

*Trabajo  
emprendedor  
en el noroeste  
del Conurbano  
Bonaerense frente  
al coronavirus*

---

DIEGO ALVAREZ NEWMAN, NICOLÁS DZEMBROSKI  
Y GUILLERMO FERRÓN\*



En un artículo anterior<sup>1</sup> nos dedicamos a describir las características del trabajo y el empleo en el Conurbano Bonaerense, dando cuenta de sus tendencias a la heterogeneización y la previsión de su profundización producto de la emergencia sanitaria suscitada y las medidas de aislamiento social para contrarrestar los efectos de la pandemia de la COVID-19 en la población. También, buscamos dar cuenta de las respuestas que el Estado ensayó en la aplicación de medidas de variada índole (sanitarias, laborales, redistributivas, etc.) para enfrentar el desafío de contener los contagios, a la vez que mantener cierto nivel de actividad y de asistencia a los sectores más afectados y desprotegidos frente a la inédita situación.

---

\* Los autores pertenecen al equipo de investigación del proyecto “Lógicas organizativas del trabajo en la región noroeste del Gran Buenos Aires. Complejizando las heterogeneidades socio-laborales en contextos de desigualdad”, IESCODE-UNPAZ y del proyecto: “Fortalecimiento de las iniciativas de promoción del empleo en José C. Paz. La Oficina de empleo de la SIPEM”.

1. Dzembrowski, N., Alvarez Newman, D. y Ferrón, G. R. (2020). El trabajo en el Conurbano Bonaerense frente a la COVID-19. En N. Goren y G. R. Ferrón (comps.), *Desigualdades en el marco de la pandemia. Reflexiones y desafíos*. José C. Paz: EDUNPAZ.

En esta oportunidad, para avanzar en el análisis de las heterogeneidades del trabajo en la región noroeste del Conurbano Bonaerense, nos ocuparemos de un tipo de lógica organizativa del trabajo que denominamos emprendedorismo o trabajo emprendedor, y las respuestas que ensayan los sujetos que participan, frente a las consecuencias de la pandemia. Nuestro interés apunta a la identificación de prácticas que permitan problematizar las potencialidades y desafíos del sector a partir de la dinámica que adopta un grupo de emprendedores nucleados en un Programa de Incubación de Empresas en la región. A partir de un relevamiento de tipo cualitativo realizado a referentes del Programa, durante la tercera semana de junio nos propusimos identificar las formas de reorganización del trabajo que debieron afrontar los/as emprendedores/as nucleados en el Programa de Incubación; las principales problemáticas en dicho proceso; y las acciones de la administración pública local, tendientes a apoyar a ese sector.

### **¿A QUÉ EMPRENDEDORES/AS HACEMOS REFERENCIA?**

En este artículo partimos de la idea de que el emprendedorismo es una práctica laboral atravesada por discursos acerca de la organización del trabajo que interpelan fuertemente a la idea de “ser jefe de sí mismo”, el “autocontrol”, la “innovación”, la “creatividad”, el “liderazgo” y la “perseverancia”, entre muchos otros sentidos. Esta práctica laboral suele asimilarse más a una actitud frente al trabajo que a una categoría laboral.

Sin embargo, para el caso que tomamos en este artículo, vinculado a una política municipal de Incubación, nuestros sujetos de estudio son cuentapropistas del noroeste del Conurbano Bonaerense que orga-

nizan su trabajo como “emprendedores”. En este sentido, su trabajo emprendedor se circunscribe a una forma de cuentapropismo.

Al abordar la heterogeneidad del trabajo en el Conurbano Bonaerense, la categoría ocupacional más frecuente es la de empleado/a u obrero/a (72%), mientras que la categoría cuentapropista representa al 24% de la fuerza laboral. Es decir que los/as emprendedores/as a los/as que hacemos referencia son parte de ese universo del 24% de cuentapropistas del GBA. Pero cabe aclarar que al no ser el “trabajo emprendedor” una categoría laboral, no existen mediciones acerca de la cantidad de personas que trabajan bajo esa lógica organizativa del trabajo.

Tabla 1. Categoría ocupacional por sexo y totales.  
Total país y partidos del GBA. 4° trimestre 2019

Categoría ocupacional	Patrón/a	Cuentapropista	Empleado/a u obrero/a	Trabajador/a s/ remuneración
Total país	4%	23%	73%	1%
Partidos GBA	4%	24%	72%	0%
Varones PGBA	4%	26%	70%	0%
Mujeres PGBA	3%	22%	75%	1%

Fuente: elaboración propia en base a datos de la EPH (2020).

## EL PROGRAMA MUNICIPAL DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS

Una incubadora de empresas se puede definir en términos generales como una organización<sup>2</sup> diseñada para dar herramientas de desarrollo económico, tecnológico y organizacional a empresas incipientes o que están en un proceso de cambio o fuerte crecimiento. En ese sentido, una incubadora de empresas puede ser entendida como un espacio en el que se aglutinan saberes, prácticas, intereses y sentidos de quienes en ellas participan, con el objetivo de maximizar los resultados del emprendimiento que se está incubando.

Parte de nuestros trabajos de investigación recientes se vinculan con el estudio de la actividad emprendedora a partir del análisis del Programa Municipal de Incubación de Empresas de la región noroeste del Conurbano Bonaerense. Las acciones de este programa se vienen implementando desde el año 2014 y fue pensado con el objetivo de “desarrollar la economía local a través de la promoción de emprendimientos individuales, familiares, grupales y de pequeñas y medianas empresas ubicadas en el partido”, según relatan sus encargados.

Las/los emprendedoras/es que participan del Programa son poco más de 30, distribuidos en diferentes rubros que van desde el textil a la gastronomía, pasando por la marroquinería, el calzado y servicios educativos, entre otros. Estas/os emprendedoras/es recorren dos etapas en el programa, la etapa de preincubación y la etapa de incubación; cada una dura un año y mientras que durante la primera etapa se inicia la conformación de la idea o proyecto hasta su concreción en un modelo de negocio, durante la segunda se avanza en el desarro-

---

2. Algunos autores la llaman “artefacto”.

llo del emprendimiento y sustentabilidad del proyecto a través de la capacitación, la asistencia técnica profesional, el financiamiento y el asesoramiento en la búsqueda de mercado, entre otras acciones.

## **EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN LOS/AS EMPRENDEDORES/AS**

Los/as emprendedores/as de la región se vieron seriamente afectados por el impacto de la COVID-19, como todo el sector del autoempleo y el cuentapropismo en general. Apenas decretado el ASPO la mayoría de ellos/as experimentó un freno total de sus actividades que transcurrió durante los primeros dos meses en los cuales se vieron obligados/as a encarar un proceso de reorganización de las tareas.

Los/as emprendedores/as vinculados a la venta presencial, ya sea a través de locales o ferias, fueron los/as que más tardaron en poder reorganizarse.<sup>3</sup> Estos/as no tenían los contactos de sus clientes como para restablecer el vínculo y tuvieron que iniciar un camino de capacitación autodidáctica y algo rudimentario acerca de cómo comercializar de manera virtual. Si bien la mayoría de estos casos pudo encontrar canales alternativos de comercialización, las ventas cayeron fuertemente.

A su vez, la discontinuidad de las acciones formativas de incubación por parte del Programa generó en principio que las/os emprendedoras/es pierdan el contacto con sus referentes durante todo el primer mes de aislamiento social, y que eso repercuta en la dificultad de encarar estrategias alternativas. El contacto fue retomado luego informalmente a través de grupos de WhatsApp, mientras que desde el

---

3. Uno de los principales espacios de comercialización de los emprendimientos transcorre en una feria organizada semanalmente por el municipio.

Programa esperan que se reanuden los procesos de formación para el mes de julio mediante aulas virtuales.

Otros emprendimientos, sin embargo, ya venían trabajando con herramientas digitales, por lo que el principal cambio que tuvieron se vincula a la intensidad en el uso de las redes sociales. Al incrementarse la competencia por esa vía, se vieron obligados a subir publicaciones todos los días y a fortalecer los vínculos por vías digitales con los clientes que ya tenían. Dentro de este grupo se encuentran los emprendimientos vinculados al rubro textil; estos en gran medida ya venían trabajando a través de canales virtuales y fueron los únicos que no sufrieron una caída tan fuerte en la actividad, gracias a su experiencia previa en la comercialización digital y porque también pudieron reorganizarse enseguida en la producción de artículos de gran demanda, como los tapabocas.<sup>4</sup>

En el otro extremo, están los emprendimientos de tipo industrial y que eran, mayormente, proveedores de otras empresas. Estos vienen siendo los más golpeados por los efectos de la pandemia, ya que sufrieron un paro casi total de sus actividades.<sup>5</sup>

Aquellos emprendimientos que pudieron reorganizar la comercialización y las ventas al modo virtual lo hicieron principalmente a través de las redes sociales. Se destaca puntualmente Instagram como el principal canal de comercialización. El foco en las redes sociales se

---

4. Desde el 20 de abril cuando empezó a ser obligatorio el uso de tapabocas, se vieron desbordados de pedidos durante el primer mes. Luego los pedidos disminuyeron, pero lograron encontrar un nicho de mercado como para poder seguir produciendo en reemplazo de otros productos que bajaron su demanda.

5. El caso de un emprendimiento que produce caños para vidrios (que además hacía un tiempo había comenzado a exportar a Chile) y otro de producción de placas anti-humedad no han podido reorganizarse hasta el momento.



explica principalmente porque no hay intermediación en el envío de los productos y eso permite que vendedor/a y comprador/a acuerden un punto de encuentro u otro modo de envío. Estos/as emprendedores/as no suelen usar la plataforma Mercado Libre por las altas comisiones y los costos de envío. Esta cuestión la fueron resolviendo en general a través de contactos que tienen movilidad y levantan pedidos a demanda. Tampoco suelen trabajar con plataformas como Rappi, Glovo o Uber porque se les presentan los mismos inconvenientes que con Mercado Libre.

Finalmente, encontramos que entre las acciones del gobierno local tendientes a apoyar y facilitar herramientas a emprendimientos y a pymes (comerciales, industriales y de servicios) se destaca la iniciativa implementada en el desarrollo de una plataforma digital. Desde la plataforma se promueven cuatro acciones concretas: promocionar a los comercios con entregas a domicilio; cursos de formación en línea gratuitos sobre cómo vender bajo la modalidad virtual y utilizar las plataformas de compra-venta existentes; asistencia técnica en línea; y medidas de alivio fiscal para pymes y comercios.

## **PERSPECTIVAS HACIA EL FUTURO DE LA ACTIVIDAD**

El Programa de Incubación Municipal también se encuentra en un proceso de reorganización frente a la situación de pandemia. Primeramente, respondió en la contención y el rastreo de la situación de las/los diferentes emprendedoras/es; en ese sentido se dio un primer contacto por redes sociales y esperan profundizarlo por medio de encuentros vía plataforma de videoconferencia para continuar las acciones de formación y asistencia técnica.

Entre las problemáticas que fueron afrontando las/los emprendedoras/es, más allá de las vinculadas a la realización del trabajo y a su comercialización, se destacan dos cuestiones. Por un lado, la imposibilidad de acceder a los créditos oficiales a tasa cero para monotributistas que lanzó el gobierno nacional. Al ser emprendedores/as de perfil informal, de los/as que se presentaron, ninguno logró calificar en los requisitos que exige la AFIP. Por otro lado, es recurrente la dificultad para comprar los insumos para la producción. Durante el primer mes de aislamiento, la pérdida de ingresos junto a la imposibilidad de acceder al financiamiento subsidiado se combinó con esta dificultad. En este sentido, avanzar en un proceso de formalización de las actividades de las/os emprendedoras/es se vuelve indispensable.

Finalmente, dentro de las perspectivas que atraviesa el sector y más allá de las heterogeneidades que presentan, se puede pensar que una característica que los favorece es su capacidad de adaptación. Por un lado, son iniciativas con muy baja estructura de costos que sostener, lo cual les facilita achicar gastos y amoldar presupuestos; por otro lado, la producción que realizan es de una escala muy pequeña y trabajo intensiva, por lo cual pueden rápidamente amoldarse a los cambios suscitados por el contexto. Sin dudas, gran parte de esa adaptación pasará por la capacidad que tengan de incorporar las plataformas digitales y el comercio electrónico tanto para la venta como para el suministro de materias primas para la producción. De todas maneras, se vuelve evidente que desde una perspectiva situada en el espacio del territorio y en el tiempo de la pandemia, gran parte de la sustentabilidad de las actividades emprendedoras van a estar determinadas por una amalgama de estrategias de los sujetos y acciones estatales.