



MOMENTO DE EMPRENDER

Hasta hace no tanto tiempo, al hablar de emprendedurismo en Uruguay, siempre surgían ciertos clichés asociados con la voluntad de tomar riesgos y comprometerse con un proyecto, esa imagen del emprendedor solo contra el mundo, enfrentando la adversidad de las circunstancias. La realidad hoy es muy diferente. Si bien tener un negocio propio es una apuesta enorme, las instancias de apoyo y orientación ofrecidas por diferentes instituciones son muchas y están muy bien articuladas, mostrando la madurez propia de un sector en pleno desarrollo con casos comprobados de éxito. Por Andrés Lasarte

En esta nota, hablamos con 4 referentes esenciales de este trabajo de articulación: Santiago Aramendía (Consultor en desarrollo emprendedor), Enrique Topolansky (CIE-ORT), Sara Goldberg (ANII) y Joaquín Morixe (Endeavor Uruguay).

PRUEBA DE FUEGO PARA UNA IDEA

Según Santiago Aramendía, el primer paso siempre debe ser el de verificar que la idea del emprendimiento corresponda a una oportunidad de mercado, que exista una necesidad. Para ello es fundamental validar las hipótesis detrás de un determinado modelo de negocios. Esta validación consiste en buscar respuestas a 5 preguntas básicas sobre clientes potenciales: ¿quiénes son?, ¿cuál es el problema que tienen?, ¿encuentran la solución que les brinda este emprendimiento más efectiva que otras para resolverlo?, ¿estarían dispuestos a pagar por ella?, ¿cuánto?.

“Dependiendo de las respuestas obtenidas, pivotaremos, es decir, modificaremos alguno de los supuestos o perseveraremos –encontraremos una oportunidad–, pero todavía no nos encontramos ante un negocio real. El negocio real y rentable se verifica con la ejecución de la idea. Antes, solo podremos tener proyecciones y presunciones, pero únicamente la buena ejecución del equipo emprendedor, será la encargada de verificarlo en los hechos”.

¿CÓMO SABER SI UN EMPRENDIMIENTO ES VIABLE?

“Los primeros años de vida del emprendimiento, son fundamentales para la supervivencia futura del negocio” afirma Santiago, y agrega que “a nivel de negocios, una de las metas es alcanzar el punto de equilibrio lo antes posible”. “Superado el punto de equilibrio –la cantidad de ventas necesarias para cubrir todos los costos–, sabemos que nos encontramos en la zona de ganancias. Pero ello es solo un

comienzo. Otros hablan de llegar a la mayoría del mercado, ya que si solo compraran los innovadores y adoptadores tempranos, podría no ser suficiente para hablar de un negocio con demasiado futuro. Por lo tanto, creo que existe un factor en tiempo presente –que los números cierren–, y un factor que habla de las perspectivas futuras del negocio, o sea, el tamaño de mercado que pueda alcanzar”.



SABER VENDER EL PROYECTO

En cuanto a la relación existente entre las habilidades relacionadas con la venta del proyecto (mediante instancias de Pitching u otras) en las perspectivas de crecimiento de un emprendimiento, Santiago cree que de cara a instancias de búsqueda de capital inversor, “tener un pitch sólido y bien ensayado, resulta fundamental”. Asimismo, cree que esto debe complementarse con la presencia de un equipo sólido, ya que “el equipo es el primer factor de importancia en el que se fija un potencial inversor”.

APRENDER A EMPRENDER

Con respecto a la formación universitaria para emprendedores, Enrique Topolansky opta por una visión educativa que logre un balance apropiado entre teoría y práctica. “En mi opinión es un error hablar únicamente de cursos para promover la cultura emprendedora. Si se encara de esta manera la formación emprendedora, sin duda estaremos perdiendo por goleada, porque estaríamos en una materia hablándole al alumno de emprendimientos y en las restantes 40, pasándole otro mensaje más tradicional”.

ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

Enrique destaca los inicios del camino que llevó a generar el actual ecosistema emprendedor, tan presente en diferentes ámbitos de la sociedad. “En Uruguay este proceso de generar una cultura emprendedora se inició en el año 1998 cuando desde ORT y en conjunto con el LATU se comenzó a soñar con crear en Uruguay la primera incubadora de base tecnológica del país. En el año 2000 nació Ingenio. Hoy, 13 años después, podemos ver los resultados de un proceso que con pasos pequeños pero sólidos se fue consolidando. Hoy, efectivamente el tema emprendimientos está instalado; lo vemos en los medios, en los eventos que se organizan, en los planes de estudio. Pienso que contamos con un ecosistema joven, que ya muestra casos de éxito. La consolidación de las pre incubadoras como el CIE en ORT, y la posibilidad de acceder a fondos en ANII, o del programa PAFE (Programa de Apoyo a Futuros Empresarios), sumando a un conjunto de inversores ángeles, están haciendo posible este sueño.”



“El emprendedor está siempre vendiendo, por lo tanto debe buscar desarrollar sus habilidades y convertirse en un gran vendedor. En caso contrario, debería asociarse con alguien que las posea de manera natural”.

Santiago Aramendía



“En ciertos círculos, principalmente vinculados a ámbitos universitarios, ya se está notando un cambio, en el cual los jóvenes ven la posibilidad de emprender”.

Enrique Topolansky

EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES

La ANII (Agencia Nacional de Investigación e Innovación) cumple un rol fundamental en el ecosistema emprendedor, apoyando a emprendedores innovadores con capital semilla para la puesta en marcha y despegue de su proyecto. Sara Goldberg comenta que luego de 2012, la institución amplió su cartera de instrumentos, tratando de cubrir distintas etapas del ciclo de vida del emprendedor. “Ahora estamos empezando a financiar lo que se conoce como validación de ideas de negocio, incubación y financiamiento de costos operativos de capitales de riesgo, y seguimos con capital semilla”. Agregó que la Agencia está implementando concursos de ideas y planes de negocio, junto al conjunto de instituciones que fomentan y apoyan el emprendedurismo, constituidas dentro de la RAFE (Red de Apoyo a Futuros Empresarios). “Nuestro foco está en emprendimientos realmente innovadores, que tengan un valor agregado y un diferencial con respecto a otros proyectos de su mismo sector”.

MONTOS OTORGADOS

Dentro de los diferentes instrumentos de la ANII, el apoyo económico en diferentes etapas de la vida del emprendimiento marca un diferencial y posibilita acciones que determinarán la supervivencia del proyecto. Sara comenta que para la validación de ideas de negocio, se otorgan hasta 5.000 dólares para que en un plazo de 6 meses, se vea una validación real del emprendimiento. “Validar una idea es demostrar que detrás de ella, hay un negocio” afirma Sara. “Si el proyecto es una nueva plataforma, aplicación o servicio, es necesario tener un prototipo para mostrarle a potenciales clientes y usuarios y ver qué feedback tiene”.

En el caso del capital semilla, se otorgan hasta 25.000 dólares para obtener resultados en un período de 12 meses y el monto constituye el 80% del costo del proyecto. El resto (aproximadamente unos 6.000 dólares) debe ser aportado por los emprendedores.

RASGOS DEL EMPRENDEDOR INNOVADOR

A través de su experiencia al frente del Área de Operaciones de la ANII, Sara ha recibido a emprendedores con proyectos que se encuentran en distintas fases. “Algunos es-