

julio 2025
Número 3 / Año 3



Plataforma para el Desarrollo Productivo Territorial

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales



Universidad
Nacional
Villa María

EMPRENDEDURISMO Y DESARROLLO

Tendencias, desafíos y estrategias

de innovación



TERRITORIOS PRODUCTIVOS

Debates y reflexiones en torno a la producción y el trabajo

“Emprendedurismo y desarrollo: tendencias, desafíos y estrategias de innovación”

Nº 3, Año 3
Julio de 2025



**Universidad
Nacional
Villa María**

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

Rector

Abog. Luis Negretti

Vice Rectora

Mgter. Elizabeth Theiler

Decano Instituto A P de Ciencias Sociales

Mgter. Gabriel Suarez

Secretaria Académica, Instituto A P de Ciencias Sociales

Esp. Florencia Montes

Secretaria de Investigación y Extensión, Instituto A P de Ciencias Sociales

Dra. Carla Avendaño

Plataforma para el Desarrollo Productivo Territorial (PRODET)

Coordinador de Vinculación Lic. Guido Gasparrini

Coordinadora Académica Lic. Cledis Peccoud

Directora

Mgter. Romina Cabrera

Codirector

Lic. Guido Gasparrini

Editores

Esp. Federico Favot

Lic. Marianela Truccone

Lic. Joaquín Ambroggio

Lic. Lucía Budassi

Lic. Gisela Clausen

Lic Josefina Peiretti

Consejo Académico

Dra. Barbara Altschuler (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina)

Dra. Evelyn Collino (Universidad Nacional de Río Negro, Argentina)

Dr. José Ignacio Diez (Universidad Nacional del Sur, Argentina)

Lic Alberto Gandulfo (Ex Presidente CoNaMi)

Dr. Andrés Matta (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)

Lic. Beatriz Moine (Universidad Nacional de Villa María, Argentina)

Lic. Mariela Morichetti, (Universidad Nacional de Villa María, Argentina)

Dr. Juan Munt (Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina)

Dra Carolina Pasciaroni (Universidad Nacional del Sur, Argentina)

Mgter. Diego Peretti (Universidad Nacional de Rafaela, Argentina)

Dr. Hugo Serra (Universidad Nacional de Villa María, Argentina)

Mgter. Gabriel Suárez Fossaceca (Universidad Nacional de Villa María, Argentina)

Esp. Federico Zuliani (Universidad Nacional de Villa María, Argentina)

Maquetación: Pablo Alejandro von Düring

Territorios Productivos es una publicación digital, periódica y anual que tiene por objetivo la construcción y divulgación de conocimiento en torno a la producción y el trabajo con anclaje en las Economías Regionales. Se constituye como una herramienta de fortalecimiento académico y económico-productivo, a partir de la articulación entre la universidad, el sector productivo y el sector gubernamental.

Territorios Productivos es editada por el Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María. eISSN: 2953-5123.
Campus Universitario - Av. Arturo Jauretche 1555, Villa María, Córdoba, Argentina - CP: 5900.

Teléfono: +54 353 453 9103 - Fax: +54 353 453 9103

Correo electrónico: territoriosproductivos@unvm.edu.ar

Sitio web: <https://territoriosproductivos.unvm.edu.ar>



Territorios Productivos se publica bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Esta revista provee acceso libre inmediato a su contenido bajo el principio de que hacer disponible gratuitamente investigación al público, contribuye a un mayor intercambio de conocimiento global.

Al enviar un artículo, los autores aceptan la difusión vía internet en aquellos indizadores y bibliotecas virtuales de las cuales la revista forma parte. Los autores pueden compartir su trabajo on line, colocando la referencia correspondiente a *Revista Sociales Investiga* como primer lugar de publicación.

Sumario

Debates y reflexiones en torno a la Producción y el Trabajo

Emprendimiento y desarrollo: tendencias, desafíos y estrategias de innovación

Por *Cesar, Rubén* 06

La innovación en el desarrollo de emprendimientos liderados por mujeres

Por *Oviedo, Raul Ricardo* 25

Territorios productivos digitalizados ¿Emergencia de un nuevo cuentapropismo/emprendedor?

Por *Quattrini, Diego* 39

Territorios Productivos en Acción

La Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Villa María y su impacto en los emprendimientos

Por *Beltrami, Agustín José* 54

IncubaCor y los desafíos de las políticas de preincubación en la consolidación y creación de nuevas empresas

Por *Peralta, Santiago* 68

Debates y reflexiones en torno a la Producción y el Trabajo

En esta sección se presentan artículos sobre temas teóricos o análisis empíricos desde las ciencias sociales que contribuyan al abordaje de las realidades productivas territoriales.



Universidad
Nacional
Villa María

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

Emprendimiento y desarrollo: tendencias, desafíos y estrategias de innovación

Cesar, Rubén

rcesar@campus.ungs.edu.ar

Universidad Nacional de General Sarmiento

Emprendimiento y desarrollo: tendencias, desafíos y estrategias de innovación

Resumen

La vinculación entre emprendimiento y desarrollo (económico, productivo, social, local) es y ha sido objeto de estudio y, eventualmente, de controversia. En un campo del conocimiento en plena expansión, como lo es el campo del emprendimiento, cada acuerdo a nivel conceptual dispara decenas de discusiones que alimentan la controversia y, en muchos casos, generan confusión.

El artículo comienza por recorrer algunos de los más importantes acuerdos en la vinculación emprendimiento y desarrollo, sin ánimo de agotar la discusión, ni de establecer una síntesis súper exhaustiva de todos los aportes realizados, pero presentando los aportes más contundentes en función de mostrar esta relación.

Luego se profundiza sobre la importancia del contexto para la promoción de emprendimientos y algunas de las discusiones en ese marco, enfatizando la posibilidad de crear ecosistemas de emprendimientos que faciliten el desarrollo del perfil de emprendimientos que impacten en el desarrollo local, productivo, económico y social. Luego se caracteriza brevemente la situación en Argentina para que pueda observarse qué perfil de emprendimientos resultan pertinentes e importante promover.

Finalmente, se ofrecen las propuestas de algunos autores que presentan las tendencias más relevantes en la promoción de emprendimientos y cómo pensar la construcción de ecosistemas locales.

El desarrollo emprendedor y el desarrollo económico. Un abordaje conceptual.

Tan intensos como interesantes son los debates que se producen en torno a la relación entre la promoción del desarrollo emprendedor y el desarrollo económico. El emprendimiento, como campo del conocimiento¹, en su búsqueda de explicar las variables que influyen en (y, en cierta forma, determinan) la dinámica de creación (y muerte) de empresas lleva recorrido un largo pero joven camino sobre el que se han cimentado algunos elementos que hoy resisten poco al debate y otros tantos que todavía encienden las discusiones, tanto en el espacio académico, como en el diseño de políticas públicas.

Dentro de los puntos que presentan poco espacio para el debate, será difícil encontrar argumentos que interpelen el rol de las empresas en la promoción del desarrollo económico. Con muy poco espacio para las dudas, cuando de desarrollo económico se habla, más empresas es mejor que menos. Uno de los aportes más contundentes en esta línea se realizó desde la Escuela Austríaca de pensamiento económico a partir de los aportes de uno de sus principales exponentes: Joseph Schumpeter.

En su *Teoría del Desarrollo Económico*, como su nombre lo indica. Schumpeter busca estudiar el fenómeno del desarrollo, definido como "... *los cambios de la vida económica que no hayan sido impuestos a ella desde el exterior, sino que tengan un origen interno...*" (Schumpeter, 1912). Estos cambios, para ser considerados desarrollo, deben ser discontinuos y espontáneos al tiempo que deben ser capaces de alterar los causes de la "corriente circular", es decir, que alteren el centro del equilibrio. Tampoco se consideran parte del desarrollo a los pequeños cambios continuos que se dan como parte del proceso de adaptación de la economía a los cambios en los datos naturales, fenómeno al que Schumpeter denomina crecimiento.

El desarrollo entonces se define por el cambio, por la puesta en práctica de "nuevas combinaciones", las cuales se dan principalmente en la esfera de la producción y la tecnología, aunque no se desconoce la importancia de los cambios en la esfera del consumo. Según Schumpeter, el concepto de nueva combinación cubre cinco casos, a saber (Schumpeter, 1912):

- La introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad de un bien
- La introducción de un nuevo método de producción, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y puede consistir simplemente en una forma nueva de manejar comercialmente una mercancía
- La apertura de un nuevo mercado
- La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semi-manufacturados
- La creación de una nueva organización de cualquier industria o bien la anulación de una posición de monopolio existente con anterioridad

Para que la realización de una nueva combinación tenga lugar son necesarios dos elementos fundamentales: la empresa, definida como la realización de nuevas combinaciones y el empresario, definido como aquel encargado de dirigir esa realización.

¹ Es decir, el Emprendimiento como disciplina de las Ciencias Sociales, como campo de estudio y desarrollo académico en busca de encontrar la variables que influyen y determinan la dinámica de creación de empresas, tanto a nivel subjetivo, como a nivel de estructura y macro estructura, y que incluye estudios de campos diversos como la Economía, la Psicología, la Sociología, entre otros.

Queda así definido el concepto de empresario por la función que desempeña, la dirección del proceso de realización de nuevas combinaciones².

En este contexto, los empresarios se convierten en agentes clave del proceso de desarrollo, por ser los encargados de introducir nuevas combinaciones que alejan al sistema de su posición de equilibrio. Sin embargo es importante resaltar que para Schumpeter, como para otros austriacos, el equilibrio tal como lo conceptualiza el enfoque neoclásico no existe. En su lugar, este autor adopta una visión más realista donde el equilibrio es caracterizado por la presencia de largos períodos de relativa estabilidad. En estos períodos, todas las rutinas, costos y precios son conocidos y por consiguiente los emprendedores pueden calcular racionalmente cuál será el retorno esperado de su intervención. Los emprendedores actuarán sólo si están seguros que la introducción de una nueva combinación les reportará beneficios. En este sentido otra particularidad de la conducta emprendedora es la del cálculo racional sujeto a la incertidumbre que el alejamiento de las rutinas implica.

Al introducir exitosamente una nueva combinación, la demanda cambia y se dirige hacia ella, dejando de lado los antiguos productos y/o procesos, dando lugar al fenómeno de *destrucción creativa* donde lo nuevo reemplaza a lo viejo. Sólo cuando la nueva combinación se acomoda en el sistema y se desarrollan nuevas formas institucionales y rutinas, se vuelve a un nuevo estado de equilibrio. Una vez que se alcanza este estado, una nueva ola de innovaciones se llevará a cabo y así se desatará un nuevo proceso de destrucción creativa que llevará a una nueva posición de equilibrio.

Esta es la forma en la que Schumpeter sostiene se dinamiza el sistema capitalista, como una serie de cambios que suceden a otros cambios. Cada cambio crea las condiciones del próximo cambio. De esta manera, el proceso de destrucción creativa es una tendencia cíclica o de largo plazo sobre la que se sustenta el desarrollo económico.

Israel Kirzner, otro destacado miembro de la Escuela Austríaca que realiza aportes relevantes a este debate, se concentra en el proceso de equilibrio de mercado y el rol que asumen en este proceso los individuos participantes del mismo. Kirzner (1973) parte de la idea de que el sistema económico está caracterizado por la dispersión del conocimiento y la ignorancia. Como consecuencia de ello, los participantes del mercado no son conscientes de la presencia de oportunidades de negocios que por lo tanto se pierden al no ser aprovechadas. Es aquí donde aparece la figura del emprendedor como aquel individuo que identifica estos potenciales espacios de oportunidades y los aprovecha en su propio beneficio. Pero para ello, estos individuos deberán estar dotados de una habilidad distintiva denominada *alertness*.

Esta habilidad no supone un conocimiento superior o la propiedad de la información, sino que por el contrario, hace referencia a la habilidad de un individuo de poder identificar las situaciones donde se produzcan desequilibrios que originen oportunidades y sea capaz de reunir los recursos necesarios para poder aprovechar esas oportunidades. Como destaca el mismo Kirzner, "*... hablo del elemento esencialmente empresarial de la acción humana en términos de alerta a la información, más que de su posesión. ...*" (Kirzner, 1973). En otras palabras, *alertness* no significa tener la información sobre las características del mercado, sino saber dónde buscar esa información

² Así este concepto no sólo incluye a los hombres de negocios independientes sino a todo aquel que desempeñe dicha función, aún trabajando bajo relación de dependencia. Del mismo modo, la definición de empresario de Schumpeter no hace referencia a una profesión ni tampoco a una clase social determinada, tal como los terratenientes, los capitalistas o los obreros. Finalmente, los empresarios se distinguen de los capitalistas, siendo éstos últimos los que tienen la propiedad sobre el dinero o los medios de producción.

De acuerdo con Kirzner (1973), la función del emprendedor es estabilizadora, logrando que los recursos se asignen de la manera más eficiente, llevando al mercado a una posición de equilibrio (o al menos cercana al equilibrio). El punto de partida para Kirzner es la existencia de situaciones de desequilibrio donde, como consecuencia de la dispersión del conocimiento y la ignorancia de los individuos, aparece un importante conjunto de oportunidades de negocios. Estas oportunidades se caracterizan, en términos prácticos, por la presencia de algunos individuos que estarán pagando un precio más alto del que pagarían si tuvieran mayor información, mientras que otros estarán pagando un precio demasiado bajo. Aparece así una oportunidad de negocio a partir del aprovechamiento de este diferencial de precios. La identificación y aprovechamiento de este diferencial de precios es la tarea del emprendedor, recibiendo como compensación o retribución la diferencia de precios.

Al aprovechar una oportunidad, los emprendedores revelan ese diferencial a los otros participantes del mercado, quienes modificarán sus planes ajustando los precios y también las cantidades ofrecidas y demandadas. Es así como en su accionar el mismo emprendedor va destruyendo la base de su beneficio, al invocar a nuevos competidores y llevando al mercado a situaciones de equilibrio donde, al mismo tiempo, promueve el desarrollo económico, ya que este equilibrio representa una posición de creación de valor superior a la de partida. Es a través del accionar de los emprendedores que el conocimiento privado se convierte en público. Son los propios emprendedores quienes en búsqueda de su propio beneficio e interés, sirven al bien común (Glancey y McQuaid, 2000).

El argumento de Kirzner no elude la posibilidad de que los emprendedores puedan cometer errores en sus percepciones y por lo tanto en sus juicios acerca de las oportunidades que se les presentan. Por el contrario, dado los supuestos acerca de la incertidumbre y la ignorancia que caracterizan este plante, es perfectamente posible que un emprendedor pueda cometer errores en su percepción. Sin embargo, estos errores no se mantienen en el tiempo, sino que los individuos aprenden de sus acciones pasadas, elemento ya presente en el planteo de Mises. De esta manera, se podría extender el planteo más simple de Kirzner sobre el alertness a un eje intertemporal donde otras habilidades son igualmente importantes como la imaginación y la capacidad de pronóstico (Glancey y McQuaid, 2000). De esta manera, el planteo de Kirzner (1973) acerca del proceso de equilibrio de mercado incorpora el proceso secuencial de toma de decisiones, donde los individuos van aprendiendo de sus acciones pasadas y sólo las decisiones correctas – aquellas que demostraron ser exitosas en el mercado – serán replicadas por los demás individuos.

Tal como surge del planteo anterior, Kirzner concibe la figura del emprendedor como aquel individuo cuya actividad no implica la propiedad de medio alguno de producción y cuyo beneficio surge exclusivamente de la intermediación entre productores y consumidores. Es otras palabras, el emprendedor de Kirzner es un intermediario.

En síntesis, las ideas de Kirzner avanzan sobre los aportes de la escuela austriaca, identificando un rol clave para los emprendedores en el proceso de equilibrio del mercado. En un contexto de desequilibrio provocado por las fallas de información y la dispersión del conocimiento, los emprendedores, a partir de una habilidad distintiva, son capaces de identificar y explotar oportunidades de negocios que permanecen ocultas para los otros participantes del mercado, hasta que ellos las descubren. De esta manera, el accionar de los emprendedores elimina esos desequilibrios, llevando al mercado a situaciones cercanas al equilibrio.

La influencia de estos autores en vincular el desarrollo empresarial y el desarrollo económico ha sido notable en varios abordajes más específicos del mundo del emprendimiento. Un conjunto de ideas centrales en desarrollos posteriores muestran esta fuerte influencia, entre ellas:

- La creación de empresas es uno de los motores del desarrollo económico.
- Las empresas se crean porque hay personas que crean y/o descubren oportunidades
- Las empresas que favorecen este desarrollo son aquellas que introducen algún componente novedoso. Puede ser una innovación en producto o servicio, en producción o comercialización, pero son las empresas que generan novedad las que promueven este desarrollo.

Otro punto sobre el que hay amplio consenso, es que las empresas surgen como resultado de un contexto que favorece ese surgimiento, es decir, las empresas son el resultado de un ecosistema que fue influyendo en su creación, crecimiento y consolidación.

Uno de los primeros aportes en esta línea es el de A. Gibb y J. Ritchie (1982) quienes postularon que el emprendimiento, más que un fenómeno con sus raíces en los aspectos personales tiene su raíz en el contexto social en el que se desenvuelve el emprendedor. Según estos autores, es en el contexto social donde se determinan las ideas de negocio. En tal sentido, la empresarialidad es mejor comprendida en términos de los tipos de situación y los grupos sociales a los que pertenecen los emprendedores.

Los empresarios se van haciendo a partir de su interacción con otros y como resultado de una amplia gama de influencias tales como la clase social, el origen familiar, la educación, el perfil ocupacional, el estilo de vida, la experiencia laboral y el reconocimiento social. La creación de un negocio es conceptualizada como una serie de pasos sin una secuencia lógica, pero que, a partir del conocimiento del individuo y su contexto social, puede ser predicho en gran medida. En términos generales el proceso descrito por Gibb y Ritchie parte de la adquisición de motivación, luego pasa a la búsqueda de una idea, la cual luego de ser validada, genera un movimiento de recursos que llevan a que se constituya una nueva firma.

En relación con esta mirada del proceso de gestación empresarial, se pueden incluir aquellos autores provenientes de la teoría de redes quienes conceptualizan al mismo, como un proceso de naturaleza colectiva (Johannisson, 1991). Según estos autores el rol de las redes, tanto formales como informales, es fundamental en todas las etapas del proceso de gestación. En especial, Birley (1985) ha encontrado que las redes informales juegan un rol decisivo en el intercambio de información, en la detección de nuevas oportunidades y en la obtención de recursos. De esta manera, las redes operan como un puente entre la estructura de oportunidades y el emprendedor, y entre éste y los recursos (Kantis, y otros, 2000).

Otro modelo que se enmarca en la misma línea argumental que los anteriores, y que es frecuentemente referenciado, es el de A. Shapero (1984). Para este autor la unidad de interés es el evento emprendedor, mientras que los individuos o grupos que lo generan pasan a ser las variables independientes. Operacionalmente, cada evento emprendedor está caracterizado por cinco actividades (Shapero, 1984):

- 1) La toma de iniciativa,

- 2) La reunión de recursos en una forma organizacional determinada para lograr ciertos objetivos,
- 3) El manejo de la organización por sus fundadores
- 4) Una relativa autonomía, y
- 5) La toma de riesgo.

Más en profundidad, cada evento emprendedor es el resultado de dos decisiones individuales: la decisión de cambiar el actual estado de vida y la decisión de iniciar una nueva compañía. La primera de ellas deriva de lo que puede llamarse un efecto de desplazamiento personal. El desplazamiento es un evento que ocurre en la vida de una persona y que dispara la decisión de cambiar el tipo de vida que llevaba hasta entonces. Aunque abundan ejemplos de efectos de desplazamiento negativos (push), tales como la pérdida del trabajo o la frustración en el actual, existen también efectos de desplazamiento positivos (pull) como aquellas empresas iniciadas por individuos que acaban de recibirse en la Universidad o que identifican una oportunidad de negocios en el mercado.

Ahora bien, una vez decido el individuo a cambiar su estilo de vida, qué factores lo llevan a elegir la creación de una nueva empresa entre las diferentes opciones que se le pueden presentar. La elección de un determinado estilo de vida es el producto de dos percepciones: la viabilidad y deseabilidad de un tipo de vida dado. La percepción de deseabilidad depende de la influencia de la cultura, la estructura socio - económica, la familia, los pares, la educación y otras personas influyentes. Por su parte, la percepción de viabilidad es el resultado de una amalgama de conocimientos, recursos y la observación de otros. Por tal motivo, es muy probable que los individuos tiendan a establecer sus negocios en aquellas actividades donde hayan trabajado. Asimismo, las personas que trabajaron en pequeñas y medianas empresas (PyMEs) son más proclives a iniciar empresas debido a la familiaridad que adquieren con el manejo de una empresa, a partir de la mayor cercanía con sus dueños y la inexistencia de una férrea división del trabajo.

La influencia de estos autores (entre otros, pero principalmente estos) es notable en desarrollos más específicos para el campo del emprendimiento y que argumentan la fuerte vinculación entre creación de empresas y desarrollo económico. El modelo conceptual del Global Entrepreneurship Monitor, por ejemplo, parte de considerar al sistema productivo en dos planos interrelacionados. Por un lado está la estructura de empresas existentes, tanto grandes como PyMEs, y por otro, el mundo de las nuevas empresas. La influencia de las empresas existentes sobre el nivel de crecimiento de la economía dependerá de la apertura de nuevas plantas, la modernización y actualización tecnológica y las mejoras de productividad que puedan alcanzar. Todas estas decisiones empresariales dependerán, a su vez, del marco social y político del país y en particular de las condiciones generales de la economía (apertura, mercados financieros, mercados de trabajo, rol del gobierno y entorno institucional, entre otros).

El mundo de las nuevas empresas está también determinado por el contexto cultural, social y político, y en particular, por las condiciones del ambiente emprendedor (financiamiento, políticas, programas de capacitación, infraestructura y acceso a mercados, entre otros). Estas condiciones delinearían la capacidad potencial de un país. La realización de ese potencial dependerá por un lado de la existencia e identificación de oportunidades y, por otro, de la capacidad de los potenciales emprendedores para explotar esas oportunidades que dependerán de sus capacidades (habilidades y motivaciones).

Otro aporte particularmente relevante en este contexto es el que corresponde a un grupo de investigadores del Tinbergen Institute y la Universidad de Rotterdam (Verheul y otros, 2001). El planteo central de este enfoque puede resumirse de la siguiente manera: los distintos determinantes del surgimiento de nuevas empresas pueden dividirse en factores que tienen que ver con la oferta y la demanda por emprendedores, tanto a nivel individual (o microeconómico) como a nivel agregado (o macroeconómico).

El lado de la oferta de emprendedores estará determinada principalmente por las características de la población (demografía, nivel educativo, nivel de ingreso, ocupación, etc.). Por su parte, la demanda está representada por la existencia de oportunidades para emprender, sea desde la perspectiva de la empresa o del consumidor. Desde la primera perspectiva, la variable más importante es la estructura industrial (su composición sectorial, las estrategias de tercerización, la presencia de redes y entramados de empresas, etc.) mientras que desde la mirada de los consumidores lo relevante pasa a ser el grado de segmentación de la demanda, su preferencia por la diferenciación y diversidad, entre otros aspectos. Sin embargo, la mera existencia de oportunidades no asegura una elevada tasa de empresariedad; es necesario contar con emprendedores motivados y capaces de aprovechar estas oportunidades y decididos a emprender. En esta decisión final juegan un rol muy importante los aspectos personales, especialmente la preferencia por el riesgo y la valoración de la opción emprendedora frente a otras posibles como trabajar en relación de dependencia.

La decisión de emprender se materializa en la creación de una nueva empresa que se traducirá a nivel agregado en la dinámica de nacimientos y muertes de empresas, lo que termina conformando la tasa de empresariedad. La tasa de empresariedad puede ser diferente a la tasa óptima de empresariedad, definida como una tasa de equilibrio de medio y largo plazo que dependerá de factores tales como el desarrollo tecnológico, cambios en la estructura de mercado y en factores del lado de la demanda. Son muchos los factores causantes de esta brecha entre ambas tasas de empresariedad. Entre ellos, se destacan variables culturales e institucionales, tales como las regulaciones y trámites para iniciar una empresa, los sistemas de incentivos y el funcionamiento de los mercados de capitales. Precisamente la existencia de esta brecha entre la tasa de empresariedad y la tasa óptima de empresariedad, abre un espacio para la potencial intervención del Estado para corregir la situación³.

Lo dicho hasta aquí permite consolidar dos importantes acuerdos: la promoción del emprendimiento favorece el desarrollo económico y productivo, por un lado, y la dinámica de desarrollo de emprendimientos es resultado de la influencia de factores individuales y contextuales. Con estos acuerdos consolidados, se imponen dos ejes de debate: por un lado, qué perfil de emprendimientos son los que mejor impactan en la promoción del desarrollo productivo y, por el otro lado, qué condiciones contextuales son las que favorecen el desarrollo de esos emprendimientos en particular.

La construcción de contextos favorables para el desarrollo de emprendimientos

Los dos ejes de debates previamente presentados (perfil de emprendimientos y contextos para favorecer esos emprendimientos), como se dijo, están fuertemente

³ Es importante destacar que estos autores reconocen también la posibilidad de que la brecha pueda ser cerrada a partir del funcionamiento de las fuerzas de mercado.

interrelacionados. La construcción de contextos que favorezcan el desarrollo de emprendimientos depende siempre del tipo de emprendimientos que se quiera promover.

Tomando como punto de partida la propuesta de Shapero presentada anteriormente en este artículo, la creación de contextos favorables al desarrollo de emprendimientos exige a la tarea de crear las condiciones que favorezcan el desarrollo de las dos percepciones fundamentales para que una persona decida emprender: el deseo y la factibilidad.

Siguiendo al autor, los factores que más contundentemente impactan en el deseo de emprender son fundamentalmente sociales y culturales (la familia, la influencia del sistema educativo, la cercanía con modelos de rol). Por su parte, la percepción de factibilidad está influenciada por elementos sociales, culturales y por la existencia de políticas y acciones que faciliten el desafío de emprender (instancias de apoyo técnico, apoyo financiero, vinculación con mercados, etc.)

Crear el contexto para el desarrollo de emprendimientos que favorezcan el desarrollo productivo de una determinada región no es otra cosa que crear el ecosistema que favorezca esta dinámica. El concepto "ecosistema" es clave para acotar, circunscribir el contexto a un espacio local, como se dijo, delimitado a un espacio determinado.

De acuerdo con D. Isenberg (2011) un ecosistema emprendedor es un entorno complejo y único que facilita el desarrollo y la sostenibilidad del emprendimiento. Este ecosistema está compuesto por varios elementos interrelacionados, que se pueden consolidar, según el autor, en seis dominios principales: políticas, mercados, capital, habilidades humanas, cultura y apoyos. Estos elementos interactúan de manera idiosincrática para crear un ambiente propicio para que los emprendedores puedan surgir, crecer y prosperar. De acuerdo a lo que propone el autor, un ecosistema emprendedor efectivo no solo fomenta la creación de nuevas empresas, sino que también genera beneficios económicos y sociales significativos, como la creación de empleo, la innovación y el desarrollo económico regional (Isenberg, 2011).

De acuerdo con este autor, los principios en los que hay que apoyarse para promover el emprendimiento son (Isenberg, 2011):

1. **Distintuir entre autoempleo, PYMEs y emprendimiento:** Enfocarse en el emprendimiento aspiracional y de alto riesgo, ya que el autoempleo y las PYMEs se cuidarán por sí mismos.
2. **Asignar una prioridad pública alta al emprendimiento:** Los líderes públicos deben entender los beneficios y las "*spillovers*" del emprendimiento y asignar recursos adecuados para su desarrollo.
3. **Intervenir de manera holística con una perspectiva de ecosistema:** Crear un entorno que incluya políticas, mercados, capital, habilidades humanas, cultura y apoyos necesarios para que el emprendimiento sea autosostenible.
4. **Establecer un objetivo de una nueva empresa de alto potencial por cada 50,000 a 150,000 personas al año:** Esto ayuda a alcanzar un punto de inflexión donde el emprendimiento se vuelve autosostenible.
5. **Enfocarse en geografías específicas y concentradas:** Concentrar los recursos en regiones específicas para crear un ecosistema robusto y autosostenible.

6. Establecer una organización con una fecha de caducidad para impactar el ecosistema: Crear una entidad temporal con el mandato, la competencia y los recursos para desarrollar el ecosistema emprendedor y luego disolverse.

Estos principios buscan crear un ciclo virtuoso de emprendimiento que beneficie tanto a la economía como a la sociedad en general. La dinámica emprendedora, la dinámica de creación de empresas en una determinada región es, por lo tanto, un fenómeno único y específico de esa región. Si bien las nuevas empresas impactan (o podrían impactar) en la renovación del tejido productivo atendiendo nuevas demandas (o viejas demandas insatisfechas), el perfil en cuanto a industria, mercados, e incluso tamaño, es algo que está influenciado por la historia y características del territorio donde esto sucede.

Al mismo tiempo, influye y transforma el territorio dotándolo de una “nueva historia”, crea nuevos caminos y promueve un universo de nuevas oportunidades que ganan visibilidad a medida esta dinámica se consolida. Es decir, crear un ecosistema que favorezca el desarrollo de un determinado perfil de emprendimientos siempre se apoya en unas determinadas condiciones iniciales que establecen posibilidades y condiciones pero, al mismo tiempo, crear este contexto implica modificar esas condiciones y posibilidades con una perspectiva de mediano o largo plazo para el desarrollo del perfil de emprendimientos que se busca, aquellos que impacten positivamente en la el desarrollo económico y social.

En su icónico artículo “How to Star an Entrepreneurial Revolution” Isenberg (2010) establece que, para que esta revolución emprendedora suceda, 1) es necesario adaptar el ecosistema a las condiciones locales fomentando soluciones que estén basadas en los recursos y la cultura local; 2) no referenciarse en ecosistemas como el Silicon Valley intentando imitar los movimientos de esa construcción dado que responde las características particulares (culturales, institucionales, históricas, sociales, etc.) de esa región de California; 3) crear un entorno legal y regulatorio que facilite el emprendimiento, fundamentalmente teniendo en cuenta que el potencial institucional para el desarrollo de emprendimientos se apoya en este marco regulatorio; 4) involucrar al sector privado desde el inicio, la creación de empresas no puede suceder al costado de la actual actividad empresarial, sin embebida en esta; 5) trabajar proactivamente para promover una cultura de soporte al emprendimiento; 6) enfocar los recursos del ecosistema en los emprendimientos de alto potencial e intentar lograr un éxito inicial que sea visible y pueda inspirar a otros emprendedores; 7) no sobreproteger ni inundar con dinero a los nuevos emprendimientos, permitiendo que se enfrenten y aprendan a enfrentar el rigor de los mercados y; finalmente, 8) no sobreingenierizar los clusters, permitir que crezcan orgánicamente en lugar de intentar crearlos desde cero.

Por su parte, Mason y Brown (2017) definen al ecosistema emprendedor como un conjunto de actores interdependientes y factores que están coordinados de tal manera que permiten el emprendimiento productivo. Estos ecosistemas incluyen actores como emprendedores, organizaciones emprendedoras, instituciones y procesos emprendedores que se conectan, median y gobiernan el desempeño dentro del entorno emprendedor local. La naturaleza dinámica y sistémica del concepto abarca múltiples actores, instituciones y procesos, y se caracteriza por la interacción y la interdependencia entre estos elementos para fomentar la creación y el crecimiento de nuevas empresas.

Para crear ecosistemas de emprendimiento que favorezcan la dinámica del desarrollo productivo, los autores sugieren:

1. **Políticas Personalizadas:** Dado que los ecosistemas emprendedores son variados y específicos a su contexto, se requieren intervenciones políticas a medida, en lugar de enfoques estandarizados.
2. **Enfoque en el Crecimiento y la Calidad:** En lugar de centrarse únicamente en la creación de nuevas empresas (start-ups), las políticas deben enfocarse en apoyar a las empresas de alto crecimiento y en fomentar la calidad del emprendimiento.
3. **Apoyo a la Escalabilidad:** Es crucial proporcionar un sistema de financiamiento que permita a las empresas transitar desde la etapa inicial hasta convertirse en grandes entidades corporativas. Esto incluye una gama completa de fuentes de financiamiento, desde capital semilla hasta capital de riesgo y ofertas públicas iniciales (IPOs).
4. **Fomento de Conexiones Verticales:** Las políticas deben ayudar a construir conexiones verticales dentro del ecosistema, facilitando la interacción entre start-ups, grandes empresas, instituciones financieras y otros actores clave.
5. **Promoción de la Cultura Emprendedora:** Es importante desarrollar una cultura positiva hacia el emprendimiento, donde se valore el éxito empresarial y se vea el fracaso como una oportunidad de aprendizaje.
6. **Apoyo a los "Dealmakers":** Fomentar la presencia de individuos clave que actúan como intermediarios y facilitadores dentro del ecosistema, conectando a emprendedores con recursos y oportunidades.
7. **Desarrollo de Infraestructura de Apoyo:** Crear y apoyar infraestructuras como aceleradoras, incubadoras y redes de mentores que puedan proporcionar el apoyo necesario a las nuevas empresas.
8. **Consideración de Factores Sociales y Culturales:** Reconocer y aprovechar los factores sociales y culturales que influyen en el emprendimiento, como las redes sociales y las normas culturales locales.

Estas recomendaciones buscan crear un entorno que no solo facilite la creación de nuevas empresas, sino que también apoye su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Lo dicho hasta aquí evidencia que el contexto para el desarrollo de emprendimientos puede construirse, pero no cualquier contexto es posible. Los territorios tienen historia, cultura e instituciones que determinan las condiciones iniciales y le dan una impronta particular, una identidad específica al desarrollo territorial y al desarrollo emprendedor. Con sus características particulares, cada territorio puede construir las condiciones para la promoción de emprendimientos de impacto que favorezcan el desarrollo territorial, económico y social. La construcción estas condiciones requieren de una mirada estratégica, de largo plazo,

El perfil de estos emprendimientos promovidos por estos ecosistemas también puede construirse sobre la base de la construcción de los ecosistemas. En este punto, la evidencia muestra que promover emprendimientos de un determinado perfil presenta un espacio de posibilidades mayor al de construir ecosistemas, es decir, cualquier perfil de emprendimiento es posible sujeto a la condición de que se cree el ecosistema pertinente para este perfil en particular. Por lo tanto, esta también es una tarea con orientación al mediano/ largo plazo.

Emprendimientos para el desarrollo productivo. Una mirada a la realidad argentina

Uno de los temas que también alimentan el debate en el campo del emprendimiento es el de definir el perfil de emprendimiento para la promoción del desarrollo productivo. Efectivamente, no será complejo concluir que emprendimientos con potencial de crecimiento acelerado, escalables, con productos de base científico-tecnológica, innovadores son preferibles a emprendimientos de subsistencia, orientados al mercado local, de la economía tradicional.

Frente a esto, varios policy makers, responsables institucionales de organizaciones del ecosistema emprendedor dirán que promover ese perfil de emprendimientos requiere del armado de un arreglo institucional complejo y, si fueron siguiendo lo propuesto en este artículo hasta acá, que requiere una mirada centrada en el largo plazo mientras se enfrentan problemas más urgentes y que requieren una respuesta inmediata.

Morris, Neumeyer y Kuratko (2015) tienen una respuesta a este dilema: la perspectiva de portfolio. De acuerdo a estos autores, la perspectiva de portfolio en emprendimiento para promover el desarrollo económico consiste en fomentar y apoyar una diversidad de tipos de emprendimientos, en lugar de centrarse exclusivamente en los emprendimientos de alto crecimiento. Esta perspectiva reconoce que diferentes tipos de emprendimientos (de supervivencia, de estilo de vida, de crecimiento gestionado y de alto crecimiento) tienen distintas necesidades y contribuyen de manera única al bienestar económico de una nación, región o localidad.

El enfoque de portfolio busca equilibrar los riesgos y los retornos sociales a través de todos estos tipos de emprendimientos. Esto implica diseñar estrategias que no solo promuevan los emprendimientos de alto crecimiento, sino también aquellos que proporcionan estabilidad económica local, crean empleo y satisfacen necesidades básicas. La idea es que un enfoque diversificado y equilibrado en el apoyo a los emprendimientos puede mejorar el bienestar económico a largo plazo y la calidad de vida, asegurando una mezcla de innovaciones disruptivas y mejoras incrementales, así como una variedad de oportunidades de empleo y desarrollo económico.

De acuerdo con su perspectiva, todos los emprendimientos importan para el desarrollo económico porque cada tipo de emprendimiento contribuye de manera única y esencial al bienestar económico de una nación, región o localidad. Aquí se detallan las razones por las cuales todos los emprendimientos son importantes (Morris, Neumeyer y Kuratko, 2015):

1. **Emprendimientos de Supervivencia:** Ayudan a mover a las personas fuera de la pobreza y el desempleo, permitiéndoles satisfacer sus necesidades económicas básicas. Esto reduce la carga sobre los programas de asistencia social y puede servir como un trampolín hacia emprendimientos más estables.
2. **Emprendimientos de Estilo de Vida:** Proporcionan estabilidad económica local, crean empleos y pagan impuestos. Estos negocios suelen estar arraigados en sus comunidades y reinvierten en ellas, contribuyendo a la cohesión social y económica.
3. **Emprendimientos de Crecimiento Gestionado:** Buscan un crecimiento estable y continuo, lo que resulta en la creación de empleos, la expansión de mercados y la innovación incremental. Estos negocios pueden desarrollar marcas fuertes a nivel local y regional y mejorar la eficiencia en sus operaciones.

4. **Emprendimientos de Alto Crecimiento:** Son a menudo innovadores y buscan un crecimiento exponencial, creando nuevos mercados y grandes cantidades de empleos. Estos emprendimientos pueden mejorar la competitividad global de una nación y generar avances tecnológicos significativos.

En conjunto, estos diferentes tipos de emprendimientos crean un ecosistema empresarial diverso y resiliente. Fomentar una variedad de emprendimientos asegura que se cubran múltiples nichos de mercado, se promueva la competencia, se ofrezcan diversas oportunidades de empleo y se impulsen tanto innovaciones disruptivas como mejoras incrementales (Morris, Neumeyer y Kuratko, 2015). Esta diversidad es crucial para un desarrollo económico sostenible y equilibrado según estos autores.

Si se observa a particular situación de Argentina será sencillo concluir que se necesitan más empresas, pero no solo eso, necesita una estrategia de promoción del desarrollo empresarial que coordine acciones a nivel nacional, provincial y local, con una perspectiva de portfolio y con énfasis en la promoción de emprendimientos con potencial escalable que impacten en el desarrollo económico, productivo y social, a nivel local y nacional.

Por ponerlo en números, de acuerdo con datos de la actual Secretaría de Coordinación de la Producción del Ministerio de Economía (ex Ministerio de Desarrollo Productivo⁴) la provincia con mayor cantidad de empresas de Argentina tiene setenta y seis veces más empresas que la provincia con menor cantidad de empresas del país. Sumadas la cantidad de empresas radicadas en la Provincia de Buenos Aires y las radicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires superan en número al todo el resto de las empresas del país sumadas las 22 provincias restantes. Sirva este dato para evidenciar las diferencias que se pueden encontrar en los ecosistemas locales en Argentina.

Todos los ecosistemas tienen potencial para la promoción de emprendimientos que impacten de forma contundente en el desarrollo económico. La realización de dicho potencial basa sus posibilidades en la estrategia de los gobiernos y las instituciones locales para la construcción de ecosistemas que promuevan el desarrollo emprendedor atendiendo, por un lado, las urgencias y, por el otro, las necesidades de largo plazo.

Siguiendo con los números, siempre con datos del ex Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación, el 39% de los emprendimientos que alcanza escala micro muere antes de cumplir los cinco años, el 57% permanece en escala micro y apenas un 3% alcanza a crecer a pequeña empresa. En las pequeñas empresas, la mortalidad antes de los cinco años alcanza al 22%, un 15% se reduce a microempresa, el 58% permanece como pequeña empresa a los 5 años y solo el 5% crece a mediana. En el otro extremo, apenas un 12% de las empresas que nacen medianas mueren antes de los cinco años, un 66% permanecen medianas y un 6% crece a grande. Entre las que nacen grandes, apenas un 8% muere antes de los cinco años, mientras que el 77% permanece grande.

Si se observa la cantidad de puestos de trabajo, consultada la misma fuente, se observa que las empresas que alcanzan mayor edad son las más dinámicas en la creación de empleo. Las empresas que llegan a vivir 8 o más años duplican la cantidad de empleo de una empresa en el primer año (en promedio).

Estos datos permiten observar dos elementos a considerar: el tamaño potencial de los emprendimientos es una variable muy importante a considerar, porque impacta en la

⁴ De acuerdo a datos del GPS Empresas https://datos.gob.ar/dataset/otros-gps-empresas---discontinuado/archivo/otros_siep_3.39

expectativa de vida de ese proyecto empresarial y, las empresas más longevas impactan de manera más contundente en la generación de empleo. Vale agregar un tercer elemento al análisis: el crecimiento de los emprendimientos, respecto del tamaño con el que nacen, al menos para Argentina y de acuerdo a los datos disponibles, es mucho más un mito que una realidad. Como se mencionó, las empresas tienden a mantener su tamaño y las que logran crecer son antes la excepción que la regla.

Lo dicho hasta aquí permite destacar una serie de elementos a tener en cuenta al momento de desarrollar una estrategia para la promoción del emprendimiento:

- Es importante promover todos los perfiles de emprendimientos (micro, estilo de vida, de crecimiento gestionado y de alto potencial) porque responden a problemáticas diferentes e impactan positivamente en distintos aspectos del desarrollo productivo,
- Cualquier estrategia ecosistémica de promoción del emprendimiento tiene que basarse en una mirada en el largo plazo (estratégica) pero sin perder de vista la necesidad de respuestas a las urgencias y demandas actuales. El desarrollo y crecimiento de un ecosistema debe ser estratégico y gestionado,
- Los emprendimientos innovadores y con alto potencial de crecimiento son los que mejor impactan en el desarrollo económico de una región, tanto por su impacto en la generación de empleo, como en la generación de riqueza. Promover este tipo de emprendimientos requiere de un ecosistema maduro, experimentado y competente para atender las demandas complejas de este perfil de emprendedores. Ese ecosistema, se construye desde la base que ofrece el territorio.

Tendencias y estrategias

Los ecosistemas locales deben pensarse y construirse con perspectiva de largo plazo, pensando en los emprendimientos futuros sin descuidar las demandas y dinámicas actuales. Esto implica también pensar en los mercados futuros y evaluar las tendencias que consolidarán, las características de la demanda y de la oferta futura.

De acuerdo a lo que señalan Kantis, Fernandez y Menendez (2021) los ecosistemas post pandemia enfrentan desafíos en la aceleración de la transformación digital que, al mismo tiempo, puede ser una oportunidad. Se requiere de un esfuerzo para superar las limitaciones en infraestructura y acceso a la tecnología, que afectan tanto a la demanda como a la capacidad de las empresas para innovar. También señalan el autor y las autoras la importancia de impulsar el desarrollo del capital humano emprendedor, el conjunto de talentos con capacidad y disposición para identificar las oportunidades y aprovecharlas para el desarrollo de nuevas empresas (Kantis y otros, 2021). Fortalecer el entramado institucional y crear capital social serán otros de los desafíos que encuentren estos ecosistemas para facilitar el desarrollo de emprendimientos dinámicos, del mismo modo, la generación de políticas públicas de apoyo al desarrollo de emprendimientos y la disponibilidad de fondos para financiar a las nuevas empresas serán clave en estas estrategias.

En línea con lo anterior, un análisis muy interesante sobre las tendencias en el campo del emprendimiento y el desarrollo de estrategias para promover emprendimientos en economías en desarrollo lo ofrece Ananja Rajagopal (2024) quien desarrolla cinco

modelos que, de acuerdo a su visión, representan *game changers* en el desarrollo de emprendimientos. Siguiendo con la propuesta de Rajagopal, algunos aspectos se consolidan como tendencias que establecen las bases sobre las que pensar los ecosistemas para la promoción del emprendimiento. En este sentido, la innovación continua, la evolución de la tecnología, la importancia de los emprendimientos sociales, la perspectiva de género en el emprendimiento y accesibilidad global en mercados digitales son los principales vectores a observar para no perder la dinámica de la tendencia.

La innovación y la tecnología son agentes clave en la transformación del emprendimiento y representan una oportunidad para la convergencia de los atributos locales y globales, fundamentales para la promoción de emprendimientos con potencial de crecimiento. En este sentido, toda estrategia para la consolidación de esquemas de promoción de emprendimientos debe sustentarse en procesos de ideación colectiva que involucre a las múltiples partes interesadas, incluyendo empleados, consumidores e inversores, para desarrollar emprendimientos competitivos (Rajagopal, 2024).

En cuanto a la perspectiva de género, el diseño de estos ecosistemas debe considerar, de acuerdo a lo que propone el autor, los desafíos particulares que enfrentan las mujeres para el desarrollo de emprendimientos, promoviendo la generación de instrumentos y herramientas que favorezcan una “cancha más equilibrada” para las emprendedoras. La educación emprendedora y las iniciativas basadas en género aumentan la participación femenina en actividades económicas, promoviendo escenarios de mayor equidad social

Por su parte, los emprendimientos con propósito, aquellos enfocados, no solo en la generación de rentabilidad financiera, sino en la generación de impacto social y/o ambiental positivo, se consolidan como un perfil de emprendimiento que mejor se ubican en las tendencias de los mercados globales, donde la demanda exige, no solo propuestas de valor más efectivas, sino que también observa los procesos productivos y su relación con su entorno ambiental y social. En esta línea, las tecnologías de información y comunicación permiten a los emprendedores sociales alcanzar objetivos sociales y financieros, promoviendo el bienestar comunitario.

El primero de los cinco modelos que presenta se centra en el rol de la tecnología y la innovación local para la transformación y el desarrollo del emprendimiento, modelo al que llama LATITUD por sus siglas en inglés⁵. En este modelo, el autor propone que la expansión tecnológica y la colaboración entre grandes y pequeñas empresas representan el motor que impulsa la innovación y el desarrollo empresarial en países en desarrollo. Las empresas locales tienen oportunidades a partir de la rápida expansión de la tecnología de manufactura y comunicación que facilita a estas empresas la conexión con la economía global y, a partir de esta influencia, cambiar patrones industriales locales. El autor observa que las industrias domésticas enfrentan desafíos para escalar negocios y establecer marcas comerciales, donde la combinación de innovación, tecnología de información y comunicación, y tecnología de propósito general es crucial para satisfacer las necesidades del mercado y proporcionar conveniencia a los consumidores. En esta línea, se destaca el rol fundamental de las instituciones locales y del Estado en la promoción de políticas públicas efectivas para apoyar la tecnología local a partir de la oferta de subsidios y apoyo a la educación tecnológica que resultan esenciales para el éxito de las innovaciones en estrategias centradas en el cuidado de los recursos y apuntando a mercados más amplios

⁵ LATITUDE = Local Area Technology and Innovation for Transformation and Ubiquitous Development of Entrepreneurship (Rajagopal, 2024)

(Rajagopal, 2024), donde la gestión del cambio en el emprendimiento convencional es un desafío organizacional importante y debe ser impulsado desde el liderazgo transformacional. Las nuevas empresas tienen la posibilidad de desarrollar innovaciones de bajo costo basadas en la transmisión de tecnologías de grandes empresas a mercados locales, adaptándolas a recursos y políticas locales y allí reside una oportunidad para aprovechar.

Para alcanzar este escenario, Rajagopal (2024) sostiene que la colaboración entre industria y sociedad es vital dado que ofrece la posibilidad de demostrar el valor de las innovaciones y promover el crecimiento socioeconómico e industrial. Del mismo modo, la educación tecnológica y de los diferentes tipos de innovación son fundamentales para impulsar innovaciones disruptivas y en estrategias de cuidado de los recursos., mejorando los modelos empresariales locales.

El segundo de los modelos que propone se centra en el crecimiento y aceleración en la reestructuración del emprendimiento responsable con perspectiva de género, GARAGE por sus siglas en inglés⁶.

En este modelo, el autor aborda el crecimiento y la aceleración del emprendimiento de género en micro, pequeñas y medianas empresas, destacando factores tangibles e intangibles. Según su perspectiva, el crecimiento y la aceleración del emprendimiento de género en micro, pequeñas y medianas empresas dependen de factores tangibles como la educación, las finanzas, la innovación y la tecnología, así como de atributos intangibles como los elementos psicosociales. Como se dijo, se necesitan estrategias que tengan en cuenta la particular situación de las mujeres para el desarrollo de emprendimientos generando espacios que permitan a estas emprendedoras enfrentar escenarios más equitativos para el desarrollo de sus emprendimientos.

El rol del Estado (nacional, provincial y local) es clave en la generación de políticas que facilite el acceso a recursos, no solo financieros, sino materiales, y el trabajo en el desarrollo de habilidades y estrategias de transferencia de tecnología. Pero no es suficiente con las acciones estatales, las organizaciones sociales y el entramado institucional de apoyo a emprendimientos también tiene que incorporar estas perspectivas para facilitar este camino, de acuerdo al autor. La participación social es clave en los procesos de identificación de problemas, necesidades y la producción de soluciones, en un escenario donde se fomente la innovación con atención al cuidado de los recursos e incremental para aumentar la proximidad de los productos emprendedores a los mercados competitivos.

No desconoce el autor la posibilidad de resistencia al cambio y la adaptabilidad como barreras significativas, influenciadas por la cultura local y los esquemas de liderazgo también locales que influyen en las posibilidades de recepción de nuevas propuestas y de cambios de esquemas en la dinámica productiva e innovadora. En resumen, el modelo GARAGE busca transformar el emprendimiento femenino mediante el apoyo estructural, la innovación y la participación social, abordando tanto los desafíos tangibles como los intangibles que enfrentan las mujeres emprendedoras.

El tercer modelo se centra en la renovación de la innovación para el emprendimiento social, RISE por sus siglas en inglés⁷. En este modelo, el Rajagopal propone poner el foco en las necesidades sociales para el impulso de la innovación a nivel

⁶ GARAGE = Growth and Acceleration in Restructuring Accountable Gender Entrepreneurship

⁷ RISE = Revamping Innovation for Social Entrepreneurship

local. Propone la promoción de modelos de negocio innovadores para construir soluciones con los recursos disponibles y ofrecer servicios básicos a los interesados de manera sostenible, favoreciendo el desarrollo de estrategias de innovación incremental con los recursos a los que se pueda acceder en un contexto donde se empodere a los emprendedores sociales para que puedan transformar los sistemas sociales y mejorar el bienestar de las comunidades en estrategias que, además, generen rentabilidad económica, con el principal objetivo de crear un impacto social significativo y generar valores económicos y sociales de manera sostenible.

Este tipo de impulsos solo puede alcanzarse a partir de estrategias de participación colectiva, con propuestas que favorezcan la creación de capital social colectivo y promoviendo espacios de educación y capacitación que faciliten el desarrollo de habilidades emprendedoras y fomenten la conciencia social entre los emprendedores.

En resumen, el modelo RISE busca renovar la innovación en el emprendimiento social mediante la participación activa de la comunidad, la creación de capital social colectivo y el uso de modelos de negocio innovadores para abordar problemas sociales y mejorar el bienestar comunitario

El cuarto modelo trabaja sobre la ubicuidad social de la innovación y la tecnología en el emprendimiento, SUIT E por sus siglas en inglés⁸. En este caso el autor se centra en la omnipresencia social de la innovación y la tecnología en el emprendimiento, proponiendo la generación de espacios que fomenten la conciencia sobre el uso de la innovación y la tecnología para el desarrollo social y económico en las bases de la sociedad. Como en los modelos anteriores, enfatiza la importancia de promover la participación activa de los distintos actores involucrados y propone la gestión de expectativas para impulsar la innovación social y la tecnología.

En un marco donde el autor reconoce las limitaciones de capital, la sabiduría convencional y el alcance limitado de la innovación incremental en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que a menudo operan en mercados de nicho, propone la generación de espacios que faciliten la compartición de conocimientos a través de experiencias corporativas, mejores prácticas e inteligencia colectiva para desarrollar innovaciones sociales que apunten, tanto al desarrollo de propuestas para la industria, como el desarrollo de propuesta para consumo. Destaca como un punto central de esta estrategia la importancia de generar esquemas de incentivos con recursos locales pero con una perspectiva de inserción global que permita generar nuevos hábitos y favorezca la transformación empresarial. El uso de las plataformas digitales y las redes sociales podría facilitar este tipo de escenarios, de acuerdo a lo que propone el autor. También aboga por la gobernanza social y las asociaciones público-privadas para gestionar el valor del producto y promover la innovación social y la tecnología en el emprendimiento.

El quinto y último modelo que propone el autor se centra en la importancia de facilitar la accesibilidad a los mercados globales y de los emprendimientos digitales como los mejores posicionados para este acceso. El llama a este modelo GAME DI por su sigla en inglés⁹. En este modelo el autor enfatiza la importancia de facilitar a los emprendimientos locales el acceso a mercados globales. Para lograr esta conexión resultan necesarias políticas públicas y estrategias de formación que faciliten el desarrollo de conocimientos y habilidades para la generación de modelos de negocios competitivos y de infraestructura de conectividad que facilite estas conexiones.

⁸ SUIT E = Social Ubiquity of Innovation and Technology in Entrepreneurship

⁹ GAME DI = Global Accessibility to Markets and Entrepreneurship in a Digital Interface

Los emprendimientos digitales con perfil innovador son una herramienta fundamental en el marco de este modelo, pero los emprendimientos tradicionales, insertos en cadenas de valor dinámicas y con posibilidades de hibridación que faciliten la comunicación con clientes a escala global también resultan target en esta estrategia.

Algunas conclusiones

Lo expuesto en este artículo propone un recorrido por los principales autores que permiten comprender, por un lado, la importancia de los emprendimientos en la promoción del desarrollo económico, productivo y social. Sin empresas no hay posibilidad de desarrollo económico y las nuevas empresas en particular tienen un rol central en esta dinámica.

La promoción de nuevos emprendimientos debiera ser el resultado de una estrategia deliberada que intenta, desde la acción coordinada del entramado de instituciones que componen el ecosistema de emprendimientos local, provincial y nacional, impactar en el territorio para, no solo favorecer la creación de nuevas empresas, sino que estas respondan de forma efectiva y eficiente a la solución de problemáticas locales con posibilidades de insertarse en mercados globales.

La percepción de que los emprendimientos favorecen el desarrollo por su capacidad para generar empleo y riqueza queda obsoleta. Las nuevas miradas sobre el rol de los emprendimientos también los ubican como actores clave para la atención de problemáticas sociales y ambientales que, al mismo tiempo, favorecen su inserción en mercados extra locales y globales.

Los ecosistemas de emprendimiento pueden construirse con una mirada amplia que atienda a las demandas más urgentes y, al mismo tiempo, a las estratégicas o de largo plazo. Mantener una perspectiva de portfolio que permita generar propuestas para emprendimientos de distintos perfiles (micro, estilo de vida y escalables) que responden a distintas motivaciones y problemáticas será fundamental para dar credibilidad y confianza a estos ecosistemas.

Promover emprendimientos con sensibilidad a las problemáticas sociales, responsabilidad en su interacción con el ambiente y mejorar las condiciones para los emprendimientos liderados por mujeres son espacios que tiene que observarse con especial atención aprovechando al máximo las oportunidades que ofrecen las tendencias en el cambio tecnológico.

No es novedad, pero todavía no termina de consolidarse la idea de que los emprendimientos son el resultado de las condiciones en las que nacen y que estas condiciones pueden construirse para promover el perfil de emprendimientos que mejor impacte en el desarrollo de la región. Estado (en todos sus niveles), sistema educativo (fundamentalmente el superior), sistema científico tecnológico, organizaciones de la sociedad civil y empresas tienen un rol clave e ineludible en la construcción de estas condiciones.

Bibliografía

- Birley (1985); "The role of networks in the entrepreneurial process"; Frontiers of Entrepreneurial Research, Babson College
- Gibb, A. y Ritchie, J. (1982); "Undertanding the process of starting small business" Eurpean Small Business Journal, Nro 1 pp 26-46
- Glancey, K. y McQuaid, R. (2000); Entrepreneurial Economics. New York; Palgrave Macmillan.
- Isenberg, D. (2011); The Entrepreneurial Ecosistem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship, Lectura presentada en el Institute of International and European Affairs, Dublin
- Isenberg, D. (2010); "How to Start an Entrepreneurial Revolution"; Harvard Business Review, HBS
- Johanisson, B. (1991) "Entrepreneurship -the management of ambiguity- Lund/Vaxjo University
- Kantis, H. Angelelli, P. y Gatto, F. (2000); "Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿de qué depende su creación y supervivencia?"; Trabajo presentado en la V Reunión de la Red PyMEs Mercosur, Córdoba.
- Kantis, H., Fernandez, C. y Menendez, C. (2021); "¿Cómo serán los futuros ecosistemas de emprendimiento en la pospandemia?"; Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kizner, I (1973); Competition and Entrepreneurship. Chicago y London: The University of Chicago Press.
- Mason, C y Brown, R (2017); "Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems"; Small Business Economy; Springer
- Morris, M., Neumayer, X. y Kuratko, D. (2015); "A portfolio perspective on entrepreneurship and economic development"; Small Business Economy; Springer
- Rajagopal, A. (2024); Unmasking invisible challenge in entrepreneurship. Five game changer models; Palgrave Studies of Entrepreneurship and Social Challenges in Developing Economies; Palgrave Macmillan, Mexico.
- Shapero, A. (1984); "The entrepreneurial evento" en Kent (Ed.) The Environment for Entrepreneurship, Lexington Press
- Schumpeter, J. (1912); Teoría del Desarrollo Económico. 2da Edición en Castellano. México: Fondo de Cultura Económica, 1997
- Verheul, I., Wennwkers, S., Audresch, D. y Thurik, R. (2001); An Eclectic Thoery or Entrepreneurship; Timbergen Institute, Amsterdam

La innovación en el desarrollo de emprendimientos liderados por mujeres

Oviedo Raúl Ricardo

roviedo@fcecon.unar.edu.ar

Universidad Nacional de Rosario

Racca Adriana Patricia

aracca@fcecon.unar.edu.ar

Universidad Nacional de Rosario

La innovación en el desarrollo de emprendimientos liderados por mujeres

Resumen

El artículo aborda el fenómeno de los emprendimientos liderados por mujeres, destacando cómo la innovación se convierte en un eje transversal en sus experiencias. La investigación, enmarcada en el Proyecto "Género & Gestión: Peculiaridades de la Conducción Femenina", propone una perspectiva que va más allá de las desigualdades, valorando las diferencias enriquecedoras que las mujeres aportan a la gestión. A partir del relevamiento de casos locales, se observa que las emprendedoras enfrentan barreras estructurales y culturales significativas; sin embargo, demuestran una resiliencia destacable al transformar estas dificultades en oportunidades. El emprendedorismo femenino se caracteriza por un enfoque en la sostenibilidad y el impacto social, priorizando proyectos que generan beneficios para sus comunidades y el medio ambiente. No obstante, su potencial innovador se ve limitado por su concentración en sectores tradicionalmente "femeninos", como el textil y el gastronómico. El artículo concluye que para maximizar el impacto transformador del emprendedorismo femenino es indispensable un cambio cultural, que amplíe los horizontes de las mujeres. Así, las emprendedoras no solo podrán expandir sus propios límites, sino también inspirar a futuras generaciones, consolidando el emprendimiento femenino como una fuerza de resiliencia, creatividad e innovación capaz de contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

Palabras clave: emprendedorismo; género; gestión; innovación; mujeres emprendedoras

Innovation in the development of women-led entrepreneurship

Abstract

The article addresses the phenomenon of women-led entrepreneurship, highlighting how innovation becomes a cross-cutting axis in their experiences. The research, part of the project "Gender & Management: Peculiarities of Female Leadership", proposes a perspective that goes beyond inequalities, valuing the enriching differences that women bring to management. Based on local case studies, it is observed that women entrepreneurs face significant structural and cultural barriers; however, they demonstrate remarkable resilience in transforming these difficulties into opportunities. Women's entrepreneurship is characterized by an approach to sustainability and social impact, prioritizing projects that generate benefits for their communities and the environment. However, their innovative potential is limited by their concentration in traditionally "female" sectors such as textiles and gastronomy. The article concludes that to maximize the transformative impact of women's entrepreneurship, cultural change is essential, broadening women's horizons. Thus, women entrepreneurs will not only be able to expand their own limits, but also inspire future generations, consolidating female entrepreneurship as a force of resilience, creativity and innovation capable of contributing to the sustainable development of society.

Keywords: entrepreneurship; gender; management; innovation; women entrepreneurs

Introducción

La problemática de género es una cuestión transversal, que atraviesa las diferentes temáticas en juego en las disciplinas sociales y requiere repensar las prácticas cotidianas para identificar su impacto, mitigar desigualdades injustas y explotar las diferencias enriquecedoras.

En este contexto, el Proyecto de Investigación "Género & Gestión: Peculiaridades de la Conducción Femenina" busca estudiar y caracterizar el fenómeno de la conducción femenina en distintos tipos de organizaciones. A través de un enfoque centrado en las diferencias que enriquecen (y no tanto en las desigualdades), se pretende identificar las particularidades de la conducción ejercida por mujeres, abordando aspectos como el estilo comunicacional, el proceso de toma de decisiones y el desarrollo de competencias específicas.

El mismo está radicado en el Instituto de Investigaciones y Asistencia Tecnológica en Administración (IIATA), perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario. Tiene una duración de cuatro años (2024-2027) y un equipo interdisciplinario.

La investigación intenta tomar distancia de enfoques centrados exclusivamente en desigualdades (que obviamente son reconocidas), proponiendo una perspectiva positiva que valore las contribuciones diferenciadoras de las mujeres en la gestión organizacional. Este proyecto se propone repensar la gestión desde una perspectiva integradora, donde las diferencias entre géneros sean vistas como un activo estratégico que impulse la innovación y el cambio organizacional.

Algunas de las preguntas de investigación que guían el proyecto son: ¿Existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en el ejercicio de roles de conducción? ¿Qué caracteriza el liderazgo femenino? ¿Cómo toman decisiones las mujeres? ¿Tienen las mujeres un estilo comunicacional diferenciado? ¿Destacan las mujeres en el desarrollo de ciertas competencias de gestión y no otras?

Desde esta lógica, la idea es ir abordando a mujeres en roles de gestión en diferentes ámbitos a lo largo de los años del proyecto, arrancando en 2024 con el estudio de las mujeres emprendedoras.

Así pues, a partir de la revisión bibliográfica y el relevamiento realizado en la ciudad de Rosario a mujeres emprendedoras y directivas de una asociación civil que las nuclea, el presente artículo se propone caracterizar el emprendedorismo femenino local, identificando claroscuros en la experiencia emprendedora de estas mujeres y relacionándolo particularmente con la innovación.

Emprendedorismo e innovación

El emprendedor es aquel que comienza su propio proyecto empresarial al detectar una oportunidad de negocio, asumiendo riesgos. Estas oportunidades surgen alrededor de problemas que vale la pena resolver y en torno a las cuales se generan ideas.

Si bien no todos los emprendimientos son disruptivos, la creatividad, la proactividad y la innovación, en mayor o menor medida, están presentes en la iniciativa que les dio vida.

La generación de emprendimientos es clave para dinamizar las economías regionales y su desarrollo no solo social y económico sino también tecnológico a partir de las innovaciones que se generan. Corma Canos (2013) plantea que el desarrollo de nuevas empresas o la reorientación de una existente hacia el ofrecimiento de nuevos productos y servicios, la generación de nuevos procesos, o la atención de nuevos mercados “contribuye a crear empleo, al crecimiento económico y de la productividad y al bienestar de la población general” (P. 53).

Los emprendedores tienen como horizonte solucionar problemas vigentes en la sociedad, aprovechando crisis o vacancias para generar tanto nuevas oportunidades de negocios como de mejora del bienestar de la comunidad en el caso de los emprendimientos sociales. Para alcanzar esas soluciones inéditas el camino es la creatividad y la innovación aplicados a generar esa oferta única y diferenciada que responde a una demanda desatendida. “El emprendimiento es actualmente, el más llamado a presentar soluciones concretas, frente a los desafíos económicos y sociales con los que se enfrenta la sociedad” (Orrego, 2008, P. 234).

Lo que caracteriza al emprendedor es la búsqueda permanente de oportunidades para crear valor con los recursos disponibles.

Sin embargo, no siempre el concepto de emprendedorismo estuvo tan íntimamente relacionado al de innovación. Dicho término es acuñado por primera vez por Richard Cantillon en su texto *"Essay upon the Nature of Commerce in General"* (1775). Cantillon (en Thornton, 2019) define al *"entrepreneur"* como el agente que compra productos a precios conocidos para venderlos en el mercado a precios desconocidos. En otras palabras, es aquel que asumiendo el riesgo y sin poseer un retorno seguro combina los medios de producción para obtener nuevos productos.

Juan Bautista Say tampoco le dio esa impronta innovadora, al definir como *"entrepreneur"* al “individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad” (Morreale, 2022), destacando a su vez el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para el individuo, sino también para la toda la sociedad.

Recién en 1911 Joseph Schumpeter en su libro *"Historia del desarrollo económico"* introduce la teoría del empresario innovador. Bucardo Castro y otros (2015) mencionan que Schumpeter define al empresario como innovador y agente principal del desarrollo económico capitalista, consecuencia del cambio tecnológico.

La Teoría del empresario innovador (Joseph Schumpeter, 1883-1950) afirma que el sistema productivo tiende a una situación de equilibrio en la que los ingresos de la empresa se igualan a los costes y como resultado se obtiene un beneficio extraordinario igual a cero. Esta situación de equilibrio solo se rompe cuando un empresario introduce una innovación capaz de originar una disminución de los costes o bien un incremento en el precio de los bienes producidos. La diferencia entre los ingresos y los gastos de la empresa innovadora la llevan a gozar de un «monopolio temporal» y de unos beneficios extraordinarios. (Prieto García y otros, 2013, P. 14 y 15).

Según la teoría de Schumpeter, la importancia del emprendedor está en la “introducción de alteraciones radicales y abruptas dentro del funcionamiento de la corriente circular del sistema económico capitalista (...) la acción emprendedora es una ruptura con el pasado que impacta en nuevos resultados futuros” (Pereyra, 2013, P. 16 y 17).

Schumpeter (1935, en Lobato Gomez, 2011) define al emprendedor como "Una persona excepcional capaz de destruir de forma creativa un sistema económico mediante la introducción de la innovación" (P. 7).

En el mismo libro mencionado (Lobato Gomez, 2011, P.7) y siguiendo esta concepción se citan las definiciones de Michael E. Gerber (1996) que lo define como "un innovador, un estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados, aplicando la creatividad, desafiando a lo desconocido y transformando posibilidades en oportunidades" y la de Álvaro G. R. Lezana y Alexandra Tonelli (1998): que los caracterizan como "individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocio, desarrollan y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para lograr mejores beneficios en un medio incierto".

Pereyra (2013) comenta la clasificación que realiza Clarence Danhof de los emprendedores agrícolas de Estados Unidos, según el cual los emprendedores producen transformaciones positivas para el ciclo económico con diferente apertura a la innovación pudiéndose radicales, adaptativas, imitativas, reformistas u obstaculizadoras.

Según Danhof los emprendedores innovadores son los que generan ideas nuevas y son agresivos en la experimentación y en la puesta en marcha de las innovaciones, son quienes aprovechan la oportunidad de introducir una nueva tecnología, un nuevo producto y/o desarrollar un nuevo mercado. El emprendedor descrito por Schumpeter se encuadra en esta modalidad la de aquellos emprendedores que contribuyen al desarrollo económico de un país provocando cambios económicos y sociales.

Las innovaciones permiten seguir los cambios del mercado y cubrir nuevas demandas, pero no implican necesariamente cambiar todo, pueden ser pequeñas modificaciones que permitan alcanzar estos beneficios. Pereyra (2013) plantea que los "emprendedores crean soluciones para un mundo lleno de incertidumbres. Ello implica un preciso conocimiento y control de las variables del mercado" (P. 18).

En Prieto Garcia y otros (2013, P.15) se plantea que el progreso tecnológico necesario para el desarrollo económico pasa por diferentes etapas como lo enuncia Schumpeter, en primera instancia está la etapa de la invención que implica crear nuevos productos y tecnologías productivas, en esta fase la creatividad juega un rol esencial; a esa etapa sigue la innovación que es la aplicación de las invenciones a usos comerciales y productivos y finalmente la imitación que combina distintas innovaciones.

En la misma obra se define la creatividad como "la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos y de establecer nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos para dar soluciones originales a los problemas, tomar decisiones, obtener nuevos productos (...), diseñar procesos de mayor calidad y menor coste" (Prieto García y otros, 2013, P. 9)

Escorsa Castells y Valls Pasola (2016, P. 107) entre otras citan las definiciones de creatividad de Carlos Barcelo "Crear es buscar nuevas soluciones a viejos problemas mediante métodos no lógicos" y la de Horst Geschka "Creatividad es la habilidad para abandonar las vías estructuradas y las maneras de pensar habituales y reunir secciones de conocimiento y experiencia no conectados previamente para llegar a una idea que permita solucionar un determinado problema".

De Bono (2004) define la creatividad como la confección de "algo que antes no existía (...) El producto creativo no debe ser ni obvio ni fácil, sino que debe contener algún rasgo singular o raro" (P. 28).

Eduardo Kastika (2006, P.23) plantea que “ser creativos es una forma de encontrar soluciones diferentes para alcanzar nuestras aspiraciones más trascendentes”.

Cuando la creatividad se combina con iniciativa para desafiar lo preestablecido se está en condiciones de generar innovaciones. La innovación es “la capacidad de transformar una idea en un proceso, producto o servicio que satisfaga las necesidades de la sociedad” (Prieto García, 2013, P.10).

Escorsa Castells y Valls Pasola (2016) plantean que, en una primera aproximación, innovación es sinónimo de cambio. “La empresa innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, ofrece nuevos productos y adopta, o pone a punto, nuevos procesos de fabricación” (P. 15). La innovación es necesaria para que la empresa sobreviva y no sea alcanzada por los competidores. Los ciclos de vida de los productos son cada vez más cortos, lo que genera grandes oportunidades para los emprendedores. Los autores antes mencionados plantean que la base de esta tendencia se encuentra en tres fenómenos que se dan actualmente, el progreso técnico; la internacionalización de la economía y la desmasificación de los mercados.

Los mismos autores recogen varias definiciones de innovación, a continuación, se transcriben tres de ellas.

El francés André Piatier (1987) define la innovación como una idea transformada en algo vendido o usado. De forma análoga se expresa el americano Sherman Gee (1981) cuando afirma que «la innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado». Otra definición (Pavón y Goodman) (1981) la entiende como «el conjunto de actividades, inscritas en un determinado período de tiempo y lugar, que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización». (Escorsa Castells y Valls Pasola, 2016, P. 20).

Corma Canos (2013) define a la innovación como “la conversión de ideas y conocimiento en productos, procesos o servicios mejorados para el mercado, satisfaciendo así las necesidades de los ciudadanos, empresas y Administraciones Públicas (...) la transformación de conocimiento tecnológico en PIB” (P. 1).

Las innovaciones representan una gran oportunidad para los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas dado que por su propia estructura es más complejo para las empresas grandes seguir las nuevas tendencias del mercado, particularmente en lo que implica resolver problemas o necesidades a un determinado nicho de mercado en lugar de atender al mercado en forma masiva. Una consecuencia de esta necesidad de innovar permanente y de la dificultad que enfrentan las grandes empresas queda reflejado en Escorsa Castells y Valls Pasola (2016) cuando afirman que muchas empresas líderes no son capaces de mantener ese liderazgo ya que “la inercia hace que empresas importantes no acierten en identificar a tiempo las nuevas tendencias del mercado y se vean sorprendidas por empresas de menor tamaño” (P. 19). Asimismo, Corma canos (2013) identifica a la creatividad y la innovación como factores “clave del éxito de las empresas de reciente constitución, de la acción emprendedora. Desarrollar una idea de negocio ya existente de forma novedosa y original, puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso” (P. 51).

Innovar no implica en todos los casos comenzar de cero con algo completamente disruptivo por ello al hablar de innovación se incluyen tanto aquellas radicales como las

incrementales. En Lobato Gomez (2011, P. 8) se define a la innovación incremental como la que añade “valor a productos o procesos ya existentes mediante la aplicación de cambios que respetan la esencia de lo que ya existía” y a la innovación radical como aquella que “consiste en desarrollar un nuevo producto o proceso que no se conocía antes”. Más allá de esta clasificación de “alguna manera, toda innovación rompe con las formas establecidas de hacer las cosas, con la rutina y, por tanto, tiene un cierto carácter transgresor” (Escorsa Castells y Valls Pasola, 2016, P.16).

Otra clasificación está basada en si la innovación es del producto o del proceso. En este marco Schumpeter definió la innovación, en 1934, en un sentido más general que el de las innovaciones específicamente tecnológicas categorizando cinco tipos de innovaciones: las vinculadas a la introducción nuevos productos, las que introducen nuevos métodos de producción, el establecimiento de nuevas fuentes de obtención de materias primas, el desarrollo de un nuevo mercado y el establecimiento de una nueva organización en una determinada industria (Prieto Garcia y otros, 2013, P.15).

Como plantea Corma Canos (2018) la innovación no está restringida a la creación de nuevos productos, ni a desarrollos tecnológicos exclusivamente, ya que “puede también referirse a un nuevo servicio o a cómo se vende o distribuye un producto (...) puede también obtenerse a través de diferentes estructuras organizativas, de la paquetización de la oferta actual o de una combinación de tecnología y marketing” (P. 19).

La innovación en el emprendedorismo femenino

Cada vez más mujeres deciden emprender. “Las mujeres son importantes en el proceso de emprendimiento debido a que contribuyen a la generación de empleo y crecimiento además de disminuir la desigualdad de género y aportar con su liderazgo valor social” (Figuerola Ferretti, 2022).

Según la Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA) en dicho país 4 de cada 10 emprendedores son mujeres (Acevedo, 2024).

En muchos casos la vocación de emprender surge por no sentirse satisfechas en sus trabajos en relación de dependencia. En cuanto a los motivos, en el artículo de Topazzini (2022) se manifiesta que la mayoría lo hace por necesidad (43%), mientras que un 26,5% se ven motivadas por su vocación y un 14,7% persiguiendo su desarrollo personal. Dentro de las necesidades están las económicas y la búsqueda de mayor flexibilidad horaria que en muchos casos les permita combinar con tareas domésticas.

Todos los emprendimientos enfrentan dificultades que reducen sus posibilidades de supervivencia, pero los emprendimientos liderados por mujeres hacen frente a mayores dificultades que los generados por varones. La pobreza de tiempo al tener que hacer frente a las tareas de cuidado, así como la falta de modelos femeninos a quienes seguir sumados a los estereotipos negativos de género instalados en el mundo empresarial limitan las posibilidades de éxito de las mujeres (Care Org, 2021).

Estos estereotipos impactan negativamente en los perfiles innovadores de las mujeres. Salinas Mulder (2019) comenta que en el imaginario colectivo las mujeres no son concebidas como creadoras o inventoras sino más bien como implementadoras de las grandes ideas y proyectos de los hombres. “Puedes hacer la prueba y buscar frases de

mujeres sobre innovación... hallarás un enorme “silencio”, como si las mujeres no hubiesen hecho ni dicho nada”.

Lopez Vassols (2017) plantea que en lo atinente a emprendedorismo e innovación “las mujeres frecuentemente deben sobreponerse a obstáculos adicionales para llevar sus ideas a la acción, fundar y crecer sus startups, levantar capital de riesgo, registrar patentes”.

Salinas Mulder (2019) opina que “La comodidad de la rutina, la falta de confianza en una misma, la fuerza del orden establecido, así como la seguridad de la zona de confort”, opacan el potencial creador, innovador, y por ende transformador de las mujeres.

Figuerola Ferretti Garrigues (2022) plantea que después de la pandemia de COVID la brecha de género ha aumentado, generando mayores desigualdades entre hombres y mujeres emprendedores. “Los sectores más feminizados son aquellos de menos valor añadido y más competitivos como puede ser el sector servicios”. Acevedo (2024) comenta que “en Argentina, los emprendimientos liderados por mujeres se concentran principalmente en el comercio minorista, la gastronomía y la indumentaria”. Si bien el rubro de tecnología se encuentra cada vez más presente todavía sigue siendo marginal para las mujeres.

Si bien no toda innovación es tecnológica, no puede desconocerse el peso de la tecnología en la generación de innovaciones en el presente y en este sentido sigue presente la brecha tecnológica entre hombres y mujeres. Chicas en Tecnología (2024) tras una investigación, que abarca entre 2012 y 2021, han hallado que el número de estudiantes en el sistema universitario argentino ha ido en aumento y que en promedio el 61,3% eran mujeres, sin embargo, en las carreras STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemática) solo el 37,3% eran mujeres. Y si se pone la lupa en las carreras intensivas en programación el porcentaje baja al 20,3% y solo del 22,8% en las carreras vinculadas al desarrollo tecnológico.

En ONU Mujeres (2023) se explicita que América Latina y el Caribe es la región donde la desigualdad tecnológica es mayor en el mundo. La pandemia de COVID 19 ha agravado y visibilizado esas brechas. En el ecosistema digital existe un predominio masculino en la estructura de poder que “no valora de igual modo la producción de conocimiento generado por las mujeres” (ONU Mujeres, 2023, P. 6).

Brevis, V (2024) plantea que la innovación con perspectiva de género no solo implica que las mujeres participen activamente en los procesos de innovación, sino también que las innovaciones mejoren la calidad de vida y las oportunidades de las mujeres. En ese sentido se apunta a que sean las mismas usuarias las que trabajen en la generación de esas innovaciones.

Si bien la apropiación de las TICs ha significado un avance para las mujeres emprendedoras, facilitando su trabajo, permitiendo el comercio electrónico, lo que las habilita a vender sus producciones sin necesidad de tener un local, avances que han llevado a que muchas de ellas puedan trabajar desde sus casas y equilibrar mejor su vida laboral con la vida personal, también se debe ser conciente que por todos los motivos explicitados anteriormente, ellas afrontan “obstáculos para la apropiación de estas herramientas claves de los procesos económicos de los que participan” (ONU Mujeres 2023, P.7).

La experiencia local

En el marco del mencionado proyecto de investigación, se realizaron distintos trabajos en relación a mujeres emprendedoras locales y a la Asociación Civil CRIAR "Comunidad de Mujeres Emprendedoras". Así pues, en "Conjugando la investigación y la extensión universitaria: "Programa Mujeres Emprendedoras", desarrollo y evaluación de su impacto" (Racca, Oviedo, Leda y Tomarelli, 2024) se exponen los resultados de un abordaje cuantitativo a emprendedoras que han atravesado el "Programa de Formación de Mujeres Emprendedoras", llevado adelante por la mencionada asociación civil en conjunto con la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario por medio de un proyecto de extensión. Luego, en "El desafío de emprender siendo mujer: El aporte de la Asociación Civil CRIAR 'Comunidad de Mujeres Emprendedoras'" (Oviedo y Racca, 2024), se complementó el abordaje anterior con la perspectiva de las directivas de la asociación, mediante un abordaje cualitativo. Por último, en "La experiencia de emprender siendo mujer: El aporte de la universidad pública" (Oviedo y otros, 2024) se profundizó en la visión de las emprendedoras, mediante entrevistas en profundidad, agregándose también a emprendedoras que asistieron al Curso de Certificación en "Herramientas Básicas para Emprendedores" dictado en el Centro de Estudios Interdisciplinarios (CEI), también dependiente de la Universidad Nacional de Rosario.

La Asociación Civil CRIAR, fundada en 2013, busca fomentar la sostenibilidad y profesionalización de los negocios liderados por mujeres mediante programas de formación gratuitos, asesoramiento y actividades de networking. El "Programa de Mujeres Emprendedoras", una de sus iniciativas más emblemáticas, comenzó en 2014 y se implementa en colaboración con diversas instituciones. Desde 2018, se desarrolla en conjunto con la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Este programa tiene como objetivo principal orientar a las emprendedoras en el diseño de modelos de negocio viables y planes estratégicos, complementando la formación técnica con perspectiva de género y espacios de intercambio. La alianza con la UNR ha permitido enriquecer el programa, involucrando a docentes, graduados y estudiantes en roles de capacitación, tutoría y coordinación. Desde su inicio, el programa ha promovido la sensibilización sobre problemáticas de género dentro y fuera de la comunidad universitaria.

En cuanto a los resultados del relevamiento realizado, las mujeres emprendedoras estudiadas, en su mayoría, desarrollan actividades en los rubros textil y gastronómico, con una fuerte presencia en la comercialización de indumentaria, accesorios y productos alimenticios. También destacan emprendimientos vinculados al diseño, la creación artesanal y los servicios de belleza. En el sector textil, destacan la confección, reparación y venta de prendas, mientras que en el ámbito gastronómico sobresale la producción y comercialización de comidas y bebidas especializadas. Asimismo, se observan iniciativas relacionadas con la creación artesanal de artículos como velas de soja, juguetes y productos artísticos.

La pandemia de COVID-19 marcó un punto de inflexión en sus trayectorias, ya que motivó tanto la decisión de emprender como cambios significativos en sus vidas personales y laborales. Entre las principales motivaciones para emprender, se identifican necesidades económicas, el deseo de seguir una pasión, y la búsqueda de autonomía para compatibilizar la vida laboral con la personal. La mayoría trabaja de manera individual,

aunque algunas han logrado conformar pequeños equipos de hasta cinco colaboradores. En este contexto, el apoyo de la familia, pareja y círculo de amigos resulta fundamental, ya sea en tareas operativas, como la distribución de productos, o en la difusión del negocio.

En cuanto a los canales de venta, predominan las plataformas digitales como Facebook, Instagram y WhatsApp, a menudo complementadas con espacios físicos de comercialización.

Las emprendedoras comentan que el acceso a financiamiento externo es limitado: la mayoría recurre a recursos familiares para solventar sus necesidades, mientras que unas pocas han accedido a créditos gubernamentales para inversiones específicas.

Según Jimena Tomarelli, cofundadora de CRIAR, la sensibilidad y orientación hacia el cuidado de las mujeres emprendedoras las llevan a desarrollar proyectos con un enfoque social y ambiental, priorizando el impacto positivo sobre la rentabilidad. Además, demuestran empatía y compromiso en la gestión de equipos y en la definición de estrategias de triple impacto. Estas características refuerzan su potencial para contribuir al desarrollo sostenible y a la inclusión social desde sus emprendimientos.

Los estudios realizados destacan una serie de claroscuros en la experiencia de emprender siendo mujer, desde la perspectiva de las propias protagonistas.

Las emprendedoras enfrentan una variedad de obstáculos, que incluyen la falta de tiempo, dificultades para organizarse, desconocimiento en gestión empresarial, manejo de costos y precios, y el uso de redes sociales. También mencionaron desafíos relacionados con la situación económica general y las responsabilidades compartidas en su entorno. Aunque la mayoría no asocia estas dificultades al hecho de ser mujer, algunas señalaron que el machismo o las diferencias físicas, como cargar peso o realizar traslados, podrían influir.

Para superar estas barreras, las emprendedoras recurren a la capacitación constante, el aprendizaje práctico, el apoyo de expertos y el respaldo de su círculo íntimo. Aunque muchas todavía están en proceso de superar completamente estos desafíos, destacan la importancia de habilidades blandas como la empatía, la comunicación y la construcción de vínculos sólidos para enfrentar su actividad. Además, valoran la colaboración entre mujeres emprendedoras como una fuente de contención, aprendizaje mutuo y oportunidades para compartir experiencias o concretar alianzas.

En cuanto a las fortalezas asociadas al género, algunas emprendedoras no identifican ventajas específicas por ser mujeres, señalando que el éxito depende más de la personalidad que del género. Sin embargo, otras resaltan atributos como la disciplina, la resiliencia, la pasión, la rapidez para resolver problemas, la sociabilidad, la empatía y la capacidad de manejar múltiples tareas. También destacan aspectos distintivos en la forma de comunicar, exhibir productos y gestionar marcas, atribuyendo a su trabajo un “toque femenino” que las diferencia.

Finalmente, las emprendedoras subrayan cualidades como la paciencia, la creatividad, el ingenio, el buen gusto, la organización y la calidez en el trato como características clave que aportan a sus negocios. Estas habilidades, combinadas con la constancia y el apoyo de colegas y capacitadores, fortalecen su motivación para seguir evolucionando en sus proyectos.

Respecto a su participación en los programas gratuitos ofrecidos por la Universidad Nacional de Rosario, expresaron una alta satisfacción con las capacitaciones recibidas. En

cuanto a los contenidos, destacaron el aprendizaje sobre costos, fijación de precios y la importancia de valorar su tiempo de trabajo, aspectos que marcaron una diferencia respecto a experiencias previas. Aunque todos los temas fueron considerados útiles, los aspectos impositivos y legales generaron menor interés, especialmente entre quienes ya tenían conocimiento previo. Las sugerencias para mejorar incluyen la incorporación de educación financiera, herramientas de comercialización, inteligencia artificial, y mayor interacción presencial con otros emprendedores.

Las emprendedoras resaltaron la relevancia de los vínculos con otras mujeres como una fuente de apoyo, contención y aprendizaje mutuo. Estos lazos les permiten compartir experiencias, reflexionar sobre la organización del tiempo y generar alianzas estratégicas para fortalecer sus negocios.

En términos de mejora, propusieron trabajar en competencias blandas, profundizar en herramientas de comercialización y añadir temas como derecho laboral, especialmente en relación con la contratación de personal. También sugirieron cerrar las capacitaciones con eventos públicos para dar mayor visibilidad a sus emprendimientos.

Emprender, más allá del género, implica desafíos significativos que contrastan con las dinámicas del trabajo en relación de dependencia. Las emprendedoras valoran especialmente la autonomía que obtienen al manejar su tiempo y tomar decisiones propias, lo que consideran una de las mayores ventajas de esta actividad. Sin embargo, para las mujeres, esta autonomía a menudo se ve condicionada por las responsabilidades de cuidado como madres, hijas o esposas. La flexibilidad en el uso del tiempo, percibida inicialmente como un beneficio, puede transformarse en un desafío si no se establecen límites claros frente a las demandas externas e internas.

Las dificultades de emprender siendo mujer se intensifican en un entorno marcado por actitudes machistas, donde las oportunidades no siempre se presentan con la misma rapidez que para los hombres. A pesar de ello, muchas emprendedoras coinciden en que esta actividad les ofrece mayor libertad y satisfacción en comparación con trabajar bajo jefaturas masculinas con comportamientos discriminatorios.

En términos positivos, las mujeres emprendedoras destacan por su resiliencia, sensibilidad y capacidad para construir redes de apoyo entre pares. Estas redes de sororidad no solo facilitan el intercambio de experiencias y soluciones, sino que también refuerzan los vínculos emocionales, la pasión y el amor que imprimen en sus proyectos.

A pesar de los avances, es notable que la mayoría de las emprendedoras tienden a concentrarse en actividades tradicionales y conocidas, frecuentemente asociadas con lo que se considera "femenino". Esto limita la exploración de rubros innovadores o menos convencionales, que podrían abrir nuevas oportunidades tanto para ellas como para otras mujeres.

Conclusiones

El emprendimiento femenino se destaca como una fuerza transformadora en el desarrollo regional, generando empleo, resolviendo problemas y promoviendo el bienestar de las comunidades. Las mujeres emprendedoras aportan una perspectiva social y empática a los negocios, evidenciando que la innovación, entendida como la capacidad de

transformar desafíos en oportunidades, es clave para redefinir sus trayectorias y superar las limitaciones impuestas por las expectativas de género.

En los casos relevados, se observa que las emprendedoras locales enfrentan barreras estructurales y culturales, como el acceso limitado al financiamiento, la sobrecarga de responsabilidades de cuidado y la brecha tecnológica. Sin embargo, demuestran resiliencia al sortear estas dificultades y construir negocios que reflejan sus valores y aspiraciones. Su enfoque en la sostenibilidad y el impacto social, así como su compromiso con estrategias de triple impacto, constituye una forma de innovación que trasciende los límites tradicionales del mercado.

No obstante, el potencial innovador de las mujeres emprendedoras se ve condicionado por su concentración en sectores tradicionalmente feminizados, como el textil, gastronómico y artesanal, que limitan la exploración de nuevos horizontes. La falta de modelos femeninos referentes, los estereotipos culturales y el predominio masculino en el ecosistema digital y científico representan obstáculos adicionales. Aunque algunas emprendedoras han comenzado a adoptar herramientas tecnológicas, como el comercio electrónico y plataformas digitales, estas prácticas aún no están plenamente integradas en sus formas de gestión.

Para potenciar la innovación en los emprendimientos femeninos, es indispensable un cambio cultural que permita a las mujeres desafiar las expectativas tradicionales y explorar rubros no convencionales. Esto requiere políticas públicas, programas educativos y redes de apoyo que fortalezcan competencias técnicas y fomenten la colaboración entre emprendedoras. Las iniciativas que incentiven la incursión en sectores no tradicionales y promuevan la diversificación pueden transformar las barreras actuales en oportunidades de crecimiento.

En este contexto, las redes de sororidad y los programas de formación, como los ofrecidos por la Asociación Civil CRIAR y la Universidad Nacional de Rosario, juegan un papel crucial al crear espacios donde la colaboración y el intercambio de experiencias se convierten en motores de creatividad y transformación.

La innovación en el emprendimiento femenino requiere de un cambio cultural que permita a las mujeres desafiar las expectativas tradicionales y explorar nuevos horizontes. Promover iniciativas que incentiven la incursión en rubros no tradicionales y fomentar una educación que destaque la creatividad y la diversificación puede ser clave para transformar las barreras actuales en oportunidades de crecimiento y desarrollo. Así, las emprendedoras no solo podrán expandir sus propios límites, sino también inspirar a futuras generaciones a innovar y liderar en cualquier ámbito que elijan.

Bibliografía

- Acevedo, M (2024) Día Internacional de la Mujer Emprendedora: 5 consejos de expertas para empezar tu negocio. Publicado el 19 de noviembre de 2024. Clarín.
https://www.clarin.com/informacion-general/dia-internacional-mujer-emprendedora-5-consejos-expertas-empezar-negocio_0_z24bVLMswQ.html
- Brevis, V (2024) Innovación con perspectiva de género: la contribución al desarrollo de una sociedad inclusiva. Publicado el 17 de mayo de 2024. La Quinta Empeende. Chile.
<https://laquintaempeende.cl/2024/05/innovacion-con-perspectiva-de-genero-la-contribucion-al-desarrollo-de-una-sociedad-inclusiva/>
- Bucardo Castro, A., Saavedra García, M. L., Camarena Adame, M. E., (2015) Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. Revista Elsevier. Suma de negocios. Vol. 6. Núm. 13. Páginas 98-107 (enero - junio 2015) <https://www.elsevier.es/es-revista-suma-negocios-208-pdf-S2215910X15000154>
- Care Org. (2021) Cuatro Obstáculos que enfrentan las mujeres emprendedoras al iniciar un negocio. Publicado 17 de septiembre de 2021. <https://care.org.pe/4-obstaculos-que-enfrentan-las-mujeres-emprendedoras-al-iniciar-un-negocio/>
- Chicas en Tecnología (2024) La brecha que persiste: Cuántas mujeres faltan para alcanzar la paridad de género en carreras de tecnología en América Latina. El panorama en Argentina. CET y NCR Foundation. Buenos Aires. <https://chicasentecnologia.org/labrechaquepersiste/>
- Corma Canós, F. (2013). Innovación, innovadores y empresa innovadora: (1 ed.). Ediciones Díaz de Santos. Madrid.
- Corma Canós, F. (2018). El canvas de la innovación. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.
- de Bono, E. (2004) El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Editorial Paidós. México.
- Escorsa Castells, P. y Valls Pasola, J. (2016). Tecnología e innovación en la empresa. Universitat Politècnica de Catalunya. Barcelona.
- Figuerola Ferretti Garrigues, I; Aracil Jorda, J e Infante Infante, J. (2022) Emprendimiento y brecha de género un mapa para el caso español. Universidad Pontificia Comillas.
<http://hdl.handle.net/11531/67823>
- Kastika, E. (2006) Usted puede ser creativo: nuevas recomendaciones para innovar en las empresas -1a ed. Innovar, Escuela de Innovadores de Buenos Aires. Buenos Aires.
- Lobato Gómez, F. (2011). Empresa e iniciativa emprendedora. Macmillan Iberia, S.A. Madrid.
- Lopez Vassols, V. (2017) Mujeres en la ciencia: ¿qué no estamos midiendo? Publicado en 14 de julio de 2017. Puntos sobre la i. Un blog del BID para conversar sobre innovación en América Latina y el Caribe. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/mujeres-en-la-ciencia-que-no-estamos-midiendo/#comments>
- Morreale, S. V. (2022) Precarización laboral y Emprendedurismo. Publicado en Julio de 2022. Revista Ideides. Universidad Nacional de Tres de Febrero. <https://revista-ideides.com/precarizacion-laboral-y-emprendedurismo/>
- ONU Mujeres (2023) Innovación y cambio tecnológico, y educación en la era digital para lograr la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y niñas. ONU Mujeres – América Latina y el Caribe. <https://lac.unwomen.org/es/digital-library/publications/2023/02/innovacion-y-cambio-tecnologico-y-educacion-en-la-era-digital-para-lograr-la-igualdad-de-genero-y-el-empoderamiento-de-todas-las-mujeres-y-ninas>
- Orrego, C. I. (2008) La dimensión humana del emprendimiento. Revista Ciencias Estratégicas, vol. 16, núm. 20, julio-diciembre, 2008, pp. 225-235 Universidad Pontificia Bolivariana Medellín, Colombia

Oviedo, R. R. y Racca, A. P. (2024) El desafío de emprender siendo mujer. El aporte de la asociación civil criar "comunidad de mujeres emprendedoras". XVIII Jornadas de Ciencias, Tecnologías e Innovación. Universidad Nacional de Rosario, 24 y 25 de octubre de 2024. <https://rephip.unr.edu.ar/items/c362067d-2738-4d9f-957d-e300210a3a84>

Oviedo, R. R., Racca, A. P., Curto, L. P., Fior, M., Leda, A. C., Suñer, M. N. y Cercos, J. M. (2024) La experiencia de emprender siendo mujer. El aporte de la universidad pública. XXVIII Jornadas "Investigación en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística. Universidad Nacional de Rosario, 28, 29 y 30 de octubre de 2024. <https://rephip.unr.edu.ar/items/81394c56-d550-4d16-bea4-e6e64f231911>

Pereyra D. (2013) Notas para una sociología de la cultura emprendedora. En Gonzalez S. y Matozo E. Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor: experiencias de la Red Latinoamericana de Buenas Prácticas de Cooperación Universidad Empresa. Páginas 15 a 31. 1a ed. Universidad Nacional del Litoral. Santa Fe.

Prieto García, M. A., Alvarez Martinez, J. C. y Herraiz Vidal, P. (2013). Empresa e iniciativa emprendedora. Macmillan Iberia, S.A. Madrid.

Racca, A. P., Oviedo, R. R., Leda, A. C. y Tomarelli, J. (2024) Conjugando la investigación y la extensión universitaria: "Programa Mujeres Emprendedoras", desarrollo y evaluación de su impacto. Revista Informes de Investigación. Nro. 8. <https://rephip.unr.edu.ar/items/af390d3a-ecc9-49c6-9e1a-d633d8c186d5>

Salinas Mulder, S (2019) La innovación y su potencial para desafiar las desigualdades de género. Publicado 12 de marzo de 2019. Red WIM La red de mujeres latinoamericanas y del caribe en gestión de organizaciones. <https://www.wim-network.org/la-innovacion-y-su-potencial-para-desafiar-las-desigualdades-de-genero/>

Thornton, M. (2019) Why Did Cantillon Change the Meaning of Entrepreneurship? Mises: Interdisciplinary Journal of Philosophy Law and Economics, vol. 7, no. 3, pp. 545-558. https://www.researchgate.net/publication/337108990_Why_Did_Cantillon_Change_the_Meaning_of_Entrepreneurship

Topazzini, C. (2022) La mayoría de las mujeres que emprenden, lo hace por necesidad económica. Publicado 2 de junio de 2022. <https://www.a24.com/economia/la-mayoria-las-mujeres-que-emprenden-lo-hace-necesidad-economica-n1021160>

Territorios productivos digitalizados ¿Emergencia de un nuevo cuentapropismo/ emprendedor?

Quattrini Diego

diegoquattrini@unvm.edu.ar

Universidad Nacional de Villa María, Universidad Nacional de Cuyo, Universidad Provincial de Córdoba.

Territorios productivos digitalizados ¿Emergencia de un nuevo cuentapropismo/emprendedor?

Resumen

Existe un avance inédito en la difusión de las nuevas tecnologías que repercute sobre los sistemas productivos territoriales. En este contexto, el autoempleo emerge como una posibilidad de adherirse de manera "competitiva" a los nuevos tiempos productivos. Este artículo pretende reflexionar sobre el cuentapropismo en tanto modalidad actualizada y mediada por el montaje de las plataformas digitales. Mas precisamente, la propuesta del ensayo es observar las vinculaciones entre el mundo emprendedor/cuentapropista con los procesos de digitalización. Se afirma que este agente productivo asume una forma "arquetípica" de organización laboral que le permite incorporarse al modelo de acumulación. El éxito o fracaso dependerá de la adaptación y el nivel de concordancia que se tenga con los modos pragmáticos que se propone en la era de la "inteligencia artificial".

De manera argumentativa se presentará una reflexión sobre las transformaciones estructurales del mundo del trabajo y la incidencia de la sociedad tecnologizada. A su vez desarrollará alguna referencia sobre el cuentapropismo configurado a la luz del trabajo digital. Por último, se analizará la relación entre digitalización y emprendedurismo, como una concepción relativamente novedosa en lo que respecta a la modalidad capitalista.

Abstract

There is an unprecedented advancement in the dissemination of new technologies that impacts territorial production systems. In this context, self-employment emerges as a possibility to competitively align with the new productive times. This article aims to reflect on self-employment as an updated modality mediated by the framework of digital platforms. More precisely, the proposal of the essay is to observe the connections between the entrepreneurial/self-employed world and the processes of digitalization. It is asserted that this productive agent assumes an "archetypical" form of labor organization that allows it to integrate into the accumulation model. Success or failure will depend on the adaptation and the level of alignment with the pragmatic modes proposed in the era of "artificial intelligence."

An argumentative reflection will be presented on the structural transformations of the world of work and the impact of technologized society. Additionally, it will develop some references to self-employment configured in light of digital work. Finally, the relationship between digitalization and entrepreneurship will be analyzed as a relatively novel conception regarding the capitalist modality.

Introducción

En general, la estructura productiva argentina en la mayoría de las regiones está caracterizada históricamente por la presencia de microempresas (una proporción de PYMES importantes) y de unidades productivas relacionadas al cuentapropismo. Muchas de ellas a pesar de encontrarse en temprano desarrollo e incorporarse a las inestablemente a las actividades económicas, producen la creación de empleos netos. Sin embargo, la importancia de las grandes empresas en lo que respecta a la producción de trabajo no ha dejado de aumentar en los últimos años. Las corporaciones internacionales operan de manera significativa sobre importantes cadenas productivas ligadas al agro, a la industria y a los servicios, interfiriendo en las formas de configuración de los territorios productivos regionales.

Este panorama se complejiza con la metamorfosis del mundo del trabajo global y su incidencia en lo local. A la extensión cada vez más profunda y estructural de las desigualdades, se empieza visualizar un nuevo proceso de institución de otros “modos” de precarización laboral. Asimismo, se le suma la crisis institucional del “Estado garante de derechos básicos (salud y educación)” y, lo que no es menor, junto a cambios trascendentes en las maneras de interrelación social.

Con respecto a este último punto, aparecen nuevas sociabilidades para el trabajo que se configuran en un contexto cultural y económico diferente hasta lo experimentado por la humanidad. Surge así, un avance inédito de una difusión de nuevas tecnologías que repercuten dialécticamente sobre los sistemas productivos y sobre las formas de interacciones sociales. Este es un proceso de digitalización continuo, que se sirve de novedosos conocimientos y habilidades masificadas conjuntamente con demandas tecnológicas crecientes y presentes en casi todas las actividades económicas. De alguna manera, esta transformación paulatinamente va generando un nuevo modo de procesar el trabajo mundial y regional, conjuntamente con una nueva manera de automatización y de mutación de las condiciones de incorporación a los distintos segmentos del mercado de trabajo.

En este contexto, el autoempleo emerge como una posibilidad concreta de adherirse de manera “competitiva” a los nuevos tiempos productivos. El trabajo por cuenta propia, en este nuevo marco, se presenta con otras características a las tradicionales. Primero, se encuentra comprometido con aceptar y adecuarse al diseño de flexibilidad que se impone en el mundo laboral. Necesita de un perfeccionamiento de habilidades laborales distintivas, cognitivas, operativas e, inclusive, actitudinales. Este cúmulo de capacidades serán de base para lograr manejar de manera significativa la dimensión tecnológica, requisito que permite la elaboración de tareas novedosas y la incorporación a la economía colaborativa del trabajo digital.

A su vez esta forma de trabajo está impulsada por una estructura jerárquica de poder económica ascendente. Las grandes corporaciones de tecnología son las responsables del desarrollo primario de la industria de lo digital (Srnicsek, 2018), la cual está pensada en función de negocios con grandes ganancias que dependen de la reproducción de las nuevas tecnologías de la información. No obstante, esta estructura de acumulación queda fusionada de acuerdo a una disposición de una fuerza de trabajo con un carácter individualizado y deslocalizada. De allí que el cuentapropismo fue reactualizado como proceso regulatorio sobre el trabajo, mediado ahora por el montaje y la masificación de las plataformas digitales. El nuevo núcleo de la constitución del capital desarma la estructura de producción centralizadas y constituidas a partir de instituciones

colectivas; y las reorganiza utilizando la infraestructura de la Inteligencia Artificial. El florecimiento de aplicaciones de cualquier índole es el resultado de una nueva manera de conectividad, donde el uso indiscriminado de cantidades enormes de datos reconstruye la dimensión territorial y las economías locales. De hecho, la ubicación de las grandes empresas digitales multinacionales que marcan el ritmo productivo no se encuentra únicamente en el norte global. Aparece otro tipo de concentración geográfica que fortalece centros de investigación e innovación, formas diferenciales de tributación (empresas de trabajo digital que poseen su domicilio en paraísos fiscales y carecen de oficinas comerciales) y un claro desplazamiento productivo (traslado de operaciones según los costos laborales). Sin responsabilidad hacia las reglas del Estado Nación, son empresas que su principal ganancia es transformar a los trabajadores en meros asociados (o usuarios) de las plataformas, desplazando el sistema de registro tradicional y legal, y reconstituyendo las identidades ocupacionales.

La trama de la economía digital crece cada día con conexiones móviles y una gran penetración en la cotidianidad. En este contexto la propuesta del ensayo es observar las vinculaciones entre el mundo emprendedor y la modalidad de trabajo del cuentapropista con los procesos de digitalización. Se puede afirmar que hoy la estructura de trabajo cuentapropista/emprendedor se presenta como una forma “arquetípica” de organización laboral, la que permite a través del trabajo digital la incorporación de varios trabajadores a un modelo específico de acumulación. El éxito o fracaso de esta unidad productiva y autosuficiente dependerá pura y exclusivamente de la adaptación y el nivel de concordancia con las políticas de las plataformas, y con la regulación que estas realizan a partir de su calculo “algorítmico”. Para la mayoría de estos trabajadores las estrategias y las decisiones, los parámetros y reglas laborales y los riesgos e incertidumbres dependerán de los instrumentos adquiridos individualmente y las oportunidades disponibles que presenta el modo de producción organizado a través del trabajo digital.

La reflexión parte de que la idea de “territorio productivo” se establece por la heterogeneidad y complejidad de un mundo en permanente movimiento. Esto incluye pensar dinámicamente la presencia del medioambiente (y su relación entre naturaleza y tecnología, como de los tipos de producción, distribución y consumo); a los actores productivos y a la movilización en torno a estrategias y proyectos diversos; y al acceso diferencial de los bienes valorados económicamente. De manera argumentativa se comenzará con una reflexión sobre las transformaciones estructurales del mundo del trabajo y la incidencia de la sociedad tecnologizada. En un segundo momento se presentará alguna referencia sobre el cuentapropismo configurado a la luz del trabajo digital. Por último, se analizará la relación entre digitalización y emprendedurismo, como una concepción relativamente novedosa en lo que respecta a la modalidad capitalista. Se propone entonces, una reflexión en ciernes del nuevo significado que adquiere producir en un mundo construido y metamorfoseado bajo lo que hoy el establishment denomina “territorios inteligentes”.

Transformaciones del mundo del Trabajo

Se aprecia un momento significativo con respecto a la “metamorfosis” en el mundo del trabajo y de sus consecuencias. Las nuevas formas de producción, impulsadas por la revolución tecnológica y comunicacional, junto con un renovado proceso de concentración del capital, han modificado los modos de organización, las relaciones laborales, su

composición sectorial, sus formas reproductivas e incluso las formas de identificación de quienes viven del trabajo.

Es necesario aclarar que estas mutaciones se han desarrollado de manera paulatina. La des-proletarización del trabajo fabril constituye una característica estructural del mundo laboral que ha generado un intenso proceso de heterogeneización, complejización y fragmentación de los trabajadores (Antunes, 1999). La clase trabajadora actual presenta diversas "capas sociales", como plantea Poulantzas (1985), manifestándose como "múltiple" y carente de organicidad. Esto genera nuevas dinámicas tanto en el plano productivo como en la relación con el aparato estatal, así como nuevas experiencias y sentidos laborales. En cada territorio se observa una diversidad de capas asalariadas y no asalariadas con ingresos, demandas, creencias y expectativas laborales distintas.

Paralelamente, el trabajo experimenta un proceso de sub-proletarización. Al menos, en toda América Latina, surgen procedimientos parciales de contratación que reactualizan formas de flexibilización laboral. A esto se suma un desempleo estructural (que en Argentina oscila entre 7% y 10%) y la expansión de actividades laborales de subsistencia propias de una economía marginal (Marini, 1972). Estas condiciones han facilitado la construcción y aceptación de nuevas reglas de acceso y permanencia en el mundo laboral. La situación se complejiza por el debilitamiento del poder sindical y su capacidad de representación en la discusión de la distribución de ganancias, junto con el desmantelamiento de tramas productivas regionales y la incorporación de actividades económicas relacionadas únicamente a la explotación de los recursos naturales. Este contexto ha facilitado la posibilidad de la relocalización del espacio productivo global. Las empresas multinacionales, aprovechando el desarrollo tecnológico, han implementado estrategias de externalización, tercerización y offshoring, reduciendo sus costos laborales. Esto genera una dinámica de fragmentación global del trabajo (Diana Menéndez, 2019) que impacta en sus formas de explotación localizadas e históricas.

La consecuencia es la consolidación de una forma estructural de explotación de la fuerza laboral que ha dado lugar a un cuerpo trabajador precarizado, forzado a subsistir en constante incertidumbre (Quattrini y Doughman, 2023). Los trabajadores de diversos sectores productivos del Sur Global enfrentan una nueva composición identitaria, teniendo que aceptar ritmos y exigencias laborales intensas y sometidas a un proceso de individualización. Como señala Cingolani (2016), el empresariado, con el respaldo de políticas públicas estatales, ha logrado reconstruir el territorio "desatando lo que estaba atado"; es decir, promoviendo nuevos modelos productivos que incrementan las desigualdades y jerarquías en la división social y mundial del trabajo, mediante la fragmentación, la individualización subjetiva y el debilitamiento de las estrategias tradicionales de resistencia laboral.

Sin duda, estas transformaciones llegaron de la mano de la consolidación en las últimas dos décadas de un salto tecnológico sin precedentes. Esta se caracteriza por un amplio número de tecnologías elaboradas basadas en la inteligencia artificial, transforman tanto la producción como la sociedad. Entre estas innovaciones destacan el big data, el internet de las cosas, los sistemas integrados, la ciberseguridad, la impresión 3D, la fabricación aditiva, la realidad virtual, la sensorización de sistemas y la digitalización logística, entre otras (Ricardo Cabrera, et al. 2020).

La velocidad, alcance e impacto de los sistemas digitales han permitido profundizar la automatización y mejorar la efectividad productiva. Si se mira la historia del capitalismo, los impactos de la tecnologización estuvieron acompañados de alteraciones

organizacionales y espaciales en el trabajo. El siglo XX presenció la expansión del fordismo y del taylorismo apoyados en la utilización del reloj y la cadena de montaje, herramientas que llevaron a desarrollar mecanismos de control progresivos sobre el tiempo de trabajo (Coriat 2001). Posteriormente, el neo-fordismo (o el llamado toyotismo) introdujo el 'trabajo justo a tiempo', el aprendizaje continuo y la innovación permanente, respaldados por sistemas computarizados de contabilidad que optimizaron la productividad. El control laboral se alcanzó así no solo mediante la automatización sino también a través del compromiso del grupo de trabajadores con la productividad. De allí que la calidad total, la proactividad y la polivalencia, las capacidades particulares y emocionales de cada trabajador son expresiones visibles de los requerimientos de la administración científica del trabajo (Coriat, 1997). Así, desde fines del siglo pasado, las "competencias laborales" se han convertido en principios estructurantes de la selección, formación y desarrollo real del trabajo. Más allá del conocimiento técnico, el trabajador "competente" debe desarrollar habilidades socioemocionales como comunicación, empatía, automotivación y creatividad. Estas establecen los requisitos de empleabilidad incluso en ocupaciones técnicas y operativas (Quattrini, 2023).

Asimismo, las transformaciones laborales se constituyeron también en función de otro proceso estructural: la feminización de la mano de obra (Colombo, 2020). El crecimiento del sector terciario, especialmente en comercialización y servicios, ha generado un incremento sostenido de la participación femenina en el trabajo remunerado. Como señala Federici (2013), particularmente en América Latina, la fuerza laboral femenina ha funcionado como resguardo ante las nuevas desigualdades del mercado laboral, compensando la declinación del ingreso del proveedor masculino tradicional. Con la expansión de ocupaciones vinculadas al cuidado y servicios ha permitido una limitada revalorización de las habilidades tradicionalmente asociadas al ámbito del hogar. Sin embargo, esta incorporación laboral femenina no ha implicado una redistribución del trabajo doméstico no remunerado, generando una doble jornada para las mujeres. Esta situación ha requerido el desarrollo de una sociabilidad laboral que concilie su inserción en el mercado laboral con sus responsabilidades familiares, lo que dio como resultado una extensión de las horas totales de trabajo femeninas. Además, las condiciones de inserción mercantil han perpetuado la segregación ocupacional y la discriminación por género, evidenciada en la persistente brecha salarial entre mujeres y hombres en puestos equivalentes (Pérez, 2018).

En síntesis, estas transformaciones han profundizado la existencia de una clase trabajadora heterogénea, caracterizada por la inestabilidad laboral. En la actualidad, el control sobre el trabajo no se limita a las normativas empresariales, sino que se extiende a las condiciones de entrada y permanencia en el mercado laboral, enfatizando y valorizando el desempeño y la voluntad individual. Esta fragmentación de la clase trabajadora incluye a quienes desarrollan actividades autónomas y por cuenta propia, una caracterización que se complejiza con el desarrollo del trabajo digital y su vinculación con modalidades laborales no institucionalizadas.

Cuentapropismo 4.0

El cuentapropismo es una de las cuatro modalidades de ocupación registrada por las estadísticas oficiales (las otras son patrón o empleador, obrero o empleado y trabajador sin salario). La literatura los representa como aquellos que, trabajando por su

cuenta o con uno o más socios, tienen un trabajo independiente, que a veces desarrollan su actividad en una unidad familiar o en solitario, y que no han contratado de manera continua a ningún trabajador. En Argentina, al igual que en otras partes del mundo, esta forma siempre ha existido como una variedad de trabajo, con su propia historia y articulada a los modelos de acumulación contruidos de acuerdo con los contextos sociales y económicos. No obstante, se ha ido modificando a la par de la metamorfosis del mundo del trabajo. De alguna manera, su consolidación responde a la desproletarización y la fragmentación; la subproletarización y terciarización laboral; la consolidación de la precarización; y el aumento de la feminización del trabajo, entre otros aspectos señalados.

En este contexto, el uso de plataformas digitales, la liberalización y flexibilización de los mercados de trabajo, el incremento del empleo temporal, la deslocalización y la subcontratación de personal temporal han allanado el camino a la presencia institucional del autoempleo (Blanchard, 2023). Bajo estas dinámicas, esta unidad productiva se configura tomando como requisito la valoración de alguna competencia laboral “distintiva”. Esta diferenciación permite observar su carácter variable, según el nivel educativo o de calificación (algunas marcadas por su título profesional, otras por su oficio), y según la estimación del mercado respecto a las tareas productivas que efectivamente se realizan. Se podría observar que el tipo de cuentapropismo agrupa posiciones y condiciones de clase diferenciales; algunos están incorporados a sectores dinámicos de la economía, mientras que otros se enmarcan en procesos productivos de subsistencia. Los profesionales burocráticos son un ejemplo del primer caso, mientras que la mayoría organiza sus actividades asumiendo una presencia precaria en el mercado, dando lugar al trabajo popularizado como “changas”, en tanto empleos ocasionales (operativos y no calificados) que se realizan para obtener ingresos rápidos. No es casualidad que la mayor distribución de los cuentapropistas se concentre en ramas de actividad que exhiben niveles de precarización y desprotección laboral más elevados, como comercio, industria alimentaria, textil, construcción y limpieza.

Presentando un recorrido rápido y tomando en cuenta los datos del Censo en Argentina, en 2010 existían 4.665.641 trabajadores independientes, es decir, casi un 26% de trabajadores por cuenta propia. De ellos, 462.889 se localizaban en la provincia de Córdoba y 192.895 en la Capital de esta provincia. A finales de 2022, la cifra se mantenía, resultando en un 27% de la población en esta modalidad. Sin embargo, a pesar de que durante la década el porcentaje se ha mantenido constante, una lectura más cualitativa permite afirmar que el cuentapropismo ha mutado junto con las transformaciones señaladas. Sin duda, la “conquista digital/tecnológica expansiva” en las existencias (Sadin, 2020) y los efectos del trabajo digital (Fuchs y Sandoval, 2014) generados en la sociedad 4.0 han repercutido en todas las modalidades que mantienen el proceso de acumulación, pero especialmente en el autoempleo. Se entiende que el “Trabajo (labour) Digital” no se limita solamente a la producción de contenido digital, sino que, siguiendo a autores como Fuchs y Sandoval depende tanto de las condiciones de producción de tecnología como de reproducción, lo que permite configurar una formación social territorial globalizada/regional. Estas formas de producción requieren diferentes modalidades y sociabilidades a “demanda” para organizar la automatización y los modos de producción, siendo el cuentapropismo “digitalizado” un modo de inserción económica oportuno. Muchos de estos trabajadores independientes han aprendido a gestionar y organizar sus tareas gracias a su manejo competente de habilidades colaborativas conseguidas al experimentar con los procesos de tecnologización (Garavaglia, 2022).

Asimismo, se agrega otro carácter diferenciador de la época: la consolidación dentro del cuentapropismo de una sensibilidad relacionada con la individualidad: el emprendedurismo. Esta configuración identitaria proyecta una forma de estar y percibir el trabajo, como una reactivación de las ideas meritocráticas. Mientras que este tipo de vinculaciones personales y emocionales ahora también se profundizan dentro del mundo de la digitalización, lo que favorece a una mayor atomización de las relaciones de trabajo, al menos en las grandes urbes. Surge así un trabajador que ya no piensa en colegas o compañeros, sino en asociados y competidores; mientras que ellos mismos son representados como sus propios jefes, es decir, responsables de su producto y de todo su proceso de trabajo (Prieto, Travieso y Vega Ruiz, 2018).

La ideología del emprendimiento ha generado, progresivamente, un nuevo ethos individual (Sadin, 2022). En primera instancia, este aparece para el cuentapropista como un soporte simbólico e identitario de reposicionamiento de pensamientos. Un elemento central en este proceso es la individualización y la autorresponsabilidad laboral promovida por la idea de ser "empresario de sí mismo". Los problemas estructurales del mercado laboral se perciben, así, como déficits individuales de competencias que cada trabajador debe resolver mediante la formación continua. El discurso pedagógico permite interpelar a un trabajador limitado colectivamente y promover una "creencia en sí mismo", a la par de reconsiderar atributos visibles —preferentemente emocionales— que lo acrediten como tal. Centrándose en las formas de regular la vida íntima, se le otorgan argumentos verosímiles para manejar las experiencias y expectativas laborales, y articular su existencia organizacional con el mundo del trabajo flexibilizado y con sus ritmos laborales consolidados.

Esta forma de apreciación de la vida productiva implica la formación de una cultura de la personalidad "productiva" y "consumista", caracterizada por la posibilidad de hacer valer la propia singularidad (Quattrini, 2023). En otros términos, este tipo de identificaciones lleva a adquirir habilidades actitudinales y a una elección identitaria que promueve la aceptación de diferentes mandatos, como el de "estar disponible" para dispares horarios, siendo el propio carácter el encargado de establecer el control sobre el trabajo. De aquí se conforma institucionalmente una especie de regulación emocional personal sobre quienes apuestan por el autoempleo, generando un horizonte aspiracional con determinadas expectativas "racionales mercantiles".

Lo novedoso de este proceso es que el emprendedurismo adquiere una existencia material profunda e intensamente emocional ligada a la tecnologización. Para los nuevos emprendedores, el celular es una parte indispensable de su trabajo. El teléfono inteligente y sus aplicaciones brindan la posibilidad de enlazarse permanente y significativamente con un mundo exterior que afecta la sociabilidad laboral. Lentamente, "la gestión productiva a través del dispositivo" estructura cuerpos, digitalizando y automatizando no solo tareas, sino también formas de interacción, que alejan al cuentapropista de las lógicas comunitarias anteriores del trabajo. La autonomía social y el narcisismo son dinámicas permanentes y cotidianas en el trabajo. El emprendedor aprende a depender de sí mismo y a regenerar constantemente con la obligación de innovar sus hábitos y saberes laborales, siendo esto último lo único que lo habilita a mantenerse y "actualizarse" como competitivo. El aprendizaje de los "quehaceres digitales" es una condición necesaria para ser parte de este proceso, alcanzado luego de acostumbrarse diariamente a las experiencias tecnológicas. Solo así estos emprendedores se incorporan al proceso de creación masiva y colectiva, adquiriendo capacidades para manipular objetos mercantilizados y digitalizados.

Digitalización y emprendedurismo: Modalidad actualizada

La nueva economía se teje a la par de las transformaciones alcanzadas por la digitalización. Las aplicaciones interpelan, a través de sus algoritmos, las maneras de trabajar de la mayoría de las ocupaciones, convirtiéndose en infraestructuras institucionalizadas masivas y al alcance de todos. La gestión algorítmica podría definirse como “prácticas de supervisión, gobernanza y control” llevadas a cabo por cálculos sofisticados de software que posibilitan la reproducción del trabajo digital (Möhlmann et al., 2021). Srnicek (2017) aclara, por su parte, que estos algoritmos se presentan como espacios neutrales que conectan figuras “aparentemente equivalentes”. Sin embargo, si se los analiza más profundamente, estos establecen una especie de gestión personal que regula los movimientos de los trabajadores. Esta nueva tecnología otorga la posibilidad de registrar constantemente los comportamientos, evaluar los desempeños e intervenir de manera automática en las decisiones organizativas de las unidades productivas.

Ahora bien, el sostenimiento de la interacción entre los trabajadores y el sistema productivo depende del continuo aumento de la digitalización en todas las interacciones sociales. De allí que la digitalización se sirva de conocimientos y habilidades ampliamente socializadas y comunicadas. En tanto, el aprendizaje tecnológico operativo/corporal aparece como una necesidad social forzada por las condiciones del modelo de acumulación. Se precisan agentes cognitivos, creativos y colaboradores, que conozcan el flujo permanente de información de la red y que “vivan” conectados con personas y empresas posicionadas en diferentes lugares del globo (Lins Ribeiro, 2018).

De este modo las plataformas quedan inscriptas en el proceso de productivo territorial adquiriendo una impronta histórica sobre las formas de control del trabajo. La atomización de las relaciones laborales no deja de estar vinculada a las nuevas condiciones materiales de existencia, siendo el cuentapropismo digital una modalidad plausible de extensión general. Profundizando en la descripción de estos trabajadores, se podrían diferenciar al menos dos formas de trabajo que se realizan mediante las experiencias con las aplicaciones: aquellos agentes que utilizan las “plataformas in situ” (o los “uberizados”) y los que utilizan las “plataformas de trabajo online” (o los llamados “freelance”) (Blanchard, 2022).

En el primer caso, la uberización (Uber como prototipo representativo) sirve para observar las formas en que las tecnologías organizan las acciones concretas de la clase que vive del trabajo operativa. Se trata de un modelo de negocio que consiste en convertir los datos digitales en materia prima. El registro concede la posibilidad de crear instrumentos que ofician de mediadores y articulan la oferta y la demanda laboral, alterando las interacciones laborales (Srnicek, 2018; Scasserra, 2019).

En la uberización, los trabajadores se encuentran en la misma zona geográfica física que sus intermediarios (clientes o usuarios) y llevan a cabo una tarea ordenada por una empresa multinacional de plataformas. Algunos autores llaman a este modelo de trabajo la “plataformización del trabajo de chingas” (Zukerfeld et al., 2024) por la temporalidad y las condiciones de trabajo que proponen, siendo ejemplos paradigmáticos el servicio de reparto. Para acceder a este mercado, sólo se necesita una persona que aprenda a manejar la aplicación en su celular y que esté dispuesta a hacerse cargo de sus gastos de mantenimiento (movilidad y especialmente la compra del teléfono). La situación de vinculación permanente con el celular conlleva la incorporación de un ritmo algorítmico al movimiento del trabajador. A su vez, el programa operado por una corporación

internacional (con fines de lucro) logra reformular el sistema de organización del trabajo, ajustando el servicio a la capacidad de producción singular de cada agente laboral (Antunes, 2020).

De esta manera, la fluidez de los datos de la plataforma propone y exige presiones de interacción al conectar la acción real del trabajador con las demandas del cliente. Los algoritmos perfilan el movimiento del trabajador, examinando aspectos clave como las bonificaciones, horarios de trabajo o la asignación de tareas (Zukerfeld et al., 2024). Las calificaciones ponderan un sinnúmero de parámetros conductuales. Queda registrado en los perfiles digitales las tasas de rechazo de recorridos, los riesgos y los accidentes presentados en los trayectos, los tiempos de entrega, la calidad de las respuestas, los incumplimientos de normativas de la plataforma, entre otros puntos evaluativos (Scasserra, 2019; Cingolani, 2016). Los resultados performativos marcan una puntuación que será decisiva para arreglo de ordenamiento y determinará el nivel de exposición corporal al proceso de gestión digital.

El cálculo algorítmico también determina el tiempo de trabajo y los montos de pago a cobrar por los servicios prestados. De hecho, varias plataformas, al categorizar perfiles de los uberizados, pueden llegar a generar descuentos salariales por puntajes bajos y apercibir -y hasta desvincular- a los trabajadores de manera unilateral. A veces, cuando no se logra cumplir con los objetivos marcados por la aplicación, es preferible desactivar publicaciones o no ingresar a la plataforma, ya que al hacerlo disminuye el registro performativo y, con ello, las posibilidades de trabajo (Scasserra, 2019). Otro punto distintivo es la forma de contratación. Aquí se utiliza la modalidad de cuentapropista para establecer los tipos de derechos, garantías y protecciones. Esta modalidad se elige por su flexibilidad y las convenciones y relaciones de servicios con las empresas, establecidas por objetivos y con posibilidad de la deslocalización y la "libertad" de trabajar para varias compañías (Sierra Benítez, 2018). En definitiva, la uberización permite renovar modos laborales, reconstruyendo simbólicamente y legalmente el compromiso frente al trabajo. En este marco, el cuentapropista es el único responsable de su propia reproducción social, situación naturalizada en la narración popular: "elijo este trabajo porque lo hago cuando quiero y porque soy el propio jefe de mi negocio".

El segundo tipo son agentes cuentapropistas/emprendedores (propietarios y autoempleados) que realizan las tareas a través de las redes sociales. Es lo que se llama el "trabajo freelance", que se desarrolla por proyectos, y la acción de trabajo puede durar desde meses o semanas a días o, inclusive, sólo minutos (existe, por ejemplo, un mercado laboral de micro-tareas de digitalización, donde se oferta por faenas simples y repetitivas). Poseen una actividad constituida por la producción de información digital, utilizando como principal medio laboral una o varias tecnologías. Es una función que requiere un conocimiento intensivo de las herramientas digitales y un empleo de capacidades para manipular contenidos multimedia, clasificar o etiquetar imágenes o procesar consultas y servicios a clientes mediante un manejo informático, entre otros puntos.

Estos cuentapropistas autodenominados emprendedores utilizan las infraestructuras digitales para construir sus propios productos, servicios y espacios de transacción. Se sirven de un sistema económico territorial que les presenta la oportunidad de montar su propio negocio dentro del trabajo digital. Son una fuerza de trabajo organizada a partir de la capacidad de autoemplearse. A su vez, su funcionamiento depende de la asunción enérgica de la introspección del discurso del emprendedurismo en el trayecto laboral (Quattrini, 2023). Por ello, es un modelo laboral que disfraza relaciones laborales tradicionales mediante la representación de una "microempresa" que no posee capital

establecido, pero sí ofrece servicios empleando las plataformas como herramientas secundarias. Son emprendedores que asumen el riesgo personal, utilizando una identidad pragmática que les es útil para “hacer crecer su negocio”.

Recurren a esta forma de identificación no sólo programadores, comunicadores, escritores, arquitectos y diseñadores, sino también artesanos, vendedores, e incluso maestros y maestras. Esto lleva a la creación paulatina de un ecosistema de emprendedores constituido por distintas ocupaciones, desde veterinarios, profesores de matemáticas, hasta niñeras, los cuales sólo necesitan incorporar su oferta laboral en función de las lógicas de las distintas aplicaciones móviles (Blanchard, 2022). En el terreno del freelance, de manera general, se puede categorizar dos subtipos: emprendedores que prestan servicios, alquilan o venden bienes físicos, utilizando aplicaciones ligadas al comercio electrónico y a las redes sociales. En este caso, las redes se les presentan como un mecanismo de promoción para la búsqueda de empleo, el desarrollo profesional o la comercialización. En una segunda categoría, se lo puede identificar a los cuentapropistas creadores de contenido que producen bienes digitales. Esto incluye a influencers que suben sus conocimientos e información a YouTube, músicos que presentan sus canciones por Spotify, desarrolladores de software individuales que ofrecen aplicaciones a través de plataformas como Play Store o App Store, entre otros (Zukerfeld et al., 2024). Ambos tipos de freelance poseen en común la asunción de una presentación digital como una vidriera que les concede inscripción al trabajo digital y la conexión de su propia persona (como marca) con el mundo social/económico.

Los cuentapropistas emprendedores muestran el cambio en los patrones de visibilidad y el reconocimiento social generado por el trabajo digital. Anteriormente, estos dependían de las propias acciones mercantiles y del mérito personal. Sin embargo, el freelance se supedita ahora a su performance individual con la digitalización y a su comprensión singular del proceso tecnológico. Se necesitan técnicas de expresividad (Sadin, 2022), es decir, de la afirmación verbal y la difusión de imágenes destinadas a despertar la atención social. Estas técnicas corporales se conforman bajo una política de fiabilidad entre los sentidos con las transformaciones laborales (Scribano y Lisdero, 2019). Estos trabajadores, por su experiencia interactiva, están capacitados para elaborar un código -ya sea desde una pieza de un lenguaje a un simple posteo digital- con el propósito específico de generar un bien informacional que interfiera en la conducta tecnologizada. El ser propietario de los medios de producción (las computadoras/celulares) no determina su jerarquía social, ya que su posición depende simplemente de un conocimiento diferencial. Su inserción requiere la adhesión de una forma cultural dependiente de una producción de datos masivos y de la reproducción de efectos inmateriales y afectivos. Así, este agente se convierte en un emprendedor de códigos culturales digitalizados, que se apropia diferencialmente de una información relevante y que produce relaciones sociales digitales significativas. De modo tal que su trabajo queda valorado para ser aplicado por otros como herramientas de afianzamiento de la existencia corporal digital.

En resumen, todos estos cuentapropistas construyen sus ocupaciones y sus tareas productivas utilizando como medio de trabajo una tecnología, generando un producto relacionado al mundo digital que es adoptado como parte del mundo de la flexibilización laboral. Lo que surge, en este marco, es un nuevo proceso de regulación del trabajo, ahora expuesto a los requerimientos tecnológicos. Es un mundo donde la precariedad responde al espíritu de los tiempos y donde los instrumentos y las plataformas digitales propician y organizan el movimiento social y productivo.

Consideraciones Finales: ¿Rumbo hacia un emprendedurismo tecnológico?

La economía dependiente del trabajo digital se presenta como un sector dinámico resultado de las metamorfosis del trabajo. Es parte de las transformaciones que, en las últimas dos décadas, han llegado de la mano de un salto científico sin precedentes. Este proceso se caracteriza por la innovación de un amplio número de tecnologías basadas en la inteligencia artificial, las cuales, sin duda, han modificado el carácter de la producción, así como de la sociedad y de los territorios. Inclusive, presenta una infraestructura que se expande y permea en las diferentes capas de las actividades económicas y en los procesos de sociabilidad que se configuran alrededor del mundo del trabajo.

De ahí que la digitalización se convierta en un modelo organizacional de la vida y de lo laboral. Las ciudades, los negocios, las instituciones y los hogares deben reformularse según los patrones de la inteligencia tecnologizada. El avance del trabajo digital, junto al crecimiento de la economía de los datos, alimenta la expansión de una nueva forma de trabajar, de interactuar y de insertarse mercantilmente. El giro hacia la producción flexible, elaborado a comienzos de los años 70 bajo las cadenas de suministro del "justo a tiempo" y la terciarización, queda indudablemente intensificado con la masificación de las plataformas. Asimismo, la liberalización de los mercados de trabajo, el incremento del empleo temporal, la deslocalización, la externalización y la subcontratación marcan un camino de desarrollo específico: la necesidad de adoptar una potencialidad inventiva y facultades singulares con el objetivo de formar una fuerza de trabajo en disposición a nivel mundial.

Por consiguiente, el signo de la época no es solo la digitalización, sino también la deslocalización, atomización y reivindicación del "capital de uno mismo". Esto favorece el proceso de reivindicación del cuentapropismo, que se presenta ahora como una modalidad que, al incorporarse a los procesos de cambio en el mundo del trabajo, también transforma su fisionomía. Se trata de pequeñas unidades productivas que se modelan al ritmo de la "administración algorítmica". Los "uberizados" y los "freelance" son ejemplos de este proceso. Estos agentes desarrollan nuevos hábitos y saberes laborales, con la obligación de reformarse y mantenerse actualizados para ser competitivos en el mercado laboral. Prospera así la reivindicación de una identidad singular conformada a partir del montaje de las plataformas digitales y de las nuevas formas de contratación prototípicas.

De este modo, se podría afirmar que el cuentapropista/emprendedor, en tanto modalidad material y construcción de identificación emocional, funciona como un proceso regulador de las relaciones laborales. El trabajo a demanda, las nuevas formas de organización de la automatización y las distintas maneras de precarización permiten exhibirlo como una forma pertinente de inserción económica. Por este motivo, los trabajadores independientes son casos paradigmáticos de la metamorfosis de la sociedad actual. Su análisis brinda un conjunto de elementos y pistas analíticas para reflexionar sobre las transformaciones en las condiciones objetivas y el contenido específico de las sociabilidades. Estos agentes no dejan de estar alentados por una organización del trabajo particular y una expropiación específica sobre su capacidad operativa y su ser social. En suma, entender su aspecto, los sentidos para el trabajo y las formas de actuar de estos sujetos sirve para comprender la naturaleza de las dinámicas que se desarrollan alrededor de los escenarios productivos territoriales de hoy.

Bibliografía

- Antunes, R. (2005). Los sentidos del trabajo. Herramienta: Taller de Estudios Laborales.
- Antunes, R. (2020). ¿Cuál es el futuro del trabajo en la era digital? Observatorio Latinoamericano y Caribeño, 4(1), enero-junio.
- Blanchard, O. (2023). El trabajo en las plataformas digitales: Oportunidades y retos. Economistas sin fronteras, (51).
- Cingolani, P. (2016). Capitalismo de plataforma: Nuevas tecnologías de la comunicación e internacionalización del trabajo. Boletín Onteaiken, (22).
http://onteaiken.com.ar/ver/boletin22/onteaiken-22_Cingolani.pdf
- Coriat, B. (1993). Pensar al revés: Trabajo y organización en la empresa japonesa. Siglo XXI.
- Coriat, B. (2001). El taller y el cronómetro: Ensayo sobre el taylorismo, el fordismo y la producción en masa. Siglo XXI.
- Colombo, A. (2022). "Es muy agotador a veces todo, el combo": Percepciones y emociones sobre jornadas en doble presencia de madres cuentapropistas en Rafaela (Santa Fe, Argentina). Revista Intersticios, 16(1).
- Diana Menéndez, N. (2019). ¿Qué hay de nuevo, viejo? Una aproximación a los trabajos de plataformas en Argentina. Revista de Ciencias Sociales, (165), 45-58.
- Federici, S. (2013). Revolución en punto cero: Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas. Traficantes de Sueños.
- Fuchs, C., & Sandoval, M. (2015). Trabajadores digitales del mundo, uníos: Un marco para teorizar críticamente y analizar el trabajo digital. Hipertextos, (4), 19-70.
- Garavaglia, P. (2022). El avance de las plataformas de trabajo en la Argentina: Complejidades y desafíos en los sectores de reparto, transporte y servicio doméstico. Programa de ciudades. CIPPEC.
- Lins Ribeiro, G. (2018). El precio de la palabra: La hegemonía del capitalismo electrónico-informático y el googleísmo. Desacatos, (56), 16-33.
- Marini, R. M. (1972). Dialéctica de la dependencia. Serie Popular Era.
- Möhlmann, M., Zalmanson, L., Henfridsson, O., & Gregory, R. W. (2021). Algorithmic management of work on online labor platforms: When matching meets control. MIS Quarterly, 45(4).
- Pérez, P. (2018). Inserción laboral de jóvenes y desigualdades de género en la Argentina reciente. Revista Reflexiones, 97(1), 85-98.
- Poulantzas, N. (1985). Las clases sociales. En B. Zenteno (Coord.), Las clases sociales en América Latina. Siglo Veintiuno.
- Prieto, M., Travieso, M. M., & Vega Ruíz, M. L. (2018). El futuro del trabajo: ¿Amanecer u ocaso? Revista Trabajo, 10(15), 11-35.
- Quattrini, D., & Doughman, R. (2023). Cuerpo, emociones y trabajo: Algunas reflexiones del Sur Global en el entrado siglo XXI. Revista Politikón, 6(1), 89-106.
- Quattrini, D. (2023). «Ser creativo»: ¿Una sensibilidad necesaria para el mundo del trabajo? Revista Reflexiones, 102(1), 1-21.
- Ricardo Cabrera, H., Rodríguez Pérez, B., León González, J. L., & Medina León, A. (2020). Ideas y conceptos básicos para la comprensión de las industrias 4.0. Universidad y Sociedad, 12(4), 8-15.
- Sadin, É. (2020). La inteligencia artificial o el desafío del siglo: Anatomía de un antihumanismo radical. Caja Negra Editora.
- Sadin, É. (2022). La era del individuo tirano: El fin del mundo común (1ª ed.). Caja Negra Editora.

- Scasserra, S. (2019). El despotismo de los algoritmos: Cómo regular el empleo en las plataformas. *Nueva Sociedad*, (279), 133-140.
- Scribano, A., & Lisdero, P. (2019). *Digital Labour, Society and the Politics of Sensibilities*. Palgrave Macmillan.
- Sierra Benítez, E. M. (2018). Teletrabajo, uberización y robotización del trabajo: Propuesta para un derecho del trabajo consistente (sólido, estable y duradero). *Revista IDEIDES*, (20), 1-23.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataforma* (1ª ed.). Caja Negra Editora.
- Zukerfeld, M., Yansen, G., Dughera, L., Rabosto, A., Lamaletto, L., Zarauza, G., & Granara, G. (2024). Digitalización, plataformización y automatización del trabajo en los sectores del software, la producción audiovisual, la docencia, el reparto y el empleo doméstico: Indagaciones preliminares y avances de investigación. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 1, enero-junio.

Territorios Productivos en Acción

En esta sección se presentan casos de desarrollo productivo, iniciativas de los actores del mundo productivo que generan impacto positivo en la economía territorial. Está orientado a difundir iniciativas públicas, privadas, de gestión mixta, comunitarias, etc.



Universidad
Nacional
Villa María

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

La Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Villa María y su impacto en los emprendimientos

Beltrami Agustín José

Agustin.beltrami1@gmail.com

Universidad Nacional de Villa María

La Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Villa María y su impacto en los emprendimientos

Resumen

Este trabajo analiza el impacto de la Incubadora de Empresas de la UNVM en los proyectos incubados. Creada en 2016 por la Dirección de Transferencia Científico Tecnológica del Instituto de Extensión de la Universidad Nacional de Villa María, se ha convertido en un espacio vital para emprendedores dinámicos en la región, proporcionando apoyo, capacitación y oportunidades de crecimiento. El trabajo presenta el diseño metodológico de la investigación y su respectivo marco teórico, además de brindar resultados preliminares. Estos últimos muestran un aumento significativo en el número de emprendimientos activos, así como en la proporción de ingresos generados por los proyectos después de pasar por la incubadora. Se observa un impacto positivo en los proyectos incubados, respaldando la importancia de la incubadora en el impulso del ecosistema emprendedor local. Este estudio destaca el valor agregado que la incubadora brinda al fomentar la creatividad, innovación, el talento y la capacidad empresarial.

Palabras clave: Emprendimiento; creación de empresas; políticas de desarrollo; innovación, extensión.

The Business Incubator of the National University of Villa María and its impact on entrepreneurship

Abstract

This work analyzes the impact of the UNVM Business Incubator on the incubated projects. Created in 2016 by the Scientific and Technological Transfer Directorate of the Extension Institute of the National University of Villa María, it has become a vital space for dynamic entrepreneurs in the region, providing support, training and growth opportunities. The work presents the methodological design of the research and its respective theoretical framework, in addition to providing preliminary results. The latter show a significant increase in the number of active ventures, as well as in the proportion of income generated by the projects after passing through the incubator. A positive impact is observed in the incubated projects, supporting the importance of the incubator in promoting the local entrepreneurial ecosystem. This study highlights the added value that the incubator provides by promoting creativity, innovation, talent and entrepreneurial capacity.

Palabras clave: Entrepreneurship; business creation; development policies; innovation, extension.

A Incubadora de Empresas da Universidade Nacional de Villa María e seu impacto no empreendedorismo

Resumo

Este trabalho analisa o impacto da Incubadora de Empresas UNVM nos projetos incubados. Criado em 2016 pela Diretoria de Transferência Científica e Tecnológica do Instituto de Extensão da Universidade Nacional de Villa María, tornou-se um espaço vital para empreendedores dinâmicos da região, proporcionando apoio, formação e oportunidades de crescimento. O trabalho apresenta o desenho metodológico da pesquisa e seu respectivo referencial teórico, além de fornecer resultados preliminares. Estes últimos apresentam um aumento significativo no número de empreendimentos ativos, bem como na proporção de receitas geradas pelos projetos após a passagem pela incubadora. Observa-se um impacto positivo nos projetos incubados, reforçando a importância da incubadora na promoção do ecossistema empreendedor local. Este estudo destaca o valor acrescentado que a incubadora proporciona ao promover a criatividade, a inovação, o talento e a capacidade empreendedora.

Palabras clave: Empreendedorismo; criação de negócios; políticas de desenvolvimento; inovação, extensão.

1. Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el impacto de la Incubadora de Empresas de la UNVM en los proyectos incubados desde su creación. La Incubadora es un espacio creado para promover el nacimiento y desarrollo de emprendimientos empresariales con potencial de crecimiento e impacto en la región. El rol de la misma es convocar ideas emprendedoras, capacitar a los equipos de trabajo y promover mecanismos que permitan a los mismos avanzar en su camino de conversión a empresas. Las Incubadoras funcionan como un mecanismo de creación de trabajo económicamente sustentable y de desarrollo regional. Autores como Hugo Kantis (2000) y Esteban Cassin (2004) consideran que las nuevas empresas son vitales en la creación de puestos de trabajo, en los procesos de innovación y en el crecimiento económico. Es por esto, que en las últimas décadas los estados nacionales y regionales han mostrado mayor interés en implementar iniciativas y políticas que fomenten el desarrollo de nuevas empresas.

La Incubadora de Empresa de la UNVM fue creada en 2016 por la Dirección de Transferencia Científico Tecnológica del Instituto de Extensión de la Universidad Nacional de Villa María, a través del Programa INCUBAR perteneciente al Ministerio de Producción de la Nación (Benito, Iturria, 2021). El Instituto de Extensión es uno de los pilares de la Universidad junto con la docencia y la investigación y se constituye como el instrumento adecuado para el fortalecimiento del vínculo entre la universidad y la comunidad a la cual pertenece.

La Incubadora integra el programa general UNIPYMES de dicha Dirección, convirtiéndose en un espacio para emprendedores dinámicos que requieran de asistencia para alcanzar los resultados deseados, acción que viene desarrollando desde el año 2017 a partir de las convocatorias anuales.

Marco conceptual

La creación de empresas es un tema de central importancia para los gobiernos desde hace ya unas décadas. Los economistas Audretsch y Thurik (citado en Kantis 2002) señalan que:

“Este interés se basa en las evidencias acerca de su contribución al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al rejuvenecimiento del tejido socio productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo” (p13).

El campo de estudio sobre la creación de empresas se podría considerar que es relativamente joven debido a que sus discusiones y enfoques teóricos llegaron a su auge hace poco menos de medio siglo atrás. Sin embargo, el origen de estas discusiones se da en el siglo XVIII y XIX, en el que se buscó dar respuesta a la función que desempeña el empresario en el proceso económico. En este período entran en discusión autores como: Cantillon, Say, von Thüncn, Mill, Hermunn, von Mangoldl, Clark, Marshal. Aun así, estos economistas no logran ponerse de acuerdo sobre la definición de empresario ni en qué consiste la función empresarial (Veciana, 1999).

Desde la década de 1920, bajo la influencia de Max Weber, proliferan los estudios históricos sobre empresas, empresarios y la función empresarial. Desde la mitad del siglo XX se producen dos vertientes: el estudio de las pequeñas y medianas empresas y el

estudio del empresario y la creación de empresas, aunque todavía sin la fuerza necesaria para ser un campo de estudio relevante.

La consolidación y auge de este campo de estudio llega con la crisis de la década de 1970. De aquí nace un nuevo paradigma productivo caracterizado por cambios tecnológicos, transformaciones organizacionales y el surgimiento de nuevas actividades económicas. Este cambio de enfoque ha situado al conocimiento como un factor central en la construcción de ventajas competitivas dinámicas, desplazando la tradicional competencia basada en la capacidad productiva que predominaba desde la década de 1930 (Veciana, 1999). A partir de este punto, los representantes políticos de diversas corrientes ideológicas muestran un interés destacado hacia el sector empresarial, reconociendo la importancia de promover la creación de nuevas empresas. De esta manera, la investigación científica en este ámbito experimenta un impulso significativo.

No existe una sola teoría de la función empresarial y la creación de empresas, sino muchas. El autor José María Veciana (1999), divide en cuatro los enfoques de la función empresarial, creación de empresas y el empresario (lo que se denomina en inglés como "entrepreneurship"). Aquí encontramos el enfoque económico, enfoque psicológico, enfoque sociocultural o institucional y enfoque gerencial.

Los anglosajones utilizan el término "entrepreneurship" que engloba los tres conceptos antes citados y que es de difícil traducción en español. La traducción más literal sería "empresarialidad" y es la que utiliza el autor Kantis (2002) para llevar adelante sus trabajos de investigación. La empresarialidad para Kantis (2002) es: "un concepto amplio que incluye también a los procesos emprendedores al interior de empresas ya existentes. Sin embargo, también se utiliza en un sentido restringido para aludir al proceso de nacimiento de empresas y de empresarios". (p.1)

Dicho autor utiliza un enfoque sistémico que se centra en la identificación y el análisis de los diversos factores que influyen en las distintas etapas del proceso emprendedor. Este marco conceptual abarca muchos puntos de cada enfoque que plantea Veciana (1999).

Dentro de este contexto, una de las políticas adoptadas por los gobiernos para fomentar la empresarialidad es la implementación de Incubadoras de Empresas. Según autores como Kantis, estas incubadoras desempeñan un papel fundamental como centros estratégicos de desarrollo con un alcance, principalmente, a nivel regional o sectorial. Su función central radica en la conexión de emprendedores con redes de expertos, que incluyen investigadores, tecnólogos, inversionistas de riesgo, empresarios experimentados y potenciales clientes. En este entorno, los emprendedores obtienen acceso a información clave, servicios de consultoría, financiamiento, instalaciones para investigación y desarrollo (I+D), así como una infraestructura avanzada de comunicaciones.

Diseño metodológico

El interrogante principal a responder en dicho trabajo es el siguiente: ¿Cómo fue el impacto de la Incubadora de Empresas de la UNVM en los proyectos incubados, desde el inicio de su funcionamiento en 2017 hasta la actualidad en 2023?

La necesidad de conocer el presente de los emprendimientos y el impacto que generó la Incubadora es imprescindible para poder evaluar el funcionamiento de la misma

y sus posibles mejoras. De aquí surge la elaboración de una base de datos completa y actualizada, lo que lleva a relevar y sistematizar a las empresas que tuvieron su paso por el proyecto y obtener una reflexión de los mismos.

Atendiendo a este lineamiento central, los objetivos que se persiguen en esta primera etapa son dos: por un lado, elaborar el modelo de análisis que se utilizará a posteriori para procesar los datos relevados. Por el otro, obtener los datos necesarios para definir el impacto de la Incubadora de Empresas en los proyectos incluidos.

Para realizar la operacionalización de variables, se revisó y se trabajará la bibliografía correspondiente. Nos basamos en distintos trabajos, informes de la secretaria de emprendedores y Pymes del ministerio de producción de argentina (Cabrera, Mayer, Gigli, Candendo, 2017), artículos científicos (Frignone, 2004) y tesis de grado relacionadas al tema en cuestión (Buzias, Javier, 2017). Esta revisión proporcionará un marco teórico sólido para respaldar la investigación y garantizar la validez de las mediciones del impacto de la incubadora.

Por otro lado, se generará un padrón de todos los proyectos incubados desde el año 2017 al 2023, en donde se colocará un número de legajo a cada uno y una serie de datos generales (cualidades o circunstancias propias que las definen y, al mismo tiempo, las distinguen de las demás). Por último, se realizará el relevamiento de los proyectos Incubados a través de entrevistas semiestructuradas realizadas a todos los emprendimientos que participaron en la Incubadora durante el periodo 2017-2023. Para la confección de las entrevistas se formularán preguntas cualitativas y cuantitativas relacionadas con el proceso de incubación y el impacto de la misma en el desarrollo de los emprendimientos.

Con el propósito de llevar a cabo el proceso de operacionalización necesario para la construcción del modelo de análisis de datos mencionado, se definen a continuación los conceptos de las cinco dimensiones contenidas en el programa de investigación: Características generales, Proyectos inactivos o cancelados, Actualidad de proyectos activos, Estados de los Proyectos al momento de incubar y opiniones del proceso de incubación. Asimismo, cada una de estas dimensiones se desglosa en las variables operativas o parámetros que facilitarán la sistematización de la información recopilada de cada uno de los programas y convocatorias examinados:

1. Características generales: Características o situaciones inherentes que las definen y, simultáneamente, destacan los proyectos de los demás. Salvo los últimos dos parámetros, se obtienen gracias al padrón generado con los datos brindados por la incubadora.
 - 1.1. Número de legajo: una combinación de números del año de incubación y numeración de proyecto de dicho año.
 - 1.2. Cohorte: Año en el que fueron incubados (2017, 2019, 2021, 2022, 2023).
 - 1.3. Nombre del proyecto: Denominación del proyecto.
 - 1.4. Sector: sector de la actividad económica en el que está el emprendimiento, la lista seleccionada comprende cinco rubros principales (Productivo, Científico tecnológico, Servicios, Cultural y otros).
 - 1.5. Actividad: actividad económica en la que está el emprendimiento, comprende 24 subrubros que se desprenden de los 5 rubros anteriormente nombrados.

- 1.6. Año de inicio del proyecto: el año en que los socios consideran que comenzó el proyecto. Se obtiene a través del relevamiento.
- 1.7. Estado actual del proyecto: Si el emprendimiento esta Activo (está funcionando), inactivo (esta pausado, pero puede volver a estar activo) o cancelado (No está activo y no hay interés en que vuelva a funcionar). Se obtiene a través del relevamiento.
2. Proyectos inactivos y cancelados: variables que reflejen el cuándo y por qué los proyectos no están activos:
 - 2.1. Año en que dejo de funcionar: año en el que el proyecto dejo de estar activo.
 - 2.2. Causa de la inactivación o cancelación del proyecto: explicación del porque no está activo el emprendimiento.
 - 2.3. Etapa donde se encontraba el proyecto al momento de dejar de funcionar: en que estadio se encontraba el emprendimiento cuando se tomó la decisión de pausarse o cancelarse, estas se dividen en 6 etapas (Identificación de la idea y las oportunidades de negocio, Con pruebas y ensayos (prototipado) en desarrollo, Propuesta de Valor finalizado, pero sin comercialización, Comercialización de Bienes y/o Servicios, Consolidación del proyecto y Escalado del proyecto.
 - 2.4. Ocupación del entrevistado: Ocupación del socio entrevistado.
3. Actualidad de proyectos activos: como se encuentran los proyectos activos en la actualidad
 - 3.1. Cantidad de socios: número de socios que tiene el proyecto.
 - 3.2. Etapa de los proyectos activos: estadio en el que se encuentra el emprendimiento. Mismas etapas que en el punto 2.3
 - 3.3. Reconversión del proyecto: si el proyecto se reconvirtió o siguió con su idea original.
 - 3.4. Ocupación del responsable: a que se dedica el socio entrevistado.
 - 3.5. Cantidad de personas que trabajan directa o indirectamente en el proyecto: numero de personas que trabajan en el emprendimiento.
 - 3.6. Cantidad de empleados registrados: número de empleados registrados en AFIP.
 - 3.7. Horas por semana que funciona el proyecto: número de horas en las que el emprendimiento está funcionando.
 - 3.8. Porcentaje de los ingresos que representa el proyecto: que porcentaje de los ingresos del socio entrevistado representa el emprendimiento.
 - 3.9. Realización de ventas en el ultimo año: si realizo ventas en el último año o no.
 - 3.10. Alcance comercial: si realiza ventas a nivel local, provincial, nacional o internacional.
4. Estados de los Proyectos al momento a incubar: cual era la realidad de los proyectos cuando ingresaron a la incubadora de empresas.

- 4.1. Etapa de los proyectos antes de la incubación: estadio en el que se encuentra el emprendimiento. Mismas etapas que en el punto 2.3
- 4.2. Cantidad de socios: número de socios que tenía el proyecto al momento de entrar al proceso de incubación.
- 4.3. Cantidad de personas que trabajaban directa o indirectamente en el proyecto: número de personas que trabajan en el emprendimiento cuando iniciaron el proceso de incubación.
- 4.4. Cantidad de empleados registrados: número de empleados registrados en AFIP antes de entrar a la incubadora.
- 4.5. Horas por semana que funcionaba el proyecto: número de horas de funcionamiento del emprendimiento al momento de ingresar a la incubadora.
- 4.6. Porcentaje de los ingresos que representaba el proyecto: que porcentaje de los ingresos del socio entrevistado representa el emprendimiento en el periodo de incubación.
5. Opiniones del proceso de incubación
- 5.1. ¿Cómo se enteró de la incubadora?: de qué manera los socios se enteraron de la existencia de la incubadora.
- 5.2. Beneficios que recibió el proyecto de la incubadora: que beneficios percibieron los socios de la incubadora.
- 5.3. Impacto de la incubadora en el proyecto: si tuvo un impacto positivo, negativo o neutro.
- 5.4. Contacto con la incubadora en el último año: si mantuvo contacto con la incubadora en los últimos 365 días o no.
- 5.5. Recomendación de la incubadora a otros emprendimientos: del 1 al 10 que tanto recomienda la incubadora a otros emprendimientos.
- 5.6. Necesidades actuales o futuras que tiene que enfrentar el proyecto.
- 5.7. Comentarios: comentarios o recomendaciones de los proyectos para mejorar la incubadora de empresas.

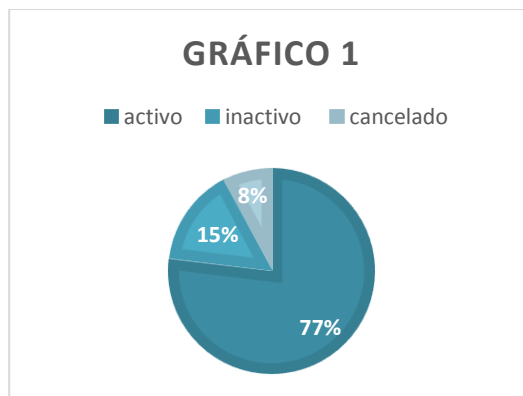
Resultados preliminares

Desde su inicio en el año 2017, la Incubadora de Empresas de la UNVM ha llevado a cabo cinco cohortes en distintos años, durante los cuales el modelo de incubación ha experimentado una evolución significativa. La primera cohorte, en 2017, contó con 4 proyectos incubados, seguida por la cohorte de 2019 que albergó a 6 emprendimientos. La irrupción de la pandemia en 2020 generó la suspensión de las actividades de la incubadora, retomándose en 2021 con un enfoque renovado y una capacidad de alojamiento mayor, dando cabida a 11 proyectos. Las cohortes más recientes, en 2022 y 2023, vieron un aumento en la participación, con 12 emprendimientos en cada una de ellas. Es importante destacar que estos procesos de incubación se llevaron a cabo en colaboración con la Asociación de Empresarios Región Centro Argentino AERCA, lo que ha contribuido a fortalecer aún más el ecosistema emprendedor local.

Para este estudio, se realizaron un total de 34 entrevistas a distintos emprendimientos que fueron incubados en diferentes cohortes. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

ESTADO ACTUAL DEL PROYECTO:

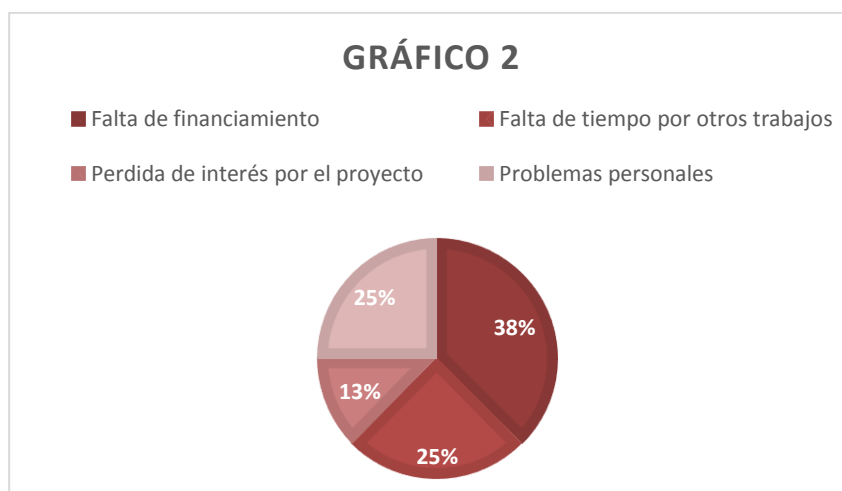
De los 34 proyectos entrevistados, 26 de ellos siguen activos, lo que representa más del 75% de la muestra. Mientras tanto, 6 se encuentran inactivos, es decir, no están funcionando en este momento, pero tienen la idea de retomarlo. Por último, solo 2 se encuentran cancelados, lo que representa el 6% de los entrevistados.



Fuente: elaboración propia

PROYECTOS INACTIVOS O CANCELADOS:

La principal causa de la inactivación o cancelación de los proyectos fue la falta de financiamiento, la cual representa el 38% de los casos. Luego le sigue la falta de tiempo por otros trabajos y problemas o causas personales con un 25% cada una. El 13% restante resulta de la pérdida de interés en el proyecto.



Fuente: elaboración propia

PROYECTOS ACTIVOS

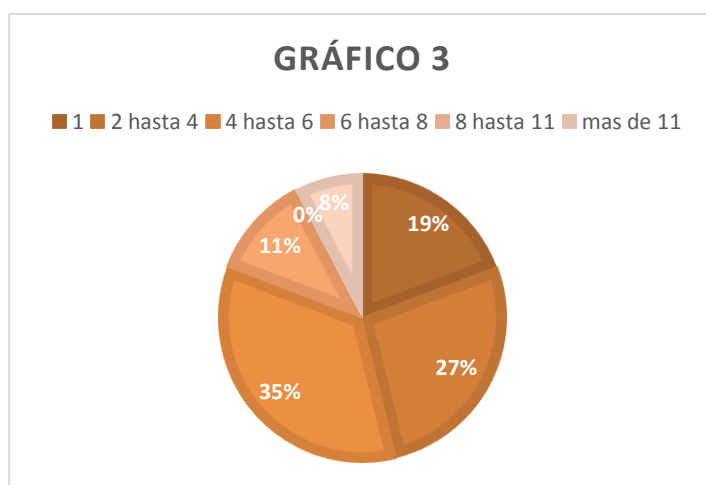
De los proyectos activos encontramos las siguientes características:

Ocupación del socio entrevistado

El 35% de los emprendimientos, sus socios se dedican full-time al emprendimiento, siendo este el mayor de los casos. El segundo caso, más recurrente, son los socios que ejercen una profesión y además cuentan con el emprendimiento, 31% de los 26 emprendimientos activos. Los socios que son empleados de alguna empresa y en sus tiempos libres continúan con el emprendimiento representan un 23%. El resto de los casos son las personas que además de tener el trabajo son empleados y estudiantes

Personas trabajando en el proyecto

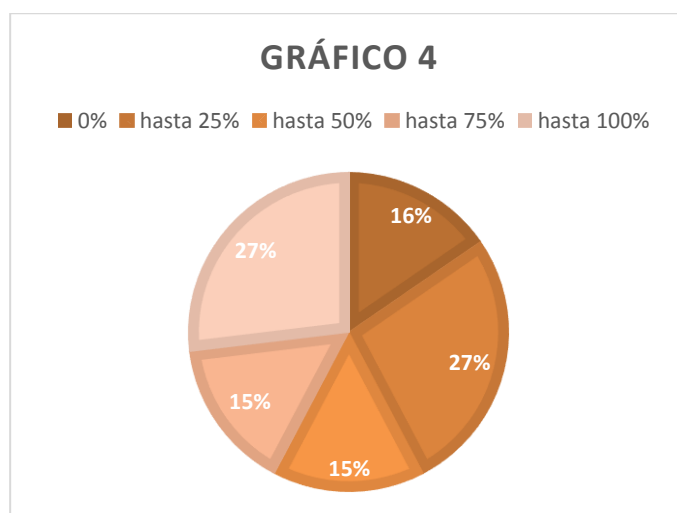
El 54% de los proyectos activos cuentan con 4 o más personas trabajando en el emprendimiento. El 27% cuenta con 2 o 3 trabajadores y solo el 19% de los proyectos son ejercidos por una sola persona.



Fuente: elaboración propia

Participación de los ingresos

En la mayoría de los casos, el emprendimiento representa el 100% de sus ingresos, esto ocurre con el 27% de los casos, al igual que en los proyectos que representan hasta un 25% de los ingresos de los socios. En el 30% de los casos los ingresos representan desde un 25% hasta el 75% de los ingresos. Solo el 15% de los proyectos no logran representar nada en los ingresos de los socios, esto se debe a 2 razones, o los emprendimientos todavía no se encuentran en fase de comercialización o los socios toman la decisión de reinvertir las ganancias en el proyecto.



Fuente: elaboración propia

IMPACTO DE LA INCUBADORA

En las entrevistas se le realizaron una serie de preguntas a los emprendedores con respecto a su paso por la incubadora. De aquí se obtuvo que para el 88% de los 34 proyectos entrevistados (ya estén activos o no) el paso por la incubadora de empresas tuvo un impacto positivo en sus emprendimientos. Para el 9% el proceso de incubación no tuvo ningún impacto y solo para el 3% el impacto fue negativo.

Por otro lado, se le consultó a los socios entrevistados sobre que tanto recomendaría la incubadora en una escala del 1 a 10 en base a su experiencia y estos fueron sus respuestas. El 65% contestó que la recomendaría totalmente o hasta que ya la recomendó a otros emprendedores, marcando un 10 en la escala. El 24% seleccionó las opciones 8 y 9, el 6% seleccionó el número 7 y por último, el 6% restante le dio una calificación menor a 5.

Con el fin de objetivar los resultados y comprender el impacto concreto de la incubadora en los emprendimientos, se compararon las condiciones previas al ingreso a la incubadora con el estado actual de los proyectos. Los principales hallazgos fueron los siguientes:

Personas trabajando en el proyecto

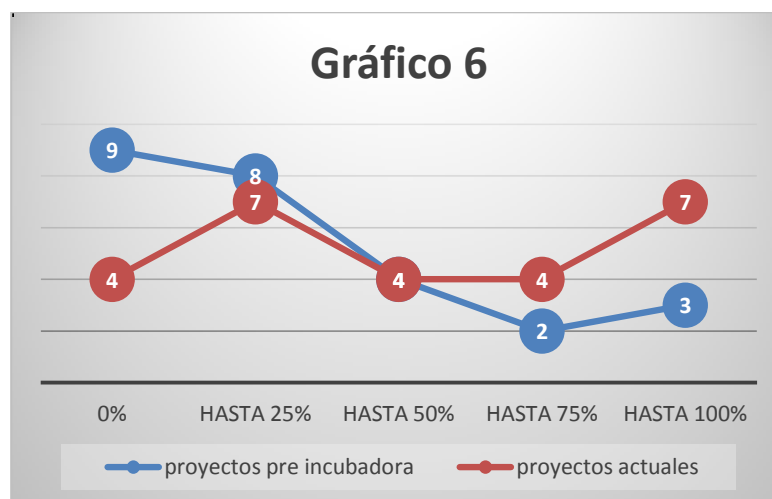
El número de las personas trabajando en los emprendimientos activos evolucionó con respecto al momento de la incubación. Solo el 15% de los proyectos contaban con más de 4 personas trabajando antes de ingresar a la incubadora. En la actualidad estos representan el 54%, lo que refleja un aumento del 250%, mientras que los proyectos unipersonales se redujeron un 38%.



Fuente: elaboración propia

Participación de los ingresos

Considerando los emprendimientos activos, encontramos que al momento de ingresar al programa de incubación eran 9 los proyectos que no obtenían ningún tipo de ingresos por su emprendimiento, en la actualidad son solo 4 los que están en esta categoría, esto significa una caída del 56%. Los socios que obtenían menos del 25% de sus ingresos por el emprendimiento disminuyeron un 13% luego del proceso de incubación. Mientras que los que obtenían entre el 25% al 75% de sus ingresos por el trabajo en el proyecto aumentaron un 33%. Por último, los que perciben el 100% de sus ingresos a través del proyecto aumentaron un 133% desde el proceso de incubación hasta la actualidad.



Fuente: elaboración propia

Conclusiones

El análisis del impacto de la Incubadora de Empresas de la UNVM en los proyectos incubados desde su creación revela un panorama alentador y significativo en el impulso y desarrollo del ecosistema emprendedor local. A lo largo de los años, esta ha evolucionado

y adaptado su modelo de incubación, lo que se refleja en el aumento en el número de emprendimientos como en su crecimiento y sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Los resultados obtenidos muestran que la mayoría de los proyectos continúan activos, lo que demuestra la efectividad de la incubadora en proporcionar el apoyo necesario para el desarrollo y la consolidación de los emprendimientos. Además, se observa un aumento significativo en el número de personas trabajando en los proyectos y en la proporción de ingresos generados por los emprendimientos después de su paso por la incubadora.

Es relevante destacar que la Incubadora ha logrado impactar positivamente en la vida de los emprendedores, tanto en términos de crecimiento profesional como en la generación de ingresos. La mayoría de los proyectos entrevistados reportaron un impacto positivo de la Incubadora en su desarrollo, y una alta proporción de los emprendedores la recomendarían a otros.

En resumen, los resultados de este estudio respaldan la importancia y el valor agregado que la Incubadora de Empresas de la UNVM brinda al ecosistema emprendedor local. Su contribución en el impulso y la consolidación de proyectos innovadores no solo fortalece la economía regional, sino que también fomenta la creatividad, el talento y la capacidad empresarial de la comunidad universitaria y del entorno en general.

Este estudio representa un insumo fundamental para asegurar la mejora continua de la propuesta de valor de la Incubadora, sirviendo como método de validación de la misma y permitiendo ver qué actividades sumar, cuáles reforzar y cuáles eliminar.

Además, contribuye al conocimiento académico sobre emprendimiento y desarrollo económico, así como aportar experiencias en el ámbito de la extensión universitaria con datos cuantitativos y cualitativos del impacto de un programa como el de la incubadora de empresas en los proyectos acompañados, y por consiguiente en el desarrollo económico y social de la región. Este tipo de estudios puede servir como un recurso útil para la comunidad académica, los gobiernos locales y las organizaciones de la sociedad civil que trabajan en proyectos de extensión, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y acciones de extensión que quieran replicar la metodología utilizada o utilizarla como antecedente.

Bibliografía

Benito, Iturria (2021). Incubadora de Empresas UNVM. Sociales Investiga, N°12 Año 6 Universidad Nacional de Villa María. bibliografia\incubadora de empresas unvm.pdf

Buzias, Javier, (2017) Caracterización y desarrollo de indicadores de las incubadoras universitarias peruanas. (Tesis de licenciatura no publicada) Universidad Peruana Cayetano Heredia. bibliografia\Tesis peruana sobre indicadores para incubadoras.pdf

Cabrera, Mayer, Gigli, Candendo (2017). Incubadoras de empresas en Argentina, informe diagnostico 2017. Secretaria de emprendedores y de la PyMe, Ministerio de Producción Presidencia de la Nación. bibliografia\Informe-de-Incubadoras-en-Argentina-Diagnóstico-2017-compressed.pdf

Frignone, H. (2004). "Desarrollo Local e Incubadora de Empresas. Redes participativas en función de los objetivos estratégicos de la región". Universidad Nacional de Quilmes. ..\Desktop\Lic en Economía\1 TFG\bibliografia\Desarrollo Local e Incubadora de Empresas. en funcion de objetivos de la region.PDF

Kantis, H (2002). Desarrollo emprendedor America latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo. bibliografia\Kantis Desarrollo-emprendedor-América-Latina-y-la-experiencia-internacional.pdf

Kantis, H. (2002) Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. Universidad Nacional de General Sarmiento. <https://docplayer.es/105827-Empresarialidad-este-de-asia-america-latina-empresarialidad-en-economias-emergentes.html> .

Kantis, H (2014). Indice de condiciones sistemicas para el emprendimiento dinamico. Banco interamericano de desarrollo.

Veciana, J. (1999) Creación de empresas como programa de investigación científica. Universidad autónoma de Barcelona. bibliografia\Jese_Maria_Veciana_Verges.Creacion_de_empresas_como_programa_de_investigacion_cientifica.1.pdf

Reynolds, 1999 y 2000; OCDE, 1999; OCDE, 2001; Audretsch y Thurik, 2001

IncubaCor y los desafíos de las políticas de preincubación en la consolidación y creación de nuevas empresas

Peralta Santiago

s.peralta171045@gmail.com

Secretaría de Comercio y PyME Córdoba

Di Giovambattista Mariana

marianadigio@gmail.com

Universidad Nacional de Villa María

TERRITORIOS PRODUCTIVOS. Debates y reflexiones en torno a la producción y el trabajo

Nº3, Julio 2025 (pp. 68-81)

e-ISSN 2953-5123

Villa María: IAPCS, UNVM

<https://territoriosproductivos.unvm.edu.ar>

IncubaCor y los desafíos de las políticas de preincubación en la consolidación y creación de nuevas empresas

Resumen

Este artículo examina el Programa IncubaCor, una iniciativa de pre incubación de proyectos empresariales implementada por la Subsecretaría PyME de la Provincia de Córdoba. Se analizan sus experiencias previas de implementación, evolución y la expansión territorial lograda en 2024 a partir de la articulación con universidades, permitiendo una mayor cobertura y el desarrollo de un modelo de validación simplificada.

El artículo busca poner en tensión la conceptualización de emprendedores como una problemática a la hora de definir el sujeto beneficiario de las políticas públicas de fomento empresarial. Se cuestiona la falta de precisión en la caracterización de las empresas que requieren apoyo, evidenciando que la indefinición conceptual puede generar programas de impacto difuso.

En el momento de las reflexiones finales se plantea una pregunta abierta en relación a si la proliferación de iniciativas en el ecosistema productivo de Córdoba tiene un impacto real en el número de empresas empleadoras y sostenibles.

Introducción

El artículo que aquí se desarrolla tiene por objeto trabajar acerca de los principales componentes del Programa IncubaCor. Este programa consiste en la pre incubación de proyectos empresariales que se encuentren en etapa de idea con el objeto de validarla técnica y comercialmente para que posteriormente desembarque de manera más sólida en el mercado. Este programa es implementado desde la Subsecretaría PyME dependiente del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la Provincia de Córdoba.

Antes de continuar, cabe definir dos conceptos claves en el programa: 'preincubación' y 'emprendedor' que dan cuenta del público objetivo del mismo.

En este sentido, preincubación refiere al proceso por el cuál aquella persona o aquellas personas formadas en un equipo de trabajo validan técnica y comercialmente una idea de negocio que aún no se encuentra implementada a través de capacitaciones, tutorías, mentorías y diversas herramientas que se aplican para lograr este objetivo. Este momento es el primero por el que debe pasar una idea que tiene la intención de convertirse en una empresa. Una vez validada como modelo de negocio ingresa al proceso de incubación donde comienzan a concretarse las primeras ventas para luego, si es necesario, someterla a un proceso de aceleración o de escalabilidad.

En relación al concepto de emprendedores, y desde una perspectiva de política pública, encontramos la definición de la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 27.349 que refiere a los mismos como "aquellas personas humanas que den inicio a nuevos proyectos productivos en la República Argentina, o desarrollen y lleven a cabo un emprendimiento en los términos de esta ley" y la definición que aplica la ley para emprendimiento es "a cualquier actividad con o sin fines de lucro desarrollada en la República Argentina por una persona jurídica nueva o cuya fecha de constitución no exceda los siete (7) años".

Es decir, los emprendedores pueden ser cualquier persona humana con una actividad productiva -comercial y de servicios-. Es decir, los emprendedores pueden ser cualquier persona humana con una actividad productiva -comercial y de servicios-. Y los emprendimientos pueden ser al mismo tiempo PyMEs para la ley.

Esta diferencia entre emprendedores y emprendimientos trae dos problemas en el diseño de políticas públicas. El primero es el que ya mencionamos: dos sujetos económicos para el mismo sujeto jurídico (PyME y Emprendimiento). El segundo, complejizado por el contexto de surgimiento de una multiplicidad de instituciones que trabajan con este público en los últimos diez años tiene que ver con ¿quien es un emprendedor? punto que abordaremos en el último apartado de este artículo.

De esto se deriva un concepto de emprendedor que no está claro en sus fines y no logra una definición específica del sector que aborda el programa. Es por ello que nos referiremos a dicho sector en términos de proyectos empresariales, empresas o PyMEs.

El artículo se desarrolla en cuatro segmentos que intentan alcanzar una descripción completa del Programa IncubaCor. En el primer segmento se desarrollará la historia del programa tomando como elementos relevantes los motivos y el contexto de surgimiento, la modalidad inicial del programa y las experiencias de implementación desde su creación. En el segundo segmento se hará hincapié en la experiencia del año pasado mencionando los principales puntos relevantes tanto para su implementación como de las condiciones de posibilidad que la enmarcaron, aspectos que permitieron pensar en futuras aplicaciones del programa. En el tercer segmento se hablará de los diseños aplicados para la edición

del presente año y las articulaciones institucionales llevadas adelante para diseñar una escalabilidad del programa. En el cuarto y último segmento, se comentarán los principales problemas que surgen a la hora de una correcta ejecución del programa. Principalmente se focalizará en aquellos económicos y materiales pero también se desarrollará una problematización sobre el concepto emprendedor como se adelantó anteriormente.

1. Historia del Programa

a. Motivo de Surgimiento

A fines de la década de los noventa en la Argentina comienzan a desarrollarse diferentes propuestas privadas, públicas y del tercer sector vinculadas a la promoción de la creación de empresas. Entre ellas podemos identificar cursos de formación en competencias empresariales, capacitaciones para el desarrollo emprendedor, incubadoras de empresas, etc.

Como caso concreto, y denominada la primera incubadora de empresas de la Argentina, se crea en la Provincia de Córdoba la FIDE (Fundación para la Incubación de Empresas). Una iniciativa que surge desde el sector público y académico para ofrecer servicios al sector privado que necesitaba de asistencia técnica para “incubar” sus propuestas de negocio.

Si tomamos este surgimiento como hecho trascendental, desde el año 1997, el crecimiento del ecosistema empresarial de Córdoba (especialmente de la Capital cordobesa) no se ha detenido desarrollando una multiplicidad de programas que devienen del sector público, privado y de instituciones de desarrollo empresarial. Se multiplicaron las instituciones dedicadas a ofrecer incubación, propuestas de formación, instancias de vinculación y “networking” empresarial (en muchas ocasiones en eventos de gran concurrencia), workshops, mentorías, etc. En este marco Córdoba se presentó como tierra fértil para la creación de empresas.

En este proceso el Gobierno de la Provincia de Córdoba no resultó ajeno y comenzó a desarrollar sus propias propuestas de promoción de programas públicos de creación de nuevas empresas. Así es como se genera llega IncubaCor, la preincubadora del gobierno provincial.

Particularmente IncubaCor surge en el año 2017 con el motivo de ocupar un espacio que aún no se habría logrado llenar que es el de la pre-incubación. Un estadio antes que los servicios que ofrecen las incubadoras. La distinción radica principalmente en que en este proceso previo, las ideas de negocio deben validarse antes de salir al mercado a vender el producto o servicio.

Además de cubrir este espacio, IncubaCor estuvo impulsado por la necesidad de abrir puertas a ideas de negocios de diversas verticales productivas, de servicios, comerciales, tecnológicas, etc. En un contexto donde la prioridad está prácticamente centralizada en los desarrollos empresariales de base tecnológica, IncubaCor se presenta como una oportunidad para aquellas ideas que no se encuentren allí contenidas.

Finalmente, IncubaCor tiene el potencial de extenderse en todo el territorio de la Provincia de Córdoba. Elemento que se fue desarrollando desde sus inicios pero que a partir del año anterior tomó mayor fuerza y proyección en una propuesta de escala que abordaremos más adelante.

b. *Propuesta Customizada*

Inicialmente el Programa IncubaCor se pensó para un público acotado, cercano a la Ciudad de Córdoba y con una propuesta customizada. Una personalización para cada proyecto que permitió validar IncubaCor en sus primeras experiencias y ganar terreno en el ámbito público dados los resultados que fue logrando en las primeras etapas de implementación.

Así, la primera experiencia del programa se desarrolló en el año 2017 en la Ciudad de Córdoba. Este hecho implicó que la modalidad de ejecución se amoldara específicamente a cada necesidad que se presentará por parte de aquellos postulantes a realizar el proceso de validación de su modelo de negocios.

Este proceso implicaba talleres sobre temáticas específicas, tutorías para avanzar sobre los procesos de validación y mentorías empresariales que conectaban aquel proyecto en etapa de idea con aquel empresario que “ya había pasado por ese camino”. Todos estos elementos otorgan al proyecto inicial una atención especial que generó resultados positivos tanto en términos de tasa de egreso (70%) como de tasa de supervivencia de las empresas (50%).

La calidad del programa y la repercusión que generaba en el ecosistema empresarial implicó un aumento considerable de su demanda. El cupo (doce proyectos por cohorte), los acotados tiempos de convocatoria y las limitaciones financieras cerraban la posibilidad a una gran cantidad de potenciales postulantes a validar sus ideas de negocios.

En este sentido, una propuesta customizada empezó a perder sentido y se comenzaron a trabajar alternativas de mejora del alcance del programa. La principal fue la de generar sedes en el interior de la Provincia de Córdoba (Cruz del Eje, Río Cuarto y Villa María) que permitieron mejorar la cantidad de proyectos participantes sin perder calidad en el proceso. Aún así la propuesta se limitaba a atender a un máximo de 48 proyectos por año, un número bajo más aún considerando el desembarco en el interior provincial.

No se debe perder de vista que la Subsecretaría PyME de la Provincia de Córdoba, espacio que ejecuta este programa, no es una agencia especializada al estilo de la Agencia Innovar y Emprender, la Agencia Procórdoba o la Agencia de Competitividad ¿Qué implica esto? que nuestros programas deben tener el mayor alcance posible resguardando la calidad de los procesos, de los productos y de los resultados. Este es el verdadero desafío al que nos enfrentamos y sobre el que volveremos más adelante.

En síntesis, una propuesta customizada debe ser puesta en revisión evaluando la posibilidad de trabajar con un programa de escala.

c. *Experiencias del Programa*

Durante sus seis años de existencia el programa IncubaCor implementó un total de once cohortes que se distribuyeron de la siguiente manera: siete (64%) se desarrollaron en la Ciudad de Córdoba, dos (18%) en la localidad de Villa María, una (9%) en Villa de Soto y una (9%) en Río Cuarto. De este proceso participaron un aproximado de ciento treinta proyectos empresariales de los cuáles noventa finalizaron la pre incubación mientras que aproximadamente cincuenta permanecen en actividad hasta el día de hoy.

En todos los casos el programa mantuvo su modalidad customizada sin cambios significativos en los contenidos definidos. De estas experiencias valoramos los procesos de vinculaciones institucionales que mejoraron la capacidad del programa de incorporar

especialistas en temáticas específicas, mentores, tutores, espacios físicos para dictados presenciales de algunos talleres, etc. A su vez, y para el caso de las cohortes del interior provincial, la incorporación activa de municipios como de organismos locales permitió una cercanía con los proyectos participantes que mejoró las tasas de finalización de la pre incubación.

IncubaCor sobrevivió estos años gracias a esta importante articulación con los actores del ecosistema pero debemos decir que la coordinación de los mismos se llevaba adelante de manera artesanal lo que generaba una dependencia excesiva de las personas a cargo del programa. La implementación de este programa a partir de esta modalidad organizativa implicó desarrollar procesos no documentados, puestos con funciones no delimitadas (coordinadores, tutores, mentores) y talleres con contenidos que podían ser difusos. En la imaginación de un programa de escala todos estos puntos nos han desafiado a ir más allá de lo hecho hasta ahora. Se trata de pensar de nuevo como llevar adelante el programa a través de procedimientos bien delimitados.

En este sentido, desde la experiencia del año anterior (de la cuál se hablará en el próximo apartado) se documentan los procesos, se definen los alcances de los puestos estratégicos para el programa como los coordinadores y tutores y se discuten permanentemente los contenidos de los talleres desde su ordenamiento lógico hasta su necesidad en el proceso. Un proceso de discusión que actualmente integra cuatro universidades de Córdoba con profesionales con vasta trayectoria en el mundo académico como empresarial y que tiene como orientación principal pensar una propuesta de escala que mejore el impacto en la creación de empresas sostenibles en el tiempo.

2. Experiencia IncubaCor 2024 - Un punto de inflexión

a. La Universidad en el proceso de creación de empresas

Tal como mencionamos, el desarrollo de la actividad empresarial se ha incorporado de manera creciente en la agenda de gobierno de muchos países, donde existe el consenso de que impulsar la productividad y el crecimiento a través de la creación de nuevas empresas innovadoras generadoras de empleo de calidad es un factor crítico del desarrollo económico. Esto, no es ni más ni menos que un proceso de creación de valor. Este proceso dinámico se potencia ante la existencia de un favorable ecosistema empresarial que interactúa, fomenta y forma nuevas empresas.

Es aquí donde el Estado tiene un rol fundamental, estudiando a los diferentes actores, sus actitudes, aspiraciones, los niveles de actividad y la interacción entre ellos, articulando y complementando su esfuerzo, identificando los eslabones débiles del proceso de creación de nuevas empresas y trabajando para fortalecerlos a través de políticas y acciones concretas.

El sector académico, por su parte, es el responsable de la formación de la población económicamente activa y a su vez tiene un rol específico en actividades de investigación y desarrollo y, por ende, en la innovación. También, las universidades deben promover la formación empresarial fortaleciendo el desarrollo de competencias y habilidades blandas, necesarias para gestionar un proyecto concreto o su rumbo profesional.

Así, en el contexto actual de desafíos económicos y sociales, la universidad emerge como un actor clave en el desarrollo territorial. Su capacidad para generar conocimiento,

formar talento y promover la innovación la convierte en un motor potencial para la creación de empresas y el fortalecimiento de los ecosistemas locales.

En el año 2024 la Universidad Nacional de Villa María se incorporó al programa Incubacor con el objetivo de poder dar respuesta y atención a un número mayor de proyectos empresariales. Se trabajó en cuatro cohortes –Villa María, San Francisco, Marcos Juárez, Norte de Córdoba-, atendiendo las particularidades de cada localidad, cada una con características y desafíos propios que obligaron a pensar estrategias de abordaje diferentes.

b. ¿Es posible pensar una estructura escalable de un proceso de Pre-Incubación?

La pre-incubación es una etapa crucial en el proceso de creación de empresas, ya que permite validar ideas de negocio y desarrollar prototipos. Si bien reconocemos que involucrar a múltiples actores plantea desafíos en términos de coordinación y colaboración, reconocemos que la sinergia entre el Ministerio y la UNVM permitió pensar en una estructura escalable dentro de este proceso que tiene como fin último la profesionalización de los actores locales territoriales.

Para lograr una estructura escalable, es necesario definir un modelo de pre-incubación flexible y adaptable; utilizar herramientas y metodologías ágiles que permitan acelerar el proceso de validación y aprendizaje; crear una red de docentes y tutores que puedan brindar apoyo y orientación a los proyectos empresariales; establecer alianzas con otras instituciones como parques científicos y tecnológicos, cámaras de comercio y administraciones públicas.

Retomando la experiencia con la UNVM de 2024 se puede mencionar que se pasó de trabajar con 48 proyectos empresariales a más de 120 y que la propuesta de apoyo no fue la misma en cada cohorte ya que cada una se adaptó teniendo en consideración de manera especial las particularidades de las personas que forman parte del grupo y del estado en que se encuentran sus proyectos.

c. Heterogeneidades territoriales y desafíos emergentes de la misma

Es fundamental reconocer que, si bien hablamos de una sola provincia, los territorios donde llega Incubacor presentan heterogeneidades en términos de recursos, capacidades y desafíos. El desarrollo territorial es un proceso complejo que requiere la participación activa de todos los actores locales. Por ello, tanto los gobiernos provincial y municipal como la universidad deben adaptar sus estrategias a las particularidades de cada contexto.

Así, las políticas públicas enfrentan retos significativos al intentar adaptarse a las heterogeneidades territoriales. Estas disparidades, que pueden manifestarse en aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales, exigen un enfoque personalizado y flexible ya que la tendencia a aplicar políticas estandarizadas, sin considerar las particularidades de cada territorio, puede generar resultados ineficaces o incluso contraproducentes.

Se puede mencionar aspectos tales como mala o escasa conexión a internet, el no disponer de recursos tecnológicos adecuados -pc, notebook, Tablet- para poder seguir atentamente las clases, la falta de educación tecnológica, el carecer de un espacio físico tranquilo y privado para poder estar atentos a los docentes y compañeros.

Por otra parte, existen desafíos emergentes que debe enfrentar el gobierno a la hora de pensar en estas políticas que incluyen fomentar el desarrollo de modelos de negocio sostenibles que tengan en cuenta el impacto ambiental y social; fomentar la economía circular promoviendo la reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos; impulsar la digitalización facilitando el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación; y garantizar la inclusión social trabajando para que los beneficios del desarrollo lleguen a todos los sectores de la población

d. Centralidad de los actores locales: una implementación situada

El desarrollo territorial efectivo y sostenible depende en gran medida de la participación activa y protagónica de los actores locales. Ellos son quienes poseen un conocimiento invaluable sobre las características geográficas, sociales, económicas y culturales de su entorno, lo que permite diseñar e implementar políticas y proyectos más adaptados y eficaces.

Para abordar estos desafíos y aprovechar las ventajas de la centralidad de los actores locales, Incubacor adoptó un enfoque de implementación situada, caracterizado el diseño de estrategias de desarrollo a medida que tengan en cuenta las particularidades de cada contexto fortaleciendo así las capacidades de los actores locales a través de programas de formación y capacitación, y promoviendo la creación de redes y alianzas que permitan compartir recursos y conocimientos.

De la experiencia de Incubacor podemos afirmar que con este enfoque se puede fortalecer la centralidad de los actores locales y promover un desarrollo territorial más inclusivo, equitativo y sostenible.

e. Aprendizajes de una Validación Simplificada

El Programa Incubacor 2024 se trabajó con la herramienta de validación simplificada lo que trajo aparejados beneficios tanto a los proyectos empresariales como para el programa de pre-incubación.

En el caso de los proyectos, les permitió obtener retroalimentación rápida sobre sus ideas, acelerando el proceso de aprendizaje y evitando errores costosos, y fomentó la iteración rápida, lo que significó que las empresas pudieran probar diferentes versiones de su producto o servicio y ajustar su estrategia en función de los resultados. Además, redujo el riesgo de invertir tiempo y recursos en proyectos inviables y les ayudó a identificar posibles problemas y desafíos antes de que se conviertan en obstáculos insuperables; ahorrando así tiempo y dinero.

Para el programa de preincubación representó mayor eficiencia al poder evaluar un número superior de ideas en un período de tiempo más corto, identificando los proyectos con mayor potencial de éxito y asignando los recursos de manera más eficiente y un mayor impacto. Además, permitió centrarse en proyectos que tienen más probabilidades de generar un impacto positivo en el ecosistema empresarial.

f. Selección de Proyectos - Necesidad de ampliar los procesos

Cada nuevo año de implementación del Programa Incubacor permite repensar estrategias de acción y de mejora buscando siempre llegar a más actores territoriales y con una propuesta superadora. Con Incubacor 2025 se pensó en dar un nuevo salto exponencial al sumar al equipo nuevas universidades provinciales de gran trayectoria

como es la UNC, UNRC, Siglo XXI, además de la UNVM que ya venía trabajando en el Programa. Esto permitirá el acceso a una formación y acompañamiento de calidad de múltiples proyectos empresariales ubicados en diversas localidades de la provincia.

Respecto del Programa en sí, consideramos que incorporar la herramienta de validación simplificada fue un acierto por lo que trabajaremos en esta nueva edición retomando esta práctica, como una primera etapa que los postulantes deberán sortear dentro del Programa. Si bien están previstas tutorías de apoyo a lo largo de todo el curso, en esta primera parte el acompañamiento será intensivo ya que consideramos que es fundamental y, en algún caso hasta vital, el apoyo en estos primeros pasos. Por otra parte, para quienes continúen en la segunda etapa, se implementarán clases opcionales sobre temáticas específicas, esto atendiendo a la heterogeneidad de actores territoriales - tanto de rubros, tamaño, potencialidad-.

3. ¿Cómo abordamos la implementación en el presente año?

a. Propuesta de escala y articulación interuniversitaria

Para el presente año el Programa IncubaCor se encuentra ante un desafío nuevo y novedoso. Nuevo porque nunca en su historia hubo una ejecución de doce cohortes en simultáneo. Novedoso porque busca una articulación interuniversitaria en el proceso de implementación, conciliando la diversidad de criterios formativos, las posturas metodológicas y las trayectorias educativas que cada institución tiene a la hora de pensarse como parte de un proceso de creación de empresas.

Esta articulación interuniversitaria incluye a las tres Universidades Nacionales de la Provincia de Córdoba (UNVM, UNC, UNRC) y la Universidad Empresarial Siglo 21, institución que en la última década se ha posicionado como referente en propuestas académicas vinculadas a la creación de nuevas empresas.

La alianza estratégica desarrollada por la Subsecretaría PyME con estas instituciones se sostiene a través de dos instrumentos: a) un Acta Compromiso asumida por las cuatro instituciones y el Ministerio de Producción de la Provincia de Córdoba y b) el Proyecto de Programa para la solicitud de financiamiento al Consejo Federal de Inversiones. Es a partir de estas dos herramientas, y de la vinculación interinstitucional llevada adelante por la Subsecretaría PyME, que estas instituciones se han abocado a pensar la propuesta IncubaCor 2025.

Estos acuerdos llevados adelante permiten pensar una estructura de programa escalable proyectando una importante cantidad de cohortes a dictarse en simultáneo y conteniendo un importante número de ideas empresariales en proceso de validación. En este sentido el objetivo es llegar a un total de entre 200 y 240 proyectos que se validen simplificada (primer mes del trayecto) y un total de entre 120 y 160 proyectos que validen su idea de manera integral (cinco meses del trayecto). Esta capacidad operativa proyectada (doce cohortes en simultáneo) sería imposible de imaginar solo desde una gestión unidireccional desde la Subsecretaría PyME (Anteriormente, en su máxima capacidad se lograron pre-incubar de modo no simultáneo 36 proyectos).

b. Rediseño de la propuesta y proceso de selección

El nuevo diseño de IncubaCor modifica aspectos claves del programa: su duración y el proceso de selección de proyectos.

En relación al primer punto se redujo el trayecto temporal de cursado de siete a cinco meses reorganizando talleres que podían dictarse de manera optativa y general a todos los participantes mejorando el calendario de clases de cada Cohorte. Este reajuste se correspondió a la deserción que generaba el tiempo de cursado y a la posibilidad de reducir la cantidad de clases debido a contenidos que se notaban redundantes en la experiencia de dictado como aquellos que se pueden dictar de manera optativa.

Respecto al segundo punto desarrollamos un nuevo mecanismo de selección de proyectos que completaran el proceso de pre-incubación. Históricamente el programa llevó adelante un proceso de admisión de proyectos que se concentraba en dos instancias. La primera de ellas en la carga de un formulario de inscripción con distintos campos a completar y un video de presentación que servían como insumo para realizar un primer filtro de proyectos, y la segunda instancia, consecuente de este análisis es una entrevista por equipo que terminaba por dar cerrado el proceso de selección. Es decir, todo el mecanismo se concentraba en instancias breves y puntuales que, en nuestra reevaluación del programa, resultaban insuficientes para realizar la selección.

Tomando esta reflexión es que se modificó la estructura del programa con el fin de mejorar los procesos de admisión de proyectos. En la presente edición (a llevarse adelante durante el 2025) se trabajará en un esquema de 1-4 (pensando en meses de cursado). Una primera etapa (1) concentrada en un proceso de nivelación, validación simplificada (una primera iteración del lienzo canvas) y selección. Este primer mes permitirá a docentes, tutores y coordinadores tener una visión más global de los equipos que participen del proceso en términos de iniciativa en los talleres y espacios de tutorías, la asistencia, el compromiso del equipo, la coherencia de la idea planteada, etc. Este proceso de reestructuración permitirá al mismo tiempo a) nivelar expectativas del programa y conocimientos a los que completen el proceso de preincubación (los cuatro meses restantes), b) tener una primera validación de su idea de negocios y c) desarrollar un proceso de selección de manera integral.

c. Proyectos prioritarios

En este punto nos interesa hacer foco en un proceso vinculado a la necesidad de priorización de proyectos que resultan estratégicos en dos sentidos: están vinculados a la Cadena de Valor Regional/Provincial o son prioritarios para el desarrollo local según criterios de definición de los municipios locales donde se dictará cada Cohorte.

En este marco se dispone de una cantidad mínima para los proyectos admitidos en el proceso de preincubación a aquellos que cumplan con lo mencionado anteriormente. Esto permitirá desarrollar una vinculación más sinérgica con los territorios donde se implementa el programa y generando una adopción del mismo por parte de funcionarios locales que lo potenciará en futuras implementaciones.

Un último aspecto importante de este elemento es la posibilidad de que quienes se desenvuelven en el territorio acompañando a pequeñas empresas o empresas en etapa de idea tienen un mayor conocimiento de este público que aquellos, como quienes escribimos este artículo, que se encuentran en un proceso de diseño de la política. Esto además genera un ida y vuelta en constante proceso de diálogo con el territorio sin detener el proceso de diseño de programa. No hay procesos previos o posteriores para el diseño y la implementación sino que es una discusión constante.

4. Obstáculos frecuentes en los procesos de implementación

a. *Recursos Materiales y Económicos Disponibles*

Destacamos en este apartado problemas relativos a los recursos económicos y materiales para la ejecución e imaginación del programa debido que, a pesar de ser recurrentes en este tipo de gestiones, son aspectos relevantes a la hora de considerar las acciones a llevar adelante.

En primer lugar, considerando los recursos económicos disponibles, podemos decir que actualmente el Programa IncubaCor, con su nueva propuesta escalable, resulta posible a partir de financiamiento gestionado a través de organismos de apoyo al desarrollo productivo. Sin esta habilitación, en tanto recurso económico, resulta poco probable la generación de una estructura replicable en diversos territorios y con un gran alcance (teniendo en cuenta los objetivos generales del programa).. En esta nueva edición el respaldo económico permite pensar las incidencias del programa a lo largo del territorio pero las gestiones por financiamiento que se renuevan año a año conflictúan los procesos de reflexión para llevar adelante mejoras tanto de calidad como de alcance.

De hecho, si bien en el imaginario del programa nunca se pensó en algo escalable, consideramos que la propuesta customizada se correspondió a la imposibilidad de disponer de recursos para un mayor alcance.

En segundo lugar, considerando los recursos materiales disponibles, es que las heterogeneidades territoriales en el procesos de implementación se vuelven presentes y fundamentales. Nos queremos detener aquí porque en la edición del año anterior, como ya se comentó, las personas que eran del noroeste de la Provincia de Córdoba experimentaron una serie de dificultades directamente vinculadas al acceso de recursos materiales para el correcto cursado del programa. Entre ellas la frecuente interrupción del servicio de internet, no contar con computadoras o espacios físicos para conectarse de manera grupal, las dificultades para acceder al material de estudio, de consulta y de manejo de las aulas virtuales constituidas para tal fin.

Estas dificultades materiales, en muchos casos estructurales, serán consideradas en el proceso de implementación del programa en el presente año a través de alianzas con actores locales que permitan disponer de espacios con acceso a internet, computadoras, asistencia para el acceso al material de estudio, etc. En este sentido, las municipalidades se vuelven centrales para la implementación de IncubaCor.

b. *Problemas Conceptuales*

“...el emprendedor es el sujeto legítimo del mundo de hoy () El emprendedorismo ha dejado de ser una actividad particular para convertirse en una condición del yo que puede ser compartida por actores sociales tan dispares como el fundador de una gran empresa, un desempleado que vende comida en la calle, o una conductora de Uber” (Fridman, 2019, 178)

De la cita recuperada de Daniel Fridman, puede imaginarse el lector el problema que implica diseñar una política pública con un sujeto económico no delimitado o más bien generalizado. Si lo que entendemos por emprendedor es algo inherente al ser humano, sin diferenciación de actores sociales, la política pública encuentra desafíos para solucionar las necesidades específicas de un sector. No hace falta aclarar que no son las mismas necesidades las del dueño de una gran empresa que aquel que tiene una pequeña

panadería con pocos empleados o aquel que vende desde su casa artículos artesanales. Hasta no resolver este desafío conceptual, es difícil delimitar el alcance y las expectativas de una política de promoción.

Otro elemento que suma complejidad a esta definición es aquel que sugiere que el emprendedor puede asumirse como individuo en tanto unidad productiva. En este sentido, "...el emprendedor siempre es un individuo y no un grupo, ni un equipo, ni un comité u organización. Esto radica en el hecho que sólo los individuos pueden percibir las situaciones de ganancia o beneficio. Por supuesto, varias personas siempre pueden cooperar y guiarse mutuamente, pero la innovación o el descubrimiento siempre tienen lugar a nivel individual" (Cataldi, Hodara, 2020, 85).

Particularmente desde la Dirección de Apoyo a la Pequeña Empresa, se ha buscado avanzar en el camino de la definición del sujeto respondiendo a las siguientes preguntas en torno a condiciones objetivas del postulante ¿Se encuentra inscripto como contribuyente? ¿Bajo qué condición? ¿Cuenta con empleados en relación de dependencia? ¿Ha generado ventas en el último año? Si aún no se ha inscripto, no tiene empleados y no ha generado ventas ¿cuenta con un equipo de trabajo? ¿Cuánto tiempo le dedica al desarrollo del nuevo negocio? Estas y otras preguntas se realizan a través de formularios de inscripción que permiten tener una primera mirada del público que se está postulando a nuestros programas y desarrollar criterios de clasificación/selección con el objeto de mejorar la efectividad de las propuestas ofrecidas.

Reflexiones finales

Los aspectos a considerar en el contexto de los procesos de creación de empresas sostenibles, generadoras de empleo, exportadoras, vinculadas a las cadenas de valor son diversos y complejos. En este artículo apenas hemos abordado de manera breve uno de ellos: la indefinición conceptual del sujeto económico beneficiario de estos programas de promoción como lo es IncubaCor.

En este sentido, creemos que hay que empezar a prestar atención a las estadísticas vinculadas a la cantidad de empresas que generan empleo en Córdoba y comenzar a pensar cómo medir los impactos, no solo de los programas públicos, sino de toda la oferta privada vinculada al "desarrollo emprendedor".

Como mencionamos inicialmente, Córdoba fue pionera en crear incubadoras, cursos, capacitaciones, encuentros, organizaciones, políticas públicas, etc orientadas al desarrollo de nuevos emprendedores. Ya desde 1997 con la creación de la FIDE, la primera Incubadora de Argentina. Imaginen ese hito. Córdoba en ese sentido ha sido ejemplo. Incluso es observado como modelo a seguir hasta por la propia Ciudad Autónoma de Buenos Aires principalmente por la sinergia generada entre las diferentes instituciones que componen este ecosistema.

Pero resulta necesario observar tendencias que consideramos no menores: la creación de empresas empleadoras desde el 2007 al 2023. Tomando como fuente el Ministerio de Economía de la Nación la variación de los privados que generan empleo en la provincia prácticamente no ha variado, se mantiene estable en aproximadamente 57.000 firmas (Ministerio de Economía de la Nación Argentina, s.f.). Un dato interesante es que por la caracterización de la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor el porcentaje de estas empresas que es considerado un "emprendimiento" es del 47% para el año 2023 (Ministerio de Economía de la Nación Argentina, s.f.).

Esta relación de casi la mitad de las empresas empleadoras demarcadas como emprendedores corresponde a una tendencia histórica. Podemos determinar esto revisando los datos de empresas empleadoras y de “emprendimientos” del año 2014 (previo a la sanción de la ley de apoyo al capital emprendedor) donde la relación entre estos dos universos es aún mayor (51%). Es decir, la creación de la Ley no hizo que “haya más emprendimientos” ni tampoco más empresas.

Sumado a esto, podemos ver un interesante contrapunto con las empresas de economía del conocimiento las cuáles entre 2007 y 2023 crecieron en un 70% (resulta significativo en términos relacionales más no nominales en el universo analizado) (Ministerio de Economía de la Nación Argentina, s.f.). Lo importante de este dato es que en Córdoba existieron políticas, incluso instituciones públicas, especializadas en el desarrollo, apoyo, financiamiento y creación de empresas de este tipo. Aquí la diferencia principal radica en que la oferta pública se desenvuelve bajo una definición específica de un sujeto económico al cuál promocionar.

Estas reflexiones nos llevan a preguntarnos qué y quién se adapta a qué y a quién en las relaciones público/privadas. Quien lleva al frente esas tensiones a la hora de desarrollar oferta pública para la creación de nuevas empresas pero principalmente en la definición de los sujetos económicos que serán beneficiarios de las mismas. En ocasiones debemos problematizar y analizar el contexto donde se generan las nuevas políticas o los nuevos programas (incluso desde el sector privado) para entender si lo que estamos haciendo genera impacto real en nuestras economías o solo quedan en herramientas de aplicación individual que no generan mucho más que una mejora económica del hogar.

Bibliografía

Cataldi, M., & Hodara, F. (2020). Cambiemos: El Estado, los CEOs y un nuevo espíritu de lo público (Tesis de grado, Licenciatura en Ciencia Política, Universidad Nacional de Villa María).

Fridman, D. (2019). El sueño de vivir sin trabajar. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Ministerio de Economía de la Nación Argentina. (s.f.). Tableros interactivos de estadísticas sobre PyMEs y emprendedores. Recuperado el ocho de marzo de 2025, de <https://www.argentina.gob.ar/economia/pymes-emprendedores-y-economia-del-conocimiento/estadisticas/tableros-interactivos>