

Palabrade **EXPERTO**

ANDY FREIRE es el presidente de Endeavor Argentina y hace unos días fue uno de los protagonistas del Día del Emprendedor porteño que se llevó a cabo en la Uade con un inesperado número de asistentes.

Convencido de que el futuro del país depende, en gran parte, del proceso emprendedor, Freire analiza debilidades, fortalezas y oportunidades. Además, destaca la mala imagen que tiene el empresario argentino.

“La universidad no forma empleadores, sino empleados”

● ¿Cómo explica la asistencia masiva a los eventos para emprendedores?

Mi hipótesis es que la Argentina siempre fue un país con una altísima tasa de emprendedorismo. Si miramos las estadísticas del mundo que miden la población económicamente activa que se dedica a proyectos emprendedores, vemos que la Argentina está siempre en el top five mundial. El problema es que en tasa de efectividad está entre los peores del mundo.

● ¿Qué busca esta gente?

Creo que hay una sed por desarrollarse, capacitarse, aprender. Hay hambre de querer mejorar que se ve traducido en el fenómeno que se genera en las conferencias Endeavor. Y esto se ve especialmente en el interior, en Córdoba y aún en Chaco. Todos los asistentes buscan formarse, contactos, capital, y sentirse acompañados emocionalmente con otra gente que tiene las mismas situaciones personales.

● ¿Hay diferencias entre los emprendedores del interior y de Capital?

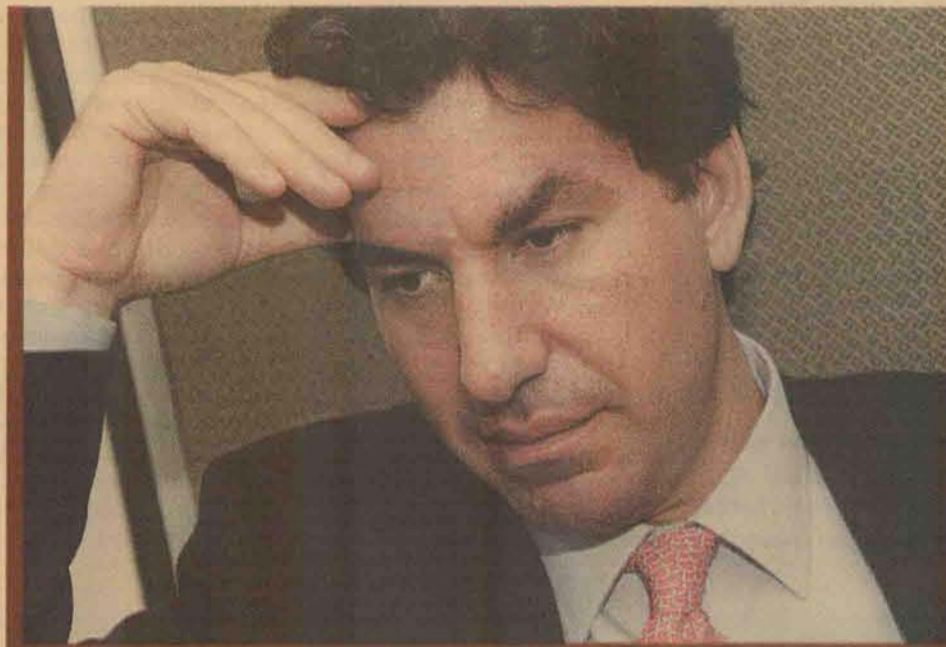
No veo diferencias. Quizás los del interior tienen por naturaleza una visión de mercado externo más desarrollada, porque su mercado local es más chico por definición. Por ejemplo, un emprendedor chaqueño no piensa en un negocio para Chaco, sino para la Argentina. Eso es pensar fuera de su zona de relevancia directa. Tal vez los de Buenos Aires, que ya es un mercado relevante, no piensan tanto qué le pueden vender al mundo. En ese sentido da la sensación de que tienen una visión más global los emprendedores del interior.

● Si a la Argentina le sobran emprendedores, ¿por qué fracasan tanto?

El problema no es que existan emprendimientos por necesidad, porque podrían emprender por necesidad pero con buenos resultados. Los emprendedores fracasan, primero, porque creen que para emprender no es necesario formarse. Segundo, porque no saben armar buenos planes de negocios y, tercero, hay una cultura de la copia ridícula. Es decir, en vez de crear algo nuevo se busca copiar canchas de paddle o pollerías, y luego se produce el efecto rebote y un exceso de oferta. Esta cultura de la copia de negocios retail para mí es un error.

● ¿Es imprescindible, entonces, tener una gran idea?

La gente cree que tiene que tener una idea brillante o copiar la idea de otro, cuando en realidad hay algo en el medio, y ése es el secreto: tomar una vieja idea y ejecutarla mejor. Si vas a poner un parrillito igual al que está enfrente, lo único que conseguís es dividir la demanda del mercado entre dos. ¿Qué vas a hacer distinto? Eso hay que pensar. Por ejemplo, cuando yo empecé Officenet, ya había librerías, yo no las inventé. Lo que inventé es la librería a domicilio por catálogo y comprando por teléfono y entregando a las 24 horas.



Alberto García

Alto potencial

■ En una lista de 64 países, la Argentina se encuentra en séptimo lugar en materia de actividad emprendedora.

■ Uno de cada 7 argentinos está involucrado en algún tipo de actividad emprendedora.

■ El 60% de los emprendimientos en Argentina están basados en la oportunidad y no en la necesidad.

■ El índice de emprendedores por necesidad en la Argentina es relativamente bajo comparado con otros países de Latinoamérica.

■ Con casi 16 mujeres cada 100 que emprenden, la Argentina se ubica entre los países con alta participación femenina.

Barreras

■ Barreras mentales de los emprendedores al no pensar “en grande”, en empresas sustentables y escalables desde el inicio.

■ Visión localista: Sólo el 33% de los emprendedores estima tener clientes en el exterior.

■ Falta de modelos de rol.

■ Acceso a redes de contacto insuficiente.

■ Necesidad de un mercado de capitales más activo y de una mejor cultura inversor/emprendedor.

■ Contexto poco favorable con reglas de juego de corto plazo.

Fuente: Endeavor Argentina e Informe GEM 2008

Parte del problema es que los emprendedores no piensan ideas que puedan ejecutar mejor que los demás, no se forman, no se capacitan. Otro problema es que las universidades no están formando empleadores sino empleados; la universidad siente que cumple su labor si te ayuda a conseguir un trabajo cuando te recibís. Creo que se forman muy buenos empleados pero no suficientes empleadores.

De todos modos, creo que la Argentina está dando algunos pasos en ese sentido con la Uade, la universidad de San Andrés, Di Tella o el IAE, que están empujando el concepto del emprendedorismo muy fuertemente. Soy optimista pero sigo siendo bastante crítico porque falta mucho.

● Alguna vez dijo que para ser emprendedor no hacía falta ser rico ni pasar por la universidad. ¿Está cambiando ese discurso?

Dije que no es necesario ser rico porque cuando uno tiene un buen proyecto consigue capital de terceros muy fácilmente, o sea que para todo buen proyecto hay capi-

tal. Esto sucede aún en la Argentina; yo veo proyectos que consiguen hoy capital en estos contextos, porque siempre hay inversiones que vienen a tomar riesgo a cambio de un buen retorno. Ahora, si no necesitás ir a la universidad sí necesitás formarte para poder emprender. Pienso que ahora la universidad es un mucho mejor foro para formarte, pero no creo que haya que tener un título universitario para emprender. También te podés formar con mentores, con la vida. Pero sí hay que formarse para emprender bien.

● ¿Qué requisitos debe cumplir un proyecto para conseguir inversores aún en tiempos de crisis?

Debe ser un mercado atractivo, con escalabilidad; que pueda ser exportable para venderse al mundo; que tenga un equipo de emprendedores complementario entre sí y muy comprometidos y apasionados en los motivos por los que quieren traer eso (producto, servicio) al mundo; con un muy buen plan de negocios, muy realista.

Básicamente, hay que responder tres pre-

guntas: por qué este mercado y cuáles son las necesidades insatisfechas; por qué vos y tu equipo tienen la capacidad para resolverlas; por qué esta necesidad es lo suficientemente grande para armar un negocio que tenga escalabilidad. Y después, la persistencia del emprendedor para conseguir el capital ya que probablemente tenga que escuchar noventa ‘no’ para conseguir un ‘sí’.

● ¿Cómo definiría al empresario argentino?

Soy bastante crítico. El 80% de los chicos de la escuela secundaria en Estados Unidos no sólo puede dar nombres de empresarios que conoce, sino que puede mencionar al menos un empresario que admira. Esa estadística en la Argentina es de menos del 2%, y generalmente mencionan a (Marcelo) Tinelli. Eso muestra la brecha que hay, la mala imagen de los empresarios argentinos, de lo que es crear una empresa. Los empresarios argentinos no están tan comprometidos con acercarse a futuros emprendedores para invitarlos a emprender. Definitivamente es un llamado de atención para la comunidad empresaria.

● ¿Las actividades de RSE ayudan?

Creo que disipan parcialmente el efecto pero no entra en la raíz del tema. Me parece que los empresarios tienen que estar más cerca. ¿Por qué no hay empresarios hoy acá?

● ¿Acaso usted no se considera un empresario?

Soy un empresario pero me gusta llamarme emprendedor. Todavía no genera orgullo ser empresario, es como ser político. Ser emprendedor es distinto, se asocia al tomar riesgo, a ser innovador, a generar empleo... Siento en mí un espíritu emprendedor más que un espíritu empresario, y me gustaría que esa distinción desapareciera.

● Tiene colgado el cartel de emprendedor serial. ¿Es verdad que está todo el tiempo pensando en nuevos proyectos?

La verdad es que sí. En Axialent tenemos oficinas en todo el mundo, en Asia, América, Europa, Estados Unidos. Me encanta emprender y participar de proyectos como el de cerveza Otro Mundo.

● ¿Es verdad que en tiempos de crisis hay más oportunidades?

No hay más oportunidades, hay oportunidades distintas. Sí es cierto que el que sabe emprender en tiempos de crisis captura valor mucho más rápido que otros porque las crisis se acaban, y el que está preparado para pegar la vuelta lo puede hacer mucho mejor. En épocas de crisis se puede comprar participación de mercado con mucha menos inversión que en la época de abundancia. Creo que no hay más oportunidades, sino que las oportunidades para el que las sabe capturar técnicamente tienen un repago mucho más rápido sobre la inversión.