

**XVI JORNADAS Y
VI INTERNACIONAL DE
COMUNICACIONES
CIENTÍFICAS DE LA
FACULTAD DE DERECHO Y
CIENCIAS SOCIALES Y
POLÍTICAS UNNE**

Compilación:
Alba Esther de Bianchetti

2020
Corrientes -
Argentina

XVI Jornadas y VI Internacional de Comunicaciones Científicas de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Política-UNNE : 2020 Corrientes-Argentina /
Mirian Beatriz Acosta ... [et al.] ; compilado por Alba Esther De Bianchetti. -
1a ed compendiada. - Corrientes : Moglia Ediciones, 2020.
CD-ROM, PDF

ISBN 978-987-619-372-6

1. Comunicación Científica. I. Acosta, Mirian Beatriz. II. De Bianchetti, Alba Esther,
comp.

CDD 340.115



ISBN Nº 978-987-619-372-6

Editado por **Moglia Ediciones**

Todos los derechos reservados - Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier método
Queda hecho el depósito que previene la ley 11.723

Impreso en **Moglia S.R.L.**, La Rioja 755

3400 Corrientes, Argentina

mogliabros@hotmail.com

www.mogliaediciones.com

Noviembre de 2020

MUJERES EMPRENDEDORAS Y PYMES ARGENTINAS EN TIEMPOS DE EMERGENCIA SANITARIA.

Acosta, Mirian Beatriz

mirianbacosta@gmail.com

Resumen

Las PYMES atraviesan dificultades a nivel mundial y la Argentina no está excepta de sufrirlos. A pesar de que aportan una cantidad importante del movimiento comercial a la economía nacional, se enfrentan a problemas como el difícil acceso a financiamiento, la presión fiscal, los elevados costos que implica ser un emprendedor, y más aún, soportar o bien, defenderse de los prejuicios culturales que colocan en situación de “aparente desventaja” a las mujeres emprendedoras; a esto, súmese la problemática del 2020 “pandemia COVID-19” dejando con su paso consecuencias devastadoras, y un nuevo panorama de vida, en cuarentena y bajo aislamiento social obligatorio. Las Pymes deberán ser creativas y ajustar su modelo de negocio a la nueva normalidad, readecuando su estructura y redefiniendo una estrategia comercial para lograr mayor eficiencia, donde la digitalización ya no será solo una opción y la tecnología será la gran aliada.

Palabras claves: Crisis, Digitalización, COVID-19.

Las empresas “PYMES”, según la Administración Federal de Ingresos Públicos: “son micro, pequeña o medianas empresas que realizan sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: comercial, servicios, industria, minería o agropecuarios...”, es decir se consideraran pequeñas o medianas en cuanto a volumen de ingresos, valor del patrimonio y número de trabajadores. Según estimaciones oficiales, las Pymes generan el 70% de la fuerza laboral de la Argentina y contribuyen en la producción del 50% del Producto Bruto Interno del país. Con su gran potencial de generación de empleos, son fundamentales para el desarrollo económico y contribuyen a una mejor distribución de la riqueza; podría decirse que son el corazón de la economía de cualquier nación e incluso del planeta.

El 20 de marzo la vida como la conocíamos cambió. La Argentina entró en una cuarentena desbordada de incertidumbre y sin fecha de vencimiento, mientras tanto, las empresas nacen, se reinventan, lastimosamente en su gran mayoría dejan de existir por insuficiencia de fondos, y existen otras que abrazan a esa *mujer líder* que surge con mayor ímpetu en momentos difíciles de sortear. Las *mujeres empresarias* tienen un mejor poder de adaptación, explica Teruel: “*En un contexto de crisis económica la mujer cuenta con variedad de herramientas al momento de tener que reinventar la empresa, reacomodar las fichas y salir a flote. Por esencia, por el carácter, por la intuición, la mujer cuenta con mayor facilidad a la hora de rearmar y poner el juego las herramientas (repensar costos, ser más eficientes con los recursos humanos, modificar y hacer más eficientes los procesos productivos, etc.) para enfrentar la crisis*”. La creatividad que logran implantar las emprendedoras para sortear este contexto de pandemia, terreno en el que como nunca antes las herramientas digitales se vuelven aliadas imprescindibles para poder mantenerse en pie incorporando nuevas formas de trabajo vía “web - home office”, de intercambio e incluso con posibilidad de pagar productos virtualmente.

En lo referente a Argentina, la tasa de actividad femenina se incrementó de manera notoria desde la década de 1960, alcanzando un pico de 60% en 2004, para luego declinar y estancarse alrededor de 45%, aunque de todas formas el porcentaje de inserción laboral femenina ha ido en aumento en los últimos años; lo que redujo levemente la brecha respecto a los hombres, alcanzando un 18,7% en el segundo trimestre de 2019. Los números demuestran que hay mucho trabajo aun por hacer en relación con la presencia de las mujeres en el mercado laboral, comercial, y empresarial.

Introducción

El decrecimiento de los niveles de la actividad comercial, y el freno mundial respecto de las actividades del mercado, con baja participación de las empresas en las exportaciones, es efecto y consecuencia directa de la falta de competitividad; agréguese a ello la desventaja en la que se encuentran las mujeres respecto de los hombres por falta de educación con perspectiva de género, a todo lo cual además, se agrega las consecuencias propias de la pandemia.

Materiales y método

El método empleado es cualitativo y descriptivo, de diseño predominantemente bibliográfico, acompañado del soporte de otras fuentes de datos.

Resultados y discusión

Argentina contaba con aproximadamente 650.000 PYMES sin las cuales no existiría la mayoría de los puestos de trabajo y el ritmo de la innovación sería más lento y tedioso. Entre 2015 y 2019 cerraron 24.537 pequeñas y medianas empresas en la Argentina; a su vez la AFIP revela que los empleadores explican el 91% del total de empresas afectadas producto de crisis pasadas. En el mundo de las PYMES, según el informe del Banco Central, las mujeres empiezan a tener mayor presencia y las empresas están viendo los beneficios de que ellas ocupen cargos de decisión (uno de cada cinco cargos ejecutivos es ocupado por una mujer).

Conclusión

Para lograr reivindicar a las PYMES necesitamos tener una política monetaria y fiscal responsable, con baja inflación para que puedan acceder a préstamos coherentes (sin pagar el triple del importe inicial solicitado) ya sea al banco o a una entidad prestataria privada. Es importante además, impulsar a los emprendedores a utilizar nuevas tecnologías y a capacitarse en un “ámbito con perspectiva de género” para lograr equidad respecto del trato cotidiano (más aun en este ámbito tan competitivo) entre géneros opuestos. ¿Será posible lograrlo?

Referencias bibliográficas

- Administración Federal de Ingresos Públicos (2019). Disponible <https://www.afip.gob.ar/pymes>
- Ayala Rojas, Dora Esther (2012): “El Derecho ante los desafíos de la Globalización”. Revista UNNE. Portal de publicaciones periódicas Científicas de la Facultad de Ciencias Económicas.
- Franzolini, Dalila (2019). “La importancia de las PYMES en Argentina”. Blog.hubspot.es/marketing.web.<https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-argentina#:~:text=En%20el%20pa%C3%ADs%20hay%2027,de%201%20por%20cada%20347>
- Goldschmidt, Olivia (2018). “Pymes del año: un reconocimiento a las chicas que piensan en grande”. La nación.<https://www.lanacion.com.ar/economia/pymes-del-ano-un-reconocimiento-a-las-chicas-que-piensen-en-grande-nid2119789>
- Mafud, Laura (2020). “Cuáles son las redes que impulsan el emprendedorismo femenino”
<https://www.cronista.com/pyme/negocios/Cuales-son-las-redes-que-impulsan-el-emprendedorismo-femenino-20200226-0003.html>
- María Laura Teruel (2019). “Mujeres empresarias pyme: avances y retrocesos”. Ambito.com.
<https://www.ambito.com/negocios/liderazgo/mujeres-empresarias-pyme-avances-y-retrocesos-n5069825>

Filiación

Alumna: Mirian Acosta, integrante del Proyecto de investigación: 16G001: LA DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA GLOBALIZACIÓN. Periodo 01 / 01 / 2017 hasta 31/12/2020. Miembro del grupo de Investigación consolidado “Deodoro Roca” Res. 792/19 CS