



Academia Nacional de Economía



Academia Nacional de Economía

**Fecha**  
Miércoles 30 de septiembre

**Hora**  
18:30 hs.

**Lugar**  
Universidad de Montevideo  
Prudencio de Peña 2544

**Condiciones**  
Entrada libre previa inscripción a [info@acadeco.com.uy](mailto:info@acadeco.com.uy), al teléfono 2915-6724, o confirmando asistencia en [facebook.com/acadeco](https://www.facebook.com/acadeco)

**Segunda Mesa Redonda**  
**Ciclo Academia Nacional de Economía 2015**

**Uruguay: desafíos para el quinquenio 2015-2020**

**Universidad de Montevideo**  
**¿Cómo se prepara el país para enfrentar desafíos en materia de Educación?**

**18:30** Bienvenida a cargo de Universidad de Montevideo y Academia Nacional de Economía.

**18:40 Ing. Sara Goldberg**  
Gerente de operaciones de Agencia Nacional de Innovación e Investigación (ANII) 

**19:00 Lic. Álvaro Moré**  
Presidente de Young & Rubicam 

**19:20 Martín Pasturino**  
Coordinador de la Unidad de Asesoramiento Estratégico del INEFOP  
Ex-Secretario Docente del CODICEN y Consejero de Educación Secundaria 

**19:40 Debate y preguntas**

**Moderadora: Dra. Ana Balsa**  
Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Empresariales y Economía 

El pasado 30 de septiembre, en la Universidad de Montevideo, se llevó a cabo la segunda mesa redonda del Ciclo 2015 de la Academia Nacional de Economía: “Uruguay: desafíos para el quinquenio 2015-2020. ¿Cómo se prepara el país para enfrentar desafíos en materia de Educación?”

Inauguró el evento el Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales y Economía de la UM, Dr. Alejandro Cid.

Seguidamente, la Presidente de la Academia Nacional de Economía, Ec. María Dolores Benavente dio la bienvenida a los presentes, señaló la importancia de este tipo de eventos e instó a los estudiantes presentes a postular trabajos para el Premio Academia Nacional de Economía

El Prof. Pasturino no asistió.

A continuación, comenzaron las presentaciones de los panelistas:



**Ing. Sara Goldberg**, Gerente de Operaciones de la Agencia Nacional de Innovación e Investigación (ANII). Comenzó detallando los objetivos de ANII: Promover el desarrollo científico, tecnológico y la innovación.

ANII apoya la innovación aplicada a nuevos productos y procesos y contribuye a que la academia se acerque al sector productivo. Para ello, entre otras actividades, gestionan becas y promueven el arribo de docentes del exterior para programas de postgrado. Tienen diversos programas con las distintas Universidades.

Para el quinquenio seguirán intensificando sus programas de investigación, inversión en empresas, formación, emprendimientos y el programa Timbó: portal que brinda acceso gratuito a publicaciones de todo el país, en todas las áreas de investigación.

Presentó las principales cifras de los programas que llevan adelante: entre 2008 y 2014 se han invertido 30 millones de dólares en 797 proyectos de investigación.

Citó como ejemplo, un programa de Salud Animal, en donde además, se apoyó la formación de doctorados en una materia tan necesaria para un país como Uruguay.

Enumeró nuevos proyectos de investigación con diversas instituciones y destacó unos encuentros que se están promoviendo, entre los investigadores y potenciales inversores. Por cada dólar de financiamiento que aporta el inversor, ANII aporta otro dólar, con un tope de 70.000USD por proyecto.

Asimismo, destacó el programa de Becas de maestrías y doctorados en todas las áreas del conocimiento: no sólo en ciencias más duras, sino en carreras no tradicionales. Entre 2008 y 2014 se otorgaron 2.700 becas por un monto de 32 millones de dólares.

Por último, reflexionó acerca del fin último de este tipo de actividades: generar conocimiento genuino, aumentar la competitividad, contribuir al desarrollo futuro del país y a que las generaciones venideras tengan el tema innovación como algo propio y natural.

**Presentación >> [http://acadeco.com.uy/files/2015\\_Educacion\\_Goldberg.pdf](http://acadeco.com.uy/files/2015_Educacion_Goldberg.pdf)**



**Lic. Álvaro Moré**, Presidente de Young & Rubicam.

Comenzó su presentación con una foto en la que se advertían varios taxis vacíos, parados, un auto de una rentadora de autos, vacío y una camioneta del servicio de UBER, trabajando.

De esta manera tan gráfica, introdujo a la audiencia al tema de cómo las innovaciones permanentes plantean desafíos a las empresas y a los modelos educativos en el mundo.

Uber es un servicio de transporte que se brinda en el marco de la llamada economía colaborativa: alguien ofrece plazas en su auto o su propio auto, a precios más accesibles que en las modalidades de transporte convencionales.

Además, son negocios más seguros ya que se pre-carga la tarjeta de crédito: no hay dinero en efectivo en la transacción.

Señaló que ya hay más de 5.000 plataformas para conectar particulares entre particulares y ofrecer desde apartamentos de alquiler, bicicletas, plazas de autos y todo aquello que genere en un particular un excedente y en otro una necesidad. Si al principio los negocios en internet eran Empresa-Consumidor y Empresa-Empresa, ahora es el tiempo de Particular- Particular.

Airbnb, en el mercado de las propiedades, mueve 1.5 millones de apartamentos/casas en 190 países y 34.000 ciudades. En 2015 lleva 80 millones de reservas.( 2500 de ellas, en Uruguay).

Estas ideas surgieron en San Francisco, pero se expandieron en Europa, especialmente a raíz de la última crisis que encontró muchas personas desocupadas, pero con habitaciones de sus casas o plazas en sus autos, ociosas.

Se han desatado todo tipo de batallas legales en todas partes, puesto que los oferentes tradicionales (inmobiliarias, hoteles, rentadoras de autos, taxis) se sienten perjudicados. Un tema no menor es que la gente que ofrece estos servicios no tiene seguridad social, no son "empleados" ni de UBER ni de Airbnb, que son meras plataformas, sino que son sus propios empleados.

Todos estos sistemas de economía colaborativa cuentan con una evaluación 360º: el usuario evalúa al prestador del servicio y éste al usuario. **La reputación es la nueva moneda de esta época**, apuntó Moré.

Entiende que entre los extremos de libertad total y prohibición de este tipo de servicios, existirá un término medio de regulación para mantener una competencia leal y atender los temas de seguridad social.

Señaló que en estos tiempos, la competencia puede venir de lugares insospechados y con gran velocidad. Citó el ejemplo de Blockbuster que no vio la amenaza que Netflix constituía para su negocio, o los fabricantes de CD que no vieron en Spotify una competencia de cuidado.

Alquilar, compartir, prestar vs comprar, poseer.

Negociación vs remates en tiempo real.

Algunos números:

- UBER creó 50.000 empleos en la crisis.
- Sólo en España, se estima que hay 100 millones de asientos de auto vacíos por día.
- 40% de los alimentos se desperdicia.
- 95% del tiempo los autos están sin usar.
- Hay 80 millones de taladros que se usan 12 minutos en toda la vida.
- Se pierden 2500 horas buscando estacionamiento en toda la vida.



Presentación >> [http://acadeco.com.uy/files/2015\\_Educacion\\_More.pps](http://acadeco.com.uy/files/2015_Educacion_More.pps)

**Dra. Ana Balsa**, Profesora e Investigadora de la Facultad de Ciencias Empresariales y Economía.

La Dra. Balsa, el Dr. Alejandro Cid y algunos de los presentes, realizaron preguntas a los panelistas:

1. ¿Es posible que las propuestas de innovación y de emprendedurismo de la ANII se realicen también en la infancia y no solamente a nivel de maestrías o doctorados?
2. ¿Cómo desde la educación se pueden vislumbrar esta nueva competencia que enfrentarán las empresas?
3. ¿Cómo formar a los chicos que están haciendo el grado y cómo medir si lo que se está haciendo está bien, no sólo en conocimientos duros sino en habilidades?
4. Los chicos que están terminando las carreras pueden tener la opción de comenzar su emprendimiento o seguir formándose: ¿cómo compatibilizar ambas cosas?
5. ¿Cómo es posible avanzar en estas materias teniendo sistemas educativos tan rígidos?
6. ¿Cómo aplicar la economía colaborativa en la transición?

Las respuestas de los panelistas fueron:

1. y 3. Goldberg: también desde ANII se está trabajando estos temas a nivel de grado. Se entiende que hay que seguir avanzando en estos temas para que integren el currículo. Hay experiencia en acompañar a los estudiantes para prepararlos para una entorno tan cambiante.
2. y 3. Moré: la Universidad tiene un desafío muy grande: el conocimiento académico no se sustituye. Savater dice que Google nos trajo ignorancia sobre informada. El desafío está en la permanente actualización, en formar personas en el exterior y en vincularlas con las empresas: lo que cambió es la velocidad de los cambios.
4. Goldberg: se pueden apoyar estudios y emprendimientos simultáneamente.
5. y 6. Moré: el futuro es híbrido. Es necesario que se hagan acuerdos entre competidores o entre nuevos jugadores: citó el ejemplo de una cadena de hoteles que tiene acuerdos con Uber y otra que logró acuerdos con Airbnb. Entiende que la Universidad tiene que ser parte de esos cambios y para ello, es su deber estar siempre muy actualizada.