

# Una nueva generación de emprendedores



*Pablo Maas*

*Editor de la revista PyMES- Diario Clarín*

consejo

Profesional de Ciencias  
Económicas de la Ciudad

*Fuente: Revista Consejo Año IV – Nº 21 – Marzo 2012 – ISSN 1851-6610*



La creatividad y el empuje de los emprendedores han sido uno de los cambios silenciosos pero sustanciales que ha experimentado la economía argentina en la última década.

El escenario actual contrasta especialmente con el de la década de los 90, cuando abrían y cerraban videoclubs, canchas de paddle y locutorios. Todos hacían lo mismo. En aquellos años, trabajadores despedidos masivamente de empresas privatizadas eran indemnizados y buscaban invertir en algo que les permitiera seguir en actividad, una forma de autoempleo. Sin experiencia previa, capacitación ni ayuda de algún tipo, la mayoría naufragó y pasó a engrosar el ejército de desocupados, que en 1998 llegó al 18%.

Pero tras el derrumbe de la convertibilidad se abrió una nueva etapa. Una nueva generación de emprendedores tomó la posta y esta vez con mucha mejor suerte. Desde la fabricación de alpargatas de diseño a software de exportación, el cambio está a la vista, ya sea en las vidrieras de los comercios de Palermo Soho o en los clusters industriales del interior del país.

A partir de 2003 comenzó a formarse un ecosistema emprendedor que desde entonces no para de crecer. El último informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) un estudio internacional que mide la tasa de actividad emprendedora (TEA) en 60 países, muestra que la actividad se catapultó un 40% en la Argentina durante el año pasado. La TEA se ubicó en 20,8% de la población adulta -la cifra más alta desde 2003- si bien con la mayoría de los emprendimientos motivados por la existencia de una oportunidad más que de una necesidad.

Según Silvia Torres Carbonell, directora del Centro de Entrepreneurship del IAE, que pilotea el capítulo argentino se está consolidando un sistema emprendedor pero al que todavía le faltan políticas públicas de largo plazo, financiamiento, transferencia de tecnología e incentivos impositivos. Históricamente, los incentivos fiscales en la Argentina casi siempre fueron para las grandes compañías, que han tenido un acceso y poder de lobby inmensamente mayor que el de las micro y pequeñas y medianas empresas.

Un cambio reciente en favor de los emprendedores lo constituye la Ley 4064, que creó un Régimen de Promoción para nuevas empresas en la Ciudad de Buenos Aires, el que las exime de pagar el 100% de Ingresos Brutos durante el primer año y el 50% el segundo año. Pero estos casos son más la excepción que la regla. Los principales problemas que enfrentan los emprendedores siguen siendo la burocracia, la falta de acceso al financiamiento y las políticas públicas descoordinadas.

Aunque en los últimos dos años se advierten mayores esfuerzos en el fomento estatal a la actividad de las PyMEs y los emprendedores, podría decirse que la actividad le debe muy poco de su crecimiento en la última década a la ayuda gubernamental y debió desarrollarse mayormente en soledad. Esto contrasta con la experiencia de otros países de la región, como Brasil, donde desde hace tantos años el apoyo a las microempresas es una política de Estado instrumentada a través de una poderosa institución como la Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo al Emprendedor).

A los emprendedores argentinos todavía les falta mucho terreno para recorrer. El estudio del GEM detectó limitaciones en términos de creación de empleo y utilización de

la tecnología, factores en los que son superados por sus colegas en Chile o Colombia. Con la excepción de Brasil, los emprendedores de la Argentina están menos internacionalizados que otros en Latinoamérica. Sin embargo, todo puede mejorarse con una adecuada articulación de políticas y programas bien planeados y ejecutados.

