

PROMOVER SOSTENIBILIDAD SOCIAL, AMBIENTAL Y FINANCIERA

Alfredo González: "La mitad de la microeconomía está en informalidad"

El Presidente de la Came advirtió que a pesar de la relativa estabilidad macroeconómica, las Pymes enfrentan altos costos tributarios, barreras internas y un tipo de cambio desfavorable que limitan su competitividad, tanto interna como externa. Remarcó el deber de reducir impuestos y adaptar las matrices productivas para enfrentar la apertura económica y los cambios en los hábitos de consumo.

El presidente de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (Came), Alfredo González entrevistado por radio Natagalá, observó los significativos desafíos que enfrenta la microeconomía argentina, con un 50 por ciento de su actividad en la informalidad comercial, laboral y desocupación.

Advirtió que, a pesar de una relativa estabilidad macroeconómica, la presión tributaria, las barreras internas y la falta de competitividad complican la situación de las Pymes.

Enfatizó en el deber de reducir impuestos y adaptar las matrices productivas para enfrentar la apertura económica, aunque señaló que el proceso de transición es lento y desafiante debido a un tipo de cambio desfavorable y costos elevados.

El líder de Came también subrayó los cambios en los hábitos de consumo y la importancia de la capacitación constante para empresarios y comerciantes.

Destacó iniciativas como el sello de triple impacto de Came, que promueve la sostenibilidad social, ambiental y financiera, respondiendo a las



ECONOMÍA INTERNA Y EXTERNA. El líder de la Came enfatizó en el deber de abordar el sistema tributario para garantizar la competitividad y fomentar un entorno económico más equilibrado.

demandas internacionales, y advirtió que las medidas como el libre comercio con Estados Unidos presentan riesgos adicionales.

Así se desarrolló parte del diálogo:

¿Cómo están llegando a fin de año?

-Bien, bien, por supuesto, en este país, nuestro país, digamos que siempre con sorpresa. Este año fue distinto al anterior, totalmente, también con una perspectiva dis-

tinta. Con una macro relativamente estable que hizo que, en los últimos meses, la micro también tuviera cierta certidumbre más allá de los avatares que se van dando con distintas situaciones. La verdad es que son muchas cosas, pero de una manera distinta, en algunos casos con más complicaciones que otras, pero con una estabilidad totalmente distinta a la del año pasado.

¿Green que esto se va

a profundizar a partir de 2025?

-Esto es muy lento todavía y bastante incipiente. Esperemos que sí, uno desea eso. A medida que la macro se siga estabilizando, eso indudablemente va a seguir dando alguna certidumbre a la microeconomía. Esperemos que se vaya recuperando el poder adquisitivo de la gente también y, por supuesto, algunas otras condiciones que necesariamente son fundamentales para

poder ser competitivos. Indudablemente, muchos empresarios, principalmente de la industria, vamos a tener que rápidamente cambiar nuestra matriz productiva y ver realmente en qué somos competitivos y en qué no.

¿Se puede competir con la apertura internacional que se está dando en la Argentina en este momento?

-No, porque tenemos muchísimas situaciones en contra todavía. Esperemos que el año que viene sean menos. Más allá de las regulaciones que llevó adelante el Gobierno, en las cuales nosotros en muchas fuimos parte porque fuimos colaborativos, es fundamental también que se lleve adelante una baja real de los impuestos. Entendamos que el único impuesto que no se renovó, porque no es que se sacó el impuesto País, fue ese; ningún otro impuesto. También tengamos en cuenta que ningún impuesto municipal y provincial de todo el país fue modificado para abajo, y esos están todavía, y son muchos también. Todo influye en esta cadena burocrática del sistema tributario argentino.

EL MUNDO HA CAMBIADO

Como todo, fue mutando y cambiando en referencia a la situación que atravesamos.

-Sí, totalmente. El mundo ha cambiado. El consumidor es uno de ellos, que cambió totalmente la forma de comprar, más allá de todas las alternativas de información que tiene hoy. Ha cambiado totalmente, por lo que indudablemente el empresario o el comerciante, inclusive el industrial que está detrás del mostrador sin infor-

mación, sin capacitación, prácticamente ya no está o está a punto de desaparecer. Hoy es información, capacitación constante, cambio continuo de la matriz productiva en todo sentido. No solamente pensemos en producción o en quien genera un producto; también hablemos del comercio, del servicio. Uno tiene que mutar rápidamente e ir cambiando a medida que los tiempos van cambiando. Esto se aceleró mucho más en pandemia. En nuestro país, en el mundo, viene haciendo eso con esa velocidad en distintos aspectos. De hecho, nosotros, en 2020, creamos como Came el sello de triple impacto. Es un sello sustentable de triple impacto que tiene sustentabilidad en lo social, en lo ambiental, en lo financiero, y por supuesto en lo ambiental. Esos sellos son los que están reclamando hoy.

Este libre comercio que se viene en la República Argentina, sobre todo con Estados Unidos, ¿cómo se prepara el comerciante para competir?

-Bueno, esto nosotros lo vemos como algo, indudablemente, que es un gran desafío y es muy complicado a la vez, pero también hay cierta ventaja que en los años 90, por ejemplo, no hubo. Esta corriente también de regular y, con las intenciones del Gobierno nacional principalmente de quitar impuestos, eso no lo hubo. Si bien en estos momentos la apertura va un poco más rápido que la desregulación y que la bajada de impuestos, eso hace que, por supuesto, en este proceso, si es que va a ser así este proceso de transición, sea mucho más difícil para nosotros en todos los sectores competir con un tipo de cambio que no es favorable, que nos hace estar caros en dólares.

Reducción de carga impositiva

¿Medidas de estas características lesionan el consumo interno?

-Sí, totalmente, porque se suman al producto final. Nosotros no tenemos márgenes para dejar de ganar, un margen más corto todavía para poder pagar ese impuesto. Entonces, se suma en el producto al precio final y eso encarece y nos va dejando fuera.

¿Hoy conviene abrir una página y vender?

-Y no sé qué comprendería. No sería el indicado para responder eso, pero sí es difícil poder competir también. Entendamos un número muy feo que nos está pasando en la Argentina: el 50 por ciento, espero que sea hasta ahí nada más, de la microeconomía argentina está en la informalidad comercial, y eso lleva a la informalidad laboral también. En-

tonces, ahí es donde ves la gran cantidad de desocupación y la gran cantidad de informalidad. Eso nos genera a nosotros, que estamos dentro de la formalidad comercial argentina, una competencia desleal. Entonces, no solamente tenemos la competencia desleal interna, sino externa también.

¿Necesitan respuesta con el tema impositivo más que nada?

-Sí, hoy sí, por supuesto que sí, porque es lo que nos hace no ser competitivos interna y externamente. Entonces, es muy difícil poder competir desde ese lugar. Por eso, como entidad, nosotros somos colaborativos para regular la mayor cantidad de situaciones que se pongan. No es solamente un anuncio de que vamos a regular; también tenemos que ver cómo se implementa eso y qué se saca, porque tampoco es regular todo.