PREMIOS EIKON 2026

A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN

CATEGORÍA 2.3: *SUSTENTABILIDAD EN EDUCACIÓN*

CAPÍTULO: GENERAL

REGIÓN: ARGENTINA

¨EMPRENDER PARA CRECER¨

Responsable: Camuzzi - Dirección de Relaciones Institucionales

Consultora ejecutora: Sinocal (Nicolás Agra)

Aliado institucional: Secretaría de Desarrollo Productivo y PyME — Gobierno de Tierra del Fuego

Contexto

Somos la mayor distribuidora de gas natural de la Argentina en términos del volumen de energía que distribuimos a nuestros usuarios, del territorio en el cual estamos presentes y de la extensión de la infraestructura que a diario operamos. Anualmente más del 25% de la demanda de gas natural de todo el país está concentrada en el ámbito de concesión de la compañía.

Nuestras operaciones cubren casi el 45% del territorio nacional. Cuando uno trae a la memoria un mapa de la Argentina, la mitad de ese mapa es precisamente Camuzzi. Bajo un complejo sistema de gasoductos de transporte, ramales y redes de distribución que supera los 52.000 kilómetros lineales de extensión de cañerías (más de 12 veces la distancia existente entre la Quiaca y Ushuaia), abastecemos a más de 2.200.000 usuarios de siete provincias del país: Buenos Aires, La Pampa, Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

En el marco de nuestra estrategia de sustentabilidad, asumimos el compromiso de brindar un servicio de calidad con un alto nivel de seguridad y cuidado ambiental; de integrar al esquema de toma de decisiones de la compañía los principios de la responsabilidad social; y de asumir un rol activo y presente en la vida de las comunidades en donde operamos.

Es así como nos propusimos estar “Más Cerca” de nuestros stakeholders, a través de 5 ejes de trabajo que materializan nuestra estrategia sustentable y dentro de los cuales se encuentra el eje social *“Más cerca de nuestra comunidad”*. Este eje plantea la convicción de comprometernos con acciones que contribuyan al crecimiento y desarrollo de las comunidades donde estamos presentes y de las cuales formamos parte.

La transformación del programa

Camuzzi viene desarrollando el Programa Emprender para Crecer (EPC) en Tierra del Fuego desde hace varios años. Sin embargo, en su edición 2025, la empresa tomó una decisión estratégica relevante: rediseñar el programa desde su base metodológica, incorporando un enfoque integral que combinara formación técnica, desarrollo de habilidades blandas, acompañamiento socioemocional y generación de redes de colaboración entre emprendedores.

El diagnóstico que motivó esta transformación fue claro: los programas de capacitación para emprendedores suelen transferir conocimiento técnico, pero rara vez intervienen en las dimensiones que realmente condicionan el éxito de un emprendimiento en contextos de vulnerabilidad: la autoconfianza, la claridad de propósito, la capacidad de tomar decisiones y la construcción de vínculos productivos con pares. En Tierra del Fuego, provincia con particularidades geográficas, económicas y culturales únicas, esta brecha era especialmente visible.

El programa convocó a emprendedores de Ushuaia, Río Grande y Tolhuin, en rubros tan diversos como gastronomía, textil, artesanías, servicios turísticos, pesca artesanal y agricultura. La heterogeneidad del grupo era, en sí misma, parte del diagnóstico: personas en estadios muy distintos de desarrollo, con trayectorias diversas y niveles de formalización disímiles, que sin embargo compartían un denominador común: voluntad de crecer y ausencia de acompañamiento real para hacerlo.

Una estrategia con mirada integral

El Programa Emprender para Crecer 2025 fue diseñado e implementado por Sinocal, consultora convocada por Camuzzi, con una propuesta metodológica centrada en tres principios rectores:

- Integralidad: intervenir simultáneamente en dimensiones técnicas (finanzas, marca, mercado, gestión del tiempo) y socioemocionales (motivación, liderazgo, toma de decisiones con propósito).
- Contextualidad: adaptar los contenidos y el ritmo del programa a las realidades concretas de cada participante, reconociendo que no todos parten de la misma base ni tienen las mismas oportunidades.
- Generación de comunidad: crear un ecosistema de colaboración entre participantes, de modo que el aprendizaje individual se potencie a través de las redes y sinergias que emergen del grupo.

Los objetivos del programa fueron:

- Brindar herramientas concretas para que los participantes definieran una idea de negocio alineada con sus habilidades, recursos y propósitos personales.
- Promover el análisis del mercado, la identificación de competencia y la validación de propuesta de valor.
- Acompañar la construcción de una identidad de marca coherente y estrategias de comunicación efectivas.
- Desarrollar habilidades de organización y gestión del tiempo para mejorar la productividad personal y profesional.
- Introducir conceptos fundamentales de finanzas, costos y precios para fomentar una administración responsable del emprendimiento.
- Estimular una mentalidad emprendedora basada en la motivación, el liderazgo personal y la toma de decisiones estratégica.
- Generar instancias de colaboración entre participantes para construir redes de apoyo y sinergias productivas.

El público objetivo fue el ecosistema emprendedor de Tierra del Fuego: personas con emprendimientos en distintos estadios de desarrollo, provenientes de contextos socioeconómicos diversos, que buscaban profesionalizar sus proyectos y fortalecer su autonomía. El programa fue de acceso gratuito y con cupo ampliado para contemplar la deserción habitual en procesos formativos intensivos.

Los canales utilizados fueron presenciales (talleres en Ushuaia y Río Grande), virtuales (encuentros prácticos online vía Google Meet) y de seguimiento individual (mentorías personalizadas). La articulación institucional con la Secretaría de Desarrollo Productivo y PyME del Gobierno provincial fue clave para garantizar legitimidad, difusión y acceso territorial.

Un programa en movimiento

El programa se desarrolló entre mayo y septiembre de 2025, con una estructura de 12 talleres grupales (6 teóricos y 6 prácticos) y 135 mentorías individuales. Cada taller abordó un eje temático específico: propósito e idea de negocio, organización del tiempo, conocimiento del mercado y la competencia, diseño de marca y comunicación, finanzas básicas y sustentabilidad, y motivación, liderazgo y toma de decisiones.

Desde el inicio, se diseñó una estrategia de seguimiento que permitiera registrar el proceso de cada emprendimiento de forma integral. Se utilizaron herramientas combinadas: formularios de diagnóstico inicial, encuestas de autopercepción (con escala del 1 al 10 en cada eje temático) y bitácoras de mentoría. Al finalizar el programa, se aplicó un instrumento de cierre para comparar el antes y el después, generando evidencia sobre el impacto desde una doble perspectiva: técnica y perceptiva.

Una innovación central de esta edición fue la implementación de una estrategia proactiva de vinculaciones estratégicas recíprocas entre participantes. A través de un análisis colectivo de complementariedades, se detectaron más de 80 relaciones de colaboración posibles. Entre los ejemplos más destacados: masajistas y cosmetólogas articulando con productores de sahumos y cremas naturales; productores hortícolas generando alianzas con emprendimientos turísticos para incluir alimentos frescos en excursiones; y diseñadores gráficos colaborando con emprendimientos que necesitaban profesionalizar su imagen y packaging. Este componente no existía en ediciones anteriores del programa y representó un aporte diferencial de alto valor para el ecosistema emprendedor fueguino.

El programa contempló también un acompañamiento personalizado y humano, atento al contexto y las emociones de cada participante. La heterogeneidad del grupo, desde los aspectos socioeconómicos hasta las experiencias en contextos de alta vulnerabilidad, fue reconocida como un factor estructural que condiciona la participación y el aprendizaje. El diseño pedagógico se adaptó en tiempo real a estas realidades, lo que permitió sostener la motivación y la cohesión grupal a lo largo de todo el proceso.

El programa inició con 65 inscriptos (cupo ampliado para compensar la deserción habitual), alcanzando al cierre 34 emprendedores activos con participación sostenida. La distribución fue de 16 participantes en Ushuaia, 16 en Río Grande y 2 en Tolhuin. El 73,5% fueron mujeres, y los rubros abarcaron: servicios y oficios, textil, artesanías, gastronomía, pesca artesanal, agricultura, comercio y manufacturas de origen agropecuario.

Resultados y evaluación-Transformaciones reales

Resultados cuantitativos

- 34 emprendedores activos al cierre del programa, con participación sostenida durante todo el recorrido.
- 12 talleres grupales realizados (6 teóricos y 6 prácticos), en modalidad presencial y virtual.

- 135 mentorías individuales ejecutadas, con seguimiento cualitativo y técnico adaptado a cada caso.
- 32 emprendimientos accedieron al capital semilla otorgado por Camuzzi para inversión en herramientas, insumos o mejoras operativas.
- 10 proyectos recibieron reconocimientos adicionales por innovación, impacto social, escalabilidad, validación comercial y espíritu emprendedor.
- Más de 80 relaciones de colaboración estratégica detectadas y promovidas entre participantes.
- La participación en redes de emprendedores creció del 47% al 69% entre el inicio y el cierre del programa.

Resultados de autopercepción (antes vs. después)

- Idea de negocio y propósito: mejora del +16% (de 6,44 a 7,47 sobre 10).
- Organización del tiempo: mejora del +32% (de 5,13 a 6,75 sobre 10).
- Conocimiento del mercado y la competencia: mejora del +26% (de 5,44 a 6,84 sobre 10).
- Diseño de marca y comunicación: mejora del +18% (de 6,63 a 7,84 sobre 10).
- Finanzas básicas y sustentabilidad: mejora del +37% (de 5,09 a 6,97 sobre 10).
- Motivación, liderazgo y toma de decisiones: mejora del +52% (de 5,25 a 8,00 sobre 10).

Estadío general de los emprendimientos-Las historias detrás de los indicadores

Al inicio del programa, ningún participante se encontraba en estadío avanzado de desarrollo de su emprendimiento; 10 estaban en estadío inicial y 22 en estadío medio. Al cierre, 12 participantes alcanzaron el estadío avanzado, 19 permanecieron en nivel medio y solo 1 continuó en estadío inicial. Esta evolución refleja un desplazamiento real y medible en la madurez de los proyectos.

Impacto cualitativo

Más allá de los indicadores, el mayor resultado del programa fue el empoderamiento de quienes encontraron en el proceso un espacio de aprendizaje, autonomía y realización. Los testimonios de los participantes dan cuenta de transformaciones que van desde la organización contable hasta la reconquista de la confianza personal para emprender:

- "Más claridad y desromantización del emprendimiento. No es solo amor al proyecto, hay que organizarlo, pensar costos, decidir con datos." — Ayelén Podbersich

- "La seguridad en mis decisiones. Antes dudaba mucho, ahora tengo más herramientas para decidir." — Victoria Mónaco
- "Me organicé mejor, orden contable, más tranquilidad y eficacia." — Darío Fernández

Las palabras que los participantes eligieron para definir su experiencia sintetizan el alcance del proceso: Metamorfosis, Crecimiento, Enriquecedora, Responsabilidad, Productiva.

Como parte del compromiso sostenido de Sinocal con el proceso iniciado, la consultora ofreció a todos los participantes una instancia adicional de mentoría disponible hasta fin de año, sin costo para Camuzzi ni para el organismo público. Esta acción voluntaria tiene por objetivo consolidar lo aprendido y seguir acompañando el ecosistema emprendedor fueguino más allá del cierre formal del programa.

Para conocer más sobre la iniciativa: (11509) FINALIZÓ LA QUINTA EDICIÓN DEL PROGRAMA EMPRENDER PARA CRECER - YouTube