Hill.

3. Establecer los objetivos de investigación.

Con el fin de garantizar la correcta consecución de los objetivos es necesario plasmarlos con antelación al inicio del trabajo, es por ello que definimos los siguientes objetivos para verificar la hipótesis:

- ✚ Conocer los antecedentes del emprendedurismo.
- ✚ Identificar y definir tipos de emprendimientos.
- ✚ Identificar y definir tipos de inversores.
- ✚ Establecer la función de las organizaciones que asesoran a emprendedores de nuestra provincia.
- ✚ Analizar los requisitos y cuestiones a tener en cuenta a la hora de solicitar inversores para un proyecto.
- ✚ Establecer los principales indicadores financieros a la hora de invertir.
- ✚ Relevamientos entre emprendedores.

4. Preguntas de la investigación.

Para nuestra investigación planteamos las siguientes preguntas con el fin de ser respondidas a través de la misma:

- ✚ ¿Qué buscan los inversores a la hora de invertir en emprendimientos?
- ✚ ¿Está relacionado el nivel de la idea innovadora del emprendimiento a la hora de desarrollar la inversión?

5. Elaboración del marco teórico.

La elaboración de un marco teórico es de vital importancia a la hora de realización de nuestro trabajo, ya que el mismo permite una mejor comprensión al lector

de la investigación con el fin de afirmar las aseveraciones plasmadas en el informe final del trabajo.

6. Definir la investigación.

Una investigación es el conjunto de actividades humanas abocadas a la obtención de nuevos conocimientos, mediante la aplicación de los mismos a la resolución de problemas concretos establecidos o interrogantes existenciales.

7. Establecimiento de hipótesis.

La hipótesis es el vínculo existente entre el problema de la investigación y el fundamento de la misma a través del informe final, para ello la misma debe ser clara, precisa y con el fin de garantizar la concreción de los objetivos.

La hipótesis que define el hilo conductor y da inicio a nuestra investigación es la siguiente:

“El comportamiento de los inversores posee una relación directa con la idea innovadora del proyecto y la conducta del emprendedor”.

8. Recolectar los datos.

La obtención de la información colaborará a un entendimiento más razonable de la investigación para que el lector proceda además a sacar sus propias conclusiones y observe los fundamentos del investigador. Los datos e información recopilada de nuestra investigación procederán de distintas fuentes, entre las que podemos encontrar: Bibliografía especializada, revistas de resúmenes, crítica literaria y comentarios,

enciclopedias, apuntes de investigación, noticias, gráficos, consultas a los organismos que realizan asesoramiento a emprendedores (UNSTA Emprende e Incubadora UTN-FRT, IDEP-UNT) y nuestro trabajo de campo.

9. Analizar los datos.

Una vez obtenidos los datos se procederá a realizar un análisis minucioso de los mismos, los cuales nos llevarán a realizar las aseveraciones finales fundadas en el reporte de la investigación, acompañado de los correspondientes gráficos e interpretaciones para facilitar su entendimiento y comprensión.

10. Elaborar el reporte de resultados.

El último paso establecido por Hernández Sampieri hace referencia a la exposición de los resultados obtenidos de la investigación junto con la opinión de los investigadores, tratando de poder contribuir de una u otra forma a la solución del problema principal. Esta debe ser redactada de forma clara, precisa y objetiva mediante la cual se fundamenta su opinión a la aseveración de los resultados plasmados.

Capítulo II

Reseña Histórica del Emprendedurismo

Sumario: 1. Origen del Emprendedurismo. 1.1. Reseña histórica del emprendedurismo en Argentina. 1.1.1. La Educación en Argentina y el emprendedorismo. 2. Factores que nos hacen emprendedores. 3. Emprender como elemento de crecimiento. 4. La importancia del asesoramiento a emprendedores. 4.1. Factores que posibilitan y restringen a los emprendedores. 5. Empresas exitosas que arrancaron con una idea innovadora. 5.1. Apple. 5.2. Microsoft Corp. 5.3. Facebook Inc. 5.4. Amazon. 6. Mercado libre como líder de la innovación en el e-commerce en Argentina.

1. Origen del Emprendedurismo.

Primero que nada es necesario establecer a quien se denomina, un emprendedor es aquella persona que posee la capacidad de descubrir, identificar una oportunidad de negocio en específico y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para identificar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.

El concepto surgió aproximadamente a principios del siglo XVI con el objetivo y la razón de ser de denominar a aquellos aventureros que viajaban al Nuevo Mundo a la búsqueda y caza de nuevas oportunidades, sin saber muy bien con que se encontrarían cuando estuviesen en la meta. También, a las personas involucradas con expediciones militares se las solía denominar emprendedores. Luego, ya en el siglo XVIII, los

franceses se adueñaron del término porque lo utilizaban mucho para designar a aquellos que se dedicaban a la construcción, como ser los arquitectos.

Recién a mediados del siglo XVIII, el escritor francés Richard Cantillon lo aplicó con el sentido económico que hoy ostenta el término en el mundo entero: para referirse a aquellos empresarios que se juegan el todo por el todo por una idea.

El origen etimológico de la palabra emprendimiento deriva del término francés *entreprendre* que se usaba ya en el siglo XIII y tenía un significado general, que se aplicaba a “hacer cosas”. En inglés (*entrepreneurship*) se la agregó el sufijo *ship*, que significa crear algo de valor. En definitiva la palabra originalmente significaba algo así como el “proceso de descubrir nuevas formas de combinar los recursos”.

Emprender



Fuente: www.emprendepd.blogspot.com/2015/11/origen

Del término se desprende que lo que hace emprendedor/a a una persona además de identificar una concreta oportunidad de negocios/expedición y el no miedo por la incertidumbre que rodea y caracteriza primariamente a la misma.

Obviamente, en el contexto económico en el cual vivimos hoy en día, ya no abundan los expedicionarios ávidos de encontrar riquezas y aventuras en algún virgen

continente, por lo tanto, las personas que ostentan este perfil emprendedor suelen estar más volcadas a la función o actividad de tipo económico, como por ejemplo pueden ser los responsables de darle vida a la mayor parte de las Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas) que existen en el mundo.²

1.1. Reseña histórica del emprendedurismo en Argentina.

El Emprendedurismo en Argentina surgió a fines del Siglo XIX y principios del Siglo XX cuando miles de inmigrantes sobre todo provenientes de Europa, llegaron a nuestro país atraídos por las interesantes propuestas que se les ofrecían en cuanto a oportunidades de trabajo y las condiciones del mismo. Algunos se dedicaban a la agricultura mientras que otros se inclinaban por las artesanías y otros por el comercio.

Argentina siempre tuvo un gran potencial en cuestión económica y de recursos tanto humanos como materiales que se suman a las tendencias del emprendimiento con grandes éxitos pese a su vulnerabilidad y crisis económicas constantes.

El talento, la cooperación y la creatividad son características sobresalientes de la comunidad emprendedora argentina.

En las últimas dos décadas, el ecosistema se fue fortaleciendo y destacando en relación con otros países de la región, con herramientas públicas de fomento de la actividad, como la Ley de Emprendedores y la Ley de Economía del Conocimiento. No obstante, desde organizaciones especializadas en el tema señalan que la madurez de un ecosistema también depende de otros factores, como la profesionalización y el trabajo articulado de sus participantes.

El ecosistema emprendedor local ha avanzado muchísimo en los últimos años: el surgimiento de actores claves, como fondos de inversión locales e internacionales, organizaciones de apoyo a emprendedores de distintos estadios, instituciones educativas que incluyen en sus programas la formación emprendedora, o nuevas academias que surgen para dar respuesta a la demanda de las empresas que conforman el ecosistema emprendedor.

² www.definicionabc.com/economia/emprendedor

1.1.1. La Educación en Argentina y el emprendedorismo.

La Ley N° 26058 de Educación técnico profesional en Argentina fue promulgada en septiembre de 2005, aplicable en toda la Nación, respetando los criterios federales, las diversidades regionales y articulando la educación formal y no formal, la formación general y la profesional en el marco de la educación continua y permanente. Dentro de los objetivos que establece la ley se menciona que se busca articular las instituciones y los programas de Educación Técnico Profesional con los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la producción y el trabajo. La Ley de Educación Técnico Profesional tiene como propios los siguientes fines y objetivos:

a) Estructurar una política nacional y federal, integral, jerarquizada y armónica en la consolidación de la Educación Técnico Profesional.

b) Generar mecanismos, instrumentos y procedimientos para el ordenamiento y la regulación de la Educación Técnico Profesional.

c) Desarrollar oportunidades de formación específica propia de la profesión u ocupación abordada y prácticas profesionalizantes dentro del campo ocupacional elegido.

d) Mejorar y fortalecer las instituciones y los programas de educación técnico profesional en el marco de políticas nacionales y estrategias de carácter federal que integren las particularidades y diversidades jurisdiccionales.

e) Favorecer el reconocimiento y certificación de saberes y capacidades así como la reinserción voluntaria en la educación formal y la prosecución de estudios regulares en los diferentes niveles y modalidades del Sistema Educativo.

f) Favorecer niveles crecientes de equidad, calidad, eficiencia y efectividad de la Educación Técnico Profesional, como elemento clave de las estrategias de inclusión social, de desarrollo y crecimiento socioeconómico del país y sus regiones, de innovación tecnológica y de promoción del trabajo docente.

g) Articular las instituciones y los programas de Educación Técnico Profesional con los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la producción y el trabajo.

h) Regular la vinculación entre el sector productivo y la Educación Técnico Profesional.

i) Promover y desarrollar la cultura del trabajo y la producción para el desarrollo sustentable.

j) Crear conciencia sobre el pleno ejercicio de los derechos laborales.

En el artículo 14 se detalla que las autoridades educativas de las jurisdicciones promoverán convenios que las instituciones de educación técnico profesional puedan suscribir con las Organizaciones No Gubernamentales, empresas, empresas recuperadas, cooperativas, emprendimientos productivos desarrollados en el marco de los planes de promoción de empleo y fomento de los micro emprendimientos, sindicatos, universidades nacionales, Institutos Nacionales de la Industria y del Agro, la Secretaría de Ciencia y Tecnología, la Comisión Nacional de Energía Atómica, los institutos de formación docente, otros organismos del Estado con competencia en el desarrollo científico-tecnológico, tendientes a cumplimentar los objetivos estipulados en dicha ley.

En la provincia de Buenos Aires, a través del Anexo 3 de la Resolución 3828/09 incorpora siete años a la escolarización secundaria tecnoprofesional y justamente, en el último año a través de la materia Emprendimientos Productivos y Desarrollo Local se busca aproximar la educación secundaria tecnoprofesional y el emprendedorismo buscando formar técnicos que puedan desempeñarse como actores en procesos productivos en pequeñas y en medianas empresas, pero también como emprendedores autogestivos con sentido crítico y responsabilidad ciudadana.³

2. Factores que nos hacen emprendedores.

Con solo contar con una buena idea y perspectiva no alcanza para ser un emprendedor, ya que este debe revestir una cierta cantidad de factores que lo definan como un real emprendedor.

Los factores clave para el éxito de una nueva empresa vienen siendo objeto de investigación desde hace décadas. Son muchos los estudios que identifican aspectos clave de la personalidad, las capacidades y competencias del emprendedor que

³ educ.ar «Texto completo de la Ley de Educación Técnico Profesional, sancionada y promulgada en septiembre de 2005.».

contribuyen a alcanzar el éxito en un proyecto de emprendimiento. El emprendedor ha existido a lo largo de la historia.

Pero en los últimos años, quizás debido a la situación económica, social o cultural, es cuando ha tenido mayor importancia; entre los atributos que nos hacen emprendedores están los siguientes:

- **PERSEVERANCIA:** El factor interno que los emprendedores han destacado por encima de todo en su camino hacia el éxito es la perseverancia, entendida como la capacidad para mantener la constancia en un proyecto, aun cuando las circunstancias sean adversas.

- **PASIÓN:** Para ser capaces de poner en práctica tal entrega por sus proyectos, los emprendedores españoles afirman que es imprescindible sentir una enorme pasión por ellos.

- **DETERMINACIÓN:** La determinación se entiende como la capacidad y acción del emprendedor para tomar resoluciones determinantes y fijar objetivos de forma efectiva.

- **VISIÓN:** La perspicacia para identificar una estrategia de éxito que otros no ven.

- **FLEXIBILIDAD:** Reaccionar ante el comportamiento del mercado y los cambios del entorno y ser capaz de adaptarse.

- **CREATIVIDAD:** La inspiración y la capacidad para generar nuevas ideas ha sido clave para muchos emprendedores.

- **SOCIABILIDAD:** La capacidad para relacionarse con las personas del entorno, aumentar la red de contactos y conseguir una disposición favorable por parte de los diferentes interlocutores.

- **BUENA COMUNICACIÓN:** tratar de conseguir y transmitir sentimientos, opiniones, ideas o información eficazmente es vital tanto interna como externamente.

- **EDUCACIÓN:** Los emprendedores tienen que enfrentarse a tareas que a menudo exigen una formación multidisciplinar, por lo que la preparación formal puede suponer un factor clave.⁴

- **ACTUALIZACIÓN:** es la capacidad de estar continuamente en cambio.

⁴ “El libro negro del emprendedor”. Fernando Trias De Bes.

3. Emprender como elemento de crecimiento.

Como todos sabemos el crecimiento económico está relacionado directamente con la creación de fuentes de empleos, esto significa la fomentación del ingreso prolongado a todas las familias relacionadas de una u otra forma con las empresas u organizaciones en crecimiento.

Para fomentar la creación de nuevas empresas es necesario que el país en donde se propone el crecimiento cuente con un marco jurídico adecuado que garantice la concreción de la función de la empresa en todo su sentido, creando confianza en los emprendedores para que estos sigan creando nuevas empresas. También es necesario considerar el acceso a créditos para que los emprendedores puedan financiar sus proyectos, esto se puede realizar mediante el establecimiento de tasas accesibles y no con un costo financiero excesivamente alto que no contribuya al crecimiento del proyecto y absorba en gran parte las ganancias del mismo.

Creación de empleos para un crecimiento económico



Fuente: www.mx.depositphotos.com/stock-illustration-happy-busines

La generación de estos emprendimientos de calidad depende de todo un ecosistema integrado que recoge aspectos personales de los individuos, las condiciones del mercado, el acceso a recursos financieros e información, así como la intervención de los gobiernos a través de programas y proyectos públicos que favorecen (en mayor o menor grado) la formación de ambientes de negocios propicios para que los emprendedores lleven a cabo sus iniciativas y obtengan beneficios.⁵

4. La importancia del asesoramiento a emprendedores.

Cuando se piensa en emprender la mayoría de la gente considera el capital inicial como el principal requisito, y evidentemente es un factor muy importante, pero no menos que tener una buena idea que explotar o poder contar con una asesoría para nuevas empresas, lo que nos facilitará mucho centrarnos en lo que realmente queremos hacer.

Tener una contabilidad actualizada, mantener un adecuado registro de facturas de ingresos y gastos, confeccionar balances de situación y cuentas anuales son algunos de los servicios que deben poseer los emprendedores, para ellos es necesario una asesoría adecuada desocupando el tiempo en papeleo administrativo para dedicarse a lo que realmente apasiona al emprendedor, permitiendo poner en práctica todas las ideas que rondan la cabeza del mismo y así dedicarles todo su tiempo y esfuerzo.

Además en el caso de las pequeñas y medianas empresas cada vez es más recomendable apostar por un director financiero para pymes, ya que al igual que es necesario gestionar la contabilidad puntualmente y encargarse de los impuestos, adelantándose a la situación general de la economía para optimizar los recursos de la empresa. De esta forma sabremos por ejemplo el mejor momento para contratar empleados o tener una previsión.

En el mundo empresarial, frente a quienes critican la implantación de servicios contables externos, cabe destacar que según diversos estudios sobre la gestión económica de las pequeñas y medianas empresas así como a autónomos y nuevos

⁵ La importancia del emprendimiento en la economía. Clarisa Solange ZAMORA-BOZA

emprendedores, quienes tienen un asesoramiento externo evitan en un 90% las sanciones por parte de las diferentes administraciones o acusan mucho menos los momentos de menor actividad empresarial.⁶

4.1. Factores que posibilitan y restringen a los emprendedores.

Existen diversos factores del contexto actual que posibilitan y fomentan la creación de emprendedores, mientras que otros que restringen oportunamente la creación de los mismos.

Factores que posibilitan y restringen

FACTORES QUE SUMAN	FACTORES QUE RESTAN
Apoyo financiero: Mediante la implementación de créditos tanto del sector público como el privado para el financiamiento del proyecto.	Apoyo financiero: Poca disponibilidad de acceso a los créditos o altas tasas.
Capacidad emprendedora: Nueva generación de empresarios.	Políticas de gobierno: Inestabilidad por continuos cambios en las leyes de regulación de cada gobierno a su cargo.
Políticas de gobierno: Mediante la promulgación de la Ley N° 26058 de Educación técnico profesional en Argentina.	Clima económico: Inestabilidad económica que no contribuyen a la toma de decisiones al largo plazo.
Educación: Universidades que poseen programas que apoyen a los emprendedores en	

⁶ www.guijuelonoticias.com/2018/06/21/la-importancia-de-los-asesores-para-pymes-y-emprendedores

la creación de sus proyectos como la UNSTA Emprende e Incubadora UTN-FRT, UNT.	
Apertura de mercados: Mediante la formación de nuevos espacios para los emprendedores como ferias.	
Normas sociales y culturales: Grupos de emprendedores que compartan sus experiencias en la formación de sus negocios.	

Fuente: elaboración propia en base a Global Entrepreneurship.

5. Empresas exitosas que arrancaron con una idea innovadora.

En el mundo existe una cantidad de empresas que comenzaron tan solo como unos emprendedores con muchas ganas de llevar adelante su proyecto que contaban con una idea innovadora, a lo largo del paso de los años estas empresas lograron posicionarse en los mercados más importantes del mundo y aumentar sus valuaciones alcanzando los billones de dólares. Este no fue un camino fácil para ninguna de ellas debido a que se enfrentaron a un sinfín de vaivenes durante su creación y crecimiento, pero su constancia y perseverancia lograron ser lo que son hoy en día. Entre esas empresas de gran envergadura podemos encontrar las siguientes:

5.1. Apple.

La ilusión de tres emprendedores con unas mentes brillantes fue el origen de Apple Computer Inc, que nació en 1976 en Cupertino (California). Steve Jobs, Steve

Wozniak y Ron Wayne unieron sus conocimientos para crear la compañía que conseguiría revolucionar el mundo.

Los arranques de Apple fueron humildes, ya que no disponían de mucha inversión económica. Ante la falta de recursos, el propio Steve Jobs tuvo que vender su furgoneta Volkswagen y Steve Wozniak una calculadora HP-65. Ron Wayne, sin embargo, decidió abandonar la compañía sólo dos semanas después de su creación, presionado por el miedo a perder su inversión inicial de 800 euros. A pesar de los pocos días que formó parte del proyecto, le dio tiempo a diseñar el primer logo de la empresa, que consistía en un dibujo hecho a pluma con tinta china que representaba a Isaac Newton apoyado en un manzano. Un año después este logotipo fue sustituido por la ya mítica manzana mordida, que a diferencia de hoy en día, contaba con franjas de colores.

Los dos emprendedores que quedaron dirigiendo la empresa, Steve Jobs y Steve Wozniak, complementaban sus respectivos talentos a la perfección. Wozniak era un genio de la ingeniería y Jobs un visionario en el mundo de los negocios, pieza clave en el fulgurante éxito de Apple porque, en palabras de su socio: *"No basta con crear, hay que saber vender"*.

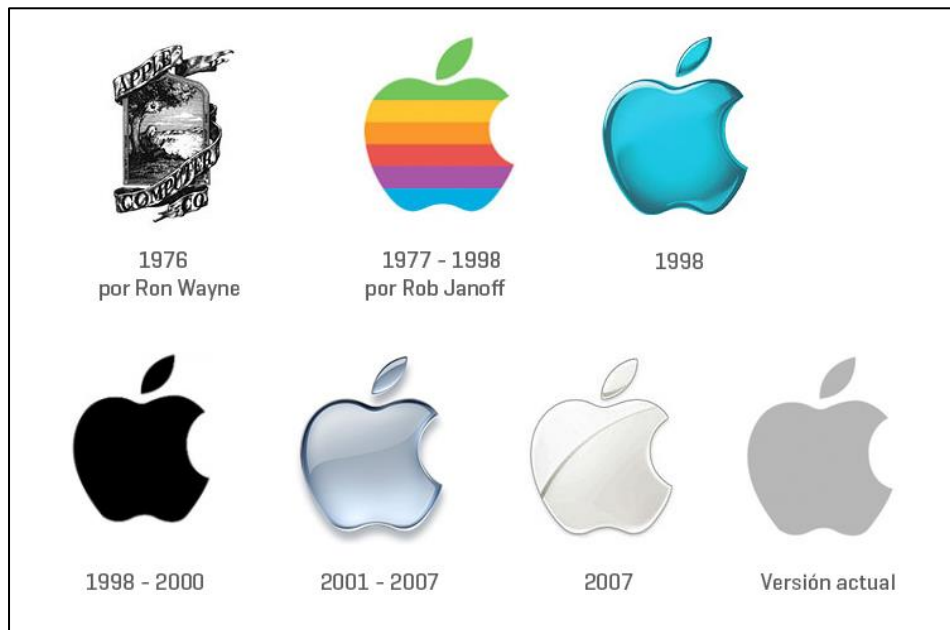
El primer producto que lanzaron al mercado fue el Apple I, su idea era crear un ordenador personal que resultara cómodo y accesible. Fue diseñado por Steve Wozniak y se trataba básicamente de un prototipo. Se vendieron solamente 175 unidades y el precio era de 666,66 dólares. Hace poco se subastó un ejemplar de este modelo por el precio de 375.000 dólares.

Sólo un año después salió a la venta el Apple II, que contaba con muchas mejoras respecto a su antecesor, como la capacidad para reproducir gráficos a color. Equipada con una especie de hoja de cálculo, pretendía convertirlo en una computadora que resultara útil para los negocios. Salió al mercado con un precio de 1.298 dólares y consiguió vender unos 5 millones de ejemplares. El Apple II es considerado el primer ordenador personal de la historia.

Sin duda, el mundo de la tecnología que tenemos actualmente no sería el mismo sin la existencia de Apple. La compañía del genio Jobs revolucionó por completo el mundo con la presentación de sus productos a lo largo de los años como el iPhone, el iPad, el iPod y el Apple Watch.⁷

⁷ www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/los-origenes-de-apple

Evolución de los logos de Apple



Fuente: www.estoteinteres.es/la-evolucion-del-logotipo-de-apple

Apple fue la encargada de establecer este nuevo récord y lo hizo a solo dos años de convertirse en la primera en traspasar el billón. Apple cerró por primera vez por encima de una valoración de 1 billón de dólares el 2 de agosto de 2018, 38 años después de que la empresa se hiciera pública, según las cuentas que publica Market Watch.

Después de caer por debajo de la marca durante un día el 23 de marzo, en medio de preocupaciones de que la crisis de COVID-19 presionaría su negocio, Apple pudo más que duplicar su valuación en menos de cinco meses.

5.2. Microsoft Corp.

El nombre de esta empresa estadounidense (Microsoft) es el acrónimo de Microcomputer Software. Como indica su propio nombre, no fabrica ordenadores, sino software. Es decir, los programas que hacen que un ordenador funcione. William Henry Gates III (Bill Gates) nació en 1955 en Seattle y, estudió en una escuela privada de élite,

Lakeside, donde se familiarizó con la informática en 1968. En esa época se acababa de fundar la empresa Intel, que fabricaba hardware (el soporte físico).

En aquel año, los únicos ordenadores personales eran los monstruosos IBM 360, de los cuales había uno en el colegio de Bill. Gates era tan bueno, que al cabo de una semana ya sabía más que su profesor.

En esa escuela, estaba también Paul Allen, nacido en 1953 y, por lo tanto, dos años mayor. Paul era otro verdadero entusiasta de los ordenadores.

Se dieron cuenta inmediatamente de que podían conseguir cosas increíbles utilizando el sistema operativo Unix, desarrollado en 1970, con el lenguaje de programación Fortran de 1962.

En 1975, ambos abandonaron sus respectivas universidades y crearon la empresa Microsoft para vender un lenguaje de programación, el Basic, que se basaba en el Fortran. Bill, que era el negociante, le vendió el lenguaje a la compañía Altair a cambio de un 50 por ciento de las ventas.

Cinco años después, Bill le vendía el lenguaje de programación MS DOS a IBM y éstos le pagaban un montón de dinero para competir con Apple, que estaba diseñando sistemas operativos muy eficaces a toda velocidad.

Microsoft



Fuente: www.curiosfera-historia.com/historia-de-microsoft

Microsoft se sumó al selecto club de las empresas que alcanzaron un valor de mercado de más de u\$s 1 billón como resultado de un nuevo avance de sus acciones tras

la presentación de balances auspiciosos. La empresa se transformó así en la más grande del mundo entre las que cotizan en bolsa, siempre midiendo por capitalización bursátil.

Se trata de la tercera empresa en lograr atravesar ese umbral mítico, luego de que Apple y Amazon lo logaran.

5.3. Facebook Inc.

La historia de Facebook comienza en octubre de 2003, cuando a un joven Mark Zuckerberg se le ocurre crear una web para entretener a sus compañeros de Harvard. El sitio se llamaba Facemash y servía para que los estudiantes pudiesen juzgar el atractivo de otros estudiantes y hacer rankings. A los dos días el sitio fue cerrado por utilizar fotos sin permiso, pero en este tiempo ya había alcanzado más de 22.000 visualizaciones de imágenes.

Este éxito llevó a Zuckerberg a crear una nueva red social con sus compañeros Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz y Chris Hughes el 4 de febrero de 2004. La plataforma se llamaba 'The Facebook' y estaba solo disponible para las personas con una dirección de correo electrónico de Harvard. Constaba un perfil donde los usuarios podían conectarse con otras personas, compartir intereses e incluir información personal como sus horarios de clase y clubes a los que pertenecían.

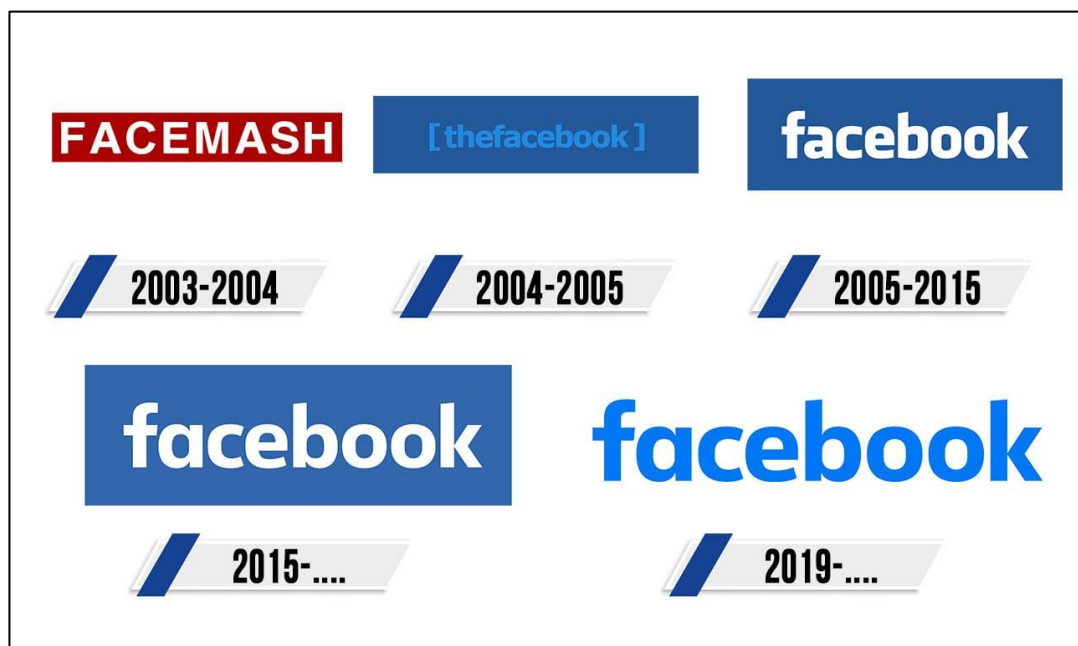
Al mes de vida, el 50% de los estudiantes de Harvard ya estaban inscritos. En ese tiempo, 'The Facebook' se empieza a habilitar a otras Universidades como Yale, Columbia y Stanford. El interés fue creciendo de forma considerable y hacia finales de 2004 la red social está abierta a casi todas las universidades de EEUU y Canadá con alrededor de un millón de usuarios.

El éxito era tal que Zuckerberg decide alquilar una casa en Palo Alto en California para instalar el centro de operaciones de la compañía. Asimismo, se asocia con Sean Parker, el fundador de Napster, y consigue una inversión muy importante de 450.000 euros (500.000 dólares) del cofundador de Paypal, Peter Thiel.⁸ El 2005 es un año clave en la historia de Facebook. En primer lugar, la red social pierde la "The" y se

⁸ <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social>

convierte oficialmente en Facebook y ya permite etiquetar a las personas en las fotos. En segundo lugar, Facebook se abre a más usuarios y permite a estudiantes de secundaria y universidades de otros países (México, Reino Unido, Irlanda, Australia, Nueva Zelanda, entre otros) acceder a la red social. A final de año, Facebook ya contaba con alrededor de 6 millones de usuarios activos mensuales.

Evolución del logo de Facebook



Fuente: www.logos-marcas.com/facebook-logo/

5.4. Amazon.

Jeffrey Bezos de 34 años, fundó en 1995, en Seattle a Amazon, un comercio de libros por Internet. Convirtiéndose en la compañía estadounidense de comercio electrónico más grandes en vender libros a través de Internet.

En 1994, Jeff Bezos dejó su trabajo y le dijo a su esposa que empacara todo., tomaron el coche, el ordenador portátil y su perro y se detuvieron en Seattle. Allí alquilaron una casa y crearon la librería más grande del mundo: Amazon. El primer sitio web de Amazon.com fue inaugurado el 16 de Julio de 1995, iniciándose de inmediato un

crecimiento exponencial de la compañía y su presencia en la red. Después de 30 días de salir Amazon a la red y sin promoción en los medios, Amazon estaba vendiendo libros en los 50 estados de EEUU y en 45 países.

En 1996, el web tenía más de 2.000 visitantes al día. Un año después los había multiplicado por 25. Justo hace un año, en diciembre de 1999, la revista Time nombraba a Jeff Bezos Personaje del Año y le aclamaban como "el rey del cibercomercio".

Amazon comenzó como una librería online, pronto se diversificó en diferentes líneas de productos, añadiendo DVDs, Cds de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida y más. Pero Bezos aún tiene una aspiración suprema, una nueva visión: ser la mayor tienda del planeta.⁹

Evolución del logo de Amazon



Fuente: www.logos-marcas.com/Amazon

El club del billón de dólares se amplía; ya que Amazon se convirtió en la segunda corporación cotizada que en Wall Street alcanza esa valoración del billón de dólares de valoración bursátil y lo hace justo un mes después de que Apple rompiera la marca histórica.

⁹ www.cad.com.mx/historia_de_amazon_com

Ahora la cuestión es saber si el impulso le llevará a superar también al fabricante del iPhone (Apple) como la mayor compañía cotizada en la historia de la bolsa de Wall Street.

6. Mercado libre como líder de la innovación en el e-commerce en Argentina.

En 1999, un joven emprendedor argentino decidió crear una empresa de comercio electrónico inspirándose en el éxito de una compañía estadounidense. Hoy en día, esa empresa es una de las más importantes de la industria digital a nivel global, factura más de \$2 mil millones de dólares anuales y cuenta con más de 9 mil empleados por toda Latinoamérica.

La protagonista de esta historia es la exitosa empresa Mercado Libre, fundada en el barrio Saavedra de Buenos Aires el 2 de agosto de 1999 por el administrador Marcos Galperín, quien empezó a desarrollar la idea mientras se encontraba realizando una maestría en la Universidad de Stanford.

La idea de Marcos era iniciar una plataforma de comercio electrónico para Latinoamérica; esta premisa no era del todo novedosa, ya que el emprendedor buscaba simplemente replicar el éxito que había tenido en Estados Unidos la compañía Amazon.

Con la idea en mente, comenzó una búsqueda de colaboradores e inversionistas que quisieran unirse a su proyecto.

Los primeros inversionistas del proyecto fueron contactados por Jack McDonald, quien era profesor de Galperín en Stanford. Estos primeros contactos serían de suma importancia, ya que mantendrían, a lo largo de los años, un firme apoyo por la compañía, incluso en la primera década de los años 2000 cuando ocurrió el estallido de la “burbuja de las punto com”, lo que ocasionó que miles de inversionistas de empresas de tecnología corrieran a liquidar sus acciones por miedo a pérdidas mayores.

Este fenómeno, que consistió en el desplome de las acciones de empresas digitales en las bolsas de valores de Estados Unidos, dejó una terrible sombra sobre los emprendimientos emergentes en todo el continente americano. La mayoría de grupos, al

no tener equipos sólidamente conformados, se disolvieron o se apresuraron a intentar vender sus empresas a otras compañías más grandes, las cuales estaban poco interesadas en complicar su dinámica comercial con nuevas adquisiciones en otros países.¹⁰

Evolución del logo de Mercado Libre



Fuente: www.entrepreneur.com/article/logo

En el año 2003 Mercado Libre logra lanzar su aplicación de plataforma de pagos conocida como Mercado Pago. Siendo uno de los sitios con más visitas alrededor del mundo, la empresa decidió establecer su propio sistema de pagos.

De esta forma, la empresa podría mantener un control mucho más grande del dinero que pasaba en manos de sus usuarios, evitando las estafas y manteniendo el control de las mismas. Mercado Pago permite utilizar las monedas de los propios países como parte de pago, sin necesidad de hacer la conversión a dólares conocida por los múltiples procesamientos mundiales. Dentro de este sistema, el cliente puede realizar sus pagos a través de tarjetas de crédito, transferencia bancaria, saldo desde su cuenta, e incluso dentro del mismo portal de Mercado Pago.

Mercado Pago se encuentra pensado para que sus clientes puedan mover dinero con la seguridad y confianza que ofrece la empresa. Incluso, Mercado Pago permite su integración en las diversas plataformas online que están circulando en la web.

¹⁰ www.negociosyemprendimiento.org/2020/08/historia-mercado-libre.html

Capítulo III

La Relación entre el Inversor y el Emprendedor

Sumario: 1. ¿Qué es ser un inversor? 1.1. Tipos de inversores. 1.2. La diferencia entre el crédito y el préstamo de un inversor. 2. Factores que tienen que tener en cuenta los inversores. 2.1. La valuación del emprendimiento. 2.2. Indicadores financieros a la hora de invertir. 2.2.1 Tasa interna de retorno (TIR). 2.2.2 Valor Actual Neto (VAN). 2.2.3. Periodo de recuperación (PR). 2.2.4. Análisis de sensibilidad. 3. ¿Qué es ser un emprendedor? 3.1. Tipos de emprendedores. 3.2. Fuentes de financiación. 4. La innovación en los emprendimientos. 4.1. La importancia de los emprendimientos sustentables. 5. Las pymes y la necesidad de un asesoramiento íntegro.

1. ¿Qué es ser un inversor?

Existen diferentes conceptos que nos indican que es un inversor; pero el mejor concepto de inversor en la actualidad lo define como aquel agente, persona o institución, que renuncia al consumo de parte de su riqueza en el momento actual con el ánimo de obtener una mayor rentabilidad en el futuro. Para ser un inversor con éxito deben seleccionarse las operaciones que permitan obtener más beneficios. Para ello, la mayoría de los inversores realizarán un análisis a varios mercados y seleccionarán la inversión según lo que les resulte más interesante. Los inversores pueden utilizar varios mercados para obtener beneficios y estos variarán mucho en función de su experiencia, estilo, tolerancia al riesgo y muchos otros factores.

1.1. Tipos de inversores.

Los inversores son diversos y muy inconsistentes a lo largo del tiempo. Entre los inversores se encuentran inversores pequeños, grandes instituciones financieras, gobiernos y empresas que han decidido apostar por activos específicos o futuros. A su vez los tipos de inversores pueden clasificarse en función de su aversión al riesgo, en función del sujeto de la inversión y en función del objetivo de la inversión, entre ellos podemos encontrar a:

- **Tipos de inversores en función de su aversión al riesgo:**

Dependiendo del riesgo que quieran soportar los inversores podemos distinguir entre inversores con perfil conservador, moderado, agresivo. El riesgo que estén dispuestos a tolerar los inversores va a ser directamente proporcional a la rentabilidad obtenida por sus ahorros, por ello la mejor manera de obtener una rentabilidad atractiva manteniendo un riesgo bajo es diversificar los fondos entre distintas operaciones de inversión.

➤ **Inversores con perfil conservador:** Dentro de este perfil se incluyen los inversores que quieran cubrir todo tipo de pérdidas económicas de sus inversiones para generar una rentabilidad anual compuesta de casi el 2% o el 3% esto dependiendo de país en el que coloque su inversión. Estos inversores ponen su dinero en bonos o acciones de las principales empresas del mercado. Estas inversiones a menudo implican un capital sustancial a largo plazo.

➤ **Inversores con perfil moderado:** Estos inversores asumen un mayor riesgo que los inversores conservadores pero dentro de un marco lógico con el objetivo de lograr una rentabilidad atractiva asociada a un riesgo moderado. Su cartera de inversión suele tener una proporción cercana al 50% entre renta fija y variable. Este tipo de inversor suele tener un mayor conocimiento técnico de los mercados y realiza inversiones a medio plazo para aspirar a obtener rentabilidades cercanas al 10%.

➤ **Inversores con perfil agresivo:** Aquí se encuentran los inversores experimentados con grandes conocimientos en el mercado de la renta variable. Realizan inversiones en renta variable que superan el 80% de su cartera y buscan empresas en fase de crecimiento donde se puede obtener una elevada rentabilidad a cambio de

niveles altos de riesgo. Son inversores especulativos a corto plazo que buscan rentabilidades superiores al 30%, aun con el riesgo de perder toda su inversión.

- **Tipos de inversores en función del sujeto de la inversión:**

Dependiendo de quién sea el sujeto que realiza la inversión, podemos distinguir entre inversores particulares o inversores institucionales.

- **Inversores institucionales:** Son entidades de inversión privadas formadas normalmente por agrupaciones de particulares o empresas. Suelen manejar grandes cantidades de capital que les permite diversificar su cartera de negocio para obtener una rentabilidad atractiva a un riesgo relativamente moderado.

- **Inversores particulares:** Por el contrario, un inversor particular puede ser cualquier persona física o jurídica que va creando progresivamente su propia cartera de inversión mediante pequeñas aportaciones de capital. No hay un patrón establecido que defina el plan de inversión de un inversor particular, cada uno de ellos puede tener su propio perfil relativo a plazos, rentabilidad y riesgo.

- **Tipos de inversores en función del objetivo de la inversión:**

Esta clasificación de los inversores está basada en los intereses y objetivos de cada uno de ellos al realizar la inversión, así los dividimos en inversores estratégicos o inversores financieros.

- **Inversor estratégico:** Normalmente un inversor estratégico suele corresponderse con compañías relacionadas con la empresa donde realizan la inversión. Pueden ser: Competidores actuales, Proveedores, Clientes e incluso empresas que pretenden entrar en el mercado. Mediante la inversión, estas empresas pretenden agregar un valor añadido a sus negocios. Estos inversores suelen realizar inversiones a largo plazo.

- **Inversor financiero:** El objetivo de los inversores financieros es generar un retorno financiero sobre la inversión realizada, buscan sectores donde pueda haber un fuerte crecimiento y establecen una estrategia de salida a medio plazo.¹¹

Cada uno de estos inversores presenta características diferentes en función del grado que presenten en factores como la aversión al riesgo, el capital disponible, etc. El perfil de cada uno de ellos dependerá exclusivamente del comportamiento acorde a la función de la inversión.

¹¹ www.mytriplea.com/blog/tipos-inversores-guia-infografia

1.2. La diferencia entre el crédito y el préstamo de un inversor.

Lo primero que un emprendedor tiene que tener en cuenta a la hora de lanzar un negocio es, además de valorar que sea viable y que exista una necesidad en el mercado, cómo financiarlo.

Hay negocios, sobre todo tradicionales, que se pueden financiar con productos financieros al uso, específicamente a préstamos o créditos. Es igual de importante tener una previsión de flujos de tesorería que nos haga ver cuál es la necesidad real flujo de efectivo y en qué momento se producirá, así como saber elegir el producto financiero que se necesitará.

Pero primero, definámoslos:

El préstamo consiste en una entrega de dinero de una persona o entidad financiera a otra persona, que se compromete a retornarlo en un plazo establecido junto con los intereses devengados según condiciones establecidas en contrato.

En el crédito, la persona o entidad financiera pone a disposición de la persona una cantidad de dinero hasta un límite determinado y un plazo prefijado, percibiéndose periódicamente los intereses sobre las cantidades dispuestas.¹²

Diferencias entre Préstamo y Crédito

<i>Préstamo</i>	<i>Crédito</i>
<i>El contrato se realiza con la entrega del dinero</i>	<i>El contrato se realiza mediante el consentimiento de las partes</i>
<i>La entidad financiera entrega al prestatario una cantidad de dinero fija que el cliente deberá devolver con unas comisiones e interés</i>	<i>La entidad financiera se compromete a poner a disposición del acreditado dinero hasta un límite pactado y con un tiempo prefijado</i>
<i>El prestatario se obliga a restituir la suma prestada más los intereses a lo largo del plazo</i>	<i>El acreditado puede disponer de los fondos dentro de los plazos y límites fijados, realizando disposiciones totales o parciales, que se irán reflejando en la cuenta de crédito</i>
<i>El prestatario solo reduce su deuda con las amortizaciones en los plazos fijados.</i>	<i>El acreditado puede hacer devoluciones totales o parciales de las cantidades</i>

¹² “Consejos de un Inversor” Alejandro Núñez, Bubok Publishing S.L., 2010. 1ª Edición, España.

<i>Estas amortizaciones son devoluciones parciales de la suma prestada y solo se amortiza totalmente al cancelar el préstamo</i>	<i>dispuestas, que se irán reflejando en la cuenta de crédito, pudiendo llegar incluso el volumen de los ingresos a superar las disposiciones</i>
<i>Los intereses se abonan por la totalidad del capital pendiente</i>	<i>Los intereses se abonan en función del capital dispuesto</i>
<i>Las amortizaciones, que se ajustan al cuadro de amortización suponen una devolución parcial del capital percibido</i>	<i>El capital debe devolverse al vencimiento o en las bajas o reducciones del límite estipulado</i>
<i>No admite renovación. Al vencimiento del plazo establecido habría que efectuar un nuevo contrato de préstamo</i>	<i>Admite la posibilidad de renovación y ampliación del contrato, al término del plazo</i>

Fuente: “Consejos de un Inversor” Alejandro Núñez.

2. Factores que tienen que tener en cuenta los inversores.

Existe una gran cantidad de factores que debe tener en cuenta un inversor a la hora de invertir, pero ha de destacar como uno de los factores fundamental es el conocer la valuación del proyecto en el que se va a invertir, las proyecciones que posee la empresa u organización con respecto al crecimiento futuro del proyecto; dado que esto determinará el grado de perspectivas a futuro que poseen. Una adecuada valoración de la inversión en acciones debe tener en cuenta un horizonte a medio y largo plazo, dada la potencialidad de aportar valor al accionista, mediante el reparto de dividendos, la dotación de reservas de las sociedades y la obtención de beneficios en su venta.

A su vez hay que tener en cuenta los pasivos del mismo, el grado o nivel de endeudamiento y la capacidad de hacer frente a sus pasivos en caso de liquidar todos sus activos a la hora de diluir la empresa con el fin de evitar desembolsos de dineros extras si es que esto sucede.

Del mismo modo el inversor debe contar con una información integra del contexto en el cual se desenvuelve la empresa, los mercados en los cuales operan con el fin de determinar aquellas oportunidades dentro del mismo, el nivel de liquidez de sus activos, identificar a aquellos competidores para poder determinar aquellas estrategias de negocios que lo harán destacarse en el mercado.

Antes de tomar sus decisiones de inversión, los inversores deberán analizar con detalle sus objetivos de rentabilidad, su capacidad de soportar pérdidas temporales y su horizonte de inversión (a corto, mediano o largo plazo), para planificar con detalle una estrategia acorde con dichas características.

También el inversor puede realizar un estudio mediante la utilización de indicadores financieros con el fin de realizar una proyección de la rentabilidad de la empresa en distintos escenarios en un futuro.

2.1. La valuación del emprendimiento.

La valoración de una empresa es un trabajo técnico y requiere tener amplios conocimientos financieros. A la vez, para valorar bien, se debe conocer en profundidad el modelo de negocio de la empresa, su estrategia, entender su mercado y dónde están sus elementos de creación de valor. Una valoración no es una auditoría, el analista encargado de realizarla no efectúa una comprobación de los estados financieros, parte de unas cifras que, inicialmente, se consideran válidas. Tampoco es un diagnóstico exhaustivo de todas las áreas de la empresa, sino que el analista al valorar se centra desde un principio en las áreas fundamentales que sirven para descubrir los conductores de valor.

El objetivo final que se quiera dar a la valoración condicionará el método o métodos a utilizar. En este sentido, el método de valoración utilizado variará en función del destinatario. Por ejemplo, un inversor financiero buscará rentabilidad en un período de tiempo determinado y un inversor estratégico puede buscar otros fines con la adquisición, como obtener más cuota de mercado, eliminar a un competidor o incorporar una nueva línea de actividad.¹³

Los motivos pueden ser internos, es decir, la valuación está dirigida a la administración de la empresa y no es para determinar su valor para una venta posterior.

Los objetivos de estas valuaciones pueden ser los siguientes:

- Conocer la situación del patrimonio

¹³www.finanzas.com/hemeroteca/por-que-necesito-valorar-mi-empresa

- Verificar la gestión llevada a cabo por los directivos
- Estudiar la capacidad de deuda
- Reestructuración de capital
- Herencia, sucesión, etc.

El llevar a cabo la valuación de la empresa le permite al empresario contar con elementos de decisión muy valiosos como parte de su planeación estratégica, financiera, o bien, cuando quieren llevar a cabo una transacción que involucre la compra de una empresa, la venta de la misma, una alianza estratégica, rescisión o reestructura accionaria.

2.2. Indicadores financieros a la hora de invertir.

Los indicadores financieros son índices que ayudan a determinar si un proyecto es o no conveniente para un inversionista, ya que permite ordenar en jerarquía los proyectos de una cartera de inversión y nos permiten optimizar distintas decisiones relevantes del proyecto como la ubicación, tecnología, momento óptimo para invertir o abandonar. Las variables necesarias son: los flujos de caja del proyecto (Cash flow), la tasa de descuento o costo de oportunidad del capital (Tasa), y el periodo de evaluación (N), entre los principales indicadores podemos encontrar:¹⁴

2.2.1 Tasa interna de retorno (TIR).

La TIR trata de medir la rentabilidad de un proyecto o activo. Representa la rentabilidad media intrínseca del proyecto. Se define la tasa interna de retorno como aquella que hace que el valor actual neto sea igual a cero. La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así se

¹⁴ Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Aspectos Teóricos y Prácticos. Pimentel, Edmundo. 2008

utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo).

Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.¹⁵ Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$TIR = K_{TIR}:VAN(K_{TIR})$$

Es decir:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+K_{TIR})} + \frac{Q_2}{(1+K_{TIR})^2} + \frac{Q_3}{(1+K_{TIR})^3} + \frac{Q_4}{(1+K_{TIR})^4} + \dots + \frac{Q_n}{(1+K_{TIR})^n} = 0$$

Dónde: k_{TIR} es la tasa de descuento que representa la TIR

2.2.2 Valor Actual Neto (VAN).

El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos.

Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios. Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+K)} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \frac{Q_3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{Q_n}{(1+K)^n}$$

Referenciando:

- **A** es el valor del desembolso inicial de la inversión bajo estudio.
- **Q₁, Q₂, ..., Q_n** representa los cash-flows o flujos de caja de cada periodo.
- **n** representa el número de periodos.
- **k** es la tasa de descuento utilizada.

¹⁵ Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Aspectos Teóricos y Prácticos. Pimentel, Edmundo. 2008

Si el Valor Actual Neto de un proyecto independiente es mayor o igual a 0 el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza. Para el caso de proyectos mutuamente excluyentes, donde debo optar por uno u otro, debe elegirse el que presente el VAN mayor. Un VAN negativo no implica necesariamente que no se estén obteniendo beneficios, sino que evidencia alguna de estas situaciones: que no se están obteniendo beneficios o que estos no alcanzan a cubrir las expectativas del proyecto.

2.2.3. Periodo de recuperación (PR).

El período de recuperación de la inversión (PR) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Este indicador puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. Para calcular el PR se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{D}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

2.2.4. Análisis de sensibilidad.

A continuación presentamos un análisis de sensibilidad realizado en una empresa sobre una simulación utilizando para ello los indicadores antes mencionados con el fin de demostrar la utilidad y la importancia de los mismos en base a un modelo de negocio adaptable para cualquier emprendedor:

Para iniciar con el análisis de sensibilidad se deben determinar los costos totales de la empresa bajo estudio, en este caso serán determinados para una producción anual de 400.000 productos, los cuales con los siguientes:

Estado de costos

<i>Materia Prima</i>	\$ 15.000.000
<i>+ Mano de obra</i>	\$ 4.300.000
<i>+ Carga Fabril</i>	\$ 800.000
<i>= Insumos del periodo</i>	\$ 20.100.000
<i>+ Inventario inicial de producción en proceso</i>	-
<i>- Inventario final de producción en proceso</i>	-
<i>Costo de producción</i>	\$ 20.100.000
<i>+ Inventario inicial de productos terminados</i>	-
<i>- Inventario final de productos terminados,</i>	-
<i>= Costo de productos terminados y vendidos</i>	\$ 20.100.000

Fuente: elaboración propia.

Se consideró a toda la producción como terminada y vendida, debido a eso no existen inventarios de producción en proceso ni de productos terminados.

El precio de venta de los productos posee un margen de rentabilidad del \$54,75 por producto:

<i>Producto</i>	<i>Costos anuales</i>	<i>Cantidad anual</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Margen de ganancia</i>	<i>Precio por ladrillo</i>
<i>Producto A</i>	\$20.100.000	400.000	\$50,25	\$54,75	\$105

Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta los costos antes expuestos podemos elaborar siguiente Estado de Resultado:

ESTADO DE RESULTADO	
Ventas	\$ 42.000.000
- Costos variables (MP y CF)	- \$ 15.800.000
= Margen de contribución	\$ 26.200.000
- Costo Fijos (MO)	- \$ 4.300.000

= Resultado	\$ 21.900.000
--------------------	----------------------

Fuente: elaboración propia.

RENTABILIDAD	RESULTADO	=	\$ 21.900.000	=	52,14 %
	x100		x100		
	VENTAS		\$ 42.000.000		

Fuente: elaboración propia.

Con los cálculos antes realizados podemos establecer una rentabilidad del proyecto considerable del **52.14%**.

Una vez obtenidos y calculados los costos antes expuestos procederemos a realizar en análisis de sensibilidad utilizando los diferentes indicadores, para ellos realizaremos un Cash Flow o Flujo de Efectivo utilizándolo como un indicador de liquidez financiera, teniendo en cuenta que la inversión inicial necesaria del proyecto es de **\$1.500.000** e infiriendo en una amortización total anual de **\$130.000**.

Flujo de Efectivo base

<i>Periodo</i>	0	1	2	3
	-1.500.000			
<i>Ingresos</i>		42.000.000	50.400.000	60.480.000
<i>Costos</i>		-20.100.000	-22.914.000	-25.205.400
<i>Amortizaciones</i>		-130.000	-130.000	-130.000
<i>Total</i>		21.770.000	27.356.000	35.144.600
<i>Amortizaciones</i>		130.000	130.000	130.000
<i>Flujo de efectivo</i>		21.900.000	27.486.000	35.274.600

Fuente: elaboración propia.

El flujo de efectivo anterior fue confeccionado y proyectado un incremento del 20% en los ingresos por ventas de un año respecto a otro, y un aumento de los costos del 14% y 10% respectivamente de un año a otro. También consideramos un cambio en la sensibilidad en el que se contemplan dos alternativas:

- Un escenario negativo en el cual los ingresos disminuyen un 15%.
- Un escenario positivo en el cual los ingresos aumentan un 17%.

Flujo de Efectivo escenario negativo

Periodo	0	1	2	3
	-1.500.000			
Ingresos		35.700.000	30.345.000	25.793.250
Costos		-20.100.000	-22.914.000	-25.205.400
Amortizaciones		-130.000	-130.000	-130.000
Total		15.470.000	7.301.000	457.850
Amortizaciones		130.000	130.000	130.000
Flujo de efectivo		15.600.000	7.431.000	587.850

Fuente: elaboración propia.

Flujo de Efectivo escenario positivo

Periodo	0	1	2	3
	-1.500.000			
Ingresos		49.140.000	57.493.800	67.267.746
Costos		-20.100.000	-22.914.000	-25.205.400
Amortizaciones		-130.000	-130.000	-130.000
Total		28.910.000	34.449.800	41.932.346
Amortizaciones		130.000	130.000	130.000
Flujo de efectivo		29.040.000	34.579.800	42.062.346

Fuente: elaboración propia.

A continuación presentaremos el cálculo de los indicadores financieros utilizando una tasa de descuento del 41% proveniente del Banco Nación a la fecha del mes octubre de 2021. A través de flujos de fondos podremos determinar el valor actual neto (VAN) en cada uno de los escenarios planteados; y la tasa interna de retorno (TIR) que es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión.

	VAN	TIR
Escenario base	\$ 40.383.438	1485%
Escenario negativo	\$ 13.497.692	986%
Escenario positivo	\$ 51.423.019	1955%

Fuente: elaboración propia.

Interpretando los resultados encontramos el caso base un VAN positivo de \$40.383.438 y una TIR del 1485% superando la tasa de mercado ampliamente, por lo tanto ambos indicadores expresan e indican la viabilidad y rentabilidad del modelo de negocio. Cuando el mismo se somete en un análisis de sensibilidad en los escenarios negativos y positivos ambos con una variación del 15% negativa en los ingresos y 17% positiva, en el caso negativo encontramos una TIR de 986% la cual es más baja que el caso base pero aun así es viable, mientras que en la opción positiva muestra un VAN ampliamente mayor al inicial de \$51.423.019 y una tasa de retorno del 1955%.

Por lo tanto al cálculo de VAN utilizando la formula antes mencionada lo realizamos de la siguiente manera para cada uno de los escenarios antes expuestos:

VAN Escenario base

$$VAN = -1.500.000 + \frac{21.900.000}{(1 + 0,41)} + \frac{27.486.000}{(1 + 0,41)^2} + \frac{35.274.600}{(1 + 0,41)^3}$$

$$VAN \text{ Escenario base} = \$40.383.438$$

Fuente: elaboración propia.

VAN Escenario negativo

$$VAN = -1.500.000 + \frac{15.600.000}{(1 + 0,41)} + \frac{7.431.000}{(1 + 0,41)^2} + \frac{587.850}{(1 + 0,41)^3}$$

$$VAN \text{ Escenario negativo} = \$ 13.497.692$$

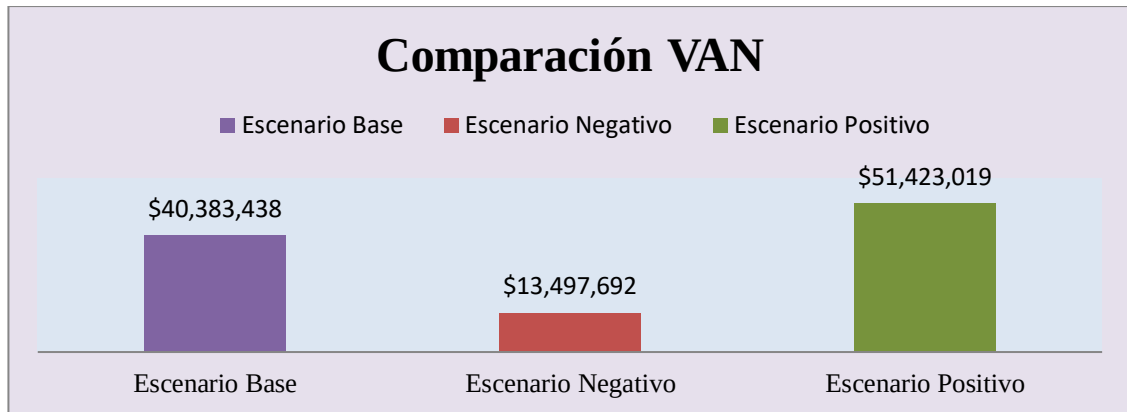
Fuente: elaboración propia.

VAN Escenario positivo

$$VAN = -1.500.000 + \frac{29.040.000}{(1 + 0,41)} + \frac{34.549.800}{(1 + 0,41)^2} + \frac{42.062.346}{(1 + 0,41)^3}$$

$$VAN \text{ Escenario positivo} = \$ 51.423.019$$

Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

Para calcular la TIR (tasa interna de retorno) utilizamos el método de interpolación, que consiste en escoger dos K (tasas) de tal manera que den como resultado un VAN positivo lo más cercano posible a cero y la segunda como resultado un VAN negativo, también lo más cercano posible a cero. Mientras al cálculo de los escenarios antes expuestos llegamos de la siguiente manera:

TIR Escenario base

K₁ = 1400% donde VAN₁ = \$ 92.611 es positivo lo más cercano a 0

K₂ = 1500% donde VAN₂ = \$ -15.270 es negativo lo más cercano 0

Luego procedemos despejar la TIR en la fórmula de interpolación

$$\frac{1400 - 1500}{(92.611) - (-15.270)} = \frac{1400 - TIR}{92.611 - 0}$$

TIR = 1485%

Fuente: elaboración propia.

TIR Escenario negativo

K₁ = 900% donde VAN₁ = \$ 134.898 es positivo lo más cercano a 0

K₂ = 1000% donde VAN₂ = \$ -19.963 es negativo lo más cercano 0

Luego procedemos despejar la TIR en la fórmula de interpolación

$$\frac{900 - 1000}{(134.898) - (-19.963)} = \frac{900 - TIR}{134.898 - 0}$$

TIR = 986%

Fuente: elaboración propia.

TIR Escenario positivo

K₁ = 1850% donde VAN₁ = \$ 85.843 es positivo lo más cercano a 0

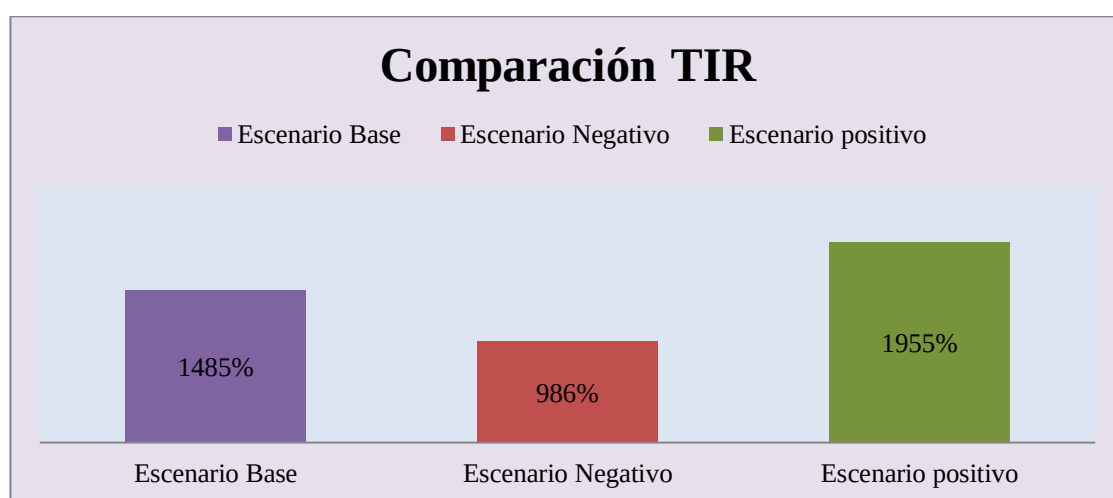
K₂ = 2000% donde VAN₂ = \$ -34.189 es negativo lo más cercano 0

Luego procedemos despejar la TIR en la fórmula de interpolación

$$\frac{1850 - 2000}{(85.843) - (-34.189)} = \frac{1850 - TIR}{85.843 - 0}$$

TIR = 1955%

Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

En el gráfico podemos observar la comparación entre los tres escenarios, considerando que existe una tasa interna de retorno significativa en todos ellos, lo que destaca el escenario positivo, sin dejar de lado la tasa del escenario negativo teniendo en cuenta el descenso de las ventas pero aún así sigue siendo rentable.

3. ¿Qué es ser un emprendedor?

"Se trata de hacer cosas", dice Andy Freire, emprendedor argentino y autor de varios libros sobre emprendimiento. "El secreto es despertar y convertirnos en el piloto automático que todos tenemos. Apagarlo y decidir ser perfecto". De esta forma, Freire

llega a los emprendedores con filosofía y pasión. Una dinámica provocadora, que explica quiénes somos y cómo ve el mundo es alguien que cree que conseguir lo que queremos es fundamental.

Estos autores, como otros, coinciden en algunas características y atributos que el emprendedor debe tener y/o desarrollar:

- Iniciativa
- Inspiración
- Autonomía
- Ambición
- Pasión
- Creatividad
- Liderazgo
- Organización
- Tolerancia al riesgo
- Dedicación
- Capacidad de adaptarse a los cambios

Como todo en la vida, emprender tiene ventajas y desventajas. Es importante que tengas la fotografía lo más completa posible en caso de que analices ser un emprendedor.

Ventajas:

- ***Ser tu propio jefe:*** No más subordinación. Ser el amo y señor de tu empresa y además, con el beneficio de poder elegir a tu equipo de trabajo.
- ***Establecer tus propios horarios y normas:*** Solo tú decidirás cuánto trabajar y en qué horarios.
- ***Satisfacción de crear algo propio:*** Algo que además, puede darte gran prestigio social y formará parte de tu patrimonio.

Desventajas:

- ***Elegir entre dinero y tiempo libre:*** Hay que estar dispuesto a trabajar duro durante una temporada, posiblemente larga. Debes prepararte, investigar y estudiar sobre lo que desarrollarás antes de iniciar y eso implica tiempo.
- ***Tu salud estará a prueba:*** Si sabes manejar el estrés, será una gran ventaja, el camino del emprendedor raramente es terso. Además, requiere sobre todo en un inicio,

un gran esfuerzo y ya que tu negocio depende de ti, lo mejor será que cuides al máximo tu salud.

- **Riesgos económicos:** Nadie te garantiza el éxito del emprendimiento y si son recursos propios lo que están implicados en el proyecto, tienes que tener en cuenta que siempre estarán en riesgo.
- **Incertidumbre:** Muy ligado con el punto anterior, el emprendedor nunca debe dar nada por sentado.
- **Disciplina:** Una característica que se debe desarrollar al máximo.¹⁶

3.1. Tipos de emprendedores.

Cada vez es más frecuente encontrar personas que toman la decisión de empezar su propio negocio, startup (empresas de reciente creación) o empresa y se les llama "emprendedores".

Y debido a ello surge la inquietud de ¿por qué deciden dejar la comodidad y seguridad de un trabajo en una empresa?, ¿qué tienen en común entre ellos mismos? o ¿qué tipos de emprendedores hay?

Algunos de ellos lo hacen porque no se sienten a gusto en su puesto de trabajo o están seguros de poder crear valor para la sociedad mientras mejoran sus ingresos y disfrutan en el proceso. Los emprendedores son personas positivas, enérgicas y con mucha fuerza de voluntad.

Al contrario de la mayoría de la gente, en situaciones problemáticas y normales, son capaces de ver soluciones y posibilidades de negocio.

Para poder lograr sus objetivos y llegar a sus metas toman riesgos, trabajan duro y se proyectan. Existen varios tipos de emprendedores con características que les permiten alcanzar sus metas y objetivos de diferentes maneras.

Entre algunos de ellos podemos encontrar el perfil persuasivo, visionario, especialista, intuitivo, inversionista, empresario, oportunista y social que desarrollaremos a continuación:

¹⁶ www.entrepreneur.com/article/



- **Emprendedor persuasivo:** Puede hacer afirmaciones fácticas que otros están o piensan que apoyan las metas que el emprendedor ha establecido para sus metas. El valor exacto es un comunicador respetable y consistente con un objetivo y una misión, mientras trata de persuadir a otros para que participen en su lucha y lo ayuden a lograr las metas que desea. Por estos motivos, suele estar sujeto a las mejores ofertas para promocionar su negocio, por lo que puede interactuar directamente con todos los actores involucrados en el negocio (inversores, proveedores, clientes, empleados), es una persona idónea la que puede hacerlo. Su función principal es a menudo el liderazgo y la dirección, no el desarrollo de productos o servicios comerciales.



- **Emprendedor visionario:** Es un emprendedor capaz de imaginar y ver en productos o servicios que suelen ser tendencia en el futuro. La mayoría de grandes avances de la humanidad se han dado gracias a los sueños de estos visionarios. Además, tiene la capacidad de materializar sus sueños y que pasen de su imaginación a la producción.



- **Emprendedor especialista:** Está muy especializado en su área de conocimiento, y los expertos suelen excluir al resto. Es muy lógico, lógico y técnico,

por lo que es adecuado para realizar proyectos operativos. Entonces, puede comenzar un proyecto empresarial, pero necesita un grupo de personas para completarlo para que el proyecto sea exitoso.



- **Emprendedor intuitivo:** Es energético, apasionado y seguro, que sigue sus instintos, esos sentimientos que nos impulsan a tomar una decisión pensando que es lo correcto según nuestros valores. Logra ver oportunidades, se arriesga y suele llevarlas a cabo. Aunque siempre le viene bien estar asesorado y enfocado por otras personas que lo ayuden a desarrollar sus ideas.



- **Emprendedor inversionista:** Detecta y empieza buenos negocios o proyectos en los que invierte su dinero y genera buenas ganancias a corto o largo plazo. Además, aunque es ambicioso, sabe cuándo no debe invertir y hasta qué monto de dinero, por si acaso las cosas salen mal y lo pierde, no caer en la bancarrota.



- **Emprendedor empresario:** Crear, desarrollar y gestionar proyectos empresariales hasta su integración es su lema. Si todo va bien, inicia un nuevo negocio y aumenta sus ingresos. Por lo general, su principal motivación es ganar dinero. Crea una visión clara para tu negocio. Cree una visión empresarial para expresar lo que quiere su empresa en el futuro, tiene habilidades empresariales claras y las utiliza en cada desembolso de fondos.



- **Emprendedor oportunista:** Son muy buenos para encontrar una o más soluciones a las necesidades del mercado, viendo la oportunidad adecuada en el momento adecuado, aprovechando la oportunidad en esa oportunidad comercial. En general, necesitan una observación, un análisis y, a veces, una sincronización muy de cerca para dar los pasos necesarios para comenzar antes de comenzar un proyecto.



- **Emprendedor social:** Crear y desarrollar proyectos de soluciones creativas a problemas sociales que tendrán un impacto positivo en la mejora de la vida del mundo y de muchas personas es su lema principal, tiene una gran visión ecologista. Tiene pensamientos revolucionarios rebeldes que lo ayudan a llevar a cabo sus planes, pero en algunos casos puede ser un problema si no sabe cómo controlarlo.

2. Fuentes de financiación.

El proceso de búsqueda de financiación por parte de los emprendedores es de vital importancia. En muchas ocasiones, los emprendedores no llegan a darle la relevancia que tiene, convirtiéndose en un proceso interminable y con resultados frustrantes, incluso cuando se llega a obtener la financiación.

Generalmente, el emprendedor está ansioso por pasar el trámite de conseguir el capital y poder dedicarse a lanzar o continuar con su proyecto. Controlar perfectamente su idea y su plan de ejecución; al fin y al cabo lleva trabajando en ella meses o incluso

años. Como consecuencia de ello, en cuanto tiene claro que necesita financiación decide no perder ni un minuto antes de empezar a contactar con los inversores. Éste puede ser el primer paso hacia el fracaso.

La búsqueda de un socio inversor privado suele enfocarse con un objetivo en mente: conseguir la financiación. Muchos emprendedores restan importancia o llegan incluso a obviar dos objetivos que son tanto o más importantes que el primero:

1. Debemos asociarnos con el inversor adecuado.
2. El resultado del proceso debe sentar las bases de una relación futura estable y provechosa para las partes involucradas.

Hay tres variables clave que definen la tipología de inversor y de las cuales va a depender el modelo de relación entre el emprendedor y el inversor.¹⁷

- **Origen de los fondos:** Esta variable es importante porque indica qué tan difícil o complicado es monitorear su negocio. Los inversores que gestionan fondos de terceros tienden a ser más exigentes. Menos espacio para la cabeza y más control, la principal razón es que se dedican a sus inversores. Durante el proceso de recaudación de fondos, se han identificado ciertos criterios que deben cumplirse estrictamente para mantener la confianza de los donantes en sus inversiones futuras. Estos son generalmente equipos muy profesionales. Por el contrario, los inversores que administran su dinero son (aunque no necesariamente necesarios) más flexibles y pueden dar a los emprendedores más espacio y vida. Esto le permite revisar su plan de negocios y mantener su negocio a largo plazo.

- **Grado de implicación real deseado:** esta variable es mucho menos objetiva, y en ocasiones se dice una cosa y luego se hace otra, aunque sea involuntariamente. En este aspecto, los inversores institucionales suelen involucrarse menos en el día a día, pero apoyan mucho en seguimiento, control y contactos. Los privados pueden ser mucho más dispares, llegando a involucrarse más o menos dependiendo mucho de sus preferencias personales. Hay que preguntar y pensar qué se quiere. Para el emprendedor un grado de involucración alto puede ser muy positivo.

- **Puridad financiera:** esta variable es crítica para el emprendedor. Llamo puridad financiera al peso que tiene el objetivo puro de rentabilidad financiera en la

¹⁷ “El Éxito en la Financiación: Más allá del Capital” Alejandro Santana. 2010. España.

toma de una decisión de inversión. Normalmente, el grado de puridad financiera de los inversores con fondos de terceros es muy elevado, siendo prácticamente el criterio único. Esto no sucede así con gestoras de fondos públicos que en ocasiones se guían por otros criterios, como la creación de empleo o el desarrollo de la estructura empresarial regional. Respecto a los inversores privados, puedes encontrar también de todo.¹⁸

4. La innovación en los emprendimientos.

Uno de los factores importantes a la hora de realizar un emprendimiento es el nivel de innovación que este posee, debido a que en caso de ser así estaría abriendo un nuevo mercado ya sea de productos o servicios según se trate. La creación de un producto innovador nos abrirá nuevas fronteras y nuevos horizontes de negocios pudiendo así desarrollar nuevos productos a partir de la idea innovadora.

Es aquí en donde existe una disyuntiva a la hora de conseguir fuentes de financiación para el nuevo emprendimiento, debido a que los inversores pueden llegar a desconocer el producto o servicio que se ofrezca y no quieran arriesgar su capital en un mercado que desconoce e ir por un camino más seguro. Es aquí donde el riesgo que asume un inversor es alto, dado que si la idea del proyecto es buena y crea una cierta revolución en el mercado obtendrán los beneficios que buscaban ante su aporte, o puede darse que la idea no prospere o no funcione en el mercado y pierdan su inversión.

4.1. La importancia de los emprendimientos sustentables.

El uso de la energía sustentable, reciclaje, han ido incrementando, lo que hace que sea favorable no sólo para el medio ambiente sino también para los emprendedores ambientales. En los últimos años el aumento de los emprendimientos amigables con el

¹⁸ “El Éxito en la Financiación: Más allá del Capital” Alejandro Santana. Bubok Publishing S.L., 2010
1ª Edición. España.

medio ambiente ha cobrado una gran importancia, ya que estos ayudan a la concientización social y aportan al desarrollo de las economías regionales. En el sur de nuestra provincia existen un gran número de estos emprendimientos, como ser la producción de ladrillos ecológicos a partir de desechos de grandes industrias que si no se los reciclaran estos dañarían el medio ambiente, como por ejemplo la utilización de las cenizas de las industrias azucareras.

Estos emprendimientos como tantos otros están tomando un gran espacio en los nuevos mercados sustentables a modo de su esfuerzo propio y perseverancia, por otro lado cabe destacar la falta de apoyo gubernamental que poseen estos proyectos con el fin de ayudar a la visibilidad de sus productos y la obtención de fuentes de financiación destinadas exclusivamente para este tipo de emprendimientos sustentables que ayudarían al desarrollo y crecimiento económico de los emprendedores.

5. Las pymes y la necesidad de un asesoramiento íntegro.

Una PyME es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores (construcción, servicios, comercio, industria y minería, agropecuario). Puede estar integrada por varias personas según la actividad y sus ventas totales anuales en pesos no pueden superar los montos establecidos según su categoría. Para formar parte del Registro de Empresas se establecen categorías, según las ventas totales anuales, la actividad declarada, el valor de los activos o la cantidad de empleados según rubro o sector de la empresa.

Categoría según ventas anuales y su actividad

Categoría	Construcción	Servicios	Comercio	Industria y Minería	Agropecuario
Micro	24.990.000	13.190.000	57.000.000	45.540.000	30.770.000
Pequeña	148.260.000	79.540.000	352.420.000	326.660.000	116.300.000
Mediana - Tramo 1	827.210.000	658.350.000	2.588.770.000	2.530.470.000	692.920.000
Mediana - Tramo 2	1.240.680.000	940.220.000	3.698.270.000	3.955.200.000	1.099.020.000

Fuente: www.pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes

El monto de las ventas surge del promedio de los últimos 3 ejercicios comerciales o años fiscales, excluyendo el IVA, el/los impuesto/s interno/s que pudiera/n corresponder y deduciendo hasta el 75 % del monto de las exportaciones.

Primeramente la importancia de la pyme radica en el momento de su constitución, es aquí en donde se establecen las bases que marcaran el futuro de la empresa, deben buscar un asesoramiento integro por parte de un profesional para que las encuadre en la categoría que corresponda y a su vez brindarle un asesoramiento impositivo, con el fin de evitar en un futuro posibles sanciones o multas que dificulten la actividad diaria de la misma.

Uno de los problemas actuales con respecto a las pymes es la falta de información en materia de impuestos, ya que las mismas asumen o están mal asesoradas que solo es necesario realizar el alta en todos los organismos de control a nivel provincial y nacional, pero se olvidan o no tienen en cuenta que se debe presentar las declaraciones juradas determinativas e informativas de varios impuestos (IVA, IIBB, etc.) que a lo largo del transcurso del tiempo les crean graves perjuicios económicos. Es aquí en donde entra en escena el rol fundamental de un contador o un organismo que brinde asesoramiento a todos aquellos emprendedores que desconocen sobre el tema, a su vez no tan solo le pueden brindar asesoramiento en materia impositiva sino también en la parte contable, en la gestión de su proyecto y en las inversiones que se le podrían presentar en un futuro.¹⁹

¹⁹ www.pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes

Capítulo IV

Organismos que Asesoran a Emprendedores

Sumario: 1. Introducción. 2. UNSTA Emprende. 2.1. Visión y misión de la organización. 3. Incubadora “Tecnoincuba” UTN-FRT. 3.1. Visión y misión de la organización. 3.2. Entrevista. 4. Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP). 4.1. Visión y misión de la organización. 4.2. Entrevista. 5. Entrevista a la incubadora de la UNT.

1. Introducción.

En este capítulo conoceremos las organizaciones de Tucumán que le dan asesoría a emprendedores, con el fin de indagar en su funcionamiento y acerca de qué tipo de ayuda les otorgan y como es el proceso para llegar a cada uno de ellos, lo que resultará de suma importancia para futuros emprendedores.

2. UNSTA Emprende.

UNSTA Emprende, es un espacio para emprendedores que buscan una oportunidad para conectarse con otras mentes inquietas y emprendedoras, para escuchar,

aprender, discutir, descubrir y transformar las ideas en un nuevo valor económico donde se unen la fuerza de la creatividad con el poder de las ganas de hacer e innovar.

La organización busca a los nuevos líderes del mañana, brindando los principales lineamientos que se consideran necesarios para poder incluirse en el sistema actual, las cuales se volcarán a los participantes por medio de conferencias, talleres, testimonios de empresarios, ronda de negocios y eventos temáticos.

2.1. Visión y misión de la organización.

Impulsar a personas a generar y ser protagonistas del cambio, a poner en marcha sus ideas, potenciar el emprendedorismo mediante diversas acciones con una mirada empoderada e innovadora acompañando al crecimiento de la región.

3. Incubadora “Tecnoincuba” UTN-FRT.

La Incubadora de empresa UTN surgió en el 2011 brindando asesoramiento a emprendedores de formulación y presentación para poder acceder a Capital Semilla, (programa estatal de fondos para emprendedores).

En el 2012 se siguió con los asesoramientos para Capital Semilla y se agregaron charlas y cursos. En 2018 Incubadora UTN obtiene la personería Jurídica.

Se realizan charlas y cursos para emprendedores, eventos como “Evento tecno Emprende” que inicio en el año 2012 y se realiza todos los años, este evento se realiza en septiembre coincidiendo con la semana nacional del emprendedor tecnológico donde se realizan charlas inspiracionales, talleres de capacitación, capacitación de emprendedores.

Primero, este espacio estaba dirigido a profesores de emprendimientos de diferente niveles educativos, hoy el objetivo es “que los emprendedores (preseleccionados) se presenten ante potenciales inversores”.

3.1. Visión y misión de la organización.

Visión: Ser referente como incubadora de empresas de base tecnológica con impacto social y ambiental en el NOA.

Misión: Acompañando con asesoramiento y que se genere la cultura emprendedora en los alumnos y en la sociedad.

3.2. Entrevista.

A continuación presentaremos una entrevista realizada a la directora de emprendedurismo e innovación de la Incubadora “Tecnoincuba” UTN-FRT Catalina Mamani, para conocer aún más en profundidad la función de la organización:

1) ¿Qué tipo de asesoramiento le brindan a los emprendedores?

Ofrecemos acompañamiento a través de aceleradoras de inversores, que es asesoramiento personalizado. Utilizando el programa “Ruta Estratégica del Emprendedor” que dura 6 meses aproximadamente donde se presentan alrededor de 150 postulantes donde se seleccionan los proyectos a los que se los instruye con tutores y mentores.

2) ¿Tienen alguno tipo de criterio para la captación de los emprendedores?

Los criterios que se utilizan son:

- Para la Ruta Estratégica donde quedan 20 emprendimientos seleccionados:
 - a) Tienen que ser emprendimientos en marcha.
 - b) Formados por equipos emprendedores (aunque depende del proyecto, puede ser una sola persona)
 - c) Igualdad de género (50% mujeres)
 - d) Compromiso de crecer.
- En general
Desde Tecno Emprende
 - a) Combinación entre equipos de emprendedores y una muy buena idea

- b) Que necesiten impulsar su idea
- c) Apalancamiento financiero
- d) Modelo de negocio
- e) Captación abierta a quien se acerque con su proyecto.

3) ¿Qué aportes agregan al capital social de los emprendedores?

Lo que le aportamos es una importante red de contactos, generación de networking (red de contactos profesionales); conectarse con el mundo.

Esto puede ayudar a los emprendedores tecnológicos dándoles la posibilidad de llevar sus proyectos a otros países, potenciales consumidores de sus desarrollos.

4) ¿Con que tipo de profesionales cuenta la organización?

Al ser una universidad tecnológica contamos con ingenieros en sistemas, mecánicos, etc. (gestión empresarial tecnológica). Y contamos con el co-asesoramiento desde 2019 del club de Emprendedores de Tucumán que cuenta con equipos de contadores y abogados.

5) ¿Brindan acceso al financiamiento de los emprendedores? ¿De dónde provienen esos fondos?

Lo que brindamos es asesoramiento para la formulación y presentación del proyecto para acceder a fondos o financiamiento público.

6) ¿Cuáles son los mayores inconvenientes que identifican que poseen los emprendedores a la hora de consultarlos?

Alguno de los inconvenientes que identificamos son:

- No tienen definidos los roles de un equipo – consolidación.
- No ven el modelo del negocio enfocado en el cliente sino que lo visualizan en sí mismos.
- Miedo, no sienten que lo pueden hacer.

7) ¿Cree que los emprendimientos con ideas innovadores están abriendo nuevos mercados? ¿Posee algún emprendimiento innovador?

Sí, las ideas innovadoras abren nuevos mercados como la telemedicina. Los emprendimientos tecnológicos son innovadores.

8) ¿Cuentan con dispositivos organizacionales destinados a evaluar y reflexionar sobre su accionar con los emprendedores y a institucionalizar el aprendizaje?

No, si bien contamos con plataformas no las utilizamos pero a partir de esta pregunta lo incorporaremos.

9) ¿En qué medida ayudan a los emprendedores a incrementar sus redes con potenciales clientes y con proveedores (en cantidad y calidad)?

A través de Tecno emprende los emprendedores tienen un alto impacto para conectarse con potenciales clientes y/o proveedores. Conectando a los emprendedores a grupos como Aceleradora del Litoral que buscan potenciar proyectos tecnológicos. Se crean redes de comunicación todo dentro de un marco formal.

10) ¿Brindó asesoramiento a algún emprendedor que actualmente está muy bien posicionado en el mercado? ¿Podría decir cuál es el nombre del emprendimiento y de que se trata?

Algunos de los emprendimientos fueron:

- ALQUILA TU CANCHA, una app que sirve para localizar y reservar canchas de futbol, tenis, etc. Gaudio fue un inversor de ello.
- JESSICA MORILLO, artista y diseñadora. Vende al mundo, cursos y productos.
- ILTICOTUC, de Nicolás Silvetti

11) ¿Cuántos emprendedores reciben aproximadamente por año?

Además de los que se postulan para “La Ruta Estratégica” que pueden presentarse alrededor de 150 postulantes, tenemos entre 60 y 80 consultas y asesorías.

12) Actualmente a ¿Cuántos emprendedores están asesorando?

Directamente asesoramos a 30 emprendedores.

Comentarios adicionales: En esta situación de pandemia fue y es muy complejo trabajar. Se siguieron realizando charlas virtuales, concursos de emprendedores. Se colabora recíprocamente con otras entidades como: UNSTA-Emprende, Unidades de negocio de la UNT, IDEP Instituto de desarrollo productivo de Tucumán.

4. Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP).

El Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP) es un ente autárquico creado en 2005 que impulsa el crecimiento de emprendedores, PyME y exportadores

tucumanos. Es dirigido por un directorio mixto integrado por empresarios tucumanos de diversos sectores productivos de la provincia, y representantes del gobierno. Es administrador de la Marca Provincia; es la autoridad de referencia en Comercio Exterior y el ejecutor de acciones de promoción comercial y fomento de las exportaciones de productos y servicios.

4.1. Visión y misión de la organización.

Misión: “Promover el desarrollo sostenible y sustentable de los sectores productivos de Tucumán, fomentando condiciones favorables para la generación de inversiones, de valor agregado, de mejora continua, y la internacionalización de sus empresas.”

Visión: “Ser el organismo de referencia local, nacional e internacional dedicado al fomento del desarrollo productivo de Tucumán.”

4.2. Entrevista.

A continuación presentaremos una entrevista realizada al Lic. En economía Santiago Sosa, coordinador del club de emprendedores y técnico en competitividad perteneciente al IDEP (Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán) para conocer aún más la función de la organización y otros aspectos relevantes.

1) ¿Cómo surge la organización o cómo surge la idea de apoyar a los emprendedores?

El IDEP está creado mediante una ley provincial que tiene un objeto muy amplio de fortalecer todo lo que es la actividad productiva y hacer actividades que involucren el desarrollo productivo general de la provincia. A lo largo de los años se fue trabajando de diferentes formas pero el ecosistema emprendedor, y como vos misma te diste

cuenta, la palabra “emprendedurismo”, las palabras vinculadas a eso ha ido tomando relevancia y el IDEP lo empezó a trabajar de una forma mucho más establecida, si bien siempre ha estado dentro de su objeto. El IDEP trabaja con empresas de todo tipo del ámbito productivo de la provincia y que van desde emprendedores que están iniciando o tienen una idea, pequeños negocios, nuevas empresas y hasta grandes empresas que son exportadoras.

Entonces el IDEP ha ido trabajando diferentes estrategias para los emprendedores, o sea para ese segmento o grupo de clientes. Hace unos años lo comenzamos a trabajar, por ejemplo: con unas líneas de financiamiento que ya te voy a estar contando, que permitían dar un crédito de alguna forma más flexible a nuevas empresas o a pequeños emprendedores que de otra forma no tenían como buscar un crédito. Después ha configurado otras acciones como ser charlas de capacitación sobre todo en el interior que es donde falta fortalecer el conocimiento y las habilidades emprendedoras, eso lo comenzó a hacer el IDEP más o menos en el año 2015-2016 y se lo ha ido realizando de diferentes formas.

En el año 2019 se inauguró un club de emprendedores, yo coordino esa parte del club de emprendedores, que es un espacio físico dentro de las oficinas del IDEP pero en realidad el club es un convenio entre diferentes actores donde están: la Universidad Tecnológica de Tucumán, el CONICET Tucumán, la Federación Económica Tucumán, Universidad San Pablo-T y el IDEP por supuesto. Pero más que nada, era un espacio de coworking (trabajo colaborativo), unas oficinas puesta a disposición de forma gratuita como son todas las actividades que realiza el IDEP, de forma gratuita para los emprendedores que a veces les hace falta, hoy en día está un poco limitado por la pandemia, de todas maneras seguimos trabajando con otras actividades de fortalecimiento como charlas online etc. Esa es la forma en general que trabaja el IDEP con los emprendedores.

Después el IDEP tiene una serie de otras actividades y cuestiones que pueden llegar a emprendedores o no, como pueden llegar otros tipos de empresas como por ejemplo la marca “Tucumán” que es una marca territorio. Eso serviría en realidad para emprendimientos o nuevas empresas que ya tienen algún desarrollo, ya tienen algo firme como acciones comerciales, ya han dado algunos pasos en cuanto a sus estrategias, sus ventas, sus niveles de promoción... entonces la marca “Tucumán” les

puede ayudar como herramienta además de otras herramientas. Como te nombraba, el financiamiento, por ejemplo, tenemos un crédito blando, un crédito que puede ser para empresas o emprendedores, es un crédito muy blando con un monto para un proyecto o complementar un proyecto que por lo general no tienen tantos requisitos, si tienen requisitos pero no tantos como si el emprendedor fuera a un canal financiero convencional que son los bancos.

Después también el IDEP funciona como “incubadora” o “entidad de apoyo a los emprendedores” se le dice ahora... ¿Qué es? Es una institución como somos nosotros, hay diferentes instituciones en el país que están registrados como “incubadoras” con lo que son organismos nacionales como por ejemplo El Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación o “El Ministerio de Ciencias y Técnicas de la Nación”, entonces funcionamos como incubadora o unidad de vinculación tecnológica para distintos tipos de proyectos pero concretamente la incubadora lo que trata de hacer es dar un apoyo en cuanto a asistencia técnica, acompañamiento y brindar información sobre programas que van saliendo de la Nación. Te nombro algunos rápidamente:

- PAC Emprendedores (vigente)
- Programa Escalar (estuvo vigente hasta hace poco y era un programa para emprendedores más desarrollados)

Entonces el ministerio o los organismos nacionales de desarrollo productivo tienen una estrategia de fortalecimiento y de apoyo emprendedor y generalmente se apoyan localmente en instituciones como el IDEP. El IDEP hace la parte local porque tiene conocimiento localmente de las empresas que están acá en Tucumán y las trata de apoyar. Hay llamados y hay convocatorias para esos programas que también es financiamiento de distintos tipos.

Ahora te comento un poco de las herramientas de financiamiento, de esto que vos me decías de inversores, pero yo diría que en el mundo del emprendedor se divide en hablar de distintos tipos de apoyos y necesidades que van cubriendo al emprendedor a medida que va creciendo, transitando un camino de crecimiento, de consolidación y tienen diferentes necesidades, entonces, por ejemplo: al inicio cuando hay una idea o hay un nuevo proyecto, cuando el emprendedor está en ese nivel o tiene un prototipo, algo que no sabe si va a funcionar o sea no sabe si le van a comprar en el mercado, si va a tener una aceptación... en ese nivel inicial generalmente desde lo financiero el

emprendedor necesita un “Fondo Semilla”, un fondo que sea un capital inicial, que sea prácticamente sin costo o a tasa “0” o que no lo tenga que devolver o sea, “no reintegrable” como para darle un impulso porque ahí tiene mucho riesgo el emprendedor, puede funcionar o puede que no... entonces acá van saliendo algunas de estas herramientas que yo te decía...

Después, si ya está un poquito más consolidado, ya tiene algunas ventas, por lo general se puede hablar de ese tipo de herramientas que pueden ser ANR o sea “Aportes no Reintegrables” o pueden ser créditos blandos con condiciones especiales para los emprendedores y después llega el caso en que este emprendimiento, depende de la naturaleza, porque puede ser un emprendimiento muy convencional o de algo que no sea innovador, algo bien tradicional se irá desarrollando y ya requerirá un crédito más grande generalmente a través de una institución financiera o de un programa especial que este dirigido a Pymes o nuevas Pymes emprendedores. Pero hay otro nivel de emprendimientos que son muy innovadores, por lo general tienen un contenido tecnológico muy alto y ahí se habla de lo que vos decís “inversores”, se entra en un segmento nuevo en ese grupo o para ese grupo que son con mucho contenido tecnológico o muy innovadores y que por lo general tratan de ir escalando en su proyecto para vender en distintos países, etc. Ahí es cuando se empieza a hablar de inversores o de la necesidad de conseguir financiamiento de inversores o fondos ángeles que a veces también se les dice, y dentro de eso hay distintas categorías o formas en que los inversores tratan de actuar (a veces también hay organizaciones dentro de eso o aceleradoras).

El IDEP lo que hace, por lo general es trabajar más la primera parte, la que yo te decía, la inicial (fondo semilla) y en este último no tanto porque ahí los proyectos son como más excepcionales digamos y solamente tratamos de hacer una vinculación o algo en ese sentido y después van apareciendo cuestiones u oportunidades que nosotros vemos que tenemos que difundir o compartir con los emprendedores y también lo hacemos, esas son otras capacitaciones no organizadas por nosotros, son concursos, certámenes, premios... otro tipo de vinculaciones que pueden existir... entonces es una forma muy amplia que trabaja el IDEP de acuerdo a las oportunidades que aparezcan y las necesidades del emprendedor.

2) ¿Ustedes son un organismo estatal?

El IDEP tiene un carácter de ente autárquico mixto. ¿Qué quiere decir eso? Es un organismo que está dentro del Estado, más precisamente dependemos del Ministerio de desarrollo Productivo de la Provincia de Tucumán y a su vez funciona como un ente autárquico o sea que tenemos nuestra autonomía porque tenemos un presupuesto propio y también tenemos un órgano de gobernanza propio que es El Directorio del IDEP.

El directorio del IDEP está conformado por representantes del sector público y dentro de lo que es el sector privado, que es su mayoría, están representantes de las principales actividades productivas más importantes del sector tabacalero, citrícola, de la industria del software, de las tecnologías... distintos actores de cada uno de los sectores productivos de la provincia.

3) ¿Qué tipo de asesoramiento brindan? ¿tienen protocolos o pautas establecidas para los emprendedores que se acercan?

Si, el IDEP tiene, como te decía, sus programas o sus acciones propias, para eso y vos que mencionas la palabra protocolo, lo que tenemos son estos programas que son procesos a la vez que los tenemos certificados por normas ISO, entonces ahí si hay un protocolo, hay una forma de trabajo, por lo general un emprendedor se acerca y depende de la consulta, porque puede venir por algo bien puntual, pero si nosotros vemos que el emprendedor tiene una consulta o una ansiedad dirigida hacia uno de los programas, por ejemplo: El Fondo de Fomento Productivo, que es uno de los créditos blandos líder, entonces inicia el proceso ese, del FFP. Dicho esto, por lo general, el emprendedor viene con una necesidad o serie de necesidades, plantea sus necesidades y nosotros vemos que tenemos dentro de nuestras acciones, dentro del conjunto de actividades que realizamos, que tenemos para apoyarlo, si es que lo tenemos... porque a veces vienen con una necesidad que no es de nuestro ámbito de actuación, por ejemplo: necesitan apoyo técnico en cuanto a lo que es... un proceso agrícola o algo que tenga que ver desde lo técnico con una actividad puntual y no es nuestro ámbito de apoyo pero si es una necesidad de financiamiento o de vinculación, o de capacitación en algunas cuestiones. Entonces, a partir de ahí tratamos de ver en que podemos ayudarlo...

Si es financiamiento, vemos que líneas están activas, si es para mejorar la calidad también tenemos una línea, si es de capacitación tratamos de ver que tenemos en una agenda de capacitaciones o sino vemos si se puede generar esa actividad. También lo que tratamos de hacer es, a partir de diferentes necesidades, una vez que

determinamos que muchas consultas van por el mismo lado, tratamos de hacer una capacitación en relación a eso. También está el apoyo técnico, como te digo, muchas de las cosas que hacemos es el apoyo técnico para estos programas. Hoy en día está el programa “PAC Emprendedores” vigente y hay muchas consultas sobre el programa, muchos emprendedores se han enterado y quieren postularse... nosotros no somos los dueños del programa porque es del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación pero somos en su lugar la agencia de apoyo emprendedor y los apoyamos desde lo técnico. Ese apoyo es: contarle al emprendedor en qué consisten las bases y condiciones de ese programa, o sea, tratamos de decodificar y poner en términos simples y directos en que consiste un programa. A un programa el emprendedor lo va a encontrar en un sitio web que tiene alguna información pero a veces se generan un montón de dudas alrededor de todo eso, entonces ¿Qué hacemos? Por ejemplo, para este programa PAC, hace una semana, organizamos una charla de consultas donde venía alguien del Ministerio de Producción de la Nación y contaba el programa y tenía un espacio para consultas directas, etc. Y ahora ¿Cómo sigue? Aquellos emprendedores que se quieran postular a ese programa, es un programa que les da un ANR (aporte no reintegrable) o sea un aporte que no tienen que reintegrar de distintos montos a los emprendedores que quedan seleccionados. Nosotros los asesoramos, les damos apoyo técnico en la presentación o sea, les decimos primero que nada los requisitos, si los cumplen o no, si los cumplen avanzamos, les decimos cuales son los documentos que necesitan presentar, o sea, hacer un chequeo de que este todo en orden para que lo puedan presentar y después hacemos asesoramiento técnico de otra naturaleza que ya es del plan de negocio o del proyecto o un formulario por lo general que trata de resumir en ese formulario un pequeño plan de negocio, o sea escribir todas las partes del negocio, tiene un plan de inversión y tiene un flujo de fondos entonces trabajamos al lado del emprendedor con eso para que se presente de la forma más ordenada posible y que sea algo que tenga un plan de negocio, un proyecto que tenga coherencia para que se presente de la mejor forma, si bien nosotros no garantizamos la selección, por supuesto, pero que se presente y llegue al evaluador de la mejor forma posible de la forma más completa y tenga más posibilidades.

4) ¿Con que tipos profesionales cuentan para este tipo de asesoramiento?

El IDEP tiene un staff, un plantel de distintos tipos de profesionales pero normalmente en este tipo de asesoramiento hay un área que se llama “Área de Competitividad” que es donde estoy yo, que cuenta con economistas, yo soy economista, un contador porque hay una parte fiscal, y una parte de rendición en cuanto a facturas, en cuanto al mismo registro que tienen que tener los emprendedores incluso tienen que registrarse en MiPyme (AFIP) donde tiene que estar inscripta y también tiene alguien de la parte de comunicación. Básicamente ese es el staff que da soporte a este tipo de proyectos.

5) ¿Cuáles son los problemas que ustedes ven que tienen los emprendedores a la hora de hacer las solicitudes o cuando se acercan con algún proyecto?

Depende de la situación pero por lo general yo diría que el emprendedor, o sea alguien que está iniciando, es alguien que está muy centrado en su producto o su servicio en su proceso, entonces, ha desarrollado algo, tiene una idea y lo está trabajando alrededor de eso, entonces está muy abocado y concentrado en ello, por decir algo: un emprendedor que está elaborando un producto casero como pastas artesanales o un emprendedor que está haciendo una aplicación para celular para... no se... encontrar un proveedor de determinado servicio, entonces su mayor carga, su compromiso con el proyecto está más que nada ahí, en desarrollar ese producto y que salga bien, todavía faltan las otras partes, no del proyecto sino del negocio, o sea, entender que ese producto va a tener una respuesta, va a tener un consumidor o un segmento de clientes a los que va a llegar, conocer la organización a nivel financiero que puede tener un emprendimiento, conocer todas las necesidades que involucra su proyecto porque siempre hay necesidades inmediatas pero no está todo el conjunto de necesidades. Una necesidad por ejemplo es: “Necesito una máquina para tal cuestión...” pero también hay otra serie de cuestiones que deberían estar por lo menos contempladas para ser un proyecto más integral. Están las otras áreas que involucran el emprendimiento que es la comunicación y las ventas de ese producto o servicio. Entonces por lo general vemos eso... te estoy hablando de lo que es un nivel temprano o sea emprendedores que están iniciando con una idea o que su empresa es muy joven, eso es normal... no es que este mal pero es lo que se espera de un proyecto que está en una etapa temprana.

Para que no suceda eso se habla mucho de conformar equipos y a veces el emprendedor esta solo o sea una única persona, pero si es un equipo emprendedor eso

estaría, el emprendimiento contaría con más posibilidades de estar más organizado, yo creo que eso también es una falencia por lo menos acá, en la provincia, de que se requiere más equipos de emprendedores.

6) ¿Es como si los emprendedores fueran celosos de su proyectos, de sus ideas, entonces temen que al abrir o explicar su proyecto se los roben? Veo ese recelo: “si le cuento mi proyecto capás que me roban la idea y me dejan afuera del proyecto”

Si! Lo vemos, mucho, tratamos de explicar por lo general lo que es el proceso de registro de ideas o patentes si es algo que amerita una patente o registro de marca o registro de diseño, son distintos registros que pueden involucrar un emprendimiento para proteger... pero por lo general es lo que vos decís, un poco de miedo a abrirse cuando lo que nosotros vemos es que por lo general la idea no es tanto sino más bien la ejecución del proyecto lo que termina dando sentido a todo.

7) ¿Cuántos emprendedores o personas se acercan a ustedes a pedir asesoramiento entre consultas, inscripciones en eventos etc.?

Para darte el registro completo o hablarte de un número exacto tendría que revisar el registro de consulta de clientes que no lo tengo en este momento pero a un nivel de consultas esporádicas y a nivel de consultas por cualquiera de nuestros canales, ahora ha disminuido bastante en este tiempo de pandemia pero por lo general se hacen muchas más consultas que lo que son las presentaciones de los proyectos. Nosotros estimamos que entre 3 y 4 consultas diarias había... entre 70 y 90 consultas mensuales. Después lo que se concreta, lo que ya llega a un nivel de apoyo o acompañamiento en alguna de estas líneas que te decía es un número menor.

8) ¿Ustedes le dan apoyo a todas las ideas o tienen algún proceso de selección?

Nuestro proceso de selección son las bases de un programa. Entonces, por ejemplo: si el Fondo de Fomento Productivo tiene en su base que es para proyectos de determinados rubros donde por ejemplo, no está el rubro comercial, entonces, en la medida que cumpla con esos requisitos, le damos esa información, los instamos a que hagan su presentación, o sea que dé el primer paso para cualquiera de los programas que tenemos y ahí hacemos el acompañamiento.

Después por ejemplo: el “PAC Emprendedores”, ese programa de la Nación si tiene un proceso de selección, o sea, se clasifican todos los proyectos y después

selecciona en orden de méritos, en orden de clasificación pero esa clasificación no la hacemos nosotros. Sí por supuesto tratamos de dar nuestra opinión al emprendedor, de comentarle cuanto creemos nosotros que un proyecto aplica a una línea. Si un proyecto no está alineado al perfil de un programa lo podemos acompañar pero le decimos: *“ojo que este proyecto no está alineado o no cumple con el perfil del proyecto que busca un programa.”* por más que cumpla con todos los requisitos pero no está en el área... porque nosotros tampoco lo sabemos, porque no somos los evaluadores de esos proyectos por lo general. Salvo el “Fondo de Fomento Productivo” o las líneas propias que tenemos que no hay un proceso tanto de selección sino es: si las empresas cumplen los requisitos y si completan el proyecto... se lo puede seleccionar.

9) ¿Podrías nombrar algún proyecto importante que esté vigente actualmente o que se esté desarrollando en la provincia que ustedes ayudaron o apoyaron?

Hace poco hemos estado realizando el acompañamiento técnico “Numerando app” que es una empresa tecnológica que trata de ser una plataforma que sirva de guía para buscar otros emprendimientos dentro de la provincia, entonces apoyamos en la presentación del programa “Escalar” para esa empresa. ¿Cómo la apoyamos? Brindándole toda la información, consultando directamente con el dueño del programa o sea con el “Ministerio de Desarrollo Productivo” cuestiones particulares, haciendo la revisión de la documentación que se tiene que presentar, revisando el proyecto que presentan, revisando el plan de inversión el flujo de fondos y dando nuestra opinión, sugerencias y los aportes para que se presente de la mejor forma el proyecto.

10) ¿Podrías comentar como son los financiamientos para los emprendedores?

Nosotras vimos que la AFIP clasifica a las empresas en MiPyme, los emprendimientos entrarían dentro de las dos primeras categorías. ¿Qué montos acompañarían esos emprendimientos?

Depende de la línea y de la definición... la única línea propia que tenemos nosotros la del Fondo de Fomento Productivo tiene un monto de financiamiento que es hasta \$400.000,00 (pesos: cuatrocientos mil) para pymes o sea para todas las empresas, la única diferencia que hay es que si la empresa tiene menos de un año de inscripción en la AFIP, porque también ese es un criterio que se utiliza bastante, (el tiempo de inscripción en la AFIP), si tiene menos de un año de inscripción en la AFIP pero que está inscripta porque si o si tienen que estar inscriptos, el monto que se otorga es un

poco menor, es hasta \$250.000,00 (pesos: doscientos cincuenta mil) y en el caso de grupos asociativos, por lo general cooperativas es un poco mayor, es hasta \$800.000,00 (pesos: ochocientos mil). Ese es nuestro criterio con el FFP.

Después las otras líneas de Nación que manejamos también usan bastante este criterio de clasificación de pymes de AFIP, por lo general no dice nada sobre montos, sino que más bien habla sobre la antigüedad, por ejemplo: el programa PAC que está actualmente, lo que pide es que las empresas, los emprendedores que se presentan no pueden tener una gran facturación, es decir, su facturación tiene que estar dentro de la categoría de MiPyme además de cumplir con la antigüedad que consiste en que no tenga una duración que supere los 2 años desde la primera venta, desde la inscripción a la AFIP.

11) ¿O sea que son empresas nuevas para poder potenciarlas? ¿el objetivo sería ese? ¿Son empresas relativamente nuevas que más o menos tengan un periodo estable que demuestren que la intención es realmente seguir permaneciendo en el mercado para poder ayudarlas?

Si... los criterios son a veces cambiantes porque por ejemplo: para este programa PAC Emprendedores que va como para nuevas empresas o algo que está en un nivel inicial, en una etapa temprana es hasta 2 años pero es para emprendedores la otra línea que yo decía que es para emprendedores. La otra línea que yo decía que es la Escalar, se puede decir que es para emprendedores que ya están establecidos o es para empresas jóvenes, ahí el criterio que usaba es que no podían superar los 7 años desde la primera venta.

12) ¿Podrían contarnos sobre el club de emprendedores?

La función del club estaba más abocada al espacio físico y a algún tipo de capacitación en distintas cuestiones o actividades que necesitaban los emprendedores, después están las herramientas de las que hablamos, el financiamiento y otros tipos de apoyo.

13) ¿Qué medios utilizan para hacerse conocer?

El IDEP tiene su sitio Web, tiene sus redes sociales: Instagram, Facebook, incluso hay una acción muy importante que hace el IDEP con los emprendedores, por ejemplo (si lo buscas en el Instagram al IDEP) actualmente lo está usando como canal de promoción de emprendimientos, entonces da a conocer los emprendimientos y

comparte las publicaciones por supuesto, da a conocer las actividades que realiza el IDEP. En Facebook es más un canal de difusión de las actividades que realiza el IDEP y el Instagram actualmente un poquito más pasa por el lado de mostrar emprendimientos, mostrarlos más desde la faceta comercial o si tienen algo interesante. El Club de Emprendedores también tiene sus sitios en Instagram y en Facebook para difundir sus actividades y bueno, tradicionalmente lo hicimos con actividades de visitas de capacitación, de actividades, vos que en la UNSTA habrás visto todo lo que generaba Eduardo (Mg. Ricobelli) siempre lo acompañábamos. Tratábamos de estar presentes.

Se usaba mucho el canal de vinculación en tiempos de no pandemia, ahora estamos modificándonos y aprendiendo algunas cosas y yendo a otros tipos de canales para darnos a conocer.

5. Entrevista a incubadora De la UNT.

A continuación presentaremos una entrevista realizada al Nicolás Grignola, Responsable de la Incubadora De la UNT, para conocer la función de la organización:

Somos la UVT, Unidad de Vinculación Tecnológica de la Universidad Nacional de Tucumán, nosotros somos Incubadora de Empresas por el Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación desde el 2014. La universidad es muy grande por lo cual nosotros somos una partecita dentro de la universidad, hay las unidades académicas de las facultades, hay facultades que dentro de la misma universidad trabajan con el tema de emprendedores. Lo que nosotros, desde la oficina hacemos es toda la parte de sensibilización, apoyo técnico, búsqueda de financiamiento y otra pata, obviamente una pata posterior que nosotros estamos buscando es el tema de inversores ángeles, inversores, al ser UVT que se llama, nosotros creamos los vínculos entre los emprendedores universitarios por decirlo de alguna forma porque nosotros, más allá de ayudar a los emprendedores que están fuera de la universidad nuestro inicio y nuestra meta siempre fue ayudar a los emprendedores universitarios, llámese estudiantes o también docentes que tengan esa meta emprendedora. También nosotros en el tema sensibilización obviamente hacemos cursos, hicimos curso de “Formador de

Formadores” para formar a los docentes que después nos iban a posibilitar la formación de emprendimientos, estamos en tratativas para trabajar en una cátedra de emprendedurismo que sea transversal a toda la universidad.

Después, al ser incubadora tratamos de hacer el asesoramiento técnico en la búsqueda de financiamiento que venga básicamente de Nación porque nosotros a diferencia por ahí, si han tenido reunión con Santiago Sosa, el IDEP tiene fondos propios por lo que tiene algunas convocatorias, nosotros no, todavía no tenemos eso, tenemos algunos proyectos ganados como universidad para el fomento del emprendedurismo ya sería, digamos, tomados como propios, para hacer algún tipo de convocatoria pero nosotros hasta el día de hoy no tenemos apoyo económico a los emprendimientos propio. Después si, obviamente, como toda universidad que tiene artes y emprendimientos que nacen desde la universidad, empezaron en la universidad y hoy, digamos, ya tiene financiamientos de otros inversores, como empresas. Te puedo decir por ejemplo, tenemos un emprendimiento que empezó en la universidad con una estartas universitarias del tema de geles para pie diabético, o sea, para la parte de las úlceras crónicas y todo eso... empezó como una investigación, como un emprendimiento y hoy ya es una empresa mucho más grande con financiamiento, que tuvo financiamiento externo. ¿En que trabajamos nosotros? ¿Cuál fue nuestra ayuda? Contactarlos con un inversor que es un emprendedor muy conocido, que él los ayudo, fue porte inversor y después los ayudo a encontrar otros inversores que ayudaron a ese emprendimiento. Así hay varios digamos. Nosotros desde la universidad la ventaja que al hacer transferencia de tecnología surgen bastantes emprendimientos y lo que estamos tratando desde la oficina nuestra es que surgen muchos más y poderlos ayudar a que surjan y que los estudiantes que ya están en el último tramo de su carrera no solamente piensen en estar en relación de dependencia sino que piensen en tener su propio emprendimiento. Como te digo, estamos desde el 2014 trabajando de forma más fuerte digamos en el tema de emprendedores aunque la universidad venía desde antes pero desde el 2014 lo tenemos como política de la oficina y que la universidad valla para adelante en el tema de emprendedores. Obviamente formamos parte con Caty (Catalina Mananí Dir. UTN Incubadora), junto a Santiago (Santiago Sosa Tec. De IDEP y Cood. Club Emp.), la UNSTA con Eduardo (Mg. Eduardo Ricobelli) y otras instituciones, formamos parte del ecosistema emprendedor, eso nos permite también ayudar desde el

punto de vista como conjunto de instituciones que dependiendo de la necesidad que tenga el emprendedor encuentre un abanico de posibilidades de tener la ayuda que está necesitando.

1) ¿Qué tipo de asesoramiento brindan?

Desde que nos vienen con una idea/proyecto donde se los asesora y sobre todo, estoy yo en el área, porque soy el responsable de la incubadora, se los asesora desde una idea/proyecto donde, como la palabra lo dice, tiene una idea y se lo asesora en el armado, en ver la factibilidad técnica, la factibilidad económica y todo lo que conlleva plasmar esa idea/proyecto en un emprendimiento en si hasta en algunos casos, asesoramiento en patentes, en protección de las cosas, porque vos tenés que tener en cuenta en parte de que nosotros al estar dentro de la universidad, hay proyectos que surgen de la universidad, nosotros los asesoramos en la protección de esos resultados porque también algunas veces la universidad también es parte de esos resultados y parte del inicio de ese emprendimiento, entonces, ahí juega una parte desde que se ha iniciado es el emprendimiento del alumno pero también es parte de la universidad, la universidad es parte integrante de ese emprendimiento, investigadores que llevan a cabo sus investigaciones y cuando da la posibilidad de transferencia y crear una startup (empresas de reciente creación), un spin-off (proyecto nacido como extensión de otro anterior), la universidad también está dentro por lo tanto la universidad debe proteger, no solo a la institución como tal, sino que asesoramos en que el investigador este protegido. De ahí, desde la idea/proyecto hasta asesorar en protección... todo lo que va en el medio, es como a la carta y disposición del emprendedor que se acerca a nosotros y nos dicen: necesito esto, necesito lo otro... nosotros, además de la parte emprendedora tenemos la parte de la UVT que es la Unidad de Vinculación Tecnológica, donde proyectos de la universidad donde no necesariamente se transforman después en emprendimientos surgen, pero tenemos contacto con distintas empresas, municipios, entonces también hacemos esa vinculación con otras empresas, con los municipios y todo lo que eso conlleva.

2) ¿Con que profesionales cuentan para apoyar a los emprendedores?

Nosotros tenemos licenciados en economía, una contadora, una odontóloga pero tiene un posgrado en gerencia tecnológica por lo cual ve la parte de emprendedurismo, otros en la parte emprendedora por lo que está bien capacitada para estar en esta área, la

directora es ingeniera pero tiene la veta emprendedora porque dentro de la rama donde ella es docente salen algunos emprendedores de la ingeniería, entonces tiene también esa veta. Después contamos obviamente con un área de tesorería digamos, donde está exclusivamente para el área administrativa-contable y después hay otra área de hidrocarburos que lo que se hace son auditorías a toda la parte de hidrocarburos, entonces tenemos ingenieros ahí, donde ante cualquier duda o consulta venga de área de la ingeniería podemos ayudar. **¿Por ejemplo algún proyecto agrotécnico?**

Claro... yo estoy hablando cuando vienen con el proyecto y hay alguna parte de ingeniería que es técnica, ahí ellos nos dan algún tipo de ayuda en ese tipo de cosas pero nosotros, por ahí, necesitamos en determinados proyectos determinado tipo de gente. ¿Cuál es la ventaja de nuestra oficina en la universidad? Que nosotros tenemos a disposición, por decirlo de alguna forma, todos los profesionales de la universidad, entonces tenemos contactos. No están trabajando física ni específicamente en nuestra oficina pero si nos pueden ayudar en distintas cosas, si viene algún emprendimiento de la parte de bioquímica, un emprendimiento de la parte de ingeniería, nosotros contamos con la posibilidad de los contactos, de tener ese apoyo digamos en la parte técnica. Esa es la ventaja, no los tenemos obviamente en la oficina pero podemos contar con ellos para que nos ayuden o solucionen, o nos den su aporte técnico.

3) ¿Cuáles son los principales inconvenientes que identifican que poseen los emprendedores a la hora de consultarlos?

Las principales consultas como todo emprendedor, lo primero que te dice es: necesito plata. Por más bueno que uno sea brindando asesoramiento técnico, la realidad, que es entendible... no es una crítica sino que es absolutamente entendible es que ellos necesitan fondos para financiarse por lo cual por ahí tenes alguno que te dice: yo quiero ir por esto..., hay otros que te dicen: armemos el proyecto para que salga la plata y ahí esta nuestro ojo para decir “no”, este no es emprendedor o no. Esta el que te dice: yo quiero que me salga la plata porque quiero hacer algo y esa persona no es “emprendedor”, tiene una necesidad, ahí está nuestro ojo y creo que lo más importante de nuestro trabajo no es no ayudar al que viene por necesidad y es una consideración personal, creo que es preferible ayudarlo a los dos pero poniendo énfasis en el emprendedor que es emprendedor porque le gusta emprender, porque al fin y al cabo y la larga, no te diría que hay estudios pero uno por la experiencia que tiene es más

factible que ese emprendimiento que surge de las ganas de emprender más allá de que haya una necesidad, porque todos tienen la necesidad de progresar y estar mejor pero yo creo que tienen más posibilidades de progresar un emprendimiento que surge de las ganas de emprender que de alguno que está buscando que hacer por una necesidad pero por una cuestión lógica de que tienen distintas formas de pensar, el emprendedor, sino emprende eso... va a emprender otra cosa u otra... hasta que a alguna le pega, no para ser un unicornio, no para ser mercado libre... pero si para subsistir, para andar, para estar y porque le gusta y otra cosa es el que está por necesidad... va a ir para acá, va a ir para allá... y es más factible que en ese buscar nunca lo encuentre o seguramente sea muy difícil que lo encuentre y que lo siga haciendo. Entonces, yo creo que lo más difícil para nosotros es saber diferenciar y determinar a cuales emprendedores apoyar más o darles más énfasis, o tenerlos más en cuenta y a cuales ayudarlos pero en su debida medida.

4) ¿Crees que los emprendimientos con ideas innovadoras son los que están ganando más mercados, son más importante?

Si! Creo que sí. Un emprendimiento innovador tiene mercados, mercados que no están explorados por lo cual tienen muchas más posibilidades de seguir que de caer en el valle de la muerte de los 2 años, no poder continuar, porque al tener la innovación es algo que no está, a ver... innovar no significa que no exista... innovar es algo que estaba, puede estar pero que se ha visto que se lo puede usar de otra manera. El emprendimiento que tiene una innovación o el emprendedor que siempre busca la innovación, lógicamente tiene más posibilidades de entrar al mercado porque siempre va a estar buscado... “esto no funciona... busquemos lo otro... en la innovación”, yo creo que la innovación en un emprendimiento que quiere ser un gran emprendimiento es algo primordial digamos, para cualquier emprendimiento que quiera estar un paso más adelante del solo subsistir.

5) ¿Cuentan con dispositivos organizacionales destinados a evaluar y reflexionar sobre su accionar con los emprendedores y a institucionalizar el aprendizaje?

No, nosotros podemos clasificarlos en emprendimientos universitarios a aquellos que surgen, ya sea de estudiantes o docentes o de la misma universidad y de ahí en emprendimientos productivos que vienen de afuera de la universidad pero más

que eso no, dispositivos no. No me parece determinante a la hora de apoyar o no a un emprendimiento de darle una característica porque puede empezar como productivo y pasar a ser como productivo y pasar a ser de servicio, porque los emprendimientos van mutando por lo cual encasillarlo y decir es productivo, este es de servicio o este es universitario... lo tenemos por una cuestión de ver cuantos han salido de la universidad, entonces vamos a ver los de los estudiantes, estos han salido de afuera, son de servicio, productivos... pero básicamente es por una cuestión de clasificación para poderlos identificarlos nada más.

Obviamente, ningún emprendimiento tiene el mismo asesoramiento, los tenemos en distintas atapas, distintos tipos de emprendimientos, tienen distintas características entonces si nos sirve para eso, a ver “universitario”, lo venimos trabajando así, es una clasificación para poder identificarlos bien, no por una cuestión de hacer una cosa sistemática porque puede ser universitario pero lo podemos tratar como productivo, también, de hecho es productivo o que sea de servicio por lo cual nos ayuda nada más a identificarlo como un emprendimiento determinado nada más, no porque haya un proceso o sistema para llevar a cabo si es de esta forma, si es de otra.

6) ¿Brindo asesoramiento a algún emprendedor que actualmente está muy bien posicionado en el mercado? ¿Cuál es el nombre del emprendimiento y de que se trata?

Alberto Ramos, él tenía un emprendimiento, fue cambiando el nombre, se asoció con Rubén Salín. Alberto Ramos empezó con su mujer a presentar proyectos porque estaba haciendo un gel para la gente con pie diabético o con úlceras que no se curan.

Empezó como un gel y después obviamente fue pasando, fueron viendo que podían mejorarlo y ahora se llama UNTech es un spin-off que está en la universidad. Es una empresa que nosotros hemos ayudado desde la oficina, empezó como un emprendimiento chiquitito, es más era una investigación, arrancó como una investigación, se fue haciendo emprendimiento, emprendimiento con base tecnológica y hoy es una empresa grande. Son chicos que ganaron muchos premios, se han fondeado con gente del exterior... han hecho todos los pasos... o sea desde muy chiquititos hasta hoy ya están arriba.

Después hemos tenido otra empresa de barra de carbono, lo que pasa es que eran anteriores a que yo este por lo cual a esa en particular no las trate yo.

7) ¿Cuántos emprendedores reciben aproximadamente por año?

Y, por año asesoramos, como asesoramiento desde la idea/proyecto hasta que te piden patente... nosotros debemos estar por año, mínimo 20 emprendimientos. De ahí puede variar 15 a 20, a los que nosotros asesoramos, ayudamos... también hay mucha gente que viene desde la universidad que busca hacer transferencia tecnológica o ese tipo de cosas.

8) Actualmente a ¿Cuántos emprendedores están asesorando?

Actualmente debemos tener entre 4 o 5 con perspectiva de más... hay emprendedores que aparecen cuando empiezan las convocatorias, aparecen más consultas y veremos cuales realmente tienen perspectiva de continuar.

Capítulo V

Relevamiento a Inversores²⁰

Sumario: 1. Introducción. 2. Planeación preliminar. 3. Objetivos del relevamiento. 4. Tamaño de la muestra relevada. 5. Enfoque del relevamiento. 6. Cuestionario a utilizar. 7. Análisis del relevamiento. 8. Conclusiones del relevamiento a inversores.

1. Introducción.

Para conocer el grado de incumbencia e interés que poseen los inversores del sur de la provincia de Tucumán a la hora de desembolsar parte de su capital para invertir en emprendimientos, realizaremos un relevamiento para conocer los diferentes aspectos que estos tienen en cuenta a la hora de invertir. Presentaremos un análisis posterior al procesamiento de los datos obtenidos usando como herramienta de recolección una encuesta de fácil comprensión para los inversores.

2. Planeación preliminar.

Para la recolección de los datos se presentó una encuesta con preguntas pre-enumeradas, con variables cualitativas y cuantitativas que nos permitan llegar a los objetivos del relevamiento que se presentan a continuación:

²⁰ Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa. Hernández Sampieri y Otros. 2018.

3. Objetivos del relevamiento.

Los objetivos establecidos para realizar el relevamiento a inversores son los siguientes:

- Conocer el perfil de los inversores encuestados.
- Tomar conocimiento si evalúan sus inversiones con las herramientas determinadas para analizar inversiones.
- Determinar el grado de riesgo que pueden soportar al perder parte de su inversión.
- Conocer la rentabilidad esperada de cada uno de ellos.
- Que factores tienen en cuenta a la hora de invertir en emprendimientos.
- Determinar si existe relación entre la innovación del emprendimiento con su deseo de invertir.

4. Tamaño de la muestra relevada.

El muestreo utilizado para el relevamiento que nos servirá para llegar a los objetivos del mismo fue muestreo no probabilístico, la cantidad de inversores bajo estudio son 25 inversores del sur de la provincia mediante la herramienta de recolección antes descripta.

5. Enfoque del relevamiento.

Para el desarrollo del trabajo planteado, utilizaremos el tipo de investigación descriptiva para conocer las consideraciones y las variables que inciden en los inversores de sur de la provincia a la hora de invertir.

6. Cuestionario a utilizar.

El cuestionario diseñado para realizar esta investigación cuenta con preguntas de fácil comprensión para el destinatario lo que facilitara la correcta recolección de los datos y es el siguiente:

Encuesta para inversores:
1- Carácter de inversor que reviste: ☐ Empresa/organización ☐ Persona humana
2- ¿Qué tipo de inversor se considera? ☐ Inversor conservador ☐ Inversor agresivo ☐ Inversor particular ☐ Inversor institucional ☐ Inversor estratégico ☐ Inversor financiero
3- ¿Utiliza los indicadores financieros (TIR, VAN, etc.) a la hora de evaluar una inversión? ☐ Si ☐ No
4- ¿Cuál es el indicador financiero que más influye en su decisión a la hora de invertir? ☐ TIR ☐ VAN ☐ PR ☐ Otro
5- ¿Evalúa el nivel de innovación que posee el emprendimiento a la hora de invertir? ☐ Si

☐ No
6- ¿Analiza la conducta del emprendedor como factor clave para invertir en su emprendimiento?
☐ Si ☐ No
7- ¿Qué factor incide más en su decisión a la hora de volcar sus fondos?
☐ Idea innovadora ☐ Rentabilidad del proyecto ☐ Compromiso del emprendedor ☐ Riesgos del mercado (competencia, precios, etc.)
8- ¿Cuánto considera obtener de su participación en el capital del emprendimiento?
☐ De 10% a 20% ☐ De 20% a 30% ☐ De 30% a 40% ☐ De 40% a 50% ☐ Más del 50%
9- ¿Qué porcentaje arriesgaría a perder del total de su inversión a cambio de tener la posibilidad de duplicarla?
☐ Un 0% ☐ Un 10% ☐ Un 25% ☐ Un 50% o más
10- El objetivo más importante de su inversión es:
☐ Mantener el capital inicial ☐ Recibir algún crecimiento en el capital y retirar alguna parte de la inversión ☐ Retirar alguna parte de la inversión ☐ Crecer en el capital invertido. No tengo planes de retirar mi inversión.
11- ¿Se involucraría en el emprendimiento aparte de aporte económico para ayudar a su crecimiento?
☐ Si

☐ Tal vez ☐ No
12- ¿Considera que los inversores actualmente le dan una mayor importancia a los emprendimientos innovadores? ☐ Si ☐ No

Fuente: elaboración propia.

7. Análisis del relevamiento.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información antes detallados, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto los datos que arrojen serán los que indiquen las conclusiones a las cuales llega la investigación.

Los datos que a continuación se presentan bajo análisis son los obtenidos en la investigación realizada sobre:

- Inversores del sur de Tucumán (Aguilares, Concepción, J. B. Alberdi., Monteros, Simoca)
- Encuestados durante los meses de Mayo a Junio.
- En el año 2021.

Se presentarán las siguientes preguntas del cuestionario antes expuesto con sus correspondientes:

- Gráficos.
- Tablas.
- Con sus respectivas interpretaciones para ayudar a una mejor comprensión al lector de la nuestra investigación.

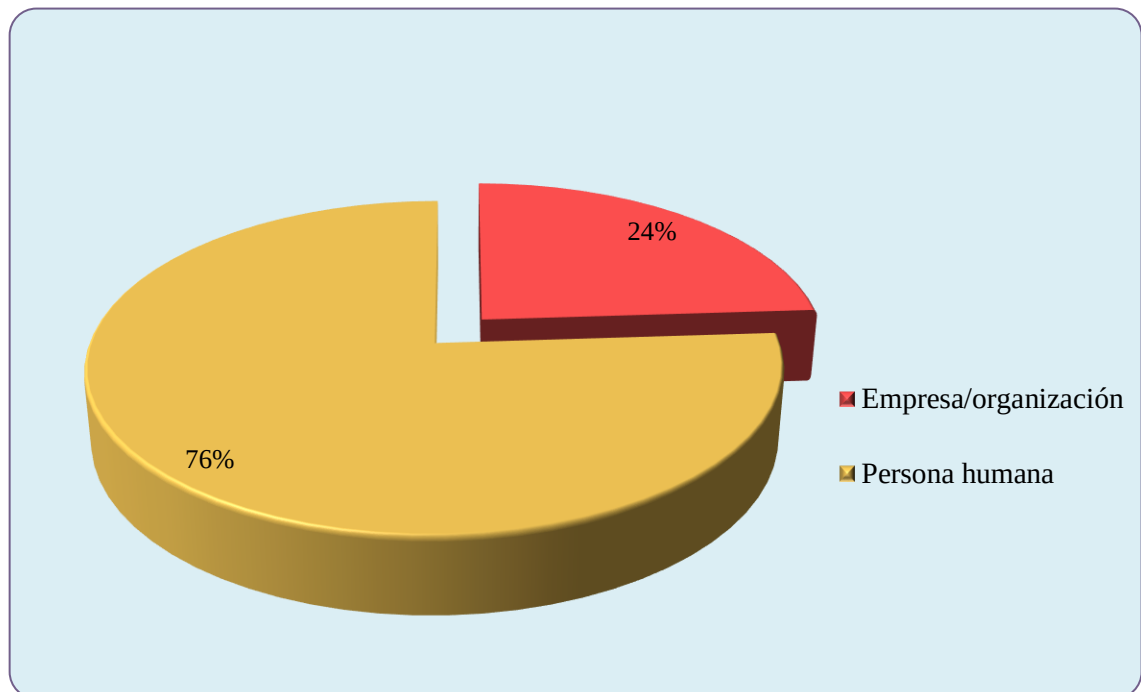
Cabe aclarar que todos estos aspectos son de suma importancia a la hora de reflejar la información obtenida de la presente investigación, dados que los mismo indican un correcto procesamiento de los datos.

Respuestas Inversores

1- Carácter de inversor que reviste:

Tabla N°1

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Empresa/organización	6	24%
Persona humana	19	76%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

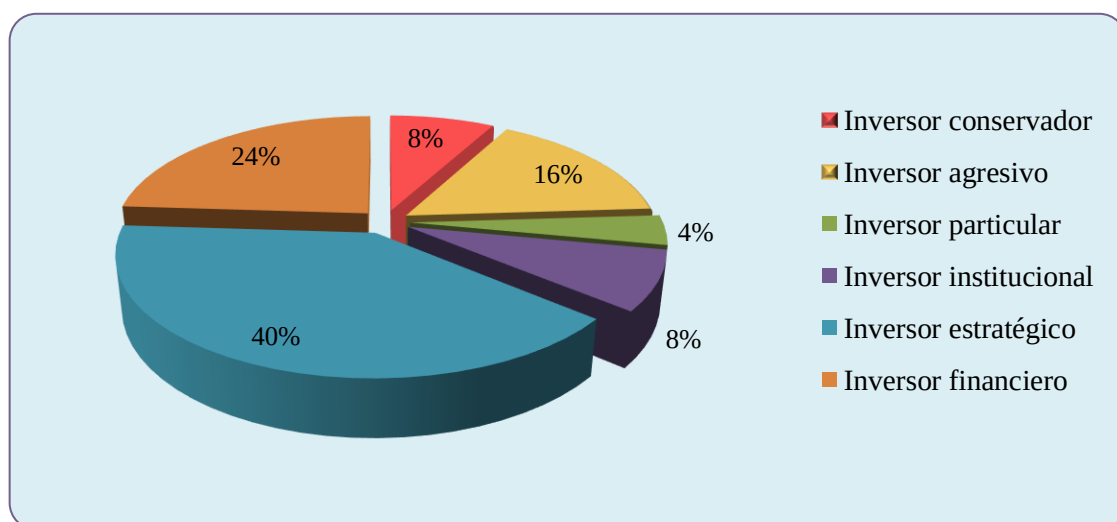
Un 76% de los inversores bajo estudio reviste el carácter de persona humana mientras que el otro 24% restante para completar la totalidad reviste el carácter de empresa/organización

Respuestas Inversores

2- ¿Qué tipo de inversor se considera?:

Tabla N°2

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Inversor conservador	2	8%
Inversor agresivo	4	16%
Inversor particular	1	4%
Inversor institucional	2	8%
Inversor estratégico	10	40%
Inversor financiero	6	24%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

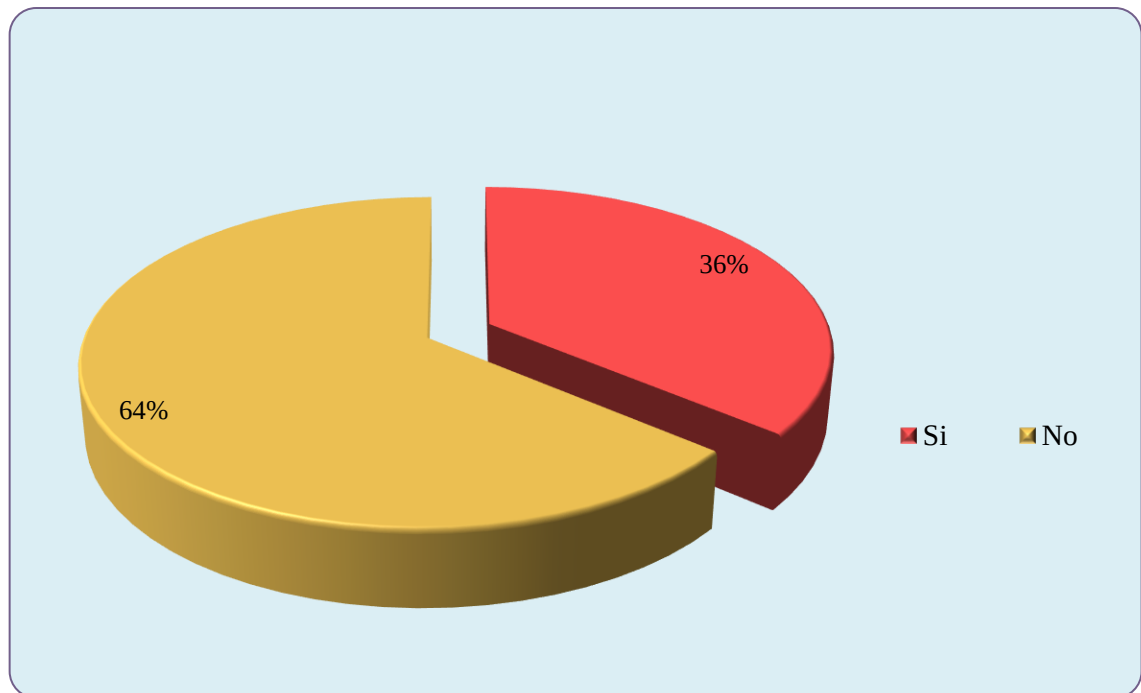
Gran parte de los inversores representados con el 40% se considera inversor estratégico, un 24% se considera financiero, un 16% inversor agresivo, un 8% y 8% institucional y conservador respectivamente, y el 4% restante se considera inversor particular.

Respuestas Inversores

3- ¿Utiliza los indicadores financieros (TIR, VAN, etc.) a la hora de evaluar una inversión?:

Tabla N°3

Variables	Respuestas	Porcentajes
Si	9	36%
No	16	64%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

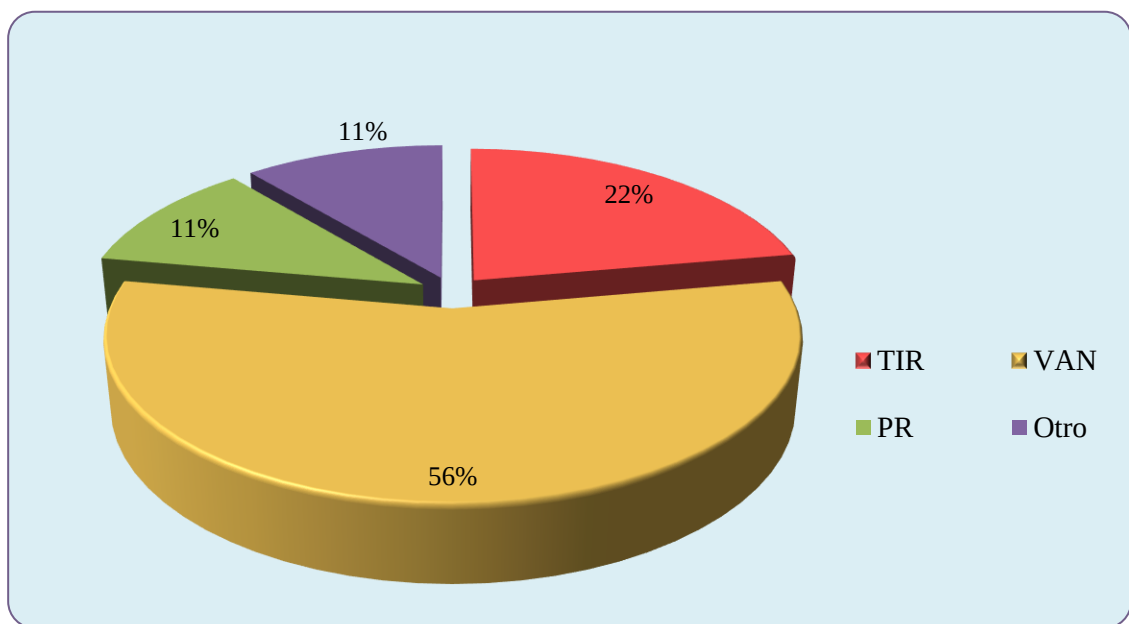
Un 64% de los inversores indicó que no utiliza los indicadores financieros (TIR, VAN, etc.) a la hora de evaluar una inversión, mientras que el 36% restantes hace uso de los mismos.

Respuestas Inversores

4- ¿Cuál es el indicador financiero que más influye en su decisión a la hora de invertir?:

Tabla N°4

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
TIR	2	22%
VAN	5	56%
PR	1	11%
Otro	1	11%
Total	9	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

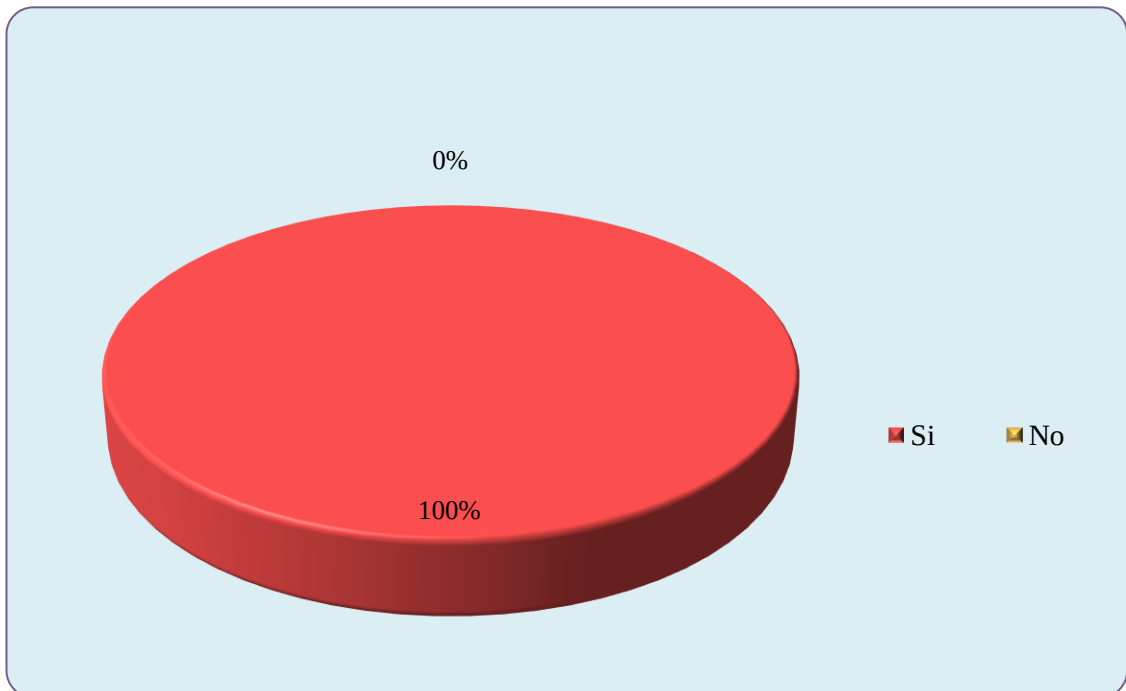
El 56% de los inversores encuestados utiliza el VAN como principal indicador financiero mientras que un 22% utiliza la TIR, un 11% usa otro indicador y también un 11% utiliza el PR.

Respuestas Inversores

5- ¿Evalúa el nivel de innovación que posee el emprendimiento a la hora de invertir?

Tabla N°5

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	25	100%
No	0	0%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

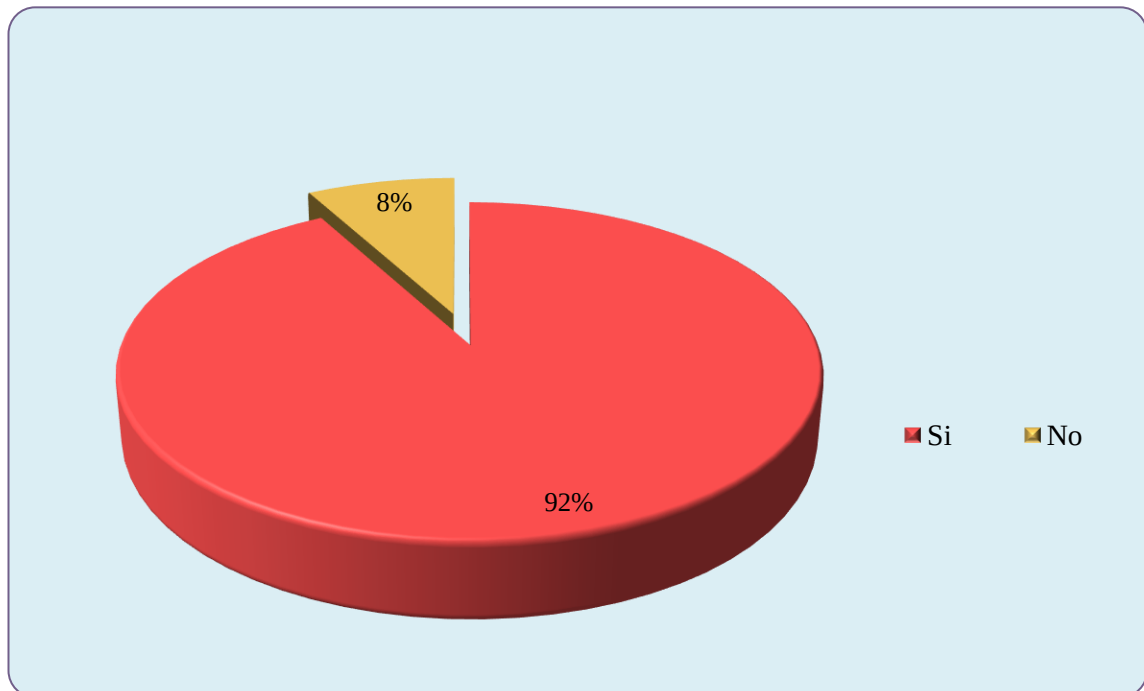
La totalidad de los inversores bajo estudio evalúa el nivel de innovación que posee el emprendimiento a la hora de invertir, lo que refleja un aspecto muy importante en su inversión.

Respuestas Inversores

6- ¿Analiza la conducta del emprendedor como factor clave para invertir en su emprendimiento?

Tabla N°6

Variables	Respuestas	Porcentajes
Si	23	92%
No	2	8%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

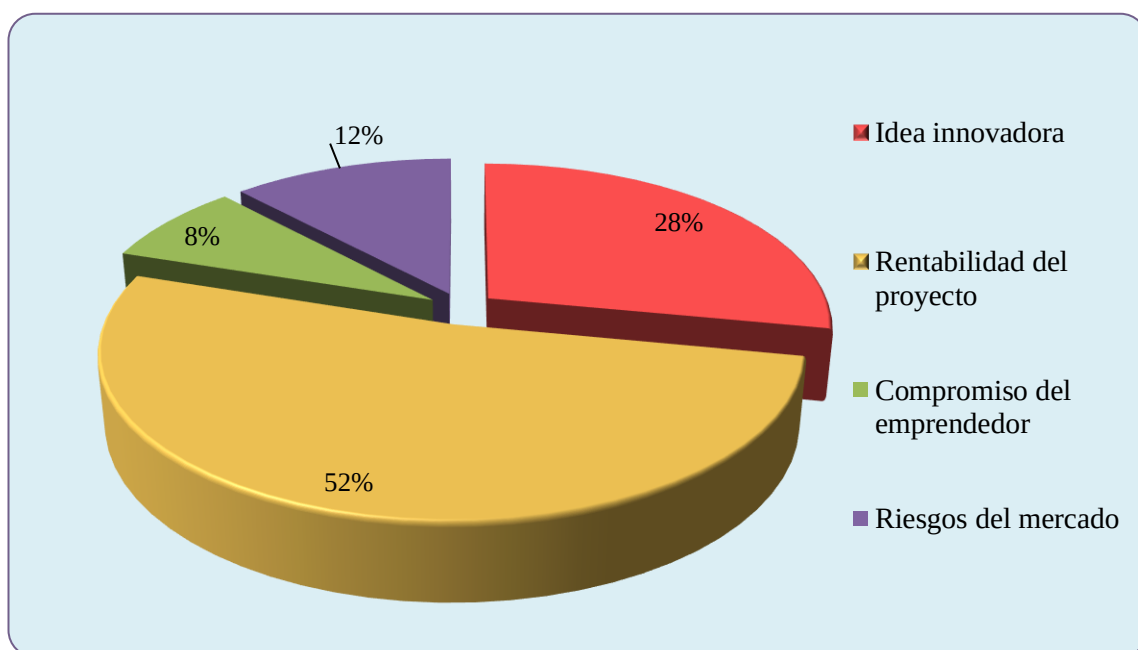
Gran parte de los inversores representada con el 92% analiza la conducta del emprendedor como factor clave para invertir en su emprendimiento y el 8% restante no lo tiene en cuenta.

Respuestas Inversores

7- ¿Qué factor incide más en su decisión a la hora de volcar sus fondos?:

Tabla N°7

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Idea innovadora	7	28%
Rentabilidad del proyecto	13	52%
Compromiso del emprendedor	2	8%
Riesgos del mercado	3	12%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

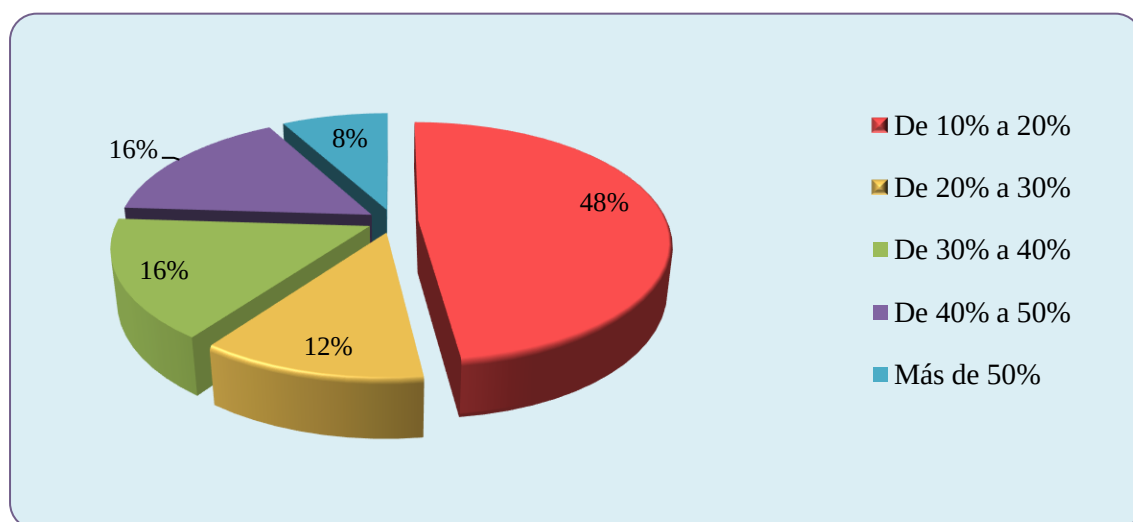
En el 52% de los inversores incide más en su decisión a la hora de volcar sus fondos la rentabilidad del proyecto, para un 28% incide la idea innovadora, un 12% se ve influenciado por los riesgos del mercado y el 8% por el compromiso del emprendedor.

Respuestas Inversores

8- ¿Cuánto considera obtener de su participación en el capital del emprendimiento?:

Tabla N°8

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
De 10% a 20%	12	48%
De 20% a 30%	3	12%
De 30% a 40%	4	16%
De 40% a 50%	4	16%
Más de 50%	2	8%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- *Interpretación:*

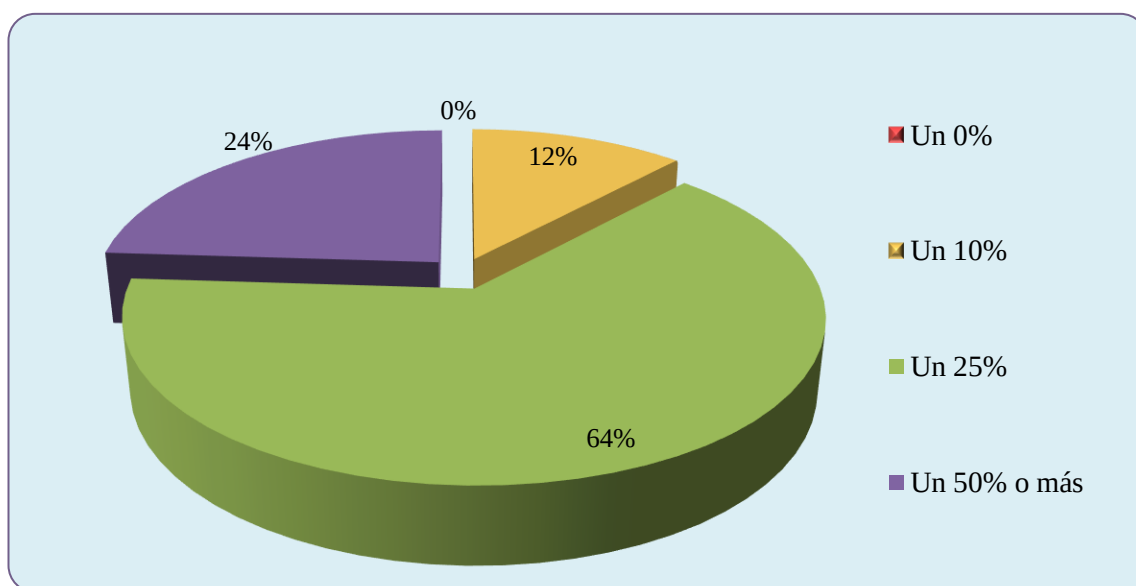
Un 48% de los inversores considera obtener de su participación en el capital del emprendimiento entre el 10% al 20%, un 16% y otro 16%, considera obtener de 30% a 40% y de 40% a 50%, un 12% considera de 20% a 30% y el 8% restante más del 50%

Respuestas Inversores

9- ¿Qué porcentaje arriesgaría a perder del total de su inversión a cambio de tener la posibilidad de duplicarla?:

Tabla N°9

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Un 0%	0	0%
Un 10%	3	12%
Un 25%	16	64%
Un 50% o más	6	24%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

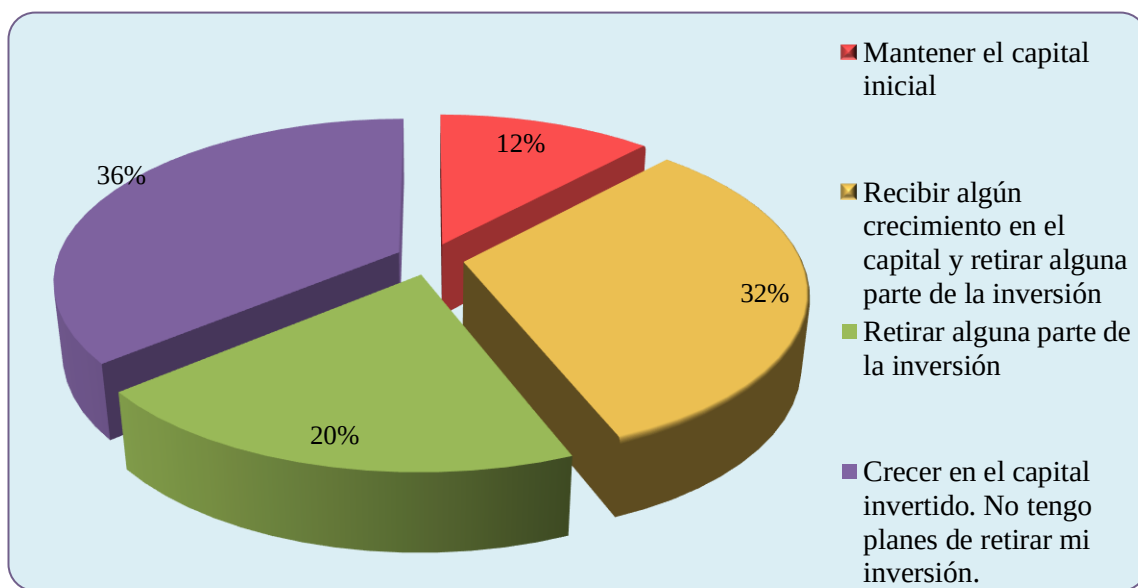
El 64% de los inversores encuestados arriesgaría a perder un 25% del total de su inversión a cambio de tener la posibilidad de duplicarla, un 24% arriesgaría un 50% o más y el 12% restante solo arriesgaría a perder el 10% de su inversión.

Respuestas Inversores

10- El objetivo más importante de su inversión es:

Tabla N°10

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Mantener el capital inicial	3	12%
Recibir algún crecimiento en el capital y retirar alguna parte de la inversión	8	32%
Retirar alguna parte de la inversión	5	20%
Creecer en el capital invertido. No tengo planes de retirar mi inversión.	9	36%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:**

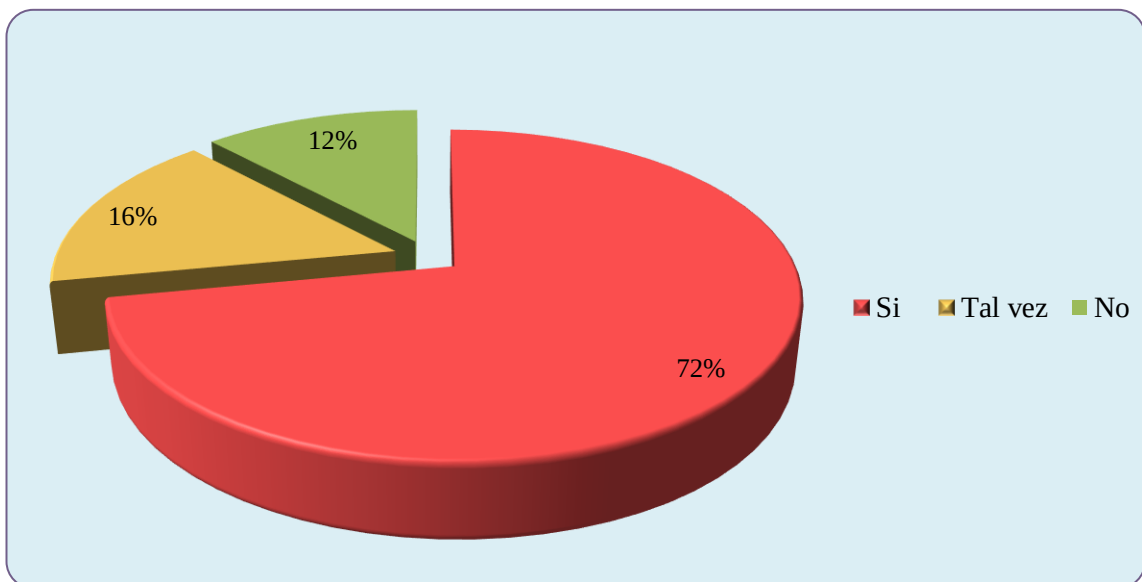
Un 36% de los inversores tiene como objetivo crecer en el capital invertido. Un 32% de los mismos desee recibir algún crecimiento en el capital y retirar alguna parte de la inversión, un 20% planea retirar parte de la inversión y el 12% tiene como objetivo mantener el capital inicial.

Respuestas Inversores

11- ¿Se involucraría en el emprendimiento aparte de aporte económico para ayudar a su crecimiento?:

Tabla N°11

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	18	72%
Tal vez	4	16%
No	3	12%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

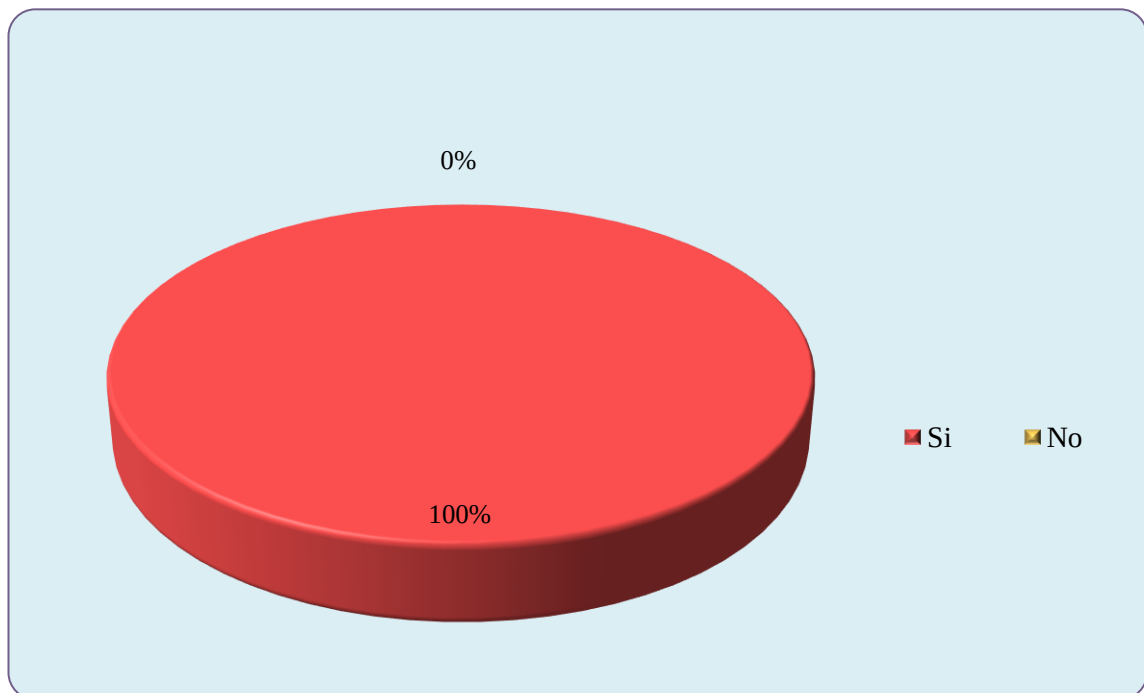
El 72% de los inversores si se involucraría en el emprendimiento aparte del aporte económico para ayudar a su crecimiento, mientras que un 16% tal vez lo haría y el 12% restante no se involucraría más allá de lo económico.

Respuestas Inversores

12- ¿Considera que los inversores actualmente le dan una mayor importancia a los emprendimientos innovadores?

Tabla N°12

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	25	100%
No	0	0%
Total	25	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

La totalidad de los inversores considera que sus pares actualmente si le dan una mayor importancia a los emprendimientos innovadores, ya que poseen una ventaja por ser novedosos.

8. Conclusiones del relevamiento a inversores.

Por medio del presente relevamiento pudimos establecer que el mayor perfil de inversor con el que se identifican los inversores es el estratégico seguido por el financiero, dado que los mismos buscan principalmente realizar una inversión con una permanencia del capital invertido y la posibilidad de ampliar esa inversión, utilizando una parte los indicadores financieros como el VAN(valor actual neto) ya que el mismo va actualizando los flujo de fondos restando el capital invertido con el fin de reflejar la conveniencia de hacer o no la inversión.

A su vez la totalidad de los inversores relevados evalúa la innovación del emprendimiento a invertir considerando la conducta del emprendedor para con su inversión, sin dejar de lado la rentabilidad que puede llegar a tener el proyecto bajo inversión la mayoría arriesgando un 25% del porcentaje de su inversión inicial.

Concluyendo, en gran parte los inversores evalúan muchos factores a la hora de colocar sus fondos en un emprendimiento destacando la idea del proyecto y el nivel de innovación de la misma, alentando a los emprendedores a desarrollar nuevos modelos de negocios que sean competitivos en el mercado con la intención por parte del inversor en involucrase en el negocios con el fin de aportar al crecimiento y desarrollo del mismo.

Capítulo VI

Relevamiento a Emprendedores²¹

Sumario: 1. Introducción. 2. Planeación preliminar. 3. Objetivos del relevamiento. 4. Tamaño de la muestra relevada 5. Enfoque del relevamiento. 6. Cuestionario a utilizar. 7. Análisis del relevamiento. 8. Conclusiones del relevamiento a emprendedores.

1. Introducción.

Una vez realizado el relevamiento a los inversores procederemos a realizar un análisis a los emprendedores, con el fin de conocer en profundidad que inversores buscan para sus emprendimientos, de donde obtiene los fondos para financiar sus emprendimientos, la relación que existen entre su modelo de negocio y las ideas innovadores que pudieran surgir con el objetivo de atraer más inversores a su empresa.

2. Planeación preliminar.

Para la recolección de los datos se presentó una encuesta con preguntas pre-enumeradas, con variables cualitativas y cuantitativas que nos permitan llegar a los objetivos del relevamiento que se presentan a continuación:

²¹ Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa. Hernández Sampieri y Otros. 2018.

3. Objetivos del relevamiento.

Los objetivos establecidos para realizar el relevamiento a emprendedores son los siguientes:

- Conocer el perfil de los emprendedores bajo estudio.
- Determinar de dónde provienen los fondos para financiar sus emprendimientos.
- Tomar conocimiento en qué etapa de desarrollo se encuentra su negocio y el tamaño de la misma.
- Conocer cómo opera, ya sea en un espacio físico u online.
- Conocer si les es difícil conseguir inversores o asesoramiento para el desarrollo de su negocio.
- Determinar según su experiencia como emprendedor que factor es más relevante para tener éxito en su ámbito.

4. Tamaño de la muestra relevada.

El muestreo utilizado para el relevamiento es el mismo que utilizamos con los inversores, es el muestreo no probabilístico, realizando un análisis sistemático de 64 emprendedores del sur tucumano participantes del estudio.

5. Enfoque del relevamiento.

Para el desarrollo del trabajo planteado, utilizaremos el tipo de investigación descriptiva para conocer los factores que afectan a los emprendedores y las posibles trabas que estos pueden llegar a tener a la hora de buscar inversores.

7. Cuestionario a utilizar.

El cuestionario diseñado para realizar esta investigación al igual que el anterior cuenta con preguntas de fácil comprensión para los emprendedores, lo que facilitará la correcta recolección de los datos y es el siguiente:

<i>Encuesta para emprendedores:</i>
1- Máximo nivel de estudios alcanzados: ☐ Primario ☐ Secundario ☐ Terciario ☐ Universitario
2- ¿Qué tipo de empresa se considera? ☐ Micro empresa ☐ Pequeña empresa ☐ Mediada empresa
3- ¿En qué etapa se encuentra su emprendimiento? ☐ Etapa inicial (desarrollo de idea) ☐ Tengo mi emprendimiento en marcha (menos de 1 año) ☐ Tengo mi emprendimiento en marcha (más de 1 año)
4- ¿Cuál es la actividad que desarrolla? ☐ Venta de productos (re venta de productos) ☐ Producción de productos ☐ Prestación de servicios ☐ Todas las anteriores
5- Su emprendimiento cuenta con un negocio: ☐ Físico ☐ Online ☐ Ambos
6- ¿Qué tipo de emprendedor se considera?

○ Emprendedor persuasivo ○ Emprendedor visionario ○ Emprendedor especialista ○ Emprendedor intuitivo ○ Emprendedor empresario ○ Emprendedor oportunista ○ Otro
7- ¿De dónde provinieron los fondos para su emprendimiento? ○ Fondos propios ○ Crédito ○ Préstamo ○ Ayudas gubernamentales ○ Inversores ○ Otro
8- ¿Tuvo problemas para conseguir los fondos necesarios para financiar su emprendimiento? ☐ Si ☐ No
9- ¿Tiene alguna información sobre posibles inversores? ☐ Si ☐ No
10- ¿Considera a su emprendimiento como innovador en el mercado en donde opera? ○ Si ○ Parcialmente ○ No
11- ¿Tiene proyectado un crecimiento en los próximos meses? ☐ Si, en 3 meses ☐ Si, en 6 meses ☐ Si, en 9 meses ☐ No

12- ¿Toma la iniciativa ante situaciones complejas nuevas? ☐ Si ☐ De vez en cuando ☐ No
13- ¿Cree que un emprendimiento innovador tiene mayor atractivo para potenciales inversores? ☐ Si ☐ Tal vez ☐ No
14- ¿Obtuvo algún tipo de asesoramiento antes de comenzar con su emprendimiento? ☐ Si ☐ No
15- ¿Qué tipo de conocimientos cree que son los más importantes para que un emprendedor pueda tener éxito? ☐ Marketing ☐ Estrategia empresarial/plan de negocios ☐ Contabilidad ☐ Informática ☐ Habilidades en las ventas ☐ Innovación

Fuente: elaboración propia.

7. Análisis del relevamiento.

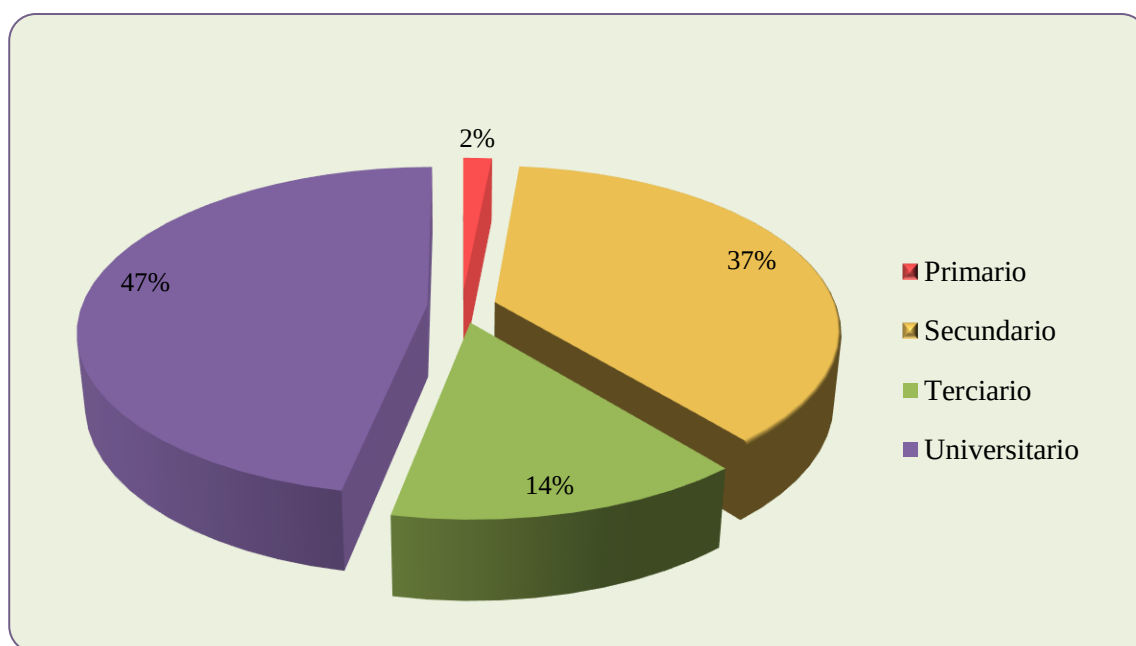
Luego de aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos presentando tablas, gráficos e interpretación para comprender la investigación. Emprendedores del sur de Tucumán (Aguilares, Concepción, J. B. Alberdi., Monteros, Simoca) encuestados durante los meses de Mayo a Junio del año 2021.

Respuestas Emprendedores

1- Máximo nivel de estudios alcanzados:

Tabla N°1

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Primario	1	2%
Secundario	24	37%
Terciario	9	14%
Universitario	30	47%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

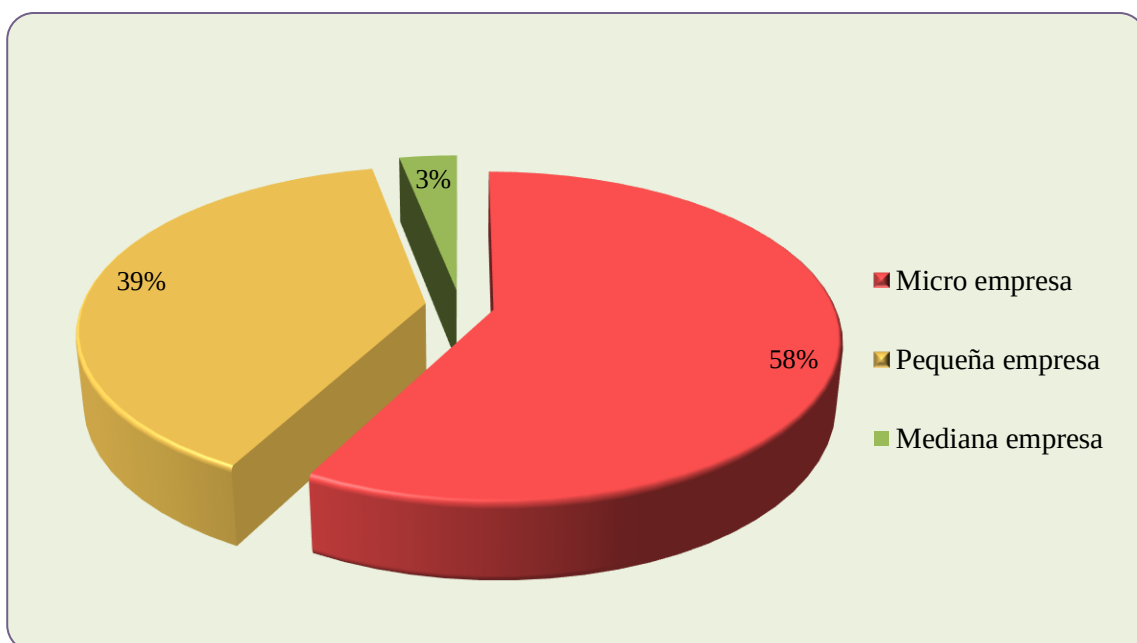
El 47% de los emprendedores posee estudios universitarios, mientras que un 37% posee hasta el nivel secundario, un 14% tiene completo el terciario y el 2% restante solo hizo la primaria.

Respuestas Emprendedores

2- ¿Qué tipo de empresa se considera?:

Tabla N°2

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Micro empresa	37	58%
Pequeña empresa	25	39%
Mediana empresa	2	3%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

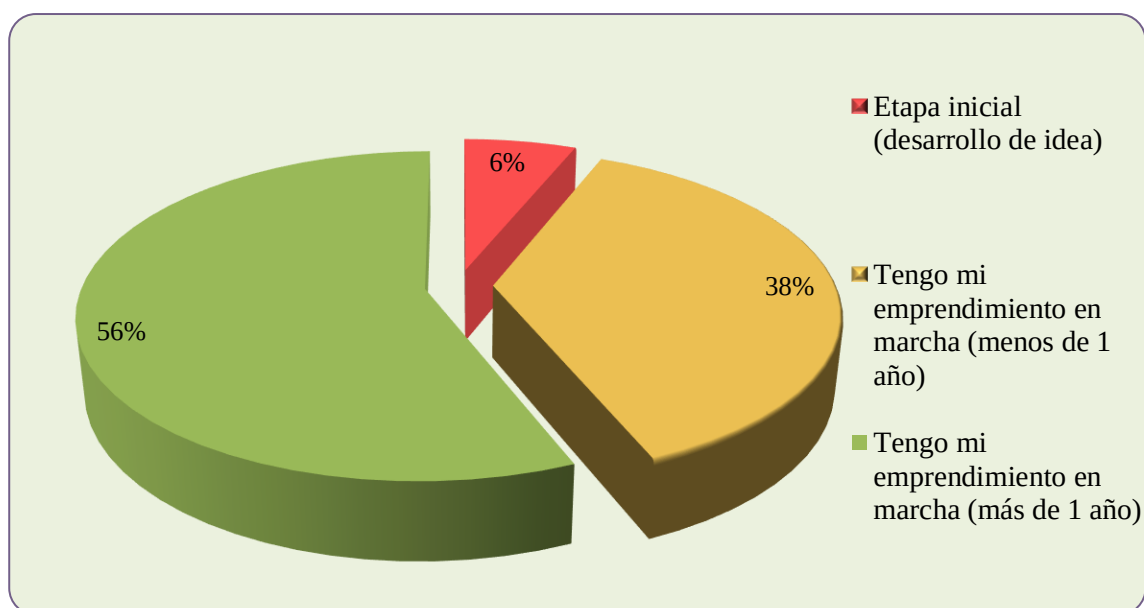
Un 58% de los emprendedores considera a su proyecto como una micro empresa, mientras que un 39% la considera pequeña empresa y el 3% restante de los mismos la considera mediana empresa.

Respuestas Emprendedores

3- ¿En qué etapa se encuentra su emprendimiento?

Tabla N°3

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Etapa inicial (desarrollo de idea)	4	6%
Tengo mi emprendimiento en marcha (menos de 1 año)	24	38%
Tengo mi emprendimiento en marcha (más de 1 año)	36	56%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

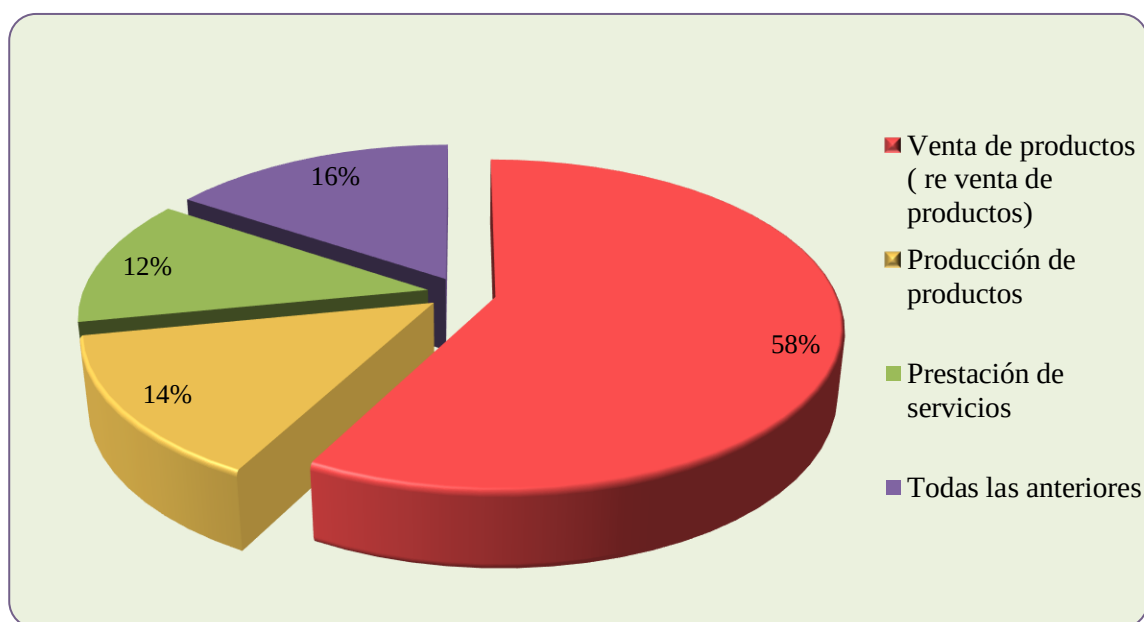
El 56% de los emprendimientos bajo estudio posee más de un año, mientras que un 38% posee menos de un año de estar en marcha y el 6% restante se encuentra en la etapa inicial.

Respuestas Emprendedores

4- ¿Cuál es la actividad que desarrolla?:

Tabla N°4

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Venta de productos (re venta de productos)	37	2%
Producción de productos	9	37%
Prestación de servicios	8	14%
Todas las anteriores	10	47%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:**

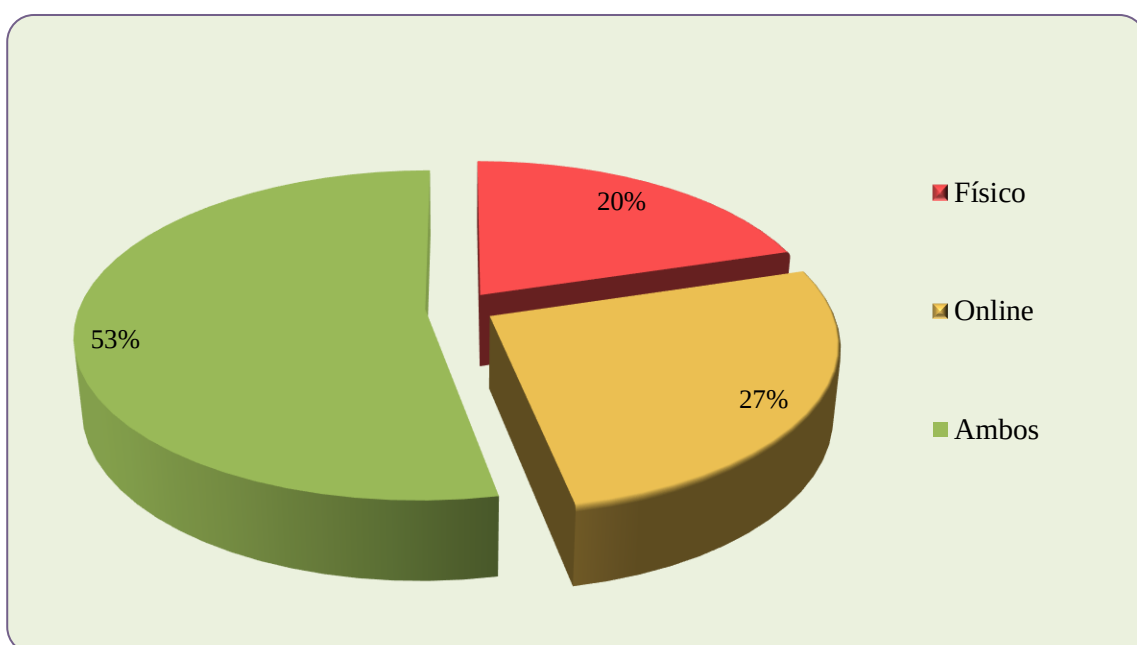
Un gran porcentaje representado con el 58% de los emprendedores se dedica a la venta de productos (re venta), un 14% produce sus propios productos, un 12% presta servicio y mientras que el 16% restante realiza todas las actividades anteriores

Respuestas Emprendedores

5- Su emprendimiento cuenta con un negocio:

Tabla N°5

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Físico	13	20%
Online	17	27%
Ambos	34	53%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

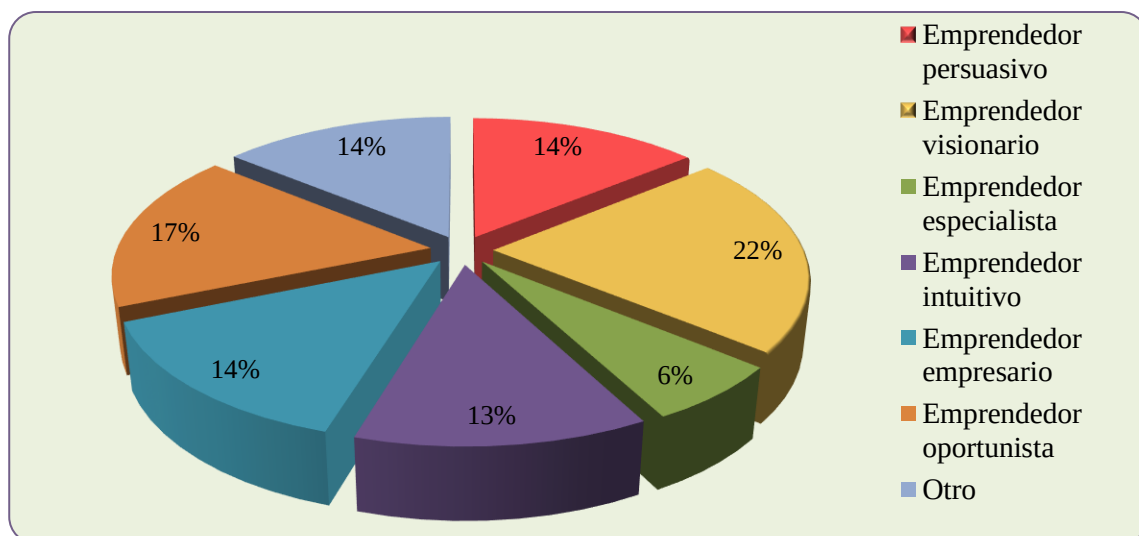
Gran parte de los emprendimientos encuestados representados con el 53% cuenta con un negocio online y físico, un 27% solo opera mediante plataformas online y el 20% realiza sus operaciones en un local físico.

Respuestas Emprendedores

6- ¿Qué tipo de emprendedor se considera?:

Tabla N°6

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Emprendedor persuasivo	9	14%
Emprendedor visionario	14	22%
Emprendedor especialista	4	6%
Emprendedor intuitivo	8	13%
Emprendedor empresario	9	14%
Emprendedor oportunista	11	17%
Otro	9	14%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

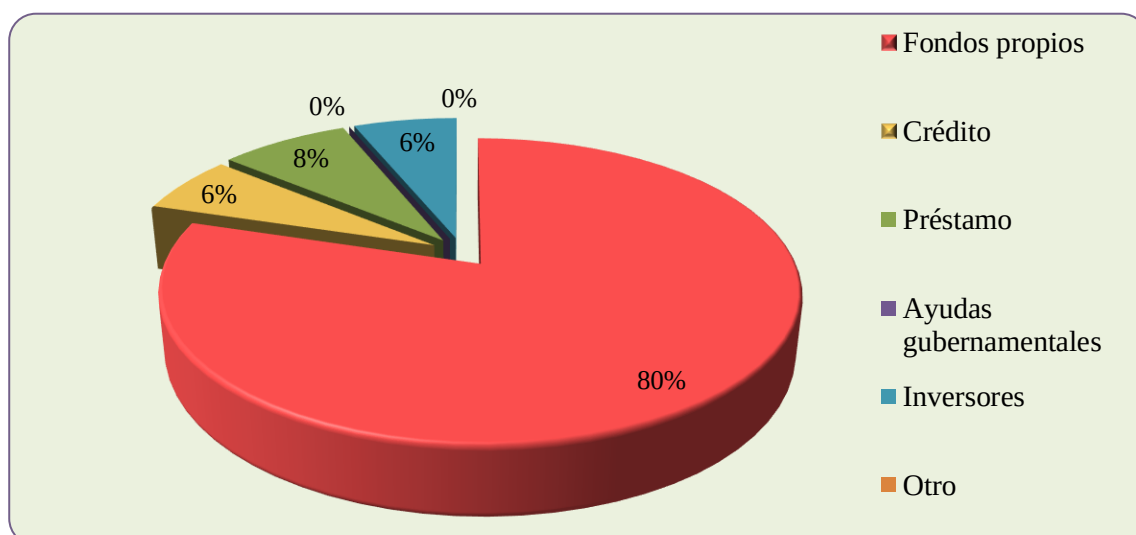
Un 22% de los emprendedores se considera visionario, un 17% se considera oportunista, un 13% intuitivo y un 6% especialista, luego tres categorías compuestas cada una de un 14% se considera, empresario, persuasivo y otro perfil de emprendedor.

Respuestas Emprendedores

7- ¿De dónde provinieron los fondos para su emprendimiento?:

Tabla N°7

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Fondos propios	51	80%
Crédito	4	6%
Préstamo	5	8%
Ayudas gubernamentales	0	0%
Inversores	4	6%
Otro	0	0%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- *Interpretación:*

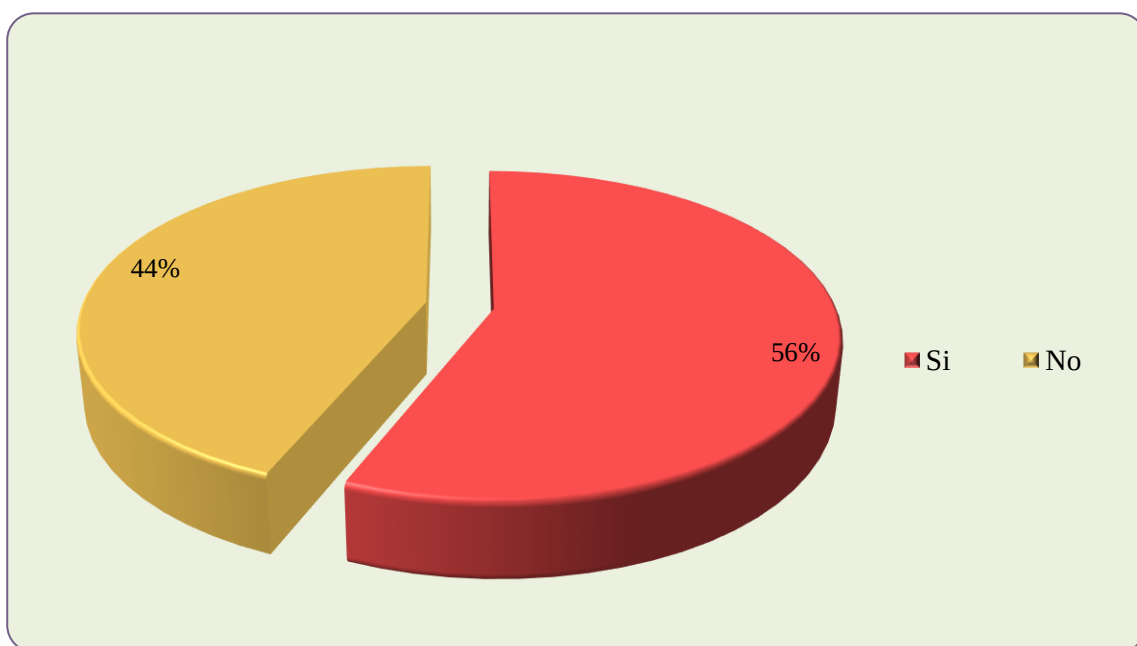
Casi la totalidad de los emprendedores encuestados representados con el 80% de los mismos financian su emprendimiento con fondos propios, mientras que un 8% los realiza mediante préstamos, un 6% y 6% respectivamente lo financian mediante créditos e inversores.

Respuestas Emprendedores

8- ¿Tuvo problemas para conseguir los fondos necesarios para financiar su emprendimiento?

Tabla N°8

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	36	56%
No	28	44%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

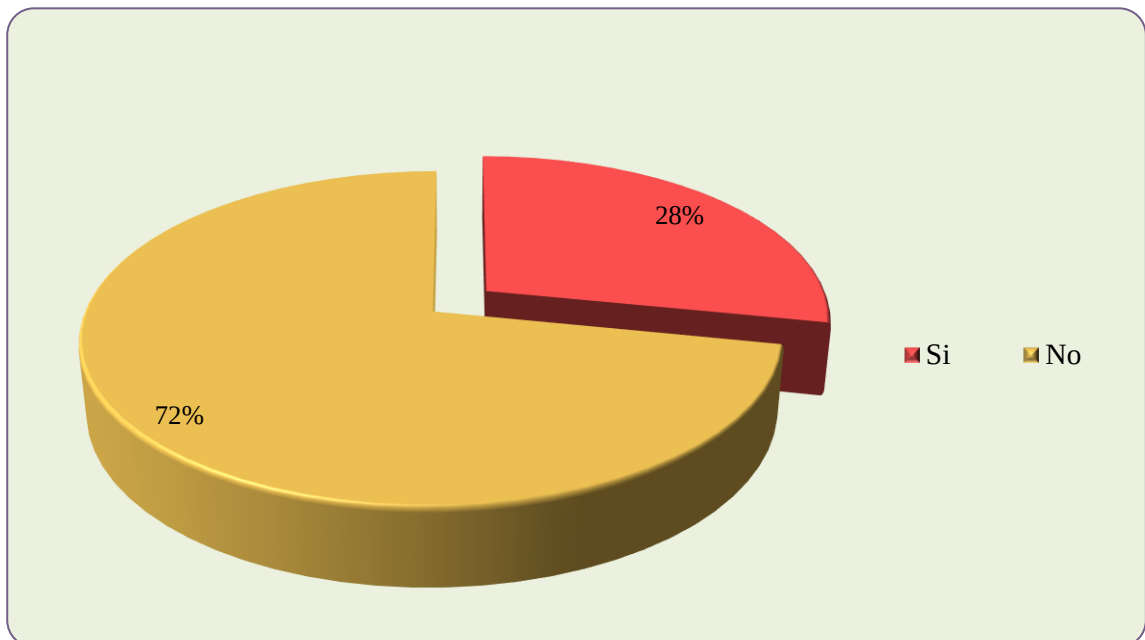
Consultando a los emprendedores si tuvieron problemas a la hora de conseguir los fondos necesarios para sus emprendimientos un 56% manifestó que si tuvo, mientras que un 44% expreso que no tuvo inconvenientes.

Respuestas Emprendedores

9- ¿Tiene alguna información sobre posibles inversores?:

Tabla N°9

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	18	28%
No	46	72%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

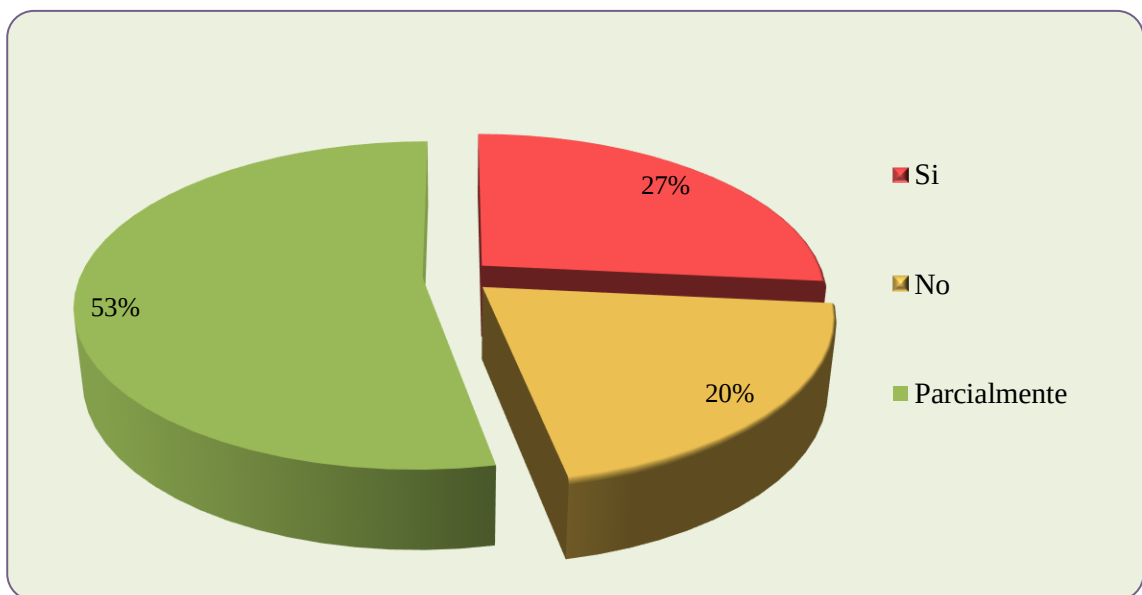
Un 72% de la población bajo estudio no posee información sobre posibles inversores, lo que dificultaría el acceso a una posible financiación de su proyecto, mientras que el 28% restante si posee información sobre inversiones posibles.

Respuestas Emprendedores

10 - ¿Considera a su emprendimiento como innovador en el mercado en donde opera?:

Tabla N°10

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	17	27%
No	13	20%
Parcialmente	34	53%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

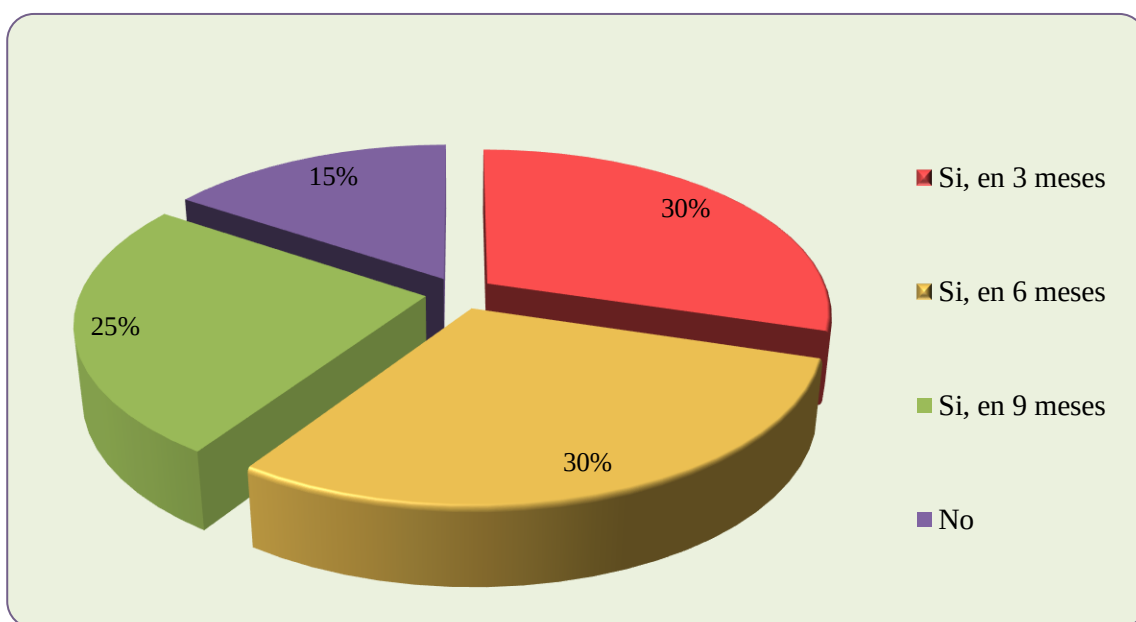
El 27% de los emprendedores si considera a su emprendimiento como innovador en el mercado en donde opera, un 20% no lo considera, y el 53% restante considera a su emprendimiento innovador parcialmente.

Respuestas Emprendedores

11- ¿Tiene proyectado un crecimiento en los próximos meses?

Tabla N°11

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si, en 3 meses	19	30%
Si, en 6 meses	19	30%
Si, en 9 meses	16	23%
No	10	15%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

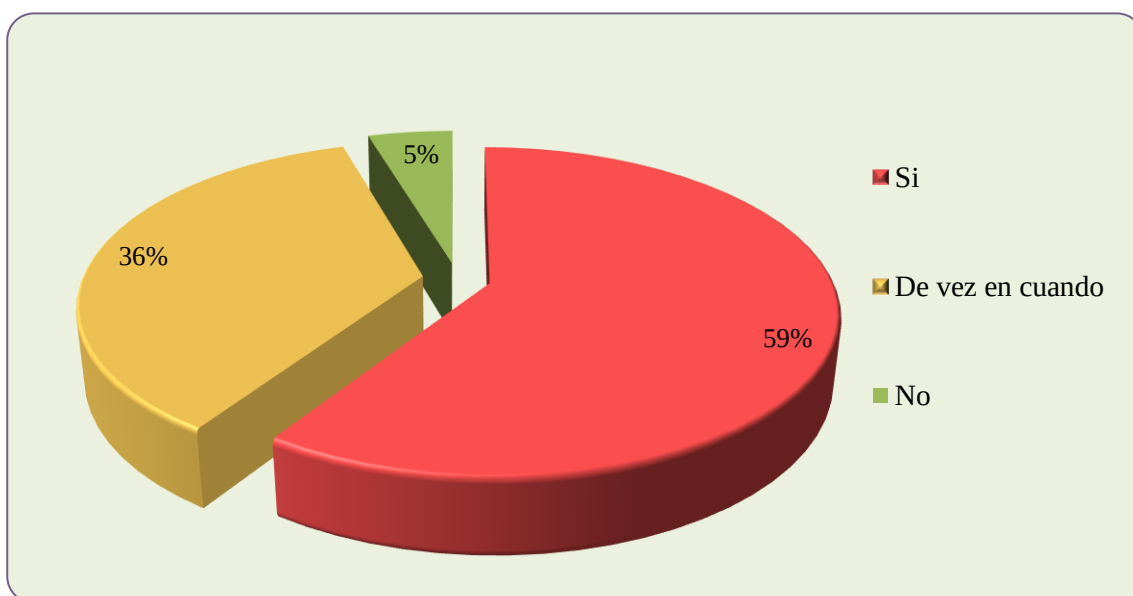
Un 30% tiene proyectado un crecimiento en 3 meses y un 30% en 6 meses, mientras que un 25% de los emprendedores encuestados tiene proyectado tal crecimiento en 9 meses, y un 15% no tiene proyección de crecimiento.

Respuestas Emprendedores

12 - ¿Toma la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?:

Tabla N°12

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	38	59%
De vez en cuando	23	36%
No	3	5%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

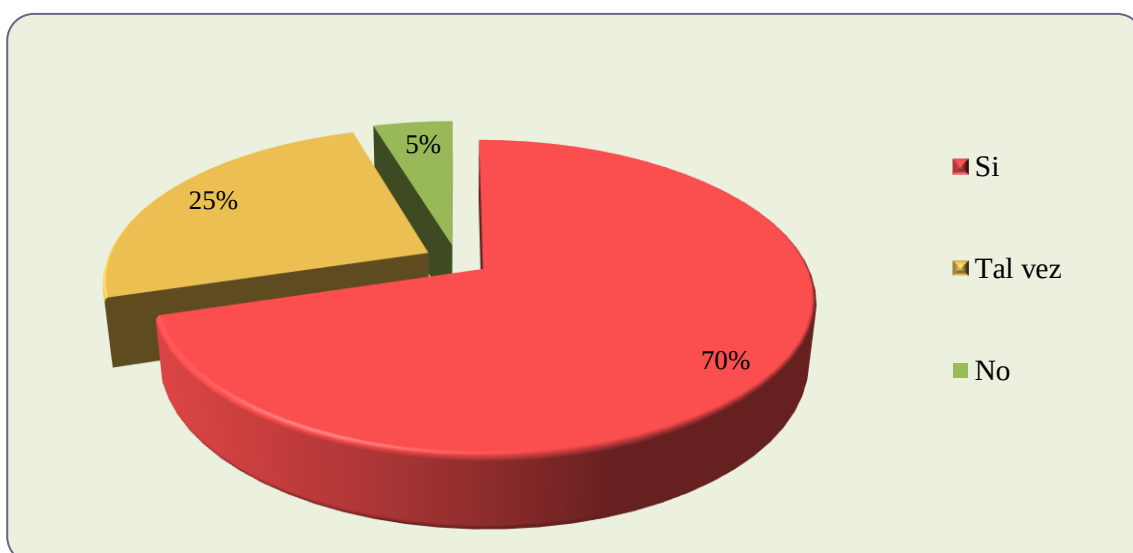
El 59% de los emprendedores toma la iniciativa ante nuevas situaciones complejas que se le presentan, mientras que un 36% toma la iniciativa de vez en cuando y un 5% no lo realiza.

Respuestas Emprendedores

13 - ¿Cree que un emprendimiento innovador tiene mayor atractivo para potenciales inversores?:

Tabla N°13

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	45	70%
Tal vez	16	25%
No	3	5%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

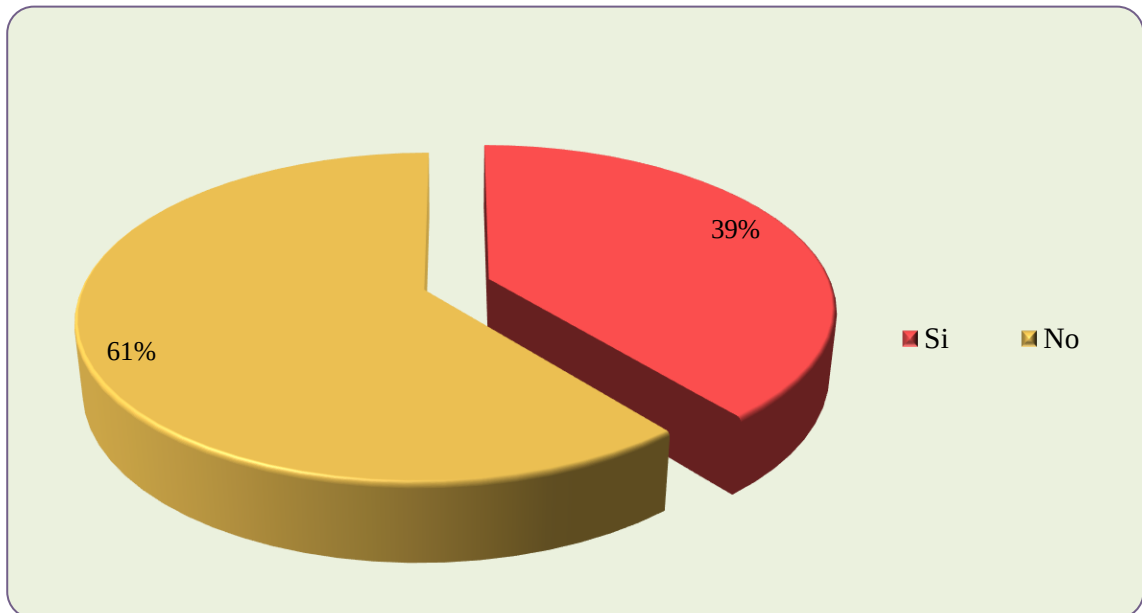
El 70% de la población bajo estudio si cree que un emprendimiento innovador tiene mayor atractivo para potenciales inversores, el 25% manifiesta que tal vez y el 5% restante dice que no.

Respuestas Emprendedores

14- ¿Obtuvo algún tipo de asesoramiento antes de comenzar con su emprendimiento?:

Tabla N°14

Variables	Respuestas	Porcentajes
Si	25	39%
No	39	61%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- Interpretación:

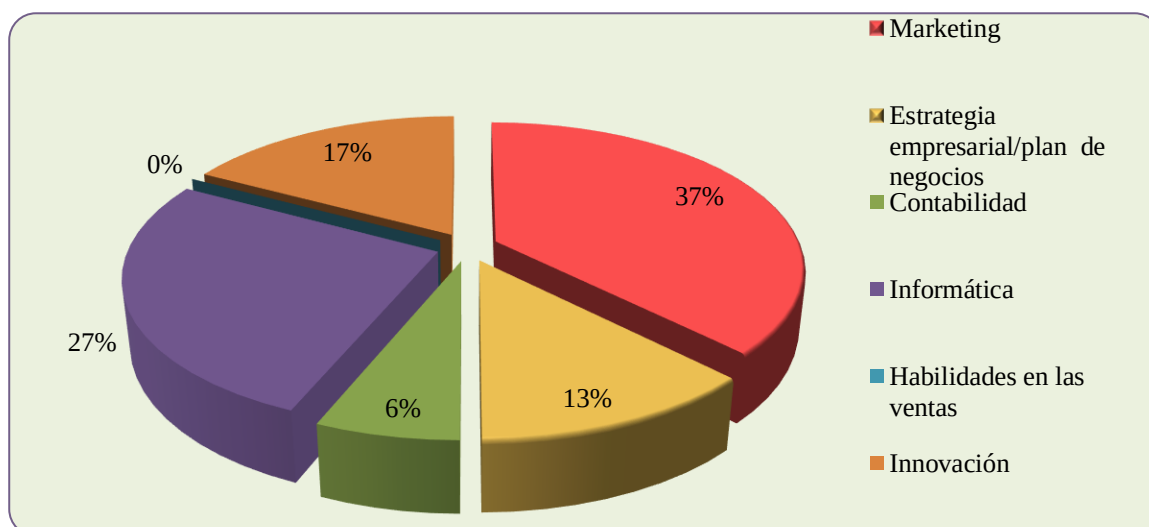
El 61% de los emprendedores no obtuvo algún tipo de asesoramiento antes de comenzar con su emprendimiento, mientras que el otro 39% restante si obtuvo algún tipo de asesoramiento antes de comenzar.

Respuestas Emprendedores

15- ¿Qué tipo de conocimientos cree que son los más importantes para que un emprendedor pueda tener éxito?

Tabla N°15

<i>Variables</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentajes</i>
Marketing	24	37%
Estrategia empresarial/plan de negocios	8	13%
Contabilidad	4	6%
Informática	17	27%
Habilidades en las ventas	0	0%
Innovación	11	17%
Total	64	100%



Fuente: elaboración propia.

- **Interpretación:**

El 37% cree que el marketing es lo más importante para que un emprendedor pueda tener éxito, un 27% lo atribuye a la informática, un 17% a la estrategia empresarial, el 13% lo atribuye a la innovación y un 6% a la contabilidad.

8. Conclusiones del relevamiento a emprendedores.

A través del relevamiento a emprendedores antes expuesto pudimos conocer que el nivel de estudios de los mismos se encuentra en el nivel promedio, ya que muchos poseen estudios universitarios y secundarios. Dichos emprendimientos son considerados por parte de sus emprendedores como micro y pequeñas empresas con ánimo de crecer y posicionarse en el mercado creando una empresa de gran magnitud. Por otra parte la mayoría de los emprendimientos cuenta con más de un año de antigüedad generalmente sostenido por la re venta de productos, algunos con la creación y producción de sus propios emprendedores, generalmente operando en tienda online y tiendas físicas.

El perfil en general de los emprendedores es el visionario, creando a través de su pensamiento nuevas ideas de negocios por medio de la financiación propia, pero lo que no imposibilita la búsqueda de inversores, ya que la mayoría de ellos no posee información acerca de posibles inversores para sus negocios.

Por otra parte los emprendedores si tuvieron asesoramiento antes de comenzar sus emprendimiento mientras que un número importante representado por el 61% de los mismos no la obtuvo, lo que podría llegar a dificultar el desarrollo de su actividad con posibles problemas debidos a la falta de conocimiento sobre el tema o la obtención de fondo para el financiamiento del proyecto, también los mismos relacionaron las ideas innovadoras con la atracción de inversores, ya que los mismos encuentran oportunidades de invertir en nuevos modelos de negocios que ofrecen, ya sea productos o servicios no convencionales en el mercado contando con una baja competencia.

Podemos concluir que en el sur de la provincia existe una gran cantidad y variedad de emprendedores que están a la espera que inversores con ánimos de hacer crecer a sus negocios, contribuyendo al desarrollo y crecimiento de la economía del sur tucumano; los mismos cuentan con un asesoramiento que les otorgan los organismos existentes pero no todos llegan a concretar la financiación, ya que dichos proyectos son previamente evaluados.

Conclusión General

Estableciendo la hipótesis que dio inicio a la investigación que manifestó lo siguiente: *“El comportamiento de los inversores posee una relación directa con la idea innovadora del proyecto y la conducta del emprendedor”*, llegamos a aceptar dicha afirmación debido a que en el relevamiento realizado tanto a emprendedores como inversores pudimos establecer una relación directa entre la innovación que poseen los proyectos de los emprendedores y su conducta, que despierta interés en los inversores dada la intención de los modelos de negocios en crecer y aportar al desarrollo económico.

A su vez existe una intención por parte de los inversores en colaborar al crecimiento del emprendimiento bajo inversión, no solo volcando fondos, sino que también aportando los conocimientos que estos pueden llegar a tener en los mercados que los emprendedores operan con el fin de guiarlos a un crecimiento sostenido en el tiempo, tratando de mantener parte de su inversión y si existe la posibilidad, incrementar su participación en el proyecto.

Al mismo tiempo hubo unanimidad en que todos los inversores hoy en la actualidad le dan mucha importancia a los emprendimientos innovadores, dado que los mismos pueden tener un gran proyecto en los mercados existentes o bien abrir nuevos mercados posicionando los productos o servicios que ofrezcan.

Teniendo en cuenta el comportamiento de los emprendedores, a estos se les dificulta según lo expresado conseguir fondos para el financiamiento de sus negocios y lo hacen generalmente mediando el uso de fondos propios, lo que limita su crecimiento, es aquí en donde radica la importancia de la existencia de los organismos que asesoran a emprendedores y los conectan con los fondos necesarios para poder llevar adelante sus proyectos.

Aunque llegamos a aceptar nuestra hipótesis, pudimos observar que los emprendedores siguen sin poder encontrar inversores lo que nos llamó la atención. Existen los proyectos, existen los inversores pero nos está faltando un nexo.

Las entidades, que tan atentamente nos atendieron, se encuentran situadas en San Miguel de Tucumán, efectúan a través de distintos medios la difusión de sus actividades

pero creemos que al sur de la provincia se le dificulta llegar a estas instituciones. La distancia, el costo y el tiempo son factores difíciles de cuantificar para cada individuo pero en la mayoría de los emprendedores es muy costoso. Teniendo en cuenta que precisamente, lo que están buscando son fondos.

Otro factor que puede explicar la falta de inversión puede deberse a las condiciones jurídicas y económicas por las que constantemente atraviesa nuestro país. En economía tenemos una alta inflación constante que hace difícil poder evaluar un proyecto, poder ver el potencial de un emprendimiento cuando día a día se está tratando de sobre vivir es complejo, problema que se acentuó con la pandemia que empezó en marzo 2020. A esto se le suma la repetida falta de un plan económico creíble del poder ejecutivo nacional y una alta presión impositiva. Otro tema es la inseguridad jurídica, cambiar las leyes no es un tema menor, en nuestro país la falta de seguridad jurídica es un factor determinante a la hora de invertir puesto que un proyecto se inicia con una normativa vigente, se proyectan la viabilidad y los retornos en base al marco legal y en medio del proceso las normas cambian y se puede terminar perdiendo todo. Una elección de medio término no debería condicionar un emprendimiento pero los cambios políticos y las medidas que toman son tan opuestas que terminan siendo una variable muy influyente a la hora de evaluar una idea.

Debido a todo lo mencionado podemos concluir que es de suma importancia tratar de conectar a los emprendedores con posibles inversores que se encuentren interesados en sus modelos de negocios más allá del asesoramiento que pueden recibir, porque de dicha alianza contribuirá al desarrollo de la economía del sur tucumano generando fuentes de trabajo, lo cual es de suma importancia.

Recomendaciones y Sugerencias

Como corolario de nuestra investigación podemos sugerir y recomendar, lo siguiente:

- ❖ Dar lugar a mayor difusión de los organismos que asesoran a emprendedores, para que ellos puedan saber de su existencia y acudir a ellos si lo necesitan.
- ❖ Crear un sitio en el donde se puedan encontrar los emprendedores con posibles inversores, con la exposición y el modelo de negocio que poseen, como así también los intereses propios de cada inversor.
- ❖ Crear una App donde los emprendedores y los inversores puedan registrarse y al encontrar compatibilidades entre ambas partes el mismo sitio los vincule, si bien existen plataformas de inversión llamadas Crowdfunding su función es más compleja y sofisticada por lo que sugerimos una alternativa más simple y automatizada.
- ❖ Realizar más charlas informativas promocionando el acercamiento de los emprendedores e inversores.
- ❖ Incrementar el vínculo del ecosistema emprendedor en el sur tucumano tomado como punto de referencia la Ciudad de Concepción a través del Centro Universitario de Concepción de la UNSTA (UNSTA Emprende -CUC) y la Extensión áulica Concepción de la UTN-FRT. Fortaleciendo los lazos de cooperación ya existentes en San Miguel de Tucumán.

Índice Bibliográfico

➤ **Libros, Web, Revistas, Diarios utilizados:**

- “Consejos de un Inversor” Alejandro Núñez, Bubok Publishing S.L., 2010. 1ª Edición, España.
- “El Éxito en la Financiación: Más allá del Capital” Alejandro Santana. Bubok Publishing S.L., 2010, 1ª Edición. España.
- “El libro negro del emprendedor”. Fernando Trias De Bes.
- “La guía del emprendedor” Hernan Herrera, Daniel Brown, España 2006.
- educ.ar «Texto completo de la Ley de Educación Técnico Profesional, sancionada y promulgada en septiembre de 2005.».
- La importancia del emprendimiento en la economía. Clarisa Solange ZAMORA-BOZA
- Matemáticas Financieras Para Toma De Decisiones Empresariales. Aching Guzman
- Metodología de la Investigación; Hernández Sampieri. 2000. McGraw-Hill.
- www.cad.com.mx/historia_de_amazon_com
- www.definicionabc.com/economia/emprendedor
- www.entrepreneur.com/article/
- www.finanzas.com/hemeroteca/por-que-necesito-valorar-mi-empresa
- www.guijuelonoticias.com/2018/06/21/la-importancia-de-los-asesores-para-pymes-y-emprendedores
- www.marketing4ecommerce.net/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social
- www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/los-origenes-de-apple
- www.mytriplea.com/blog/tipos-inversores-guia-infografia
- www.negociosyemprendimiento.org/2020/08/historia-mercado-libre.html
- www.pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes

Índice General

	Pág.
- Prólogo.....	1
- Introducción.....	2

Capítulo I

Metodología de la Investigación

- Concebir la idea a investigar.....	3
- Plantear el problema de investigación.....	3
- Establecer los objetivos de investigación.....	4
- Preguntas de la investigación.....	4
- Elaboración del marco teórico.....	4
- Definir la investigación.....	5
- Establecimiento de hipótesis.....	5
- Recolectar los datos.....	5
- Analizar los datos.....	6
- Elaborar el reporte de los resultados.....	6

Capítulo II

Reseña Histórica del Emprendedurismo

- Origen del Emprendedurismo.....	7
- Reseña histórica del emprendedurismo en Argentina.....	9
- La Educación en Argentina y el emprendedorismo.....	10
- Factores que nos hacen emprendedores.....	11
- Empezar como elemento de crecimiento.....	13
- La importancia del asesoramiento a emprendedores.....	14
- Factores que posibilitan y restringen a los emprendedores.....	15
- Empresas exitosas que arrancaron con una idea innovadora.....	16
- Apple.....	16
- Microsoft Corp.....	18
- Facebook Inc.....	20

- Amazon.....	21
- Mercado libre como líder de la innovación en el e-commerce en Argentina.....	23

Capítulo III

La Relación entre el Inversor y el Emprendedor

- ¿Qué es ser un inversor?.....	25
- Tipos de inversores.....	26
- La diferencia entre el crédito y el préstamo de un inversor.....	28
- Factores que tienen que tener en cuenta los inversores.....	29
- La valuación del emprendimiento.....	30
- Indicadores financieros a la hora de invertir.....	31
- Tasa interna de retorno (TIR).....	31
- Valor Actual Neto (VAN).....	32
- Periodo de recuperación (PR).....	33
- Análisis de sensibilidad.....	33
- ¿Qué es ser un emprendedor?.....	39
- Tipos de emprendedores.....	41
- Fuentes de financiación.....	44
- La innovación en los emprendimientos.....	46
- La importancia de los emprendimientos sustentables.....	46
- Las pymes y la necesidad de un asesoramiento íntegro.....	47

Capítulo IV

Organismos que Asesoran a Emprendedores

- Introducción.....	49
- UNSTA Emprende.....	49
- Visión y misión de la organización.....	50
- Incubadora “Tecnoincuba” UTN-FRT.....	50
- Visión y misión de la organización.....	51
- Entrevista.....	51
- Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP).....	53

- Visión y misión de la organización.....	54
- Entrevista.....	54
- Entrevista a la incubadora de la UNT.....	64

Capítulo V

Relevamiento a Inversores

- Introducción.....	71
- Planeación preliminar.....	71
- Objetivos del relevamiento.....	72
- Tamaño de la muestra relevada.....	72
- Enfoque del relevamiento.....	72
- Cuestionario a utilizar.....	73
- Análisis del relevamiento.....	75
- Conclusiones del relevamiento a inversores.....	88

Capítulo VI

Relevamiento a Emprendedores

- Introducción.....	89
- Planeación preliminar.....	89
- Objetivos del relevamiento.....	90
- Tamaño de la muestra relevada.....	90
- Enfoque del relevamiento.....	90
- Cuestionario a utilizar.....	91
- Análisis del relevamiento.....	93
- Conclusiones del relevamiento a emprendedores.....	109
- Conclusión General.....	110
- Recomendaciones y Sugerencias.....	112
- Índice Bibliográfico.....	113
- Índice General.....	114