

# El fenómeno emprendedor y sus dilemas



*Prof. Silvia de Torres Carbonell*

*Dir. Centro de Entrepreneurship IAE Business School Directora GEM Argentina Miembro del Directorio Global del GEM BoardMember Endeavor*

consejo

Profesional de Ciencias  
Económicas de la Ciudad

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

Estamos asistiendo en la Argentina a un proceso interesante. En los últimos 13 años se ha consolidado un ecosistema emprendedor formado por instituciones públicas y privadas, universidades, centros de investigación, medios de comunicación, ONGs y algunos programas gubernamentales de apoyo a emprendedores.

Los emprendedores hoy se muestran casi como héroes, y la actividad emprendedora aparece como una opción deseable de desarrollo de carrera y una forma genuina de generar ingresos. Esto, asociado a que la Argentina, al igual que gran parte de Latinoamérica, es hoy “tierra de oportunidades”. Con nichos de mercado sin explotar, demanda ávida de servicios y productos innovadores, disponibilidad de materias primas, alto nivel de capital humano, se está impulsando el crecimiento de la actividad emprendedora. Así lo reflejan los resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es un estudio internacional que mide comparativamente la cantidad y calidad de emprendedores en la población activa de más de 60 países.

Desde el año 2000, en que dirijo este estudio, la Argentina ha estado entre el grupo de países con más alta TEA (tasa de actividad emprendedora en etapa temprana que mide el porcentaje de población activa que dice estar involucrado en empresas nacientes de menos de 3 meses de vida o empresas nuevas, de hasta 42 meses de vida). De hecho, en 2011 hubo un crecimiento significativo de la TEA, que pasó del 14,2% en 2010 al 20,8%. Pero esta alta tasa no debe por sí sola alegrarnos, ya que esconde en parte una realidad preocupante. Un alto porcentaje de esos emprendedores decide emprender por disminución o falta de ingresos (emprendedores por necesidad). Y aquellos que lo hacen por percepción de nuevas oportunidades para mejorar ingresos o buscar mayor independencia (emprendedores por mejora de oportunidades) encuentran muchas barreras para su crecimiento.

El fenómeno emprendedor es multidimensional, y para que realmente contribuya al bienestar económico de un país, tanto en términos de crecimiento económico como de creación de empleo, es importante analizar el contexto, que impacta directamente en la calidad y supervivencia de los nuevos emprendimientos. La definición moderna de entrepreneurship, que fue introducida por Schumpeter en 1934, se basa en que el dinamismo desequilibrante provocado por los entrepreneurs innovadores es la causa de una economía sana y pujante, mucho más que el equilibrio y la optimización de los recursos. Fue él quien primero asoció la actividad emprendedora con la innovación.

La Argentina presenta aún serios condicionamientos al desarrollo de una actividad emprendedora innovadora, competitiva y pujante. Faltan políticas de Estado de largo plazo que provean estabilidad política, institucional y macroeconómica, marco legal adecuado para los derechos de propiedad, apoyo a estructuras de financiamiento y transferencia de tecnología, incentivos impositivos, baja de costos laborales, y reducción de trámites y regulaciones en los primeros años de vida de los emprendimientos. Esto, sumado a la desaceleración de la economía, la creciente intervención estatal y una cultura que castiga el éxito y la rentabilidad, trae como consecuencia que muchos de los nuevos emprendedores lo sean por necesidad, sin aspiraciones de crecimiento, y que los de mayor impacto busquen otros contextos para crecer y conseguir inversiones. Esto se

confirma al ver con preocupación la posición argentina (113 entre 183 países) en el Ranking 2011 “Doing Business” del Banco Mundial.

La Argentina enfrenta hoy el enorme desafío de consolidar el crecimiento económico de los últimos años y transformarlo en prosperidad. Para eso necesita nuevos emprendedores dinámicos que sean los empresarios éticos, socialmente responsables, competitivos, innovadores y exitosos del futuro que creen valor para ellos, sus empresas y la sociedad en su conjunto.

