



Cada vez más jóvenes apuestan a desarrollar su propio microemprendimiento. Las principales universidades juegan un papel esencial orientándolos y dándoles las herramientas necesarias.

Cada vez más jóvenes arman en la Argentina su propio emprendimiento

Escribe
Belén Fernández

► La mitad de los asalariados en blanco gana menos de \$ 2.500 al mes, dentro de este grupo se engloban sobre todo los jóvenes que son los más castigados, según datos de las estadísticas oficiales basadas en la información que declararon las empresas ante el sistema de la Seguridad Social. Esta realidad provoca que los novatos profesionales se involucren cada vez más en desarrollar su propia empresa. Así lo refleja el índice de actividad emprendedora (TEA) a nivel mundial que muestra en la Argentina que el 14,7% de los jóvenes tiene un microemprendimiento desde 2009. Esta tendencia se encuentra en fuerte crecimiento.

«Muestran un permanente espíritu de riesgo, desean tener el control sobre su propio destino, están obsesionados por conseguir el objetivo, tienen un alto nivel de tolerancia a la ambigüedad y a la incertidumbre», ésta es la descripción de los jóvenes universitarios según Sergio Postigo, docente, a cargo de la cátedra de Entrepreneurship de la Universidad de San Andrés, que promueve los microemprendimientos entre los más jóvenes.

Llevar adelante un proyecto no es un desafío fácil; según datos brindados por los especialistas el 95% de los emprendimientos fracasan antes del quinto año de vida, pero esta cifra parece no desmotivarlos; hoy el número de soñadores que apuestan por su propia empresa se duplica. Más de un 20% de los emprendedores tienen entre 24 y 35 años, seguidos por un 18% de entre 35 y 44, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realizada por el Centro de Entrepreneurship del IAE Business School.

«Hoy cada vez hay más difusión y más ayuda», explicó Juan Raimundo Lasarte joven emprendedor y creador de Picardías, especialistas en picadas. La empresa logró superar la primera prueba, funciona desde 2002 y con gran éxito según comentó su dueño. El proyecto comenzó a través de un materia, en la cual junto a un grupo de compañeros tuvieron que presentar un plan de negocios. Pero pronto ese proyecto se convirtió en realidad. En marzo de 2004, con apenas 22 años y el título de licenciado en Administración de Empresas bajo el brazo inició la financiación de su propio emprendimiento que pronto llegó a tener un lugar físico con la apertura de su primer local en septiembre de ese mismo año, en el barrio de Recoleta.

«Cuanto mayor es el nivel de educación más es la tasa de actividad emprendedora por oportu-

dad», explicó Silvia Torres Carbonell, profesora del área académica Política de Empresa y directora ejecutiva del Centro Entrepreneurship y además sostuvo que «los jóvenes emprendedores buscan libertad e independencia y seguridad en sí mismos».

Como Picardías hay cientos de casos. Francisco Orden junto a su hermana Marina comenzaron en 2006 con su propio emprendimiento; una bodega de vinos espumantes inspirados en sus ancestros que eran especialistas en vinos. Hoy la empresa es conocida en todo el mundo. «Nos dedicamos a la exportación tanto en China como en Estados Unidos», comentó Francisco CEO de Finca de la Orden SA, quien con apenas 24 años y recién recibido comenzó con el proyecto.

Apertura

«En pocos meses tenemos pensado abrir una oficina en Shanghái para poder tener contacto con todos los clientes de la zona», agregó. Si bien en los comienzos la financiación no fue fácil, el esfuerzo parece haber valido la pena. «Invertimos u\$s 50 mil. ahorros que juntamos entre mi hermana y yo», explicó Francisco.

La realidad es que muchos de los jóvenes tienen grandes ideas, que encuentran una oportunidad en un mercado devaluado, pero no siempre cuentan con la financiación necesaria. Muchos buscan los medios más económicos, entre los más elegidos está internet, un medio que permite la rápida difusión y el crecimiento inmediato. Así cientos de diseñadores exponen sus prendas y accesorios a través de redes sociales; María Paula Rodríguez, diseñadora de indumentaria, de 26 años, hace tiempo viene realizando esta actividad. «Empecé con mis propios diseños, principalmente de remeras y lo único que necesitaba era una cámara de fotos y un portal donde subirlas; los clientes después iban llegando», explicó.

Esta misma red fue la que utilizó para dar sus primeros pasos Dalila Morgenroth (25), licenciada en Turismo. «Al principio mandábamos cadenas de mails, o hacíamos avisos a través de Facebook y Twitter sobre ofertas de vuelos, hoteles y packs», explicó. Un año después, el microemprendimiento que inició con su hermano, licenciado en relaciones públicas creció y hoy con el nombre de Conectando Destinos, la agencia tiene su propia oficina. «Hicimos una inversión de \$ 20 mil inicialmente y hoy empezamos a apostar en publicidad en los sitios web», explicó.