



Macri al gobierno, emprendedores al poder. El proceso de politización del "ecosistema emprendedor", 2013-2017.

Tesis para optar por el título de licenciado en sociología

Autor: Manuel Aguilera

Director: Alejandro Gaggero

Mientras algunos estudios ven en el emprendedor la encarnación contemporánea del demonio capitalista, para otros son héroes, profetas y la vanguardia de un mundo mejor, la utopía del hombre libre de determinaciones.

Richard Pfeilstetter (2011: 8)

Resumen

En este trabajo nos hemos propuesto estudiar el desarrollo del ecosistema emprendedor de la Ciudad de Buenos Aires e intentar comprender el proceso de politización que lo llevó a un acercamiento con el Pro, partido que gobernaba la Ciudad y acabó accediendo al gobierno nacional en 2015. La investigación, de carácter cualitativo, se realizó en base a entrevistas en profundidad y revisión de documentos oficiales.

A partir de una reconstrucción de la historia reciente del desarrollo del ecosistema emprendedor hemos periodizado su desarrollo en tres etapas (fase pionera, 1997-2001; fase de consolidación, 2002-2012; fase político-hegemónica, 2013-actualidad), de las cuales nos hemos centrado en la última. La fase político-hegemónica del ecosistema emprendedor porteño¹ estuvo caracterizada por una mayor articulación política con el GCABA, la redefinición de la categoría de emprendedorismo, el intento por proyectar nuevos sentidos con contenido político, la conformación de una asociación de representación sectorial y la consolidación de una agenda política, entre otras dimensiones.

Durante este período se consolidó lo que hemos caracterizado como "discurso emprendedor hegemónico", que intentó proyectar nuevas demandas y sentidos en la disputa por la articulación de un nuevo modelo de desarrollo. Esta cadena de significantes se articuló con representaciones más amplias, que tuvieron su punto de mayor consolidación alrededor de la figura de Mauricio Macri durante su campaña presidencial en el 2015. En este sentido, en esta tesis analizamos la categoría "emprendedor" como significante flotante e intentamos reconstruir algunos de los sentidos que encarna. Este trabajo tiene una fuerte preocupación por las cuestiones de hegemonía política, campo en el cual se disputan los sentidos y la apropiación de estas categorías.

Palabras clave: ecosistema emprendedor - emprendedorismo - hegemonía - Pro - Mauricio Macri

¹ Relativo a Buenos Aires.

Índice

Glosario	5
Otras referencias	5
Introducción	6
Metodología de investigación y estructura de la tesis	11
Capítulo 1: algunas precisiones conceptuales sobre el objeto de estudio	14
1.1. ¿Qué es un emprendedor para la academia?	14
1.2. ¿Qué es un emprendedor para nuestros emprendedores?	16
1.3. ¿Qué es el ecosistema emprendedor?	22
Capítulo 2: El ecosistema emprendedor. Historización y periodización de su proceso de consolidación	27
2.2. La fase pionera	28
2.3. La fase de consolidación	32
Capítulo 3: la politización del ecosistema emprendedor	42
3.1. La consolidación de un proyecto político	42
3.2. Emprendedores en campaña: el Pro, el discurso emprendedor político-hegemónico y la articulación política	50
3.2.1. Sobre la hegemonía	51
3.2.2. "Ser emprendedor" como significante flotante	52
3.3. Después del triunfo	59
3.3.1. Sobre las transformaciones en el aparato estatal	60
3.3.2. Sobre la configuración de nuevas subjetividades	62
Conclusiones	68
Epílogo	72
Agradecimientos	73
Anexo	74
Bibliografía	78
Publicaciones académicas	78
Publicaciones institucionales	81
Medios de comunicación, páginas institucionales y redes sociales	82

Glosario

APA: Ámbitos Privilegiados de Acumulación

ASEA: Asociación de Emprendedores de Argentina

CABA: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

CMD: Centro Metropolitano de Diseño

GCABA: Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

NET: Nuevos Empresarios de la Tecnología

OSC: Organización de la Sociedad Civil

PEA: Población Económicamente Activa (15 años o más)

SAS: Sociedades por Acciones Simplificadas

SEPyME: Secretaría de Emprendedores, Pequeñas y Medianas Empresas de la Nación

Otras referencias

TEA (Tasa de Actividad Emprendedora): Porcentaje de la PEA que está comenzando negocios o son dueños/gerentes de una nueva empresa.

Oportunidades percibidas: Porcentaje de la PEA (excluyendo a los que integran la TEA) que ven buenas oportunidades para comenzar un negocio en la zona donde viven.

Intención de emprender: Porcentaje de la PEA (excluyendo a los que integran la TEA) que tienen la intención de comenzar un negocio en los próximos 3 años.

Miedo al fracaso: Porcentaje de la PEA (excluyendo a los que integran la TEA) que indican que el miedo a fracasar les impide iniciar un nuevo negocio.

Introducción

"Hoy les voy a contar por qué creo que los emprendedores pueden salvar al mundo y por qué creo que todos podemos ser emprendedores". Con estas palabras abre su charla TED Mariano Mayer (TEDx Talks, 2 de febrero de 2015), Secretario Nacional de Emprendedores y Pymes. Mientras se dedicó a la actividad privada, Mayer representó como abogado a muchos de los emprendedores más exitosos del ecosistema² porteño, y su paso a la función pública constituye uno de los casos más emblemáticos de la articulación que el Pro³ logró consolidar con este sector del empresariado de la Ciudad. La cita del funcionario condensa el carácter épico que el macrismo supo identificar en la discursividad emprendedora y logró capitalizar tanto en la comunicación de sus políticas públicas como durante la campaña presidencial de Mauricio Macri. Durante el 2015 la propuesta de construir un país de 40 millones de emprendedores constituyó uno de los ejes argumentales de la comunicación oficial y una interpelación ideológica central del discurso de Cambiemos (Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017).

Pero el ascenso de los discursos vinculados al emprendedorismo constituye un fenómeno global, marcado por la penetración en diversos ámbitos de un discurso fresco, novedoso y ampliamente aceptado por la sociedad, que coloca al fenómeno emprendedor en el núcleo de procesos sociales más amplios. La Ciudad de Buenos Aires vivió su propio *boom* emprendedor, y en esta tesis nos hemos propuesto dilucidar cómo el ascenso del emprendedorismo se articuló con disputas político-hegemónicas.

Entendemos que los discursos del emprendedorismo no constituyen la expresión automática de transformaciones en la estructura productiva, o el reflejo *superestructural* de cambios en los modelos de acumulación. O al menos no constituyen sólo eso. Para entender cómo opera la discursividad emprendedora es necesario, antes, reconstruir un conjunto de articulaciones concretas en el campo de la sociedad civil que permitieron organizar y difundir nuevos sentidos.

En otras palabras, los discursos del emprendedorismo constituyen la expresión de un conjunto de redes en el campo de la sociedad civil. En los últimos 20 años, en la capital del país se fue consolidando a pasos acelerados un campo que articula emprendedores, emprendedoras⁴, académicos, políticos y referentes de la sociedad civil: un sector que

² Entendiendo que la utilización de la categoría "ecosistema" resulta conflictiva en las ciencias sociales, hemos apelado a este concepto en tanto constituye una categoría nativa ampliamente difundida entre los sujetos de investigación de este trabajo.

³ La fuerza política liderada por Mauricio Macri se llamó Compromiso para el Cambio desde el 2003 al 2005, cuando cambió su nombre a Propuesta Republicana (Pro). De cara a las elecciones presidenciales del año 2015 lideró la conformación de Cambiemos, un frente electoral junto a la Coalición Cívica y la Unión Cívica Radical. Dependiendo del período, utilizaremos ambos nombres sin distinción.

⁴ A partir de ahora "emprendedores". Con el fin de evitar la incomodidad que puede representar la utilización del femenino y el masculino en cada oportunidad, con motivo de respetar el registro formal

dio por llamarse "ecosistema emprendedor". Si la mayoría de las investigaciones ha privilegiado el análisis de la dimensión discursiva de este fenómeno (Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017; Adamovsky, 2017; Vommaro, 2017; Natanson, 2018) aquí nos proponemos detener la mirada en los actores sociales, los marcos normativos y la conformación de las demandas emprendedoras. En este sentido, esta tesis constituye un intento por iluminar este fenómeno, reconstruyendo parte de la historia y las características de este campo específico.

Esta investigación se propuso como objetivo reconstruir el proceso de politización del ecosistema emprendedor en Buenos Aires entre el 2013 y 2017.

Específicamente, los objetivos de este trabajo son:

- I. Caracterizar el proceso de emergencia, consolidación y politización del ecosistema emprendedor en Buenos Aires.
- II. Reconstruir el proceso de construcción de una agenda político-hegemónica vinculada al emprendedorismo: demandas, discursos y espacios de representación política.

Para responder estas interrogantes realizamos 11 entrevistas en profundidad a actores protagónicos del proceso estudiado, y triangulamos estos testimonios con documentos oficiales y otras fuentes secundarias.

Como el lector constatará a lo largo de este texto, la categoría "emprendedor" es esquiva y ambigua. De hecho, dedicamos un capítulo entero a su conceptualización. La RAE ni siquiera reconoce el término como un sustantivo (sólo lo admite como adjetivo) y apenas lo define como "que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras" (2018). Desde la literatura económica se suele emplear el término para hacer referencia a personas que inician nuevos negocios, pero como veremos más adelante, "emprendedor" puede hacer referencia a categorías más amplias como personas que inician organizaciones (con o sin fin de lucro) o sujetos con determinadas habilidades o personalidades.

Por "ecosistema emprendedor" entendemos al conjunto de actores que establecen vínculos de sociabilidad, económicos, académicos o políticos (pudiendo o no ser personas que inician negocios) alrededor del emprendedorismo, delimitando así el campo de estudio de esta tesis⁵.

⁵Si bien el concepto de *ecosistema emprendedor* ha sido retomado para esta tesis como una categoría nativa, constituye también una perspectiva dentro de las ciencias económicas en el estudio de los actores, instituciones y políticas que dan soporte al surgimiento, desarrollo y crecimiento de nuevas empresas, especialmente de base tecnológica. El interés por estas investigaciones cobró vitalidad a partir del

que demanda un trabajo evaluado según normas académicas y a falta de consenso sobre la utilización de una forma de lenguaje inclusivo en castellano, se utilizará el masculino como genérico.

Para comprender el contexto en el cual el ecosistema emprendedor adquirió una mayor significación política, esta tesis recupera los hechos trascurridos desde fines de la década del '90, pero nuestro foco de interés está centrado en los eventos que trascurrieron entre los años 2013 (cuando se profundizaron e institucionalizaron los vínculos entre el Pro y el ecosistema emprendedor⁶) y 2017 (año de la sanción de la Ley Nacional de Emprendedores). Si bien incorporamos dimensiones de análisis vinculadas a las estructuras políticas nacionales y a instituciones de representación federal, el foco de los acontecimientos sucedió en Buenos Aires⁷ y es en este recorte geográfico que centramos nuestro análisis. Sin embargo, todos los acontecimientos deben ser leídos también en clave global: el fenómeno emprendedor es la manifestación de un mundo globalizado e hiperconectado.

El punto de partida de esta tesis no es casual. Hacia fines de la década del 90' (1996/97) comenzaron a regresar al país hijos de empresarios que habían viajado a Estados Unidos a completar su formación profesional en las más prestigiosas universidades de negocios. De regreso a Buenos Aires, estos jóvenes fundaron las primeras empresas tecnológicas vinculadas a internet, comenzaron a entablar vínculos entre ellos y otros jóvenes empresarios y, a imagen y semejanza de los *entrepreneurs* norteamericanos, se definieron a sí mismos como emprendedores. Pero, además, se propusieron promover activamente el mensaje de que ser emprendedor era una opción legítima como trayectoria profesional y camino de vida: constituía una forma identitaria.

Entendemos que el enorme grado de penetración de este discurso justifica la pertinencia de esta investigación. Apenas 20 años después prácticamente todos los diarios cuentan con una sección de emprendedorismo. Se realizan congresos, charlas y eventos vinculados a la temática. Se orquestaron políticas públicas, asociaciones civiles y programas de responsabilidad social empresaria. El emprendedorismo se filtró en la agenda de las universidades y en la educación secundaria: se abrieron centros de estudio especializados, se comenzaron a dictar materias en las carreras de grado, se realizan concursos y se modificaron currículas escolares. Y lo que más nos interesa: el emprendedorismo penetró en la política.

Si bien todo discurso, en cualquier contexto, se encuentra impregnado de significación ideológica, el año 2013 constituye un punto de quiebre y un hito fundamental en nuestra

surgimiento de polos de innovación en ciudades como Silicon Valey, Boulder (Colorado) o Israel, y está tomando impulso en la agenda de distintas ciudades de la región (Álvarez Martínez y otros, 2016). Esta tesis, sin embargo, se centra en la dimensión política del fenómeno.

⁶ Dos hitos marcan este quiebre: una serie de cambios en el organigrama y las políticas públicas del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la conformación de una asociación que nucleara a todos los emprendedores del país.

⁷ Más allá de los límites jurídicos, consideramos a toda la región del AMBA como parte de la Ciudad de Buenos Aires. Particularmente para abarcar a ciertas instituciones que no se encuentran ubicadas en el conurbano, pero forman parte de las mismas redes que las instituciones de la CABA.

investigación, que marca el inicio de la etapa que hemos caracterizado como "político-hegemónica" del desarrollo del ecosistema emprendedor. Tras el ingreso de Mariano Mayer al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires las políticas públicas de desarrollo emprendedor de la Ciudad se transformaron y el discurso público del Pro vinculado a la temática se modificó. En paralelo, se estaba comenzando a constituir la Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA) y redactando un anteproyecto de lo que sería la Ley Nacional de Emprendedores. Lejos de aparecer de forma espontánea, los discursos y demandas políticas vinculadas al emprendedorismo son parte del esfuerzo sostenido de actores particulares que no provienen del sistema político y establecieron vínculos concretos, moldearon instituciones e impulsaron leyes específicas.

Esta investigación parece corroborar lo que otros autores ya habían señalado: en la Argentina, el ascenso del emprendedorismo como identidad política se encontró íntimamente ligada al crecimiento del Pro. En palabras del historiador Ezequiel Adamovsky, el emprendedor es el "habitante ideal" de la comunidad política del Pro (2017). Pero la habilidad de este partido para apropiarse de un discurso más amplio, como lo es el discurso emprendedor, no agota las explicaciones sobre el ascenso del emprendedorismo. El desarrollo del ecosistema emprendedor constituye un fenómeno impulsado por actores sociales específicos con demandas concretas y con una capacidad de agencia que precede y no agota su explicación en el desarrollo del partido fundado por Mauricio Macri.

Al estudiar las redes formales e informales de reclutamiento de cuadros dirigentes para el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (primero) y para el Estado Nacional (de cara a la campaña nacional y luego del triunfo en el 2015), Gabriel Vommaro (2017) indagó en los mundos sociales de pertenencia en los que el Pro logró construir redes junto a un determinado grupo económico (los managers del sector privado) que facilitaron la construcción de marcos interpretativos comunes, recursos simbólicos y morales y repertorios de acción que acercaron el partido a los managers y los managers al partido.

Fue en este proceso que el PRO consolidó el "núcleo de su ethos político: el emprendedorismo" (2017: 219), impregnando de los valores emprendedores no sólo su comunicación política, sino también una forma de hacer hacia el interior del Estado. En este sentido, el saber específico de los agentes del mundo privado que entraron al gobierno estaba vinculado con la gestión: la habilidad para agilizar procesos, la flexibilidad, la capacidad de pensar de forma global y las herramientas innovadoras del managment moderno, entre otras.

A partir de esta lectura, en este trabajo apostamos a complementar la reconstrucción de Vommaro deteniendo la mirada sobre este sector particular del mundo de los

negocios. En este sentido, entendemos que la categoría "emprendedor" engloba significados, valores, formas de hacer y hasta intereses que no son idénticos a los del conjunto de los managers y empresarios. Por supuesto, ambos pertenecen a un mismo universo corporativo, comparten espacios de sociabilización y marcos interpretativos. Pero también poseen elementos de distinción sobre los que ahondaremos más adelante.

Otros autores (Adamovsky, 2017; Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017; Natanson, 2018) han centrado su análisis en cómo los elementos discursivos del emprendedorismo que nutrieron la comunicación del Pro se articulan con procesos de "neoliberalización de la subjetividad" (Natanson, 2018: 189). Si bien estas interpretaciones constituyen un aporte fundamental para comprender el fenómeno, y más adelante retomaremos estas hipótesis, nos interesa realizar dos advertencias sobre estos enfoques.

En primer lugar, este trabajo constituye un esfuerzo por visibilizar cómo el discurso emprendedor actuó como un dinamizador político que facilitó la construcción de redes de poder, impregnadas de profunda significación ideológica. Y en este sentido nos interesa discutir la interpretación del fenómeno como *antipolítico*.

Por último, los enfoques globales pueden correr el riesgo de desconocer apropiaciones contrahegemónicas y "desde abajo" de los discursos que se están estudiando. Específicamente nos referimos a un conjunto de artesanos, trabajadores cuentapropistas, editoriales independientes, trabajadores y trabajadoras de la economía popular, entre otras formas de trabajo autogestivo, que se definen como emprendedores y emprendedoras, pero apuestan a lógicas que ellos mismos entienden como contrahegemónicas. Si bien no constituyen los sujetos de estudio de este trabajo no queremos dejar de señalar el espacio que ocupan.

Metodología de investigación y estructura de la tesis La estrategia de investigación utilizada apela a dos tipos de fuentes centrales: entrevistas semiestructuradas y revisión de documentos oficiales. De forma complementaria se utilizaron notas periodísticas y otras investigaciones académicas.

Los objetivos de investigación cristalizan una serie de preguntas que nos interesaba responder a medida que avanzábamos con el trabajo de campo. La primera, y quizás la más importante, fue la reconstrucción de los hechos y fue la que insumió mayores esfuerzos. Antes de apostar por una interpretación teórica o cualquier análisis de tipo comprensivo, una porción muy importante de nuestro trabajo fue invertido en reconstruir la historia del ecosistema emprendedor. En otras palabras, en responder las preguntas más básicas: ¿quiénes? ¿cómo?, ¿dónde? y ¿cuándo? Las referencias al ecosistema emprendedor en la literatura académica de nuestro país, particularmente desde la sociología política, son escasas, por lo que los esfuerzos por reconstruir la morfología y la historia del campo resultaba un objetivo central para poder comprender el fenómeno.

A partir de una primera revisión de la bibliografía y de los documentos analizados se estableció un mapeo de los actores protagonistas del proceso de desarrollo del ecosistema emprendedor, definiendo 4 perfiles arquetípicos que resultaba propicio entrevistar: funcionarios a cargo de las políticas de desarrollo emprendedor del GCABA, investigadores académicos del emprendedorismo con vinculación a las políticas públicas, directores de asociaciones civiles y emprendedores "activistas" que habían tenido una actividad protagónica en medios de comunicación⁸.

Se elaboró una lista preliminar de informantes clave, que se fue ampliando a medida que se realizaban las entrevistas. Muchos de los entrevistados *cumplían* más de uno de los perfiles identificados. El contacto se realizó mediante la técnica de bola de nieve: una vez que se realizó la primera entrevista (semiestructurada, utilizando guía de entrevistas) en marzo de 2018, los estrechos vínculos en el ecosistema emprendedor facilitaron la ampliación de la red. En total se listaron 17 personas, de las cuales contactamos a 15 y finalmente entrevistamos a 11. Todos los entrevistados accedieron a ser citados con nombre y apellido. La última de las entrevistas se realizó en agosto de 2018, dando por finalizado el trabajo de campo.

A partir de julio del 2018 comenzó el proceso de análisis sistemático de las entrevistas y recolección de nuevos documentos, que ya se venía realizando de forma asistemática. La reconstrucción de los hechos, recuperada de las entrevistas, fue triangulada con 14

-

⁸ Cuadro de entrevistados disponible en anexo.

documentos institucionales ⁹ (estudios de impacto, presupuestos, publicaciones independientes y anuarios de organizaciones, entre otros) y notas en medios de comunicación.

Para analizar la presencia de la temática en los medios de comunicación medimos la cantidad de notas que se publicaron utilizando el término "emprendedor" anualmente, desde el año 1997 hasta el 2017, en el diario Clarín. Accedimos a esos datos gracias al buscador interno del periódico, al que nos dio acceso una periodista del medio.

La selección de los entrevistados posee un sesgo claro, que no es accidental. El recorte de esta investigación gira alrededor del proceso de consolidación y politización del ecosistema emprendedor. En este sentido, decidimos entrevistar a quienes entendimos que mejor representaban el discurso y las demandas hegemónicas del emprendedorismo. Entendemos que existen actores sociales vinculados al ecosistema que probablemente no se verían reflejados en el proceso social que intentamos reconstruir en esta tesis. Este recorte, sin embargo, resultó necesario para priorizar los sentidos, discursos, instituciones, actores y demandas que consideramos hegemónicas en tanto se erigen como representantes del conjunto de los emprendedores y gozan de niveles aceptables de legitimidad hacia el interior del ecosistema. No negamos ni ignoramos las tensiones que existen dentro del campo (como en cualquier otro) y los sentidos contrahegemónicos que puedan operar "desde abajo" en otras direcciones, pero no es allí donde elegimos enfocar la mirada.

El cuerpo de la tesis posee tres capítulos. El capítulo 1 introduce al lector en las distintas conceptualizaciones de lo que implica ser un emprendedor, ofrece un panorama general del emprendedorismo en la Argentina e intenta reconstruir algunas dimensiones centrales de la identidad de los emprendedores entrevistados. El capítulo 2, de carácter contextual, es una reconstrucción histórica de la emergencia y consolidación del ecosistema emprendedor en Buenos Aires desde 1997 hasta el año 2013. El capítulo 3 da cuenta del proceso de consolidación de una agenda política a partir de ese año y tiene la intención de hacer dialogar los principales elementos del discurso emprendedor con las cuestiones de hegemonía política.

Esta tesis es, de alguna manera, una mirada exploratoria sobre una red de vínculos poco explorada por las ciencias sociales. Y en tanto esta investigación constituye una tesis para finalizar la formación de grado, se buscó que este trabajo pudiera establecer un diálogo con algunas de las perspectivas teóricas que abordan la cuestión de la hegemonía y que nutren la formación de un sociólogo: la tradición gramsciana

-

⁹ Disponibles en la bibliografía.

(recuperada de la obra de Portantiero), el posestructuralismo de Laclau y la sociología pragmática de Boltanski, entre otras.

En este sentido, sugerimos al lector transitar la lectura de este texto identificando en los diferentes capítulos dos ejes de análisis que atraviesan esta tesis de forma trasversal. El primero de ellos está muy vinculado al análisis de la hegemonía: intentamos reflejar en estas páginas la articulación que existe entre procesos políticos vinculados a demandas concretas, leyes específicas, instituciones formales y políticas públicas concretas con una dimensión simbólica, intersubjetiva y discursiva vinculada a la construcción de una identidad común entre los actores cercanos al emprendedorismo.

El segundo eje que nos interesa señalar está vinculado a las escalas geográficas. El rol de las escalas de análisis en las ciencias sociales constituye una de las variables más determinantes al momento de comprender un fenómeno. La historiadora Simona Cerutti dice al respecto "escalas diferentes implican informaciones diferentes, posibilidades diversas de interpretación y de acción. Esa lectura estratificada de la realidad social contribuye a restituir la pluralidad de voces que la componen" (2015: 214). El lector podrá identificar cómo en el desarrollo del ecosistema emprendedor se articulan procesos de orden local, nacional, regional y global. Si bien hay elementos muy vinculados a la idiosincrasia y la coyuntura política porteña que explican la consolidación del ecosistema emprendedor en Buenos Aires, estos procesos se enmarcan en estructuras nacionales más amplias y al mismo tiempo son la expresión de un sector hiperglobalizado, de conexiones fluidas con otros centros urbanos de la región y del mundo. El lector podrá rastrear en momentos específicos de la reconstrucción histórica cómo las trayectorias personales de los protagonistas (por ejemplo, un empresario tucumano formado en Estados Unidos, que emprendió en Buenos Aires y desarrolló negocios en Chile, país en el que lo convencieron de iniciar una asociación en Argentina, y más adelante encabezó una lista para diputados nacionales, nuevamente en Tucumán) entrelazan estas dimensiones y reproducen, simultáneamente, órdenes sociales de distinta escala.

Capítulo 1: algunas precisiones conceptuales sobre el objeto de estudio

1.1. ¿Qué es un emprendedor para la academia?

En tanto nos interesaba estudiar al emprendedorismo eminéntemente como categoría identitaria, para esta investigación hemos considerado emprendedor a cualquiera que se reconociera como tal. Incluso, y prestando especial atención, a los casos en los que se señalaba como emprendedor a alguien que no cayera dentro de los "requisitos" de una definición técnica o académica. La mayoría de las categorías fueron recuperadas de las ciencias económicas.

Para lograr este contraste, revisamos de manera no exhaustiva¹⁰ 16 artículos o capítulos de libros, y clasificamos las definiciones en dos grandes campos, utilizando las categorías de Sternberg y Wennekers (2005): perspectivas ocupacionales y perspectivas conductuales. La primera engloba a una serie de definiciones que categorizan a los emprendedores a partir de su ocupación, mientras que la segunda entiende que el emprendedorismo constituye una serie de conductas, habilidades o valores independientes de la posición objetiva del actor. En total, identificamos 6 grandes definiciones, que hemos sistematizado (desde las más restringidas hasta las más amplias) en el siguiente cuadro:

Cuadro 1: principales definiciones de "emprendedor"

PERSPECTIVA OCUPACIONAL				Referencias bibliográficas
Emprendedores de alto impacto	Crean empresas de rápida capitalización y rápido crecimiento.			Schumpeter, 1912; 1934; Aldrich, 2005
Nuevas empresas	Crean nuevas empresas.			Low y MacMillan, 1988; Gartner, 1990; Xavier et al, 2013; GEM, 2015; 2016
Autoempleados	Desarrollan autoempleo.	estrategias	de	Ortega, 2012; Ronconi y Anchorena, 2012

¹⁰ Lectura de abstracts, conclusiones o fragmentos.

Emprendedores "tipo"	Crean organizaciones (empresas, ONG's, partidos políticos, etc.)	"Arjona Garrido y Checa Olmos, 2005; Bornstein 2005; Austin, Stevenson y Wei-Skillern 2006; Fernández Esquina y Ruiz Ruiz, 2006; Becker, 1997; Ericksen, 2001; Narotzky, 2007; Swedberg, 2006; Global Entrepreneurship Monitor, 2005; Bryant, 1989; Korsching y Allen, 2004; Camarero y Sampedro, 2007" en Pfeilstetter, 2011
PERS	SPECTIVA CONDUCTUAL	Referencias bibliográficas
Habilidades	Poseen habilidades específicas (innovación, creatividad, flexibilidad, capacidad de adaptación, generación de valor, liderazgo, entre otras).	Mazzucato, 2013; 2014; 2015; Schumpeter, 1934
Valores	Encarnan determinados valores (cultura del trabajo, libertad, entre otros).	GEM, 2015; 2016; Knight, 1921; Kirzner, 1973; Ortega, 2012

Fuente: Elaboración propia en base a revisión bibliográfica

Como el lector podrá identificar a lo largo de toda la investigación, el término "emprendedor" resulta escurridizo. Admite decenas de significados diferentes y es utilizado en la economía, la academia, la política, la educación y una multiplicidad de campos, apelando a definiciones diferentes y excluyentes entre sí.

Esta tarea resulta importante en tanto nos permitió comprender los distintos sentidos sobre los que se desplaza la identidad emprendedora. *Ser emprendedor* tiene significados específicos en distintos contextos. Si bien en ocasiones adopta sentidos más restringidos, la utilización del término emprendedor parece deber su vigencia a la capacidad de responder a significados ambiguos.

Los emprendedores de alto impacto constituyen la figura arquetípica de la identidad emprendedora. Hace referencia a aquellas personas que fundan empresas orientadas por una rápida capitalización y rápido crecimiento (Aldrich, 2005).

Una segunda definición, menos restrictiva, entiende al emprendedor como aquel que crea una empresa independientemente del sector, la escala o el capital que posean al momento de su fundación, y desde la economía suele ser la definición más utilizada para estudiar el fenómeno emprendedor.

Una tercera conceptualización, todavía más amplia, incorpora a la definición del emprendedor a los autoempleados (o empresario individual). Un aporte conceptual de estos estudios para salvar la heterogeneidad que implica esta categorización es la distinción entre emprendedor por necesidad y emprendedor por oportunidad. La

primera categoría nos sirve para comprender a los autoempleados -en general del sector informal- que inician alguna actividad económica de forma independiente ante la imposibilidad de acceder al mercado de trabajo registrado, mientras que el segundo grupo hace referencia a los emprendedores que detectan oportunidades de mercado, y, a diferencia de los primeros, constituirían un sector dinámico y competitivo de la economía (Mérola, 2017).

La cuarta y última definición dentro de las perspectivas ocupacionales es la de "emprendedores tipo". Desde esta mirada se acepta la distinción entre distintos "tipos" de emprendedores. Así, un emprendedor es cualquiera que comienza una empresa, organización, proyecto o iniciativa. Los emprendedores económicos, entonces, constituyen sólo la forma más popularizada de emprendedorismo, pero también es posible hablar de emprendedores sociales o políticos, entre otros. Esta acepción se encuentra sumamente incorporada entre las definiciones nativas.

Desde la perspectiva conductual se considera que el emprendedorismo constituye un conjunto de habilidades, valores o actitudes que una persona puede desplegar independientemente de su posición en la estructura de empleo. Las definiciones en este sentido son tan heterogéneas que resulta difícil estructurarlo en corrientes teóricas.

La noción de emprendedorismo en la bibliografía académica está asociada a diferentes conductas y valores: la innovación (Schumpeter, 1934; Mazzucato 2013, 2014, 2015), la propensión al riesgo (Knight, 1921) y la continua búsqueda de oportunidades (Kirzner, 1973) constituyen tres elementos que señalan algunas de estas investigaciones. Estos autores reconocen la *actividad emprendedora* como una actividad que no es exclusiva de los emprendedores (en el sentido restringido del término), sino que puede encontrarse también en organizaciones de larga data. En los últimos años se popularizó en el lenguaje emprendedor el concepto de *intrapreneur*: mientras que los *entrepreneurs* (emprendedores) son aquellos que inician nuevas empresas, los *intrapreneurs* (intraemprendedores) lideran procesos similares, pero como trabajadores en relación de dependencia.

1.2. ¿Qué es un emprendedor para nuestros emprendedores?

A partir de este momento es importante explicitar el sesgo del siguiente apartado. Como veremos a continuación, hablar de *los emprendedores* implica hacer referencia a una categoría que puede incluir en su interior a un trabajador cuentapropista que vende pañuelos descartables en la boca del subte, a un dirigente social, a un político, a un diseñador gráfico *free lance* o un empresario con una fortuna de 1.600 millones de dólares. Y para este trabajo no hemos realizado las entrevistas suficientes que nos permitan reconstruir el conjunto de los sentidos que estos actores despliegan. Nos hemos centrado en reconstruir lo que denominamos "discurso emprendedor

hegemónico", que definimos como un conjunto relativamente estable de significantes que articulan una visión del mundo propia del ecosistema emprendedor, y que intenta proyectarse sobre sectores cada vez más amplios de la sociedad.

Así como sucede en la literatura académica, para los entrevistados "ser emprendedor" no es únicamente una forma de empleo. A partir de los testimonios analizados nos encontramos con que emprendedor es un término polisémico, que no tiene un sujeto concreto y cuyo significado se desplaza constantemente. De hecho, proliferaron en los últimos años los significados más amplios: aquellos que reconocen como emprendedores a sujetos que no necesariamente inician una organización con fin de lucro (particularmente los emprendedores sociales) y una multiplicidad de definiciones que hacen referencia a habilidades, actitudes o formas de vida, más allá de la ubicación objetiva del sujeto en la estructura productiva.

Uno de los casos que mejor graficó las dificultades para definir esta categoría fue la entrevista que nos brindó la directora ejecutiva de una organización de apoyo a emprendedores, que ofreció una definición casi tautológica, definiendo como emprendedor a aquel que tiene actitud emprendedora:

Entrevistador: ¿Tienen ustedes alguna definición de que es un emprendedor?

María Alejandra Méndez: "No la verdad que no, así como formal (no, tenemos)"

¿Y cómo definirías vos a un emprendedor?

"Desde INICIA lo que pensamos es que emprender es una actitud ante la vida. No depende tanto de si tenés un negocio o no, vos podés ser un emprendedor y trabajar en relación de dependencia. En INICIA lo que dijimos desde el día uno es que fomentamos todo tipo de emprendimientos: no necesariamente tiene que ser un emprendedor comercial, puedo ser político y ser un emprendedor, puedo tener un proyecto social y ser un emprendedor, puedo ser un músico y ser un emprendedor. Para INICIA emprendedores son tanto los que se dedican al arte, a lo social o a la vida pública.

¿Y un trabajador por cuenta propia también?

"Sí, también. Como te decía, emprender se vincula más a una actitud en el hacer que a un modelo de negocio" ¹¹. (María Alejandra Méndez.

_

¹¹ Todas las citas de más de 40 palabras se encuentran destacadas en el texto. Se utilizan comillas e *itálica* para las citas primarias y texto normal para las citas textuales de fuentes secundarias.

Directora ejecutiva de INICIA. Entrevista personal realizada el 7 de mayo de 2018¹². Aclaraciones entre paréntesis agregadas por el autor.)

Esta ampliación de sentidos habilitó que permearan nuevas definiciones de emprendedorismo. La perspectiva de emprendedores tipo (aquellos que fundan organizaciones pero que no necesariamente poseen fin de lucro) ha ido penetrando de forma progresiva, admitiendo categorías alejadas de las definiciones más restringidas de lo que implica ser un emprendedor. Facundo Garretón, diputado del Pro y primer presidente de ASEA, se define hoy como un emprendedor político.

"De alguna u otra forma yo me defino emprendedor justamente por eso, porque veo espacios para mejorar las cosas. Veo oportunidades. Yo creo que un emprendedor se caracteriza por eso, por ver oportunidades. Así que desde ese punto de vista yo me considero un emprendedor político por estar dentro del sistema político siendo emprendedor, detectando oportunidades dentro de la política para cambiar parte del sistema." (Facundo Garretón. Diputado nacional. Entrevista personal realizada el 7 de junio de 2018.)

De la mano de las organizaciones de la sociedad civil que adoptaron la noción de Ashoka¹³ de "emprendedor social", esta categoría también penetró en el lenguaje y el sentido común de los actores del ecosistema. En su construcción arquetípica, el emprendedor social es aquel sujeto que inicia una organización cuya principal misión es generar *impacto social positivo*. En su forma más frecuente son Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), pero también se apela constantemente a la figura de las empresas sociales, empresas B o empresas de triple impacto, entre otras figuras retóricas, que hacen referencia a iniciativas privadas que generan rentabilidad económica al mismo tiempo que "impacto social o ambiental"¹⁴.

Nos hemos acercado tanto que ahora derribar los muros entre las empresas y la sociedad civil es práctico y produce enormes beneficios para el consumidor final, así como para ambos sectores: el empresarial y el emprendimiento social.

Bill Drayton, fundador de Ashoka (citado en Manuel de la Fuente, 21 de octubre de 2011).

¹² María Alejandra Méndez es directora ejecutiva de INICIA, Comunidad Emprendedora, una Asociación Civil que surgió en el 2002 después de la crisis económica. Se dedica a apoyar a emprendedores a través de cursos y redes de mentoreo.

¹³ Ashoka es una organización global que selecciona y apoya "emprendedores sociales". Ya forman parte de su red más de 3.300 fellows en 93 países. Información disponible en

https://www.ashoka.org/es/focus/emprendimiento-social consultado por última vez el 3/3/19.

¹⁴ Ver, por ejemplo, https://sistemab.org/argentina/

Estas iniciativas se enmarcan en propuestas teóricas como la de la "economía circular", la "economía del bien común", las "empresas híbridas", "empresas B", "empresas sociales" y otros neologismos que se ubican en marcos discursivos que apuestan a lo que podemos definir como "capitalismo blando" 15. Este tipo de iniciativas apela a utilizar "las fuerzas del mercado para dar soluciones a los problemas que enfrentamos" (Malec, 2017: 5) y establecen puntos de crítica con modelos de "capitalismo salvaje", pero no necesariamente apuestan a una transformación de las formas de propiedad de los medios de producción ni a un rol más activo del Estado en la regulación de los mecanismos de distribución (primarios ni secundarios).

Pero los desplazamientos de sentidos alrededor del emprendedorismo no son arbitrarios, sino que se dan dentro de tensiones específicas y articulando cadenas de significados concretas. Pese a que no todos los emprendedores piensan lo mismo en todos los temas, sí existe una serie de valores que operan como apelaciones morales compartidas. En otras palabras, el discurso emprendedor condensa una serie de críticas y justificaciones morales que no sólo refleja una forma de ver el mundo, sino también una forma de desenvolverse en él. De lo que se trata, entonces, es de reconstruir estas gramáticas. Es decir, la serie de reglas y disposiciones morales que orientan la acción de los actores y configuran una visión del mundo (Boltanski y Chiapello, 2002).

Cuando los entrevistados hacían referencia a la mentalidad, actitud o conducta emprendedora, las características asociadas al emprendedorismo fueron variadas, pero siempre cercanas a las estrategias, formas de acción y habilidades propias de quienes empiezan nuevos negocios: la propensión al riesgo, la flexibilidad y capacidad de adaptación, la libertad individual, la cultura del trabajo, la innovación, la creatividad, la generación de valor y el liderazgo, entre otras. Al pedirle a los entrevistados que definieran "lo contrario" a un emprendedor las figuras nuevamente variaban, aunque predominaban las caracterizaciones negativas. En términos ocupacionales un entrevistado mencionó la figura del administrador/gerente, pero nadie respondió que lo opuesto a un emprendedor fuera la figura del empleado o del trabajador en relación de dependencia. Incluso algunos aclaraban esta distinción. Sin embargo, sí fueron utilizados "los empleados" como antónimos de "emprendedores" en algunos ejemplos:

"Mucha gente elige la certidumbre de un sueldo a fin de mes, aunque sepa que está produciendo cinco veces lo que le pagan. Pero sabe que de esa manera tiene la tranquilidad de que no tiene sobresaltos." (Andy Freire¹⁶. Emprendedor y político. Entrevista telefónica realizada el 25 de abril de 2018.)

de los 90', y fueron los dos primeros emprendedores seleccionados por Endeavor a nivel global, fundación

¹⁶ Andrés Freire es un emprendedor y político argentino. Fundó Officenet junto a Santiago Bilinkis a fines

¹⁵ Para más información ver Galetto et al. (s/f), Monzón Campos (2013) o Devesa (2011).

La mayoría optó por mencionar atributos, donde predominaron caracterizaciones como la resistencia al cambio, la vagancia, la apatía, la falta de proactividad, el conformismo, el conservadurismo o incluso la falta de deseo de libertad:

"-¿Y que sería lo contrario a una persona emprendedora?

-"[risas] Supongo que la persona que no quiere o no se anima a cambiar. La que no le gusta tanto la libertad. Supongo que a veces la libertad da miedo. Hay gente que tiene un perfil que dice 'yo prefiero ser empleado, estar tranquilo. Que me digan lo que tengo que hacer. No es para mí el riesgo, no es para mí la incertidumbre, no me siento cómodo.'" (Mariano Mayer¹⁷. Secretario Nacional de la SEPyME. Entrevista personal realizada el 10 de abril de 2018. Aclaraciones entre corchetes agregadas por el autor.)

La emergencia de nuevas identidades vinculadas al emprendedorismo no constituye un fenómeno contingente, aislado ni casual, sino una tendencia global y profundamente vinculada con transformaciones estructurales en los modos de acumulación (Brockling, 2015; García, 2006; Santos Ortega, 2014; Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017). Además, se articula con otras identidades emergentes.

En El Nuevo Espíritu del Capitalismo, Boltanski y Chiapello (2002) identificaron la emergencia, a partir de la década del '80, de nuevos principios de justificación que se corresponden con un nuevo orden moral ¹⁸. Es llamada así a partir de la forma predominante de organización de las empresas a partir de las décadas del 80' y 90', y es fruto de las transformaciones en el capitalismo que favorecieron la expansión de un mundo conexionista en donde el mercado de trabajo, los vínculos comerciales, sociales y de otra índole se despliegan en forma de red, son limitados en el tiempo y están caracterizados por la flexibilidad.

¹⁷ Mariano Mayer es abogado. La última actividad privada la había realizado como socio del estudio Tanoira Cassagne abogados, y en el 2013 se incorporó al Gobierno de la Ciudad como Director General de Emprendedorismo. Elaboró los planes de gobierno vinculados al desarrollo emprendedor desde la Fundación Pensar y hoy se desempeña como Secretario Nacional de Emprendedores y PyME.

que presidió durante 5 años. Se desempeñó como ministro de Modernización, Innovación y Tecnología del GCABA entre 2015 y 2017, año en que encabezó la lista a legisladores porteños del Pro. En 2018 renunció a su banca para retornar a la actividad privada.

¹⁸ A ese orden moral lo denominaron "ciudad por proyectos". El concepto de ciudad está vinculado a interrogantes centrales de la perspectiva sociológica: la pregunta por el orden, el lazo social y la moral. Para comprender los órdenes legítimos que operan en un determinado recorte sociohistórico es necesario analizar el conjunto de justificaciones que los sujetos ponen en práctica para legitimar su acción y su discurso. Y las argumentaciones que los sujetos despliegan son sistemáticas, coherentes y apelan a ideas generales de bien común: constituyen apelaciones morales compartidas. En esta perspectiva, no existe un solo orden moral que explique el conjunto de las justificaciones de los actores, sino que conviven una multiplicidad de órdenes llamados "ciudades" (2002).

Este orden moral no es absoluto, ni concentra todas las críticas y justificaciones de los actores del conjunto de la sociedad. Convive con otros regímenes de justificación, que incluso tienen mayor penetración histórica¹⁹. Pero los autores sí identifican a la ciudad por proyectos como la expresión más joven que opera como legitimación (o "espíritu") de una nueva forma de capitalismo.

El ciudadano ideal de la ciudad por proyectos que describen Boltanski y Chiapello se desenvuelve a partir de principios de equivalencia muy similares a los de los emprendedores que hemos entrevistado. Los protagonistas de ambos universos morales son sujetos desanclados de compromisos estables y a largo plazo. Por un lado, todas las puertas del mundo están abiertas. Por el otro, no está permitido quedarse quieto nunca. En la ciudad por proyectos, la actividad constituye la medida del valor. Y "actividad" refiere a la capacidad del individuo a incorporarse o iniciar una gran cantidad de proyectos e integrarse a diversas redes, siempre de forma transitoria.

Si para Boltanski y Chiapello en la ciudad por proyectos la figura armoniosa del orden natural (es decir, cómo el mundo es interpretado y percibido) tiene forma de red, en el universo emprendedor estar redes se encuentran en constante movimiento, y el emprendedor debe estar siempre dispuesto a cambiar y adaptarse a un mundo en transformación constante.

Los criterios de valoración de los emprendedores son muy similares a los de la ciudad por proyectos que describía Boltanski: "el grande de la ciudad por proyecto es entonces aquél que es capaz de implicar a los otros, porque inspira confianza, porque su visión genera entusiasmo" (2017: 192). El pequeño, por otro lado, es el sujeto caracterizado por la rigidez y que por lo tanto no se involucra en redes diversas, no es capaz de adaptarse, es intolerante o autoritario. Retomaremos la discusión por la gramática emprendedora en el último capítulo.

En resumen, la categoría "emprendedor" no sólo no está limitada al quehacer del mundo del trabajo, sino que no posee un significado estable y se desplaza dependiendo del enunciador y el contexto. Esto ocurre tanto en la literatura académica como en su uso cotidiano. Emprendedor es, a la vez, sustantivo y adjetivo.

Pero estos desplazamientos no son incoherentes ni azarosos, sino que configuran un conjunto de sentidos que conciben, en términos ideales, a un emprendedor como un sujeto proactivo, flexible, capaz de detectar oportunidades y de adaptarse a nuevos contextos, lo que se corresponde con un conjunto de cualidades íntimamente relacionado a la creación de empresas y el gerenciamiento en el sector privado.

_

¹⁹ Los nombres que reciben las otras ciudades que los autores conceptualizan son: Inspirada, doméstica, cívica, de la opinión, mercantil e industrial (2002).

Y así como "emprendedor" hace referencia a una forma de ser, también proyecta una forma de estar y pensar el mundo. Y en Buenos Aires estos sentidos se articulan para configurar lo que caracterizamos como discurso emprendedor hegemónico.

En esta línea, categorizar de forma definitiva quiénes son los emprendedores resulta una tarea imposible, en tanto las definiciones son tantas y a veces tan amplias que para nuestra investigación resultan muy dificiles operacionalizar (en las próximas páginas arriesgaremos algunas estimaciones). Sin embargo, como veremos en los próximos capítulos, no todos los que podrían ser considerados emprendedores gozan de la misma inserción en las redes del ecosistema.

1.3. ¿Qué es el ecosistema emprendedor?

El término "ecosistema emprendedor" es a la vez una categoría nativa y un concepto propio de los estudios especializados de desarrollo emprendedor. Fue utilizada por primera vez en 1993 en un artículo de la Harvard Business Review, y es definida desde la literatura especializada como "el conjunto de actores, factores y procesos interconectados en una región geográfica específica que de manera formal o informal se conectan, arbitran y gobiernan el ambiente emprendedor local, con el fin de fomentar el espíritu, la innovación y el crecimiento empresarial determinando la creación de empresas innovadoras y de rápido crecimiento" (Álvarez Martínez et al., 2016: 148). Esta definición, entonces, posee algunos elementos analíticos importantes:

- Hace referencia a un conjunto heterogéneo de vínculos de la que participan distintos actores sociales (emprendedores, pero también universidades, empresas, fondos de inversión y gobiernos, entre otros).
- Centra su análisis en las dinámicas específicas de las ciudades. El enfoque conceptual que estudia los ecosistemas emprendedores detiene su mirada en las redes que se establecen a nivel local, a diferencia de otros enfoques que privilegian dimensiones macroeconómicas nacionales, regionales o globales como determinantes para la actividad económica.
- Por último, está centrada en el análisis del nacimiento de empresas de alto impacto (aquellas de gran escala y rápido crecimiento), en detrimento del estudio de meso y microemprendimientos.

Esta definición no está exenta de debates en los que no tenemos la pretensión de incursionar en este capítulo. Refleja en términos amplios el enfoque conceptual de toda una corriente de investigación especializada que estudia el emprendedorismo como una dimensión central en los modelos de desarrollo económico (Álvarez Martínez et al, 2016). El concepto de "ecosistema" también se utiliza en estudios similares para hacer referencia a otros campos vinculados, como el *ecosistema de inversión de impacto*

(Inversión de Impacto en Argentina, 2017) o *ecosistema para la innovación* (Pereyra, 2013).

El interés de esta investigación, sin embargo, no está vinculado a la emergencia de nuevas empresas, el impacto de las políticas públicas, el flujo de inversiones ni otras variables económicas que condicionan estructuralmente el emprendedorismo en un determinado contexto. Esta tesis es un estudio de sociología política, por lo que nos interesa detener la mirada sobre los vínculos que establecen diferentes actores, analizando el fenómeno desde una dimensión social y política antes que económica. En este sentido, estudiaremos al ecosistema emprendedor como una red, en los términos en que es entendido por los mismos actores que lo conforman.

La categoría académica se encuentra muy cercana a la definición nativa. Los sujetos que forman parte de este conjunto de redes hacen referencia constante al ecosistema emprendedor en un sentido más vago y menos problematizado, pero muy similar a los investigadores. Sin embargo, existe una diferencia sustancial en las dos acepciones. La mayoría de los actores que se consideran a sí mismos parte del ecosistema emprendedor en Buenos Aires no están vinculados al emprendedorismo de alto impacto. De hecho, luego de la crisis del 2001 tomó particular relevancia la promoción del emprendedorismo como estrategia para superar la pobreza, y muchas organizaciones y programas de políticas públicas trabajan desde esta mirada.

En este sentido, entenderemos al ecosistema emprendedor como el conjunto de actores y redes que interactúan de manera formal e informal alrededor de determinados espacios de sociabilización, discursos y demandas vinculadas al emprendedorismo a nivel local (en este caso Buenos Aires) y que se consideran parte del mismo.

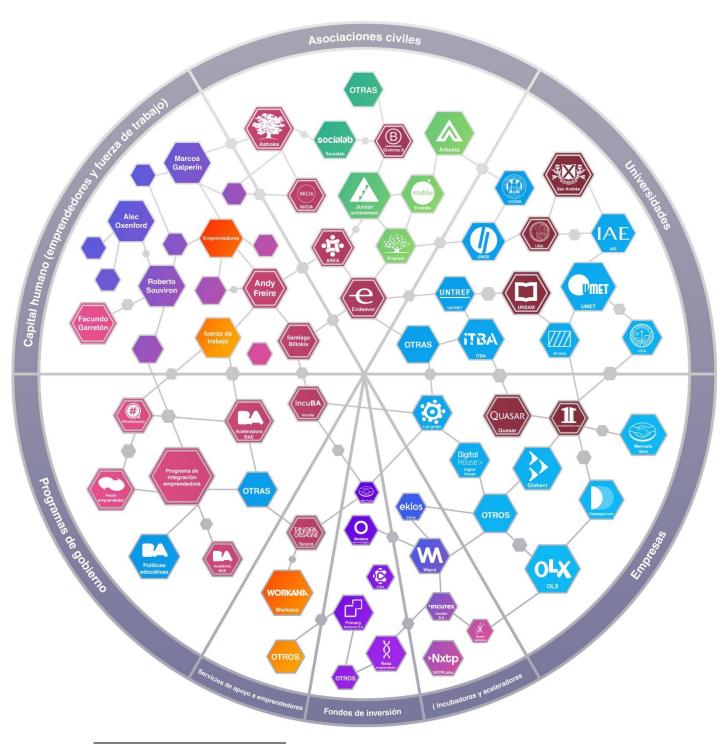
Para reconstruir la morfología del campo recurrimos a dos estrategias: un cálculo aproximado sobre la cantidad de emprendedores (para cada definición) y la reconstrucción de las instituciones que lo conforman a partir de las entrevistas que realizamos y algunas fuentes secundarias.

Un trabajo publicado en 2016 por Álvarez Martinez y otros constituyó el primer punto de partida para operacionalizar la red. A partir de las entrevistas y la revisión documental, clasificamos a los principales actores en 8 grupos: capital humano, asociaciones civiles, universidades, empresas y programas de gobierno. Como se puede observar en el gráfico, los últimos tres grupos (servicios de apoyo a emprendedores, incubadoras y aceleradoras y fondos de inversión) integran un mismo subconjunto, en tanto los servicios que brindan esas instituciones en la Ciudad de Buenos Aires se encuentran, en muchas ocasiones, superpuestos.

Si consideráramos a todos los emprendedores como parte del ecosistema emprendedor, nuevamente el número dependería de la definición que adoptemos, que

puede variar desde algunos pocos emprendedores de impacto (apenas 4 si consideramos como emprendedores de impacto a las empresas unicornio²⁰, o algunos cientos dependiendo de cuánto ampliemos la definición) hasta más de 300 mil emprendedores.

Gráfico 3: principales actores del ecosistema emprendedor de Buenos Aires



²⁰ Este término hace referencia a empresas que logran una valuación de mil millones de dólares en su período de *startup* (empresa en fase emergente). "*Startup*" es una categoría generalmente utilizada para empresas de base tecnológica.

Referencias: cada hexágono representa un actor del ecosistema. Los hexágonos destacados en bordó o marrón son aquellos que fueron entrevistados. El gráfico no agota los integrantes del ecosistema y los nexos entre los actores son meramente ilustrativos.

Fuente: elaboración propia. Adaptación del modelo presentado por Álvarez Martinez y otros, 2016.

Si la definición de la categoría *emprendedor* resulta esquiva, también resulta una tarea difícil restringir el ecosistema en el que se desenvuelven, en tanto un abanico tan amplio de definiciones hace referencia a un conjunto heterogéneo de actores sociales. Hemos observado cómo, en el proceso histórico que estudiamos, las categorías utilizadas para hacer referencia a los emprendedores han tendido a ir ampliándose, para abarcar un conjunto cada vez más amplio de actores. Esta ampliación discursiva, sin embargo, no necesariamente tuvo su correlato hacia el interior de las organizaciones: más adelante veremos cómo, dentro del amplio universo emprendedor, un conjunto relativamente pequeño de actores detentó la conducción del ecosistema emprendedor. Conocer la realidad empírica de las diferentes categorías nos permite identificar los interlocutores al momento de hablarle a los "emprendedores" en cada referencia discursiva. A continuación, haremos un repaso por las principales definiciones.

Los emprendedores de alto impacto de la Argentina encarnan la identidad arquetípica asociada al término emprendedor y jugaron un rol central en el desarrollo del ecosistema emprendedor, elemento que será desarrollado en profundidad más adelante. Calcular de forma rigurosa la cantidad de emprendedores de alto impacto de la Ciudad de Buenos Aires excede las ambiciones de este trabajo, pero aportaremos algunos datos para que el lector pueda imaginar de forma aproximada la magnitud de este *núcleo duro* del ecosistema emprendedor.

En consonancia con lo que ocurre a nivel global, la mayoría los emprendedores de alto impacto más célebres fundaron empresas tecnológicas. Los hemos denominado Nuevos Empresarios de la Tecnología (NET). Los cuatro "emprendedores unicornio" del país (Mercado Libre, Globant, Depegar.com y OLX) son los líderes simbólicos indiscutidos del ecosistema emprendedor argentino, y los cuatro casos constituyen empresas de base tecnológica. En nuestro país, aproximadamente la mitad de la inversión de Capital Emprendedor se concentra en torno a emprendimientos de tecnología de la información (ARCAP, 2017). El peso político de los NET, tanto en la Argentina como en el resto del mundo, es creciente y vienen consolidándose como actores cada vez más pujantes de la economía, liderando multinacionales y generando nuevos puntos de conflicto con los estados nacionales.

La ausencia de investigaciones desde la sociología económica sobre esta nueva facción del empresariado, al menos en la Argentina, constituye un evidente síntoma de lo acelerada que fue su irrupción en el mapa local. Los NET ya constituyen un núcleo de poder económico, político y social con nuevas estrategias de acción y representación política, intereses económicos particulares y un alto grado de legitimidad social sobre los que conocemos muy poco.

También existen diferentes metodologías para calcular la cantidad de emprendedores desde la definición de "nueva empresa". Para calcular el índice de empresarialidad (nuevas empresas/stock de empresas)²¹ se considera a las empresas que tienen menos de un año y registran empleados en la AFIP (CABA, 2014). Esta categoría deja afuera a muchas empresas jóvenes integradas a las redes de emprendedores y a todo el sector informal.

El GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es uno de los estudios más importantes que se realiza a nivel global, y ofrece diferentes indicadores vinculados al emprendedorismo de 108 países²², relevados mediante encuestas. Para Argentina, también publica datos para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en donde la Tasa de Actividad Emprendedora en Etapa Temprana Total (TEA)²³ fue del 12,48% en el 2016. Sobre una Población Económicamente Activa (PEA) de 2.463.557 (INDEC, 2016) podemos estimar cerca de 307.452 emprendedores.

Por último, utilizando únicamente estadísticas oficiales, si consideramos a todos los trabajadores cuentapropistas, patrones y trabajadores familiares en la definición de emprendedores llegamos al universo más amplio que podemos operacionalizar ²⁴, alcanzando un total de 343.121 emprendedores (INDEC, 2016).

²¹ Para CABA en el 2012 fue del 7,3% y para la Provincia de Buenos Aires de 8%.

²² https://www.gemconsortium.org/country-profiles

²³ Porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años involucrados en una empresa de 0 a 42 meses.

²⁴ La definición de "emprendedores tipo" ocupa un lugar muy importante en la construcción discursiva del fenómeno emprendedor. Sin embargo, no conocemos ningún trabajo que haya intentado calcular la cantidad de emprendedores desde esta perspectiva. De todos modos, no parece ser una perspectiva que permita una operacionalización para estudios cuantitativos.

Capítulo 2: El ecosistema emprendedor. Historización y periodización de su proceso de consolidación

A partir de los relatos de los protagonistas y el análisis de fuentes secundarias (otras investigaciones, documentos oficiales y notas periodísticas) reconstruimos el desarrollo del ecosistema emprendedor en Argentina, tomando en consideración los hechos que trascurren en Buenos Aires a partir de fines de los 90'. Elegimos este punto de partida en tanto fue a partir de estos años que comenzaron a proliferar los empresarios que se definían a sí mismos como emprendedores, pero también coincide con el punto de partida en otras reconstrucciones académicas (Kantis, 2017).

En este capítulo se realizará una breve historización sobre la construcción y desarrollo del ecosistema emprendedor en Buenos Aires, con el objetivo de rastrear los distintos procesos que fueron consolidando un ecosistema emprendedor y que permiten explicar el salto político que se dio a partir del año 2013.

Fase pionera

Fase de consolidación

Fase político hegemónica

1997-2001

2002-2012

2013-actualidad

Gráfico 2: Fases del desarrollo del ecosistema emprendedor

Fuente: elaboración propia

Dividimos el proceso de desarrollo del ecosistema emprendedor en tres etapas: 1997-2001 (fase pionera), 2002-2012 (fase de consolidación) y 2013-actualidad (fase político-hegemónica), que desarrollaremos en este capítulo y el siguiente. Estos límites, por supuesto, no constituyen períodos absolutamente rígidos con un principio y un fin determinados, sino el intento de establecer una primera periodización sobre el fenómeno en base a la evidencia recolectada. Las etapas en el desarrollo empírico del ecosistema se encuentran superpuestas y este intento, como cualquier otro, posee cierta dosis de sesgos y arbitrariedad y está abierto a la discusión.

Cada una de las etapas refleja los discursos que predominaron durante esos años y los hitos que los mismos emprendedores consideran más representativos del desarrollo del ecosistema. Esta sección se restringe a las primeras dos etapas. Al proceso de politización, en tanto constituye el corazón de los fenómenos sociales estudiados, se le dedicó un capítulo entero (el capítulo 3).

En consonancia con lo que ya venía sucediendo en países desarrollados, a fines de la década de los 90' se dio en la Argentina una serie de condiciones que propiciaron una primera explosión del emprendedorismo. Está de más aclarar que ya existían en el país personas que fundaran empresas, pero no se concebían a sí mismos como emprendedores. Este período estuvo marcado por la aparición de las primeras firmas tecnológicas vinculadas a internet, fuertemente atravesadas por la identidad de los jóvenes empresarios que las habían fundado. A esta etapa la hemos denominado "fase pionera" y trascurre desde 1997 hasta la explosión de la crisis del 2001.

El segundo período, marcado primero por el escenario post crisis, más adelante por el crecimiento económico del país y finalmente por una creciente polarización política, trascurre entre los años 2002 y 2012, y lo hemos denominado "fase de consolidación". Fue durante este período que proliferaron los espacios de sociabilización del ecosistema emprendedor.

La última etapa trascurre desde mediados del 2013, continúa abierta en el presente, y la hemos denominado "fase político-hegemónica". La apertura de este período implica un quiebre discursivo con la etapa anterior en la definición del sujeto emprendedor y estuvo marcada por la conformación de ASEA, cambios políticos en el GCABA (Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) y la puesta en agenda de la Ley de Emprendedores, entre otros elementos que se detallan más adelante.

2.2. La fase pionera

A finales de la década del 90' a nivel global se estaba dando lo que acabó por llamarse la "burbuja puntocom": entre 1997 y 2001 proliferó la inversión en empresas de base tecnológica, especialmente aquellas que operaban en internet, dando lugar a la creación de miles de nuevas empresas todos los años. El más importante núcleo de innovación se dio alrededor de Silicon Valley²⁵.

Mientras tanto, un número de jóvenes proveniente de familias empresarias argentinas había realizado estudios de posgrado en Estados Unidos, desde donde accedieron a una mirada más cercana al desarrollo del ecosistema de Silicon Valley. Tras observar el

21

²⁵ Silicon Valley es el nombre de una región de San Francisco, en el Estado de California, Estados Unidos, uno de los centros globales de tecnología, capitales de riesgo, innovación y redes sociales y cuna de la mayoría de las empresas globales con base en internet nacidas en los 90' (Google, Yahoo!, eBay, entre otras).

vertiginoso crecimiento que habían tenido muchas de estas empresas y las dinámicas propias del ecosistema emprendedor estadounidense, volvieron a Buenos Aires con ideas y capital para desarrollar nuevos negocios. La llegada a la Argentina de empresas de software (Microsoft, SAP, Oracle, Symantec, entre otras) fue un factor más que contribuyó a que estos jóvenes empresarios se convirtieron rápidamente en los emprendedores pioneros de la Argentina.

Veinte años después, estos emprendedores analizan esta decisión como un acto de osadía e incluso de cierta trasgresión:

"(A fines de los 90') no había ecosistema, no existía nada que se pareciera a capital semilla, no había nada que se pareciera a emprender. De hecho, cuando yo me gradué en la facultad con Santiago la expectativa era que uno se graduaba para ir a trabajar en relación de dependencia, con la seguridad laboral que eso implicaba. Dejar la vida corporativa era medio traicionar, era como hundir el costo de todo lo que uno había hecho en su vida universitaria. Era como tirarlo al tacho." (Andy Freire. Emprendedor y político. Entrevista telefónica realizada el 25 de abril de 2018. Aclaraciones entre paréntesis agregadas por el autor.)

El perfil de muchos de estos emprendedores es relativamente homogéneo: todavía no habían cumplido 30 años cuando fundaron sus empresas a fines de los 90'26, provenían de clases altas o media altas y habían estudiado en colegios y universidades de elite de Buenos Aires antes de realizar sus estudios en Estados Unidos. Esto facilitó que quienes no se conocían lo hicieran rápidamente y comenzaran a desplegar los primeros espacios de sociabilidad emprendedora a partir de encuentros informales, charlas, reuniones entre inversores y emprendedores y otras actividades de lo que en el mundo empresarial se denomina *networking*.

"Entonces esa combinación (jóvenes emprendedores retornados de EEUU y el boom de las .com) en Argentina con un grupo de personas que nos conocíamos, Alec Oxenford que había estudiado en Harvard, Marcos Galperín que había estudiado en Stanford, yo había estudiado en Berkley, el mismo Andy Freire con Santi Billinks que estaban armando Officenet, Wences Casares que estaba armando Patagon. Había un grupo que debíamos ser quince. Hay uno que nos dice los 11 apóstoles, porque éramos un grupo de 11 los que empezamos: los 11 apóstoles.

Y ahí empieza el concepto de juntarnos y ver qué pasaba. Y ahí un montón de gente se empieza a enterar y a entender cómo funcionaba el venture

29

²⁶ Marcos Galperín tenía 27 años cuando fundó Mercado Libre en 1999, Roberto Souviron 25 cuando fundó Despegar.com en el mismo año y Andy Freire y Santiago Bilinkis 25 y 26 años respectivamente cuando fundaron Officenet en 1997, por citar algunos de los ejemplos más icónicos.

capital (capital de riesgo), se empieza a armar algo que se llama los First Tuesday -que era el primer martes de cada mes hacíamos un evento que se juntaban inversores, potenciales inversores con potenciales emprendedores- entonces toda esa movida de los First Tuesday vinculado con Endeavor y todo eso empezó a generar y a cultivar este caldo de emprendedurismo". (Facundo Garretón. Diputado nacional. Entrevista personal realizada el 7 de junio de 2018²⁷.)

En 1997 Linda Rottenberg y Peter Kellner, dos empresarios estadounidenses, concibieron la idea de crear una fundación que pudiera identificar a emprendedores de alto impacto en su fase *startup* y acompañarlos a potenciar su crecimiento para que pudieran convertirse en empresas líderes en sus mercados. Tras una experiencia poco exitosa en Chile, decidieron desembarcar en la Argentina para testear su modelo de negocios. Con un desembolso de USD 500.000 de parte de la Fundación Avina como capital semilla (Bishop y Green, 2008), el apoyo de los empresarios Eduardo Elsztain, Francisco de Narváez (entre otros) y la inclusión al equipo de María Eugenia Estenssoro como primera directora ejecutiva, Endeavor abrió sus primeras oficinas en el año 1998 en Buenos Aires (Endeavor Argentina, 11 de enero de 2018). Hoy cuenta con presencia en 54 ciudades de 26 países.

Endeavor constituyó durante muchos años el espacio de sociabilización privilegiado vinculado al emprendedorismo, convirtiéndose así en la primer "organización núcleo" del ecosistema emprendedor. Su *board* está integrado por los más reconocidos empresarios del ecosistema (Marcos Galperín, Martín Migoya, Gustavo Grobocopatel, Roberto Souviron, Andy Freire y Santiago Bilinkis, entre otros) y la *Experiencia Endeavor* constituye el evento masivo más importante de promoción del emprendedorismo.

Queríamos generar modelos éticos, positivos e inspiradores. Nos propusimos conscientemente incubar una nueva generación de emprendedores argentinos que pensaran en grande, sean capaces de crear empresas de alta calidad y estén dispuestos a competir en el mundo. Me da alegría y esperanza comprobar que muchos de ellos y ellas hoy son la nueva dirigencia que está cambiando el país.

María Eugenia Estenssoro (Endeavor, 2018: 7)

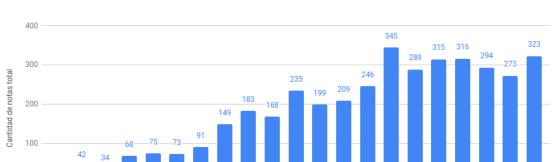
Presidente Fundador de ASEA (Asociación de Emprendedores de Argentina) y fue Chairman de Young Presidents' Organization en América Latina, una organización que nutrió al Pro de cuadros políticos de cara a la campaña nacional del 2015 (Vommaro, 2017).

²⁷ Facundo Garretón es un emprendedor y político argentino. Fundó invertironline.com en el año 2000, empresa que se vendió en el 2018 por más de 1.000 millones de pesos (Gorodisch, 2018), e integra el board de distintas empresas de tecnología. Es diputado nacional por Cambiemos por Tucumán desde el 2015. Es director de Socialab, una organización de emprendedorismo social latinoamericana. Fue director fundador de Endeavor NOA, es Socio Fundador de ASECH (Asociación de Emprendedores de Chile) y

Todos los años, la organización apadrinó nuevos emprendedores, muchos de los cuales son actualmente actores de mucho peso en la economía nacional. En los 20 años que tiene la organización, los 178 "emprendedores Endeavor" del país facturaron 1.2 billones de dólares (Endeavor, 2018).

Hacia fines de los 90, en el marco de esta ola emprendedora, esta agenda comenzó a penetrar en las universidades de elite de Buenos Aires. Hacia finales de la década se inauguraron el Centro de Entrepreneurship del IAE Business School²⁸, de la Universidad Austral, y el Centro de Emprendedores de la Universidad de San Andrés²⁹. Estos espacios cumplían distintos objetivos. Por un lado, comenzaron a ofrecer a su comunidad educativa un espacio para la formación en emprendedorismo, el acceso a redes de financiamiento y vínculos con otros emprendedores. Al mismo tiempo, estos espacios se fueron consolidando como usinas de pensamiento académico vinculadas a la agenda emprendedora.

Los emprendedores pioneros, además de gestionar sus nuevas empresas, comenzaron a generar nuevos espacios de reuniones, charlas y otros encuentros para instalar al emprendedorismo en la agenda pública. Esto provocó un creciente interés de los medios de comunicación, que más adelante abrirían secciones enteras de sus diarios dedicadas exclusivamente al emprendedorismo.



2007

Gráfico 4: cantidad de notas por año que incluyen la palabra "emprendedor" en el Diario Clarín. 1997-2017

Fuente: elaboración propia en base al archivo digital interno del Diario Clarín

2002 2003

Hacia finales del período la temática emprendedora ya había logrado penetrar en espacios del establishment corporativo argentino. En abril de 2001 la consigna del Encuentro Anual de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa fue "El espíritu emprendedor como motor del crecimiento". Los paneles tuvieron como ejes "El espíritu

https://www.iae.edu.ar/es/ConocimientoEImpacto/Centros/Entrepreneurship/Paginas/default.aspx Consultado el 23/11/18

²⁸ Disponible en

²⁹ Disponible en https://www.udesa.edu.ar/Unidades-Academicas/Centros/Entrepreneurship Consultado el 23/11/18

emprendedor como factor de crecimiento y desarrollo", "¿Existe en la Argentina una máquina de impedir?", "¿Cómo lo hicieron otros países?", "La visión del espíritu emprendedor en Argentina, desde la perspectiva de los participantes del encuentro", y "Emprendedores: ¿Nacen o se hacen?, ¿Es posible producir emprendedores?", del que participaron el entonces presidente Fernando de la Rúa y el jefe de gobierno de CABA Aníbal Ibarra, entre otros importantes políticos y economistas (Motta, 2013).

La crisis del 2001 en la Argentina coincidió con el estallido de la burbuja de las .com, provocando la quiebra de muchas de estas empresas y la retirada de los fondos de inversión de riesgo. Sin embargo, este período dejó instaladas las primeras redes de difusión del emprendedorismo, que habían logrado materializarse en espacios dentro de universidades privadas, un creciente interés de los medios de comunicación y del mundo corporativo, y una fundación (Endeavor) que nucleaba a los más importantes actores del ecosistema emprendedor.

Pero el principal legado de la fase pionera fueron los mismos emprendedores. Estos no sólo apostaban a la creación de nuevas empresas como objetivo profesional, en detrimento de la posibilidad de realizar carreras corporativas o dedicarse a las empresas familiares. También comenzaban a adoptar una serie discursos y valores comunes, y compartían espacios de sociabilización que contribuían a la construcción de la figura del emprendedor como una categoría identitaria que desbordaba la definición ocupacional.

2.3. La fase de consolidación

Tras la crisis de las .com a nivel global y la crisis de la convertibilidad a nivel local el escenario dejó de ser propicio para invertir en el país, provocando la retirada de los capitales de riesgo. Este escenario llevó a la quiebra a un número importante de los emprendedores pioneros, pero un puñado de ellos ya había logrado consolidar sus empresas y continuaron trabajando activamente en la difusión del emprendedorismo. A partir de ese momento comenzó un proceso más lento de consolidación del ecosistema emprendedor.

En el escenario poscrisis el emprendedorismo desarrolló su cara filantrópica. La posibilidad de emprender comenzó a posicionarse como una posibilidad para salir de la pobreza y algunas empresas comenzaron a apoyar emprendedores a través de programas de Responsabilidad Social Empresaria. También aparecieron algunas organizaciones de la sociedad civil como INICIA³⁰ o EMPREAR³¹-instituciones de apoyo a emprendedores-, que contaban con el apoyo de empresarios y ejecutivos de empresas que querían aportar su conocimiento en gestión a una causa social frente al escenario de crisis.

³⁰ http://inicia.org.ar/

³¹ http://emprear.org.ar/

Un segundo tipo de organizaciones se dedicó a la formación de emprendedores en espacios educativos ³² y un tercer grupo apostó a la figura de los emprendedores sociales. De estas últimas Ashoka³³, que había desembarcado en la Argentina en 1994, se convirtió en la más paradigmática. La organización identifica referentes de la sociedad civil que desarrollen iniciativas innovadoras en el campo social y los acompaña en el crecimiento de sus organizaciones, a los que suman a su red en calidad de *fellows*, que son llamados "emprendedores sociales". El perfil de los integrantes de esta red es sumamente heterogéneo y está compuesta por decenas de fundadores de organizaciones sociales que trabajan en distintos campos (salud, educación, discapacidad, pobreza, entre otros) desde paradigmas muy diversos.

Estas organizaciones (y muchas otras como Socialab, Njambre, Enablis o Sistema B, entre otras) desempeñan todavía hoy un rol en las redes que hemos estudiado. En primer lugar, constituyen espacios de legitimación social propios del ecosistema. Los emprendedores más exitosos de la Argentina integran las comisiones directivas de estas organizaciones o acompañan sus programas en calidad de asesores, especialistas invitados o donantes. Así como en el sector privado los emprendedores se jactan de liderar la innovación tecnológica y productiva, el mundo filantrópico del emprendedorismo construye discursos en donde la *innovación social* aparece como un valor central en las formas de intervención social.

Los emprendedores sociales no se conforman con dar un pescado o enseñar a pescar a la gente. Ellos no descansarán hasta que hayan revolucionado la industria pesquera.

Bill Drayton. Fundador de Ashoka (TEDxASB, sf)

Esta operación contribuye a un procedimiento más amplio, que es el intento de los emprendedores por construir una imagen "fresca" y disruptiva. Los emprendedores se consideran parte de una nueva generación que se distingue de la antigua clase empresarial argentina no sólo en sus valores y prácticas empresariales, sino también en sus maneras de intervenir sobre lo social.

Estas organizaciones se vieron frente a la necesidad de traducir una serie de discursos que provenían de los centros de innovación y emprendedorismo de Estados Unidos a contextos de clases media y sectores populares, contribuyendo al proceso de adecuación cultural que necesitaba el lenguaje emprendedor en Argentina. Al mismo tiempo, estas organizaciones podían exhibir casos de éxito, lo que las posicionó como interlocutoras frente a la política pública cuando, desde el GCABA, se apostó por la promoción del emprendedorismo fuera de sus "entornos naturales" (el mundo

_

³² Junior Achievment fue la pionera y más importante de todas.

³³ Su fundador, Bill Drayton, fue mentor personal de Peter Kellner, uno de los fundadores de Endeavor (Bishop y Green, 2008).

empresarial de elite) y se comenzaron a implementar los primeros programas dirigidos a clases medias y sectores populares.

Estas redes ocuparían un rol muy importante varios años después. Luego de los triunfos electorales del Pro de 2015 a nivel nacional, en CABA y en la Provincia de Buenos Aires las Organizaciones de la Sociedad Civil vinculadas al mundo emprendedor nutrieron a Cambiemos de cuadros políticos para ocupar los miles de cargos que dejó vacante el cambio de gobierno (ver Urdinez, 4 de febrero de 2016).

Pese a la profundidad que había tenido la crisis del 2001, Argentina recuperó rápidamente la senda del crecimiento económico. 4 de las empresas fundadas por argentinos que lograron sobrevivir a la crisis superaron rápidamente la valuación de 1.000 millones de dólares (Mercado Libre, OLX, Globant y Despegar.com), ascendiendo a la mitológica categoría de "empresas unicornio". Sus fundadores (y especialmente Marcos Galperín, fundador y CEO de Mercado Libre) se consolidaron como "role models" y estrellas indiscutidas del ecosistema emprendedor³⁴.

Las 4 empresas compartían tres rasgos en común: un liderazgo fuerte de sus fundadores, productos o servicios innovadores basados en la tecnología y habían logrado proyectarse como empresas regionales o globales, encontrando fuera de Argentina sus mercados principales 35. Este último elemento les permitió sobrevivir a las crisis y cambios coyunturales de la economía argentina y marcó a fuego el imaginario del ecosistema emprendedor: los emprendedores argentinos piensan sus mercados (de clientes, de capitales y de trabajo) a nivel regional y global.

En términos sociológicos esta ruptura marca un quiebre central en cómo se piensan a sí mismos los emprendedores en relación al empresariado clásico. Se ven como emprendedores globales antes que como integrantes de la burguesía nacional. El caso de OLX resulta paradigmático: fundada en 2006 por Alec Oxenford (quien ya había fundado DeRemate.com, compañía que fue absorbida luego por Mercado Libre) lanzó el portal de comercio electrónico en India en 2009 y hoy cuenta con presencia en 35 países, fue adquirida por capitales sudafricanos en 2010 y posee sus oficinas centrales en Amsterdam. Posee una porción muy pequeña del mercado de comercio electrónico en Argentina y sus operaciones en el país son deficitarias³⁶. Sin embargo, pese a que su actividad en el país es prácticamente irrelevante, es considerado un caso de referencia en el emprendedorismo argentino.

34

³⁴ En el 2016 fueron los encargados de cerrar, junto a Mauricio Macri, el Foro de Inversión y Negocios (conocido como mini-Davos) (Infobae, 15 de septiembre de 2016).

³⁵ En este sentido, la devaluación fruto de la salida de la convertibilidad en 2002 les daba a estas empresas una ventaja competitiva (Kantis, 2017)

³⁶ Dato aportado por un informante clave.

Siguiendo el ejemplo de la Universidad de San Andrés y la Universidad Austral, poco a poco el ITBA (Instituto Tecnológico de Buenos Aires), la Universidad Torcuato Di Tella, la Universidad de Palermo, la UCEMA (Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina), la UADE (Universidad Argentina de la Empresa) y prácticamente todas las universidades privadas abrieron sus centros de emprendedorismo. Con un poco más de resistencias lo mismo ocurrió en las universidades públicas: en la UBA se comenzaron a abrir programas de emprendedorismo en distintas facultades (INCUBACEN, INCUBAGRO, GEN XXI, los Centros de Emprendedores de la FADU y FIUBA, entre otros), y lo mismo ocurrió en la UNSAM (FUNINTEC), UNGS (Prodem), UNTREF (CIDEM) y la mayoría de las Universidades Nacionales de Buenos Aires.

El formato de estos centros de emprendedorismo no fue siempre el mismo. El equipo liderado por Hugo Kantis, de la UNGS, se convirtió en una usina de pensamiento académico sobre el mundo emprendedor, y desde el Centro de emprendedores del IAE se publica anualmente el GEM (Global Entrepreneurship Monitor), un informe global sobre el Estado del emprendedorismo en diversos países. Por otro lado, la mayoría cuenta con distintas formas de apoyo a emprendedores (desde capacitaciones hasta incubación y financiamiento), y algunos comenzaron a trabajar desde estos espacios en la reforma de los planes de estudio de las carreras de grado.

El caso más emblemático es el de la Universidad Metropolitana del Trabajo (UMET). Fundada en el año 2013 y cogestionada por más de 30 organizaciones sindicales, la UMET implementa el más ambicioso programa de formación emprendedora de todas las universidades de Buenos Aires. Todos los estudiantes de la universidad deben cursar y aprobar un total de 8 materias de emprendedorismo, trasversales a todas las carreras de grado, incluidas aquellas alejadas del mundo de los negocios (como el profesorado en educación física o la licenciatura en pedagogía, por ejemplo).

Mientras el ecosistema emprendedor se encontraba en pleno proceso de consolidación, Mauricio Macri asumió en diciembre de 2007 la jefatura de gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, desde donde se iría consolidando como un polo opositor de centroderecha al gobierno nacional. Desde este espacio el Pro fortaleció su estructura partidaria y tendió vínculos con diversos sectores que le permitieron, más adelante, lanzarse como una fuerza nacional. Uno de estos fue el ecosistema emprendedor.

Mientras el ecosistema emprendedor porteño se consolidaba, ahora con un nuevo gobierno local que facilitaría su tarea, a nivel nacional el año 2008 marcó un quiebre en el ciclo kirchnerista. Mientras que en el plano económico este período constituye el inicio de un desaceleramiento en el ritmo de crecimiento, en marzo de ese año se desató un conflicto que enfrentó de forma directa al gobierno nacional con las patronales agropecuarias. Durante más de tres meses las principales centrales empresarias del

sector agrícola realizaron un *lock out* y cortes de ruta en protesta al nuevo régimen de retenciones a las exportaciones que impulsaba el gobierno. Este hito marcó un quiebre en la estrategia política del gobierno nacional y el inicio de una profundización progresiva de la polarización política en el país. En ese marco y durante los siguientes 7 años, muchos sectores que no habían tenido participación activa en política, pero veían en el kirchnerismo una amenaza de *chavización* de la Argentina, tendieron redes con el Pro y comenzaron a apoyar su propuesta política (Vommaro, 2017). Es en este contexto que los emprendedores y el Pro estrecharon vínculos y acercaron discursos.

Mientras tanto, en el Gobierno de la Ciudad, los programas dirigidos a emprendedores poco a poco iban tomando fuerza. La politóloga María Mérola (2017) estudió las políticas de desarrollo emprendedor en la CABA durante los dos gobiernos de Mauricio Macri, dividiéndolas en dos períodos: la fase técnica (2008-2013) y la fase política (2013-2015). Mientras que durante la primera fase se apostó por la consolidación del ecosistema emprendedor y se realizaron diversos estudios de impacto, en donde se privilegió el criterio técnico, a partir del 2013 se priorizó la masividad y visibilidad de los programas.

El hito que marca el cambio de etapa fue el ingreso de Mariano Mayer al GCABA, que conllevó una reorientación en el rumbo de las políticas de desarrollo emprendedor. En términos de desarrollo del ecosistema emprendedor, este hecho marca también el fin de una etapa (consolidación) y el inicio de la siguiente (político-hegemónica). En el marco de las primeras conversaciones para la conformación de ASEA y la cercanía con las elecciones presidenciales, el ingreso del nuevo funcionario permitió estrechar aún más los vínculos entre el Pro y el ecosistema emprendedor. Pero analicemos con mayor detenimiento cómo fueron evolucionando las políticas públicas de la Ciudad.

Las primeras políticas orientadas al emprendedorismo del GCABA fueron inauguradas antes del desembarco del Pro a la ciudad. En 1999 se puso en marcha el programa "Jóvenes Emprendedores", orientado a escuelas secundarias. En el 2000 se inauguró el CMD (Centro Metropolitano de Diseño), donde comenzó a funcionar el programa IncuBA al año siguiente, programa orientado a la incubación de empresas especializadas en las industrias de diseño, turismo y bienes culturales. También en el 2001 se lanzó el Programa Universitario de Estímulo a la Vocación Empresaria (PrUEVE), un concurso dirigido a estudiantes de grado. Finalmente, en 2005 y 2006 se realizaron las primeras ediciones de Buenos Aires Emprende (BAE).

El programa BAE fue implementado desde la Subsecretaría de Producción de la Ciudad bajo la dirección de Gustavo Svarzman, que se desempeñó como subsecretario entre 2004 y 2006. Bajo el mandato de Macri fue convocado nuevamente, para desempeñarse ahora como subsecretario de Desarrollo Económico (dentro del Ministerio de Desarrollo

Económico dirigido por Francisco Cabrera)³⁷. Desde este rol Svarzman reactivó el programa BAE, el cual constituyó uno de los pilares de la política de desarrollo emprendedor hasta el año 2013, e involucraba una instancia de formación y un concurso para emprendedores. Parte del proceso se realizaba de forma tercerizada: universidades y OSC acompañaban a emprendedores en el proceso de preparación de los proyectos, que eran evaluados de forma centralizada, y los emprendimientos seleccionados recibían un Aporte No Reembolsable y eran tutoreados nuevamente por las organizaciones (el IAE, Endeavor, EMPREAR, la UBA, la UTN, entre otras).

A partir del 2009 se comenzó a implementar el Programa de Desarrollo Emprendedor (PDE), que tenía la pretensión de complementar el BAE mediante cursos de emprendedorismo en comunas. Algunos de quienes terminaban los cuatro módulos del curso presentaban sus proyectos al BAE.

En el año 2009 se celebró por primera vez el día del emprendedor porteño, organizado por el GCABA con el objetivo de visibilizar y promover el emprendedorismo en la ciudad. Junto a organizaciones del ecosistema se desarrollan actividades, talleres y eventos en distintos puntos de CABA. En 2011 se sancionó la Ley del Emprendedor Porteño, que creó un régimen de beneficios impositivos para nuevas empresas³⁸. En 2012 se lanzó Impactec, un concurso para emprendedores "con impacto social" co-gestionado junto a Socialab.

En paralelo, Svarzman comenzó a realizar encuentros periódicos informales con académicos y referentes de estas organizaciones, que aportaban su mirada sobre las políticas implementadas desde la Ciudad. La generación de consensos y la implementación de programas de alianza público-privada fueron prioritarias en esta etapa.

"Nos reuníamos una vez cada 15 días, un montón de gente. Algunos estábamos trabajando con ellos y algunos venían del ecosistema emprendedor a discutir, a tirar ideas."

- ¿Eso estaba institucionalizado? ¿Era una mesa?

"No, no estaba institu... Sí, estaba institucionalizado en torno a unos sanguchitos que él servía, y entonces todos íbamos. Además, porque nos

³⁷ Llegó al cargo por recomendación de Enrique Avogadro, en ese entonces un joven funcionario vinculado a Marcos Peña (hoy se desempeña como Ministro de Cultura del GCABA). Avogadro también fue quien sugirió a Mayer años después.

³⁸ Apostaba a alcanzar a más de 12 mil empresas en el cinco años, creando entre 40 y 45 mil puestos de trabajo. Sin embargo, el alcance de la ley fue muy limitado: hasta el 2017 menos de 20 empresas habían accedido a los beneficios de la ley (Mérola, 2017).

conocemos todos desde hace mucho tiempo." (Marcela Cristini ³⁹ . Investigadora y asesora del GCABA. Entrevista personal realizada el 19 de abril de 2018.)

El más importante de estos encuentros se desarrolló entre el 2010 y el 2011. Se convocó a un Grupo Promotor, que convocó a diez reuniones con la participación de 121 personas de diversos ámbitos (económico, periodístico, educativo, entre otros) vinculados al emprendedorismo (ver Cuadro 2). Las conclusiones de estas reuniones fueron publicadas en el Libro Blanco del Emprendedor Porteño (2011), y tenían la pretensión de reflejar un diagnóstico de la situación del sector y crear una agenda de trabajo estratégica que orientara las políticas públicas para los próximos 10 años. Un dato relevante: apenas el 10% de los participantes fueron emprendedores, y el 14% empresarios PyMES. El perfil heterogéneo de los participantes reflejaba una apuesta por entablar canales de diálogo con diversos sectores alrededor de la temática y establecer consensos lo más amplios posibles.

Cuadro 2: Cantidad de participantes por tipo de institución de las reuniones para la elaboración del Libro Blanco del Emprendedor Porteño

Tipo de institución	Cantidad de participantes	Tipo de institución	Cantidad de participantes
Empresario PyME	17	Fondo de inversión	3
Entidad apoyo a emprendedores	14	Entidad de apoyo a PyMES	3
Funcionario GCABA	12	Organismo internacional	2
Funcionario corporativo	12	Entidad educativa	2
Emprendedor	12	Asociación de profesionales	1
Investigador / Economista	11	Fondo inversión	1
Especialista educación	11	Asociación Sin Fines de Lucro	1
Prensa y medios	10	Consultor de empresas	1
Asociación Gremial empresaria	8	Total general	121

Fuente: Elaboración propia en base al Libro Blanco del Emprendedor Porteño (2011)

En línea con lo que ocurre en términos generales con el mundo de los negocios, el ecosistema emprendedor se encuentra sumamente masculinizado. Pese a que existen una amplia gama de iniciativas dedicadas a mujeres emprendedoras, las estadísticas reflejan que los espacios de poder siguen siendo ocupados de forma predominante por varones. La participación femenina de los encuentros para la elaboración del libro

³⁹ Marcela Cristini es economista senior en FIEL. Participó como consultora en distintos programas (especialmente mientras Svarzman fue funcionario) y realizó estudios de medición de impacto para el área de desarrollo económico (ver Cristini y Bermudez, 2012).

blanco apenas llegó al 21%. Sin embargo, este porcentaje ni siquiera es tan bajo cuando lo comparamos con otros espacios de toma de decisiones. Si consideramos los puestos directivos de la Asociación de Emprendedores de Argentina, el porcentaje no llega al 17%, y el mismo análisis para Endeavor arroja un número todavía menor: apenas el 8% de los cargos de la comisión directiva son ocupados por mujeres⁴⁰.

Durante esta etapa el GCABA se convirtió en un punto de articulación de diferentes iniciativas de emprendedorismo y un modelo de referencia en política pública para los sectores emprendedores. En el marco de una presencia cada vez mayor de la temática emprendedora en los medios de comunicación, eventos masivos y otras iniciativas de gran alcance, el tema iba adquiriendo visibilidad interna y prioridad política, tomando protagonismo en la cúpula del partido del gobierno.

"A Macri cuando yo le hablaba de esto en la ciudad, esto le gustaba, lo miraba con cariño. Así como por ejemplo vos le hablabas de PyMEs y si, entendía que tenía que estar, pero no le interesaba. Esto era algo que le gustaba." (Gustavo Svarzman⁴¹. Subsecretario de desarrollo económico del GCABA. Entrevista personal realizada el 4 de abril de 2018.)

En consonancia con la subsecretaría y el ministerio en los que se enmarcaban estos programas, la promoción del emprendedorismo era comprendida como una política de desarrollo económico⁴². La lectura era que los objetivos del área estaban vinculados a la promoción de nuevas empresas para dinamizar la economía de la Ciudad.

Al finalizar este período, el Gobierno de la Ciudad ya se había convertido en un pilar clave en la articulación y fortalecimiento del ecosistema emprendedor. Las políticas públicas no solo habían constituido un punto de encuentro para la consolidación de estos vínculos: habían dotado de recursos económicos y legitimidad simbólica a un conjunto de instituciones que formaban parte de estas redes. Para el año 2013, el emprendedorismo ya no era una novedad o algo desconocido. Su presencia en medios de comunicación, eventos públicos, congresos y otros espacios le permitieron a la dirigencia del Pro reconocer que el emprendedorismo podía ser capitalizado no sólo como una palanca para el desarrollo local, sino como un conjunto de representaciones

⁴⁰ Para ASEA se consideraron los 36 integrantes del Executive Board y Advisory Board. Para Endeavor, los 24 integrantes del Board nacional y el consejo de fundadores. Para más información ver la tabla completa en anexo.

⁴¹ Gustavo Svarzman es economista y máster en relaciones económicas internacionales. Fue subsecretario de desarrollo económico del GCABA entre 2008 y 2013. Actualmente se desempeña como subsecretario de Industria, Comercio y Minería de la Pcia. de Buenos Aires.

⁴² Durante este período se realizaron dos evaluaciones de impacto del programa BAE (Cristini y Bermúdez, 2012; Ruffo et al, 2013) y un estudio de caso para CIPPEC (Castro, Jorrat y Szenkman, 2013. Ver también Bisang et al, 2014), y una evaluación sobre el PDE (Kantis, 2012).

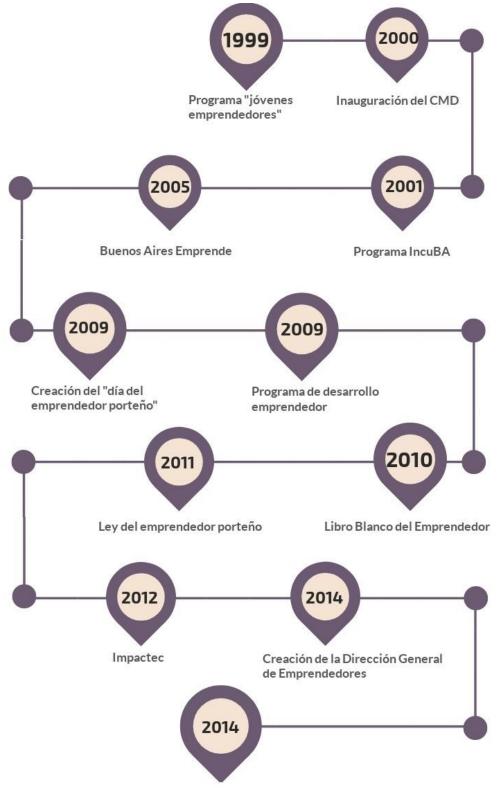
sobre las que se podía construir nuevos discursos, de cara al proyecto presidencial de Mauricio Macri.

Cuadro 3: Principales políticas de desarrollo emprendedor del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 1999-2015

Jóvenes emprendedores	Orientado a estudiantes de escuelas secundarias. Fue siendo reemplazado por otras iniciativas a cargo del ministerio de educación. En el año 2015 los contenidos de emprendedorismo fueron incorporados a la currícula oficial de todas las escuelas de la Ciudad.
Centro Metropolitano de Diseño	El CMD, ubicado en Barracas, es una institución dedicada a la promoción de iniciativas vinculadas al diseño, el turismo y los bienes culturales.
IncuBA	Incubadora de empresas especializada en las industrias de diseño, turismo y bienes culturales (funciona dentro del CMD).
Programa Universitario de Estímulo a la Vocación Empresaria (PrUEVE)	Concurso para estudiantes universitarios.
Buenos Aires Emprende (BAE)	1ra etapa: preparación para concursar a través de "entidades patrocinadoras" (IAE; Endeavor; Fundación Emprear; UAI; Facultad de Cs Ec UBA; UTN e/otras). 2da etapa: Aporte No Reembolsable y tutoría por parte de la entidad patrocinadora.
Creación del "día del emprendedor porteño"	Ley 3.252. En coincidencia con la semana global del emprendedor se realizan actividades, talleres y eventos junto a otras instituciones del ecosistema emprendedor.
Programa de Desarrollo Emprendedor (PDE)	Programa de 4 módulos de formación para emprendedores.
Libro Blanco del Emprendedor Porteño	Se celebraron 10 reuniones de los que participaron 121 referentes de distintos ámbitos para contribuir al diseño de políticas de desarrollo emprendedor para los próximos 10 años. El contenido fue recopilado y publicado.
Ley del emprendedor porteño	Ley 4.064 sobre Régimen de Promoción de Nuevas Empresas en CABA, que creaba facilidades para la creación de nuevas empresas.
Impactec	Concurso para emprendedores con impacto social. Gestionado junto a la ONG Socialab.
Creación de la Dirección General de Emprendedores	A cargo de Mariano Mayer. Reestructuración completa de las políticas de desarrollo emprendedor.
Academia Buenos Aires Emprende	Reemplazó al PDE. Se adoptó una definición amplia de "emprendedor".
Mapa emprendedor Agencia emprendedora	Recursero virtual para emprendedores.
Aceleradora Buenos Aires Emprende	Aporte No Reembolsable para aceleradoras.
	Centro Metropolitano de Diseño IncuBA Programa Universitario de Estímulo a la Vocación Empresaria (PrUEVE) Buenos Aires Emprende (BAE) Creación del "día del emprendedor porteño" Programa de Desarrollo Emprendedor (PDE) Libro Blanco del Emprendedor Porteño Ley del emprendedor porteño Impactec Creación de la Dirección General de Emprendedores Academia Buenos Aires Emprende Mapa emprendedor Agencia emprendedora Aceleradora Buenos Aires

Fuente: elaboración propia en base información de prensa, entrevistas y documentos institucionales.

Gráfico 4: Principales políticas de desarrollo emprendedor del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 1999-2015



Reestructuración del área de desarrollo emprendedor

Fuente: elaboración propia en base a información de prensa, entrevistas y documentos institucionales.

Capítulo 3: la politización del ecosistema emprendedor

A partir del año 2013 una serie de procesos que venían consolidándose lentamente, logrando que el emprendedorismo penetrara en distintos sectores de la sociedad, comenzaron a lograr mayores niveles de articulación y operar en nuevos niveles discursivos. La conformación de la Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA), la demanda por una Ley de Emprendedores, la profundización de los vínculos con el Pro y las transformaciones discursivas daban cuenta de la constitución de un proceso de politización⁴³ que comenzó a disputar espacios en la agenda política y a dialogar de forma inédita con el Estado nacional.

El capítulo 3 da cuenta de ese proceso. En la primera parte describiremos cómo fue la consolidación de un proyecto político emprendedor, que tuvo su epicentro en Buenos Aires y logró sintetizar muchos de los procesos que fueron descritos en el capítulo anterior. La segunda parte está centrada en la dimensión discursiva del proceso político y se centra en la campaña presidencial del 2015. Como ya se describió, la categoría "emprendedor" contiene un número importante de significados diferentes y es utilizada para referirse a un conjunto heterogéneo de identidades. Apostaremos a una interpretación teórica del fenómeno partir de la categoría de "significante flotante" de Ernesto Laclau.

Por último, las últimas páginas de este capítulo reflexionan sobre el nuevo horizonte que se abrió para el ecosistema emprendedor a partir del triunfo de Mauricio Macri.

3.1. La consolidación de un proyecto político

"Y en algún momento (Mauricio Macri) buscó algo más polenta y por eso lo puso a Mariano (Mayer) e hicieron la ley del emprendedor y habrás escuchado mil veces decir: -queremos tener un país de emprendedores, y en realidad nuestros abuelos inmigrantes fueron emprendedores-. Así que, como todo, cuando algo se pone de moda. Así como yo te decía que en el 2005/2010, emprendimiento no era algo conflictivo políticamente, ahora tal vez sí empieza a serlo". (Gustavo Svarzman. Subsecretario de desarrollo económico del GCABA. Entrevista personal realizada el 4 de abril de 2018.)

⁴³ Más adelante profundizaremos en las nociones de *la política* y *lo político*. Pero entendemos que hubo un proceso de politización en tanto se consolidaron demandas colectivas, se establecieron vínculos de interlocución con el Estado, se comenzaron a disputar espacios de poder en las instituciones políticas y se consolidó un discurso en la esfera pública con pretensión hegemónica.

Entre los años 2013 y 2014 el Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sufrió una reestructuración. Svarzman abandonó su cargo y en su lugar asumió Enrique Avogadro, que hasta el momento se había desempeñado en otro rol dentro del mismo ministerio, bajo el nuevo nombre de Subsecretaría de Economía Creativa. Se creó la Dirección General de Emprendedores y a su cargo, convocado por Avogadro, fue designado Mariano Mayer, un abogado especializado en *start-ups*, venta de empresas y fondos de inversión que hasta el momento se había desempeñado siempre en el sector privado⁴⁴. Estos cambios desencadenaron una serie de reestructuraciones del organigrama y de los programas que marcaron un punto de inflexión en el GCABA.

El Programa de Desarrollo Emprendedor fue reemplazado por la Academia Buenos Aires Emprende (también llamada Academia Emprende). El formato continuó siendo similar, en tanto seguía siendo un curso de formación emprendedora, pero se reestructuraron todos los contenidos. El nuevo equipo de trabajo adoptó formalmente una definición ampliada de emprendedorismo, y esta nueva concepción permeó todos los programas de gobierno.

"Yo creo que (ser emprendedor) es más una actitud. Si querés, es un agente de cambio, es el que busca cambiar la realidad, es el que busca crear valor para los demás que puede ser económico, ambiental o social, esa es la visión de emprendedorismo. Después los que tenés son los skills emprendedores, o las habilidades emprendedoras. Entonces ahí es donde si querés, yo no sé si todos tienen que ser emprendedores en el sentido de tener su propio proyecto -porque como decía mi abuela, no para cualquiera son las botas de potro- pero los skills emprendedores sí. Porque son los skills que requiere el mundo del trabajo del futuro -en realidad el mundo de hoy ya los requiere- entonces, aprender las habilidades blandas y las metodologías ágiles cualquiera debería poder hacerlo. Después si eso lo aplicas en tener tu propio proyecto o no, es distinto. Podés aplicarlo trabajando en una organización." (Mariano Mayer. Secretario Nacional de la SEPyME. Entrevista personal realizada el 10 de abril de 2018.)

_

⁴⁴ El caso del "salto" de Mariano Mayer a la política constituye un caso típico de reclutamiento del Pro, en donde el temor a la chavización de la Argentina y la lógica de la victimización frente al kirchnerismo de parte de los *managers* del mundo corporativo operaron como un estímulo para el acercamiento de estos ejecutivos al Pro (Vommaro, 2017). Su última actividad privada la había realizado como socio del estudio Tanoira Cassagne abogados: "Yo no estaba buscando (un cargo) ni nada por el estilo, estaba muy bien. Tenía mi *corner office* en Puerto Madero con vista al río. Ya tenía mi vida armada: hijos, auto, casa, estaba cómodo. Y bueno, que se yo, en ese momento era un momento muy particular del país donde estábamos todos bastantes sensibles y viendo que, si no nos metíamos, había serias posibilidades de que termináramos muy mal." Entrevista personal realizada el 10 de abril de 2018.

El nuevo slogan de la Academia BAE fue "recibite de vos mismo" y se incluyeron contenidos que excedían la creación de nuevas empresas, como un módulo completo dirigido al crecimiento profesional.

A la vez que se continuó trabajando en el acompañamiento a nuevas empresas (se inauguró el programa de aceleradoras Buenos Aires Emprende, con el foco en emprendimientos con mayor potencial de escala que el Programa BAE original) se apostó a masificar el alcance de los programas. Se extendieron los cursos de la Academia a todas las comunas acompañados de un fuerte operativo comunicacional y se empezaron a implementar los primeros cursos en villas. Además, existió una apuesta a la transversalidad del emprendedorismo, incorporando progresivamente cada vez más contenidos en las escuelas de la Ciudad. En el diseño curricular publicado en el 2015 el emprendedorismo constituyó uno de los capítulos centrales, ingresando así a la currícula obligatoria.

Estos cambios no implicaron necesariamente mayor apoyo presupuestario ni una jerarquización técnica del área. De hecho, se interrumpieron los estudios de medición de impacto y el presupuesto se mantuvo estable (Mérola, 2017). Al mismo tiempo se prescindió del asesoramiento que venían brindando algunos especialistas con trayectoria académica que venían investigando la temática desde algunos centros universitarios, y se privilegió el vínculo con otros actores más afines al emprendedorismo de impacto: particularmente un grupo de empresarios que se estaba nucleando en lo que en poco tiempo sería la Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA).

La nueva definición formal de emprendedorismo que adoptó el Gobierno de la Ciudad como "toda persona que crea valor, en el plano económico, social o ambiental" penetró profundamente en la lógica que se desplegó desde las políticas públicas. Además de apostar a un mayor alcance y visibilidad (se incluyeron ediciones virtuales de casi todas las iniciativas) la nueva noción de emprendedorismo no implicaba necesariamente la creación de nuevas empresas. La nueva perspectiva fue consecuente con la reestructuración formal: las políticas de desarrollo emprendedor se desplazaron de una mirada de desarrollo económico para posicionarse como políticas culturales, en tanto apostaron a una transformación de la "mentalidad" de los habitantes de la ciudad⁴⁵.

Acompañado por un fuerte operativo comunicacional, estas políticas fortalecieron la instalación de un discurso público vinculado al emprendedorismo que ya se venía consolidando hacía años, pero adoptaba nuevos significados.

En paralelo a lo que venía ocurriendo en el GCABA se estaba gestando la conformación de una asociación que pudiera nuclear a todos los emprendedores del país, y acabó

44

⁴⁵ Para conocer más sobre las políticas de desarrollo emprendedor en el GCABA durante los dos mandatos de Mauricio Macri ver Mérola (2017).

siendo la segundo "organización núcleo" del ecosistema emprendedor tras la fundación de Endeavor más de 15 años antes. El lanzamiento de ASEA en 2014 estuvo íntimamente vinculado a un antecedente vecino: la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH) creada en 2011. Impulsados por referentes de ASECH, muchos emprendedores que tenían vínculos con este país comenzaron a apostar por replicar la experiencia en Argentina. A lo largo del 2013 se intensificaron las conversaciones, y el 25 de septiembre de 2014 se lanzó formalmente la Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA). Facundo Garretón, el primer presidente de la asociación, decía en el lanzamiento: "Queremos cambiar la realidad de la Argentina. El emprendedorismo es la clave para cambiar el país, estoy convencido" (ASEA, 3 de diciembre de 2014). Según su testimonio para esta investigación, en ese entonces ya había aceptado ser candidato del Pro en Tucumán en las elecciones del 2015⁴⁶.

Esa misma noche, en el mismo evento, se anunció la conformación de la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA), una organización paraguas que hoy nuclea a las asociaciones de emprendedores de Argentina, Chile, Colombia, Guatemala, México v Perú⁴⁷.

Las estrechas redes entre ASEA y el Pro, consolidadas mediante vínculos personales e institucionalizadas en cargos y candidaturas, fueron determinantes en el rumbo que adoptó ASEA. Francisco Cabrera⁴⁸ había encomendado a Mariano Mayer, además de su rol como Director de Emprendedorismo, la misión de pensar un programa de desarrollo emprendedor para todo el país, en el marco del armado de los programas de gobierno que preparaba el Pro de cara las elecciones presidenciales. Desde este lugar, y gracias a sus fluidos vínculos con el mundo emprendedor, Mayer ocupó un rol activo en la conformación de ASEA. En el evento de lanzamiento se comunicó oficialmente el primer gran objetivo de la asociación: impulsar una Ley Nacional de Emprendedores. El anteproyecto de ley había sido redactado por la Fundación Pensar (think tank del Pro) junto al estudio Tanoira Cassagne (de donde Mayer era socio hasta hacía algunos meses), en coordinación con el plan nacional orquestado por Mayer.

⁻

⁴⁶ "Se necesitaba gente que se involucre. Y yo estaba que ni en pedo me involucro. Y un día me llama Marcos Peña para hacer un almuerzo con Macri y con Andy Freire. Andy le había contado sobre mí, que era lo que estaba haciendo en ese momento y ellos no tenían candidato para Tucumán. El PRO era chiquito en Tucumán y necesitaban un candidato, antes de que exista Cambiemos, para posicionar. Tuvimos ese almuerzo y me dicen que quieren un candidato en Tucumán. Yo les dije que no me veía, yo hacía 20 años que no vivía en Tucumán. Me dijeron que lo piense, y me quede pensándolo mucho. Justo terminaba el mundial del 2014 en Brasil y antes que terminara el mundial tenía que tomar una definición. Y lo hablé con la familia, con los socios, con los inversores y vimos un plan, a ver si podía, y acepté. Me mudé a Tucumán y empecé una campaña electoral. Linda experiencia." Facundo Garretón. Entrevista personal realizada el 7 de junio de 2018.

⁴⁷ http://www.asela.org/

⁴⁸ En ese momento se desempeñaba como Ministro de Desarrollo Económico del GCABA y presidente de la Fundación Pensar.

La conformación de ASEA implicó un hito fundacional en el emprendedorismo argentino. La pretensión de la asociación es la de representar al conjunto de los emprendedores del país, y se muestra como un paraguas que asume la representación de un grupo heterogéneo de asociaciones emprendedoras más pequeñas. Hasta el momento cuenta con 20.000 socios⁴⁹. Pero su escala no la brinda únicamente la cantidad de socios, sino su alcance federal.

Como se mencionó al principio de este capítulo, la conformación de ecosistemas emprendedores es un fenómeno eminentemente local, por lo que un órgano de representación nacional, y además íntimamente vinculado a una asociación regional, representa un fenómeno novedoso y plantea nuevos horizontes de intervención política.

La conformación de ASEA consolidó un nuevo canal de diálogo y de construcción de agendas entre el Pro y el mundo emprendedor, y coincide con el desembarco de nuevas figuras del emprendedorismo a las listas de candidatos primero, y a cargos políticos después. El primer presidente de ASEA fue Facundo Garretón, quien encabezó en 2015 la lista de diputados del Pro por Tucumán. Andy Freire, otro de los socios fundadores de ASEA, asumió como Ministro de Modernización, Innovación y Tecnología del GCABA en 2015 y fue candidato a legislador porteño en 2017⁵⁰.

La conformación de ASEA se dio en el marco de una instalación cada vez más fuerte del discurso emprendedor hegemónico, la consolidación de redes y espacios de sociabilidad vinculados al ecosistema emprendedor y un partido político con la vocación de facilitarle los canales institucionales para trasladar demandas al sistema político. Estos elementos se articularon en un escenario de hegemonía abierta y amplia confrontación política, que generó oportunidades para introducir discursos políticos que se mostraban como novedosos. En este sentido, el consenso alrededor de una demanda concreta resultaba fundamental para lograr una mayor cohesión del heterogéneo mundo emprendendor, y el anteproyecto de ley redactado por ASEA junto a la Fundación Pensar parecía ser la herramienta indicada para lograrlo⁵¹.

Las políticas de desarrollo emprendedor en el GCABA habían implicado una oportunidad de aprendizaje para los dirigentes del Pro. Por un lado, les permitió validar que el

⁴⁹ http://www.asea.com.ar/ consultado por última vez el 31/7/18

⁵⁰ La lista completa de los socios fundadores se encuentra en el anexo

⁵¹ "Los chilenos tuvieron mucho que ver. Nos empezaron a decir "che, ustedes ¿por qué no hacen ASEA?". Había muchos emprendedores que ya estaban juntándose para ver la problemática. Eran 30 al principio. Una vez se juntaron acá en el estudio y bueno, yo dije -yo necesito que fundemos ASEA porque quiero que la ley venga del mercado y desde los emprendedores-. Y bueno, fuimos convocando a emprendedores conocidos, a emprendedores no conocidos, y un día dijimos -bueno ¿quién está para poner plata para lanzar la asociación? -. Levantamos la mano 100 y pusimos plata los 100, y esos 100 fueron considerados los fundadores de ASEA. A los tres meses ya éramos tres mil y al año ya teníamos embajadores en todas las provincias." Manuel Tanoira. Entrevista personal realizada el 25 de mayo de 2018.

emprendedorismo era una temática capaz de interpelar a la ciudadanía desde desde lo discursivo, pero que al mismo tiempo era capaz de articular actores y demandas concretas entre nuevos sectores del empresariado porteño. Inspirados por la Asociación que se había creado en Chile y apadrinados por la Fundación Pensar, la conformación de ASEA y la redacción del anteproyecto de la Ley de Emprendedores terminaron de sellar la apropiación por parte del Pro del discurso emprendedor, que se articuló de forma privilegiada con el significante de *cambio* de la campaña presidencial del 2015.

¿Por qué definimos a la última fase como política? A partir del 2013 los emprendedores construyeron una agenda de demandas políticas, un órgano de representación y establecieron canales de comunicación con espacios políticos nacionales, lo que hasta el momento constituía un hecho inédito. Pero ¿por qué hegemónica? La identidad emprendedora no sólo consolidó un sujeto político: se erigió como representante de un conjunto de valores, sentidos y demandas que la desbordaban. Los emprendedores asumieron la pretensión de encarar una transformación cultural en la Argentina.

Y muchos de los emprendedores que ostentan lugares de conducción moral en el ecosistema emprendedor se han convertido en verdaderos factores de poder económico. En particular, los Nuevos Empresarios de la Tecnología (NET) se fueron constituyendo progresivamente en actores de peso en la economía nacional. Marcos Galperín⁵², el más icónico de todos, posee la décima fortuna más importante del país (US\$1.600 millones) y MercadoLibre, la empresa que fundó, está cotizada en US\$17.130 millones, más del doble que YPF (Forbes, 2018).

Y este nuevo empresariado se concibe a sí mismo como un factor de renovación de la elite económica local. Detrás de los casos más visibles existen cientos de nuevos empresarios que prefieren verse a sí mismos como emprendedores e integrantes de una clase diferente al *establishment* del empresariado argentino.

Desde la perspectiva de estos emprendedores, la barrera que los separa del establishment empresarial es su apuesta por la innovación, la competencia y la creación de valor: existe en este grupo una lectura de que existió durante demasiados años en la Argentina un conjunto de empresarios que crecieron bajo la protección del Estado mediante negocios poco transparentes. La distinción arquetípica se da, entonces, entre emprendedores que conquistan su lugar en el mercado de forma meritocrática mediante la innovación y la competencia, en contraposición a empresarios que amasan fortunas mediante negocios con el Estado: los beneficiarios de la "patria contratista". Los emprendedores no rehúyen a su identidad de empresarios, pero prefieren no ser

Oxenford es el único de estos cuatro empresarios que tiene un rol público en ASEA.

47

⁵² Marcos Galperín forma parte del *board* de Endeavor, pero no de ASEA (aunque sí participa Sean Summers, uno de los vicepresidentes de Mercado Libre). Al igual que el resto de los "unicornios", posee vínculo directo con Mauricio Macri y se han mostrado en público juntos en distintas ocasiones. De cara a la segunda vuelta en el 2015 Galperín apoyó abiertamente a Cambiemos y fue fiscal de mesa. Alec

asociados con estos actores de los que se sienten culturalmente diferentes y que en Argentina gozan de mala reputación⁵³.

"Hoy los emprendedores tenemos buena imagen y los empresarios, no. Yo creo que eso no tiene que ver con que los empresarios son malos. Dentro de los empresarios hay dos grupos: hay gente que fue emprendedor y creció con su negocio, y hay contratistas del Estado. Yo creo que lo que hay que hacer es trazar una línea divisoria entre los que son contratistas del Estado y los que son emprendedores devenidos en empresarios. Contratistas del Estado es la gente que vivió del Estado, para el Estado, transaccionando con el Estado muchas veces de manera no ética -no siempre, pero muchas veces sí- y yo quiero hacer una línea divisoria entre ellos y la gente que armó un negocio en buena ley. (...) Yo siempre digo que me encantaría que la línea entre emprendedores y empresarios se disuelva, haciendo que todos seamos vistos como empresarios en distintas etapas de evolución de su negocio, pero está teñido de lo que son contratistas del Estado. Eso genera la imagen de algo que tiene una connotación negativa y que no debería ser tal, porque conozco muchos empresarios que laburan muy bien." (Andy Freire. Emprendedor y político. Entrevista telefónica realizada el 25 de abril de 2018.)

A nivel local, ya se mencionó cómo el clima de polarización política y el miedo, preocupación y rechazo que provocaba el gobierno kirchnerista en los ámbitos empresariales contribuyó a consolidar la identidad emprendedora. Pero el auge del emprendedorismo constituye un fenómeno global. Pese a que en esta investigación nos hemos abocado a estudiar las redes, los espacios de sociabilidad y la resignificación de los discursos emprendedores en la Ciudad de Buenos Aires, es necesario entender el auge del emprendedorismo en el contexto de un conjunto de transformaciones económicas más amplias y de orden estructural.

Según Forbes, 4 de las 10 personas más ricas del mundo son NET (#1 Jeff Bezos, Amazon; #2 Bill Gates, Microsoft; #5 Mark Zuckerberg, Facebook, #10 Larry Elisson, Oracle). El acceso a las nuevas tecnologías provocó una ola masiva de emprendimientos tecnológicos. Al mismo tiempo, los ciclos de vida de las empresas se fueron acortando, generando nuevas oportunidades de inversión. La tasa de sobrevida de nuevos

_

⁵³ Este diagnóstico no parece equivocado. Como sostiene Ana Castellani (2007), existe en la Argentina un grupo reducido de empresarios de estrechos vínculos con un Estado de deteriorada autonomía relativa. Esto habilita la difusión de "ámbitos privilegiados de acumulación" que permiten a estos grupos económicos obtener rentas extraordinarias a partir de protección pública, contratos estatales y el otorgamiento de subsidios.

emprendimientos, sin embargo, es extremadamente baja -dependiendo de los datos oscila entre un 10% y un 20% (iProfesional, 2014; El País, 2015; Diaz, 2013)-.

Y así como muchos de estos marcos identitarios son globales, los nuevos negocios también lo son. La nueva generación de emprendedores, y especialmente los NET, apuestan desde sus orígenes a conquistar mercados más allá del argentino. Este aprendizaje constituyó un legado central de los emprendedores pioneros. En este sentido, los negocios basados en internet facilitan más que nunca la posibilidad de globalizar un servicio aun cuando la escala de la empresa sea pequeña.

Entendemos que la conformación de ASEA y ASELA deben ser leídas a la luz de estas dimensiones. Constituye el esfuerzo por crear un nuevo órgano de representación, capaz de canalizar nuevas demandas, de empresarios con formas nuevas de hacer negocios⁵⁴.

El discurso emprendedor hegemónico se consolidó en la Argentina como articulador de un conjunto de representaciones que no sólo hacían referencia a una ocupación o el mercado de trabajo, sino a miradas más amplias sobre la sociedad, la economía o el diagnóstico sobre la realidad del país. Pero lo que vuelve realmente interesante el fenómeno es su capacidad para incorporar a su significado una serie de valores más amplios. Estas ideas están íntimamente vinculadas con las nociones de libertad y realización individual. El auge de estos discursos constituye una tendencia global, particularmente en los países desarrollados, y han sido caracterizados como *valores postmateriales*. Estos sentidos adquieren diversas formas de expresión, donde el discurso emprendedor es sólo una de ellas, pero que desplazan los nodos de la discusión pública del conflicto distributivo a otras dimensiones. En países subdesarrollados el fenómeno también ocurre, aunque de manera fragmentada: estos valores habían ido consolidándose en algunos núcleos de las clases medias y altas de la Argentina (Natanson, 2018) que constituyeron la base de apoyo del macrismo en el 2015.

Así como dentro del ecosistema emprendedor se fueron tejiendo una serie de vínculos, se consolidaron espacios de sociabilización, se erigieron instituciones formales y se construyó un discurso común entre determinados actores, la noción de *qué es un emprendedor* fue ampliándose para dejar de constituir una forma de ocupación laboral e incluir significados mucho más amplios, desbordando así el mismo núcleo social que le había dado impulso. En este sentido, el significante "emprendedor" no podría haber resultado tan efectivo en su capacidad de movilización política si no hubiera sido capaz de incorporar significados móviles e incluso ambiguos.

49

⁵⁴ Ya existían, también, espacios de representación sectoriales en los que estas empresas participan, como la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) fundada en 1999. Pero en estas cámaras la representación es a título institucional y no personal.

3.2. Emprendedores en campaña: el Pro, el discurso emprendedor políticohegemónico y la articulación política

Liberarse del populismo es lo mejor que le puede pasar al país. Marcos Galperín. (@marcos galperin, 26 de octubre de 2015)

Durante la campaña electoral, ASEA se dedicó a cultivar buenos vínculos con los 3 candidatos presidenciales con posibilidades de acceder al gobierno. Sin embargo, fue el Pro el único partido que realmente incorporó a su identidad política los elementos discursivos que proponía el ecosistema emprendedor (Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017). A diferencia de lo que ocurría con el empresariado tradicional de la Argentina, la imagen de los emprendedores argentinos había llegado al 2015 con una imagen más fresca, exenta de polémicas y cuestionamientos, y desplegaban un lenguaje innovador, novedoso y sumamente efectivo que el Pro supo interpretar y reproducir mejor que cualquier otra fuerza política.

A 167 años de su partida recordamos al padre de la patria, un **emprendedor** que nos dejó el legado de la libertad. Un orgullo. Ministerio de modernización, Innovación y Tecnología del GCABA, en conmemoración de la muerte de José de San Martín (@BAinnovación, 17 de agosto de 2017)

Durante la campaña presidencial la figura del emprendedor, entonces, se convirtió en el imaginario Pro en depositario de todos los valores que el partido pretendía condensar. La frase "queremos un país de 40 millones de emprendedores" daba cuenta del enorme poder que había adquirido la figura del emprendedor en menos de 20 años. De ser una categoría prácticamente desconocida los emprendedores habían pasado a convertirse, en palabras del historiador Ezequiel Adamovsky, en los habitantes ideales de la comunidad imaginaria del Pro (2017).

Hoy tenemos la oportunidad de elegir, o nos quedamos quietos o salimos a iniciar la gran revolución de los que hacen la diferencia. Miren a su alrededor: cada uno de ustedes es un emprendedor de alma y juntos somos un gran ejército de emprendedores, listos para salir a ganar. Si somos todo esto ¿qué estamos esperando para salir a construir una gran nación de emprendedores? No esperemos a nadie. Nuestro tiempo es ahora.

Video institucional de ASEA (ASEA, 24 de septiembre de 2015)

Así como dedicamos varias páginas a estudiar los vínculos formales e informales que se fueron consolidando durante los últimos 20 años entre distintos actores de la sociedad

civil, queda analizar cómo la multiplicidad de sentidos del emprendedorismo condensaron en la construcción de un discurso político coherente y efectivo, que intenta proyectarse por diversos canales al conjunto de la sociedad y que tuvo su máximo punto de articulación en el discurso público del Pro durante la campaña electoral del 2015.

Esta sección tiene dos partes. En primer lugar, abordaremos la cuestión de la hegemonía, para establecer algunas precisiones conceptuales desde la cual se aborda el fenómeno en cuestión. Finalmente ofreceremos una interpretación de la articulación discursiva en la que se encadenó la categoría "emprendedor" durante la campaña presidencial de Cambiemos desde el concepto de "significante flotante" de Laclau (2015).

3.2.1. Sobre la hegemonía

En este punto, resulta necesario realizar algunas aclaraciones conceptuales. Partimos del supuesto de que el macrismo, a la luz de la construcción de una coalición política que logró ganar las elecciones presidenciales en el año 2015, puede ser leído como la expresión partidaria del intento de consolidar una nueva hegemonía (Natanson, 2017; Schuttenberg, 2017; Vommaro, 2019). Es a raíz de la centralidad progresiva que el Pro fue dando a la identidad emprendedora en su construcción discursiva que resulta relevante rastrear "hacia atrás" cómo y desde donde fueron penetrando estos sentidos en la agenda política.

En el marco de una disputa por el sentido (o, lo que es lo mismo, disputa por la hegemonía) nos preocupó conocer y problematizar los mecanismos mediante los cuales un nuevo partido logró construir nuevos sentidos políticos a través de articulaciones, alianzas y espacios de sociabilidad.

Dos corrientes teóricas vinculadas al estudio de la hegemonía nutrieron el análisis de las fuentes seleccionadas para esta tesis. La primera de ellas es la tradición gramsciana, que intenta explicar cómo la configuración de fuerzas sociales (en sentido político) que disputan, logran acuerdos y construyen alianzas se explican, en última instancia, por las clases sociales (en sentido de la posición objetiva en la estructura económica). En este sentido, los estudios de Portantiero (1977, 1981, 2003) sobre la hegemonía en la Argentina constituyen una referencia central. El autor definía la hegemonía como la capacidad "de un sector que deviene predominante en la economía para proyectar sobre la sociedad un Orden Político que lo exprese legítimamente y lo reproduzca" (Portantiero, 1977: 533). Para el autor, entonces, no podemos dar cuenta de la hegemonía simplemente por su capacidad de construir un orden a partir de identidades previamente fragmentadas: es necesario que ese orden se corresponda, también, con un orden de dominación económico. Esta tesis de grado no pretende arriesgar un análisis sobre las configuraciones hegemónicas del conjunto de las clases sociales en la Argentina. Pero esta perspectiva inspiró en este trabajo una particular advertencia sobre

la necesidad de observar la configuración de nuevos discursos hegemónicos en el marco de transformaciones en las formas de producción, del mercado de trabajo y de la irrupción de nuevos actores en las élites.

Por otro lado, las teorías del populismo, a partir de los textos de Laclau, Mouffe y otros autores que retoman sus conceptos, ilustran cómo la acción política se explica a partir de los posicionamientos políticos de los grupos sociales a través de su identidad discursiva, en una lectura que trasciende y que no se centra en la posición material de los individuos o grupos, constituyendo así la segunda corriente que nutre esta tesis. A diferencia de Portantiero, al privilegiar el análisis discursivo, Laclau entiende a la hegemonía como una articulación contingente de identidades fragmentadas. En esta lectura anti estructuralista, se descartan cualquier explicación de un orden social que no esté ubicada en la dimensión de lo ético-político (Errejón, 2012).

Entendemos que estas perspectivas permiten enmarcar y ofrecer marcos interpretativos útiles para comprender los fenómenos particulares que hemos desarrollado en estas páginas. Lejos de pretender salvar posicionamientos teóricos entre dos nociones de hegemonía, atravesados por discusiones muy profundas, en esta tesis entenderemos la hegemonía como el conjunto de articulaciones sociales que configuran un orden político, económico y cultural, en tanto se proyecta desde el aparato estatal, supone respuestas desiguales de parte del Estado frente a diferentes demandas sociales, legitima un modelo de acumulación y configura patrones de sentido común.

Y como señalan todos los autores, los procesos de construcción hegemónica son abiertos y disputados constantemente. En este marco es que se construyó (y continúa en construcción y disputa) un discurso emprendedor hegemónico.

3.2.2. "Ser emprendedor" como significante flotante

Al igual que cualquier otro partido, al momento de construir su identidad política el Pro no inventó nada. Por el contrario, su virtud consistió en retomar y condensar una serie de sentidos y demandas que ya se encontraban presentes en la sociedad y traducirlos en una propuesta política que resultara coherente y significativa para una porción de la ciudadanía.

El Pro, desde el GCABA, fue un actor importante en la articulación y configuración del discurso emprendedor hegemónico. La pretensión de construir un país de "40 millones de emprendedores" se encuentra sedimentada en la articulación de una gama compleja de significados que resultó sumamente efectiva en términos políticos. A partir del concepto de significante flotante, argumentaremos que es en esta multiplicidad de sentidos que reside parte de la efectividad comunicativa del discurso emprendedor.

En la primera parte de este capítulo analizamos cómo las políticas vinculadas a desarrollo emprendedor se fueron transformando en consonancia con nuevas nociones sobre la identidad emprendedora. En otras palabras, cuando estas ideas se modificaron (particularmente a partir del 2013) las políticas también lo hicieron. Al mismo tiempo, las políticas contribuyen a sedimentar y construir lo político⁵⁵: a partir de 2013 el GCABA se embarcó en un esfuerzo activo por configurar nuevas ideas, sentidos y subjetividades vinculadas al emprendedorismo.

¿Pero cómo se vincula esto con la construcción de un discurso que pareciera estar edificado sobre tantas contradicciones internas? La categoría de Laclau de *significantes flotantes* permite pensar el fenómeno (2015).

En su obra, Laclau otorgó una centralidad protagónica al análisis discursivo en el estudio de la articulación hegemónica. El autor tomó como unidad de análisis las demandas sociales (que pueden estar nucleadas alrededor de clases sociales o no, como las demandas ambientales, feministas, indígenas, de derechos humanos, etc.). Despojado del análisis de clases y de la ubicación de los sujetos en la estructura económica, para Laclau las articulaciones políticas (que son en realidad encadenamiento de demandas⁵⁶) se dan mediante procesos de identificación discursiva.

Si el proceso de identificación discursiva se materializa, se forman también cadenas de demandas. También llamadas cadenas equivalenciales, estas articulaciones (complejas, dinámicas y en constante disputa y transformación) suceden cuando un único discurso político es capaz de encadenar (o volver equivalentes) diferentes demandas que antes se encontraban fragmentadas y sin una misma representación política. Pero estas cadenas no se constituyen mediante negociaciones políticas o articulaciones de partidos, sino que son los símbolos (el discurso) los que median como articuladores de las cadenas significantes.

Los significantes vacíos son aquellos términos privilegiados que logran referir a una cadena equivalencial como un todo. En la campaña presidencial del 2015 el significante vacío privilegiado del macrismo fue *el cambio* (Schuttenberg, 2017 a, 2017 b). La consolidación de un significante vacío se da mediante la edificación de una frontera simbólica hacia el interior de una sociedad: la fractura de la sociedad en dos (frontera que no es inmóvil, se desplaza constantemente). Es, en otras palabras, la construcción de un antagonismo político, que mediante esta oposición logra crear una identidad

⁵⁵ En el sentido de configuraciones simbólicas identitarias constituidas a partir de antagonismos discursivos (Mouffe; 2007)

⁵⁶ Si en el marxismo clásico la unidad de análisis eran las clases sociales, Gramsci acuñó la categoría de **bloque histórico** para hacer referencia a una alianza de clases que se expresa a la vez como coalición política y modelo de dominación en el plano objetivo (Portantiero; 1981). Este concepto puede ser útil para pensar las cadenas equivalenciales como articulaciones contingentes que sustentan un modelo de poder (aunque con distinciones teóricas importantes).

común al otro lado de la frontera. En el marco de una sociedad polarizada políticamente, Cambiemos logró ocupar el espacio de centroderecha que había estado vacante en la Argentina y construir una polarización discursiva con *el populismo* que encarnaba el kirchnerismo.

Particularmente en América Latina, la categoría "pueblo" constituyó el significante vacío privilegiado en la historia del siglo XX: mediante la construcción de un pueblo (y de su oportuno adversario, que es señalado como antipueblo) se consolida una cadena equivalencial que articula una multiplicidad heterogénea de actores, que trasciende cualquier identidad objetivamente situada (a diferencia de las categorías de clase marxistas). Los significantes vacíos operan de forma efectiva ya que logran desprenderse de cualquier significado preciso, y es por eso por lo que esta perspectiva nos resulta interesante para abordar el discurso emprendedor hegemónico. En momentos de disputa por la hegemonía y de cambios políticos, los significantes vacíos son aquellos símbolos que logran trazar fronteras internas y constituir un sujeto político.

Resumiendo, el significante vacío es un término sin significado preciso, que en un proceso de cambios políticos y disputa por la hegemonía, logra erigirse como un símbolo que refiere a toda una cadena de demandas heterogéneas. Este proceso se da mediante la división simbólica del campo social en dos. Mientras que en general esta categoría ha sido utilizada para analizar los movimientos políticos de tipo *nacional-popular*, el macrismo materializó una práctica política similar, aunque de distinto contenido ideológico. En este sentido, *el cambio* constituyó el significante vacío que era capaz de sintetizar en su interior un conjunto amplio e inestable de sentidos y demandas.

Si los significantes vacíos son significantes sin significado preciso que refieren a toda la cadena (o lo que es lo mismo, a una *mitad* de la comunidad política), Laclau acuñó el término de significante flotante para hacer referencia a aquellos elementos discursivos de significado ambiguo que fijan una parte de esa cadena. En el caso del macrismo durante la campaña del 2015 fueron variados: recuperar la república, unir a los argentinos o la construir una sociedad meritocrática. Estas demandas, en cierta medida abstractas -pero de una fuerte carga simbólica- no hacían referencia por sí mismas al conjunto de la cadena equivalencial que consolidaba el discurso de Cambiemos, pero formaban parte de la misma. Fijaban parte de los sentidos que esta fuerza política recuperaba y proyectaba a la sociedad. Y en este marco, el discurso emprendedor hegemónico encontró un lugar para integrarse a una cadena más amplia.

Las categorías de significantes "vacíos" y "flotantes" son estructuralmente diferentes. La primera tiene que ver con la construcción de una identidad popular una vez que la presencia de una frontera estable se da por sentada; la segunda intenta aprehender conceptualmente la lógica de los desplazamientos de esa frontera. En la

práctica, sin embargo, la distancia entre ambas no es tan grande. Las dos son operaciones hegemónicas y, lo más importante, los referentes en gran medida se superponen. (Laclau, 2015: 167)

Los significantes flotantes se encuentran discursivamente subordinados a los significantes vacíos y su utilización política es aún más dinámica y disputada: es eso lo que los convierte en flotantes. El carácter polisémico de los significantes flotantes los convierte en objeto de disputa de distintas facciones políticas y van delimitando los desplazamientos de la frontera política. En otras palabras, no se encuentran anclados de forma definitiva a un lado de la frontera.

En esta línea, el período de análisis de esta tesis (2013-2017) trascurrió en un contexto de fuerte polarización y disputa por la hegemonía. En este marco, el discurso emprendedor hegemónico se consolidó de la mano de un sector del macrismo. Como ya quedó expuesto, la identidad emprendedora se presenta como ambigüa y polisémica, proyectando sentidos que desbordan cualquier definición restringida del término "emprendedor". En el marco de construcciones discursivas más amplias, en donde el significante vacío privilegiado fue "el cambio" (Schuttenberg, 2017), el emprendedorismo logró colarse y proyectarse introduciendo nuevos sentidos, pero también demandas concretas.

El Pro llegó por primera vez a gobernar un poder ejecutivo en el 2007 (CABA), el mismo año que Cristina Fernández de Kirchner fue elegida presidenta de la Nación por primera vez. A partir del 2008, a raíz del conflicto con las patronales agropecuarias, el kirchnerismo radicalizó su estrategia de construcción política, confrontando abiertamente con algunos sectores empresarios y contribuyendo a un clima de creciente polarización política. El conjunto de sentidos que constituyeron la identidad discursiva del Pro estuvo muy vinculado a la intención de establecer distancias con el kirchnerismo en la forma de hacer política (el "populismo", el autoritarismo político, la crispación) (Schuttenberg, 2017). Este contexto abonó el terreno para que actores vinculados al mundo empresarial, muchos de los cuales nunca habían tenido participación directa en política, comenzaran a estrechar vínculos con el Pro (Vommaro, 2017).

Pensar la política en términos relacionales nos permite dar cuenta del complejo reagrupamiento de las identidades en la Argentina post 2001. A medida que el kirchnerismo fue avanzando en sus políticas fue ocupando y articulando identidades y espacios de centro izquierda, quedando un espacio de centro derecha que se fue conformando y articulando con el correr de los años. A lo largo del artículo se puede apreciar cómo el discurso cristalizado en el presente es producto de una sedimentación en donde los principales puntos nodales del mismo ya estaban en la disputa hegemónica. Las herencias y tradiciones de estos

sentidos se fueron reconfigurando y anudando de forma de consolidar esa articulación populista que repuso una otredad, una exclusión radical en el supuesto populismo. (Schuttenberg, 2017: 130)

En términos de oposición fundamental (que, en términos de Mouffe, instituye lo político) la distancia e incluso el pánico que provocaba el kirchnerismo contribuyeron a articular esta multiplicidad de sentidos.

"Yo no era de los que pensaba que Argentina se podía transformar en Venezuela, pero te digo que después de un año y medio (haciendo lobby por la Ley de Emprendedores) en el Congreso te digo, sí se puede transformar."

¿No lo pensabas antes?

"No, porque siempre creí que el argentino tarde o temprano iba a reaccionar, que iba a valorar. Yo fui mucho a Venezuela, estuve casi cuatro años viajando a Venezuela porque tengo amigos ahí -tenía, ya no están más- los tipos me decían, no puedo salir a la calle. [...] Y vos decís, pero -esto estaba así hace diez años- ¿ustedes se dan cuenta a dónde van? Clase rica abusando de los pobres y los pobres abusando del país. Después, los pobres toman el poder a través de los militares de izquierda y abusan del poder ¿que genera? lo que estás viendo hoy, que en realidad el de izquierda no quiere llegar al poder para darle a los pobres lo que quieren, quiere llegar al poder para hacer lo que hacía el rico cuando estaba en el poder." (Manuel Tanoira, Integrante del Executive Board de ASEA. Responsable de políticas públicas. Entrevista personal realizada el 24 de mayo de 2018.)

De forma acelerada a partir del 2013, los sectores hegemónicos del ecosistema emprendedor formaron parte de este proceso de articulación discursiva de las que se nutrió el Pro para consolidar su identidad política. Ser emprendedor admite una cantidad tan amplia de acepciones, que son sintetizadas bajo un mismo significante, que su efectividad en términos interpelativos es muy grande. Hablar de emprendedores puede hacer referencia a un pequeño número de empresarios tecnológicos, a un millón y medio de "nuevos empresarios", a 4 millones de trabajadores cuentapropistas o a cualquiera que se identifique con una gama amplia de valores, habilidades y actitudes vinculadas a la libertad, la cultura del trabajo, la creatividad, la innovación y la flexibilidad, entre otras. Este conjunto de valores se constituye como nodal en el proyecto de país que imagina el discurso emprendedor hegemónico, y son significados que lograron articularse de forma privilegiada con el discurso de "cambio" que encarnó el macrismo en las elecciones del 2015.

A la vez, este discurso se articuló de forma efectiva con una mirada revisionista de la historia nacional. En esta reconstrucción del pasado, el emprendedorismo apareció como un componente natural de la idiosincrasia nacional. Desde definir a San Martín como un emprendedor o aplicar esta categoría para comprender los procesos de movilidad social ascendente de la migración del siglo XX, hasta la salida de la crisis del 2001, el emprendedorismo aparece en este relato como un componente del ADN nacional (para más información ver Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017)

Si somos creativos e innovadores, si logramos poner nuestras ideas al servicio del trabajo y la producción, estaremos homenajeando la memoria de nuestros abuelos inconformistas y aventureros.

(Plataforma electoral de Cambiemos para la elección presidencial de 2015. Extraído de Hernández, Nepomiachi y Ré, 2017: 55).

En general, la identidad emprendedora no se asume como identidad política, y la "ideología" aparece siempre como un calificativo negativo:

"El emprendedor en general no se mete en esos quilombos, no le interesa ser parte de la grieta [...] La mayoría son promercado, no están ideologizados desde el punto de vista político." (Facundo Garretón. Diputado nacional. Entrevista personal realizada el 7 de junio de 2018.)

"(Desde que asumió Cambiemos) el cambio de clima, de que el entrepreneurship está en la agenda pública, es claro. El gobierno de Cristina no lo tenía. De hecho, Kicillof no creía en esto. E ideológicamente hay una restricción ahí. La gente de izquierda cree que el emprendedor es el de Silicon Valley, que es el tipo que es de clase media o que ya es rico y se hace más rico. Tienen 'misconceptions'." (Alejandro Mashad. Director ejecutivo de Endeavor. Aclaraciones entre paréntesis agregadas por el autor. Entrevista realizada el 22 de marzo de 2018.)

En este sentido, emprendedor, por lo menos en términos políticos, constituye un significante flotante. Constituye un elemento discursivo efectivo, que logra movilizar una multiplicidad de sentidos con un alto poder de interpelación. En su construcción arquetípica el emprendedor constituye una persona moderna, heroica y exitosa, pero al mismo tiempo de fácil identificación, en tanto encarna una serie de valores postmateriales que, como aporta Natanson (2018), se encuentran crecientemente instalados en los centros urbanos y que se articuló de forma muy coherente con la promesa de cambio y futuro que proponía el Pro. Pero los elementos políticos antagónicos al emprendedorismo también se desplazan. Si la flexibilidad, el pragmatismo y la capacidad de detectar oportunidades se erigen como valores

positivos, el dogmatismo, las posiciones conservadoras, y en términos más amplios cualquier posicionamiento "ideológico" son vistos como problemáticos.

¿Alguien que no es emprendedor es alguien que no se adapta a los cambios?

"Es que a los cambios te tenés que adaptar, hay que ver si te adaptas bien o mal. Por ejemplo, mirá los sindicatos argentinos, en general terminaron siendo fuerzas conservadoras en muchas cosas. Con esto no estoy diciendo que no tiene que haber sindicatos. Porque el motivo por el cual se crearon hace ciento cincuenta años, sigue habiendo una asimetría. Pero hay sindicatos que dicen -de esto no se habla-. Mi mujer es docente. El sindicato que rige el régimen de licencias... y bueno flaco, defendé el salario, defendé las condiciones de laburo. No defiendas al que no labura. Entonces, los sindicatos en muchas cosas por el peso de la historia, la tradición, las conquistas, se transformaron en defensores de un pasado que ya fue." (Gustavo Svarzman. Subsecretario de desarrollo económico del GCABA 2008-2013. Entrevista personal realizada el 4 de abril de 2018.)

Pero además del discurso emprendedor hegemónico, que reflejaba una articulación de sentidos muy potente en términos interpelativos, de cara a la campaña presidencial era necesario traducir esos discursos a demandas concretas capaces de disputar la arena pública. Esta operación se dio en dos dimensiones. Por un lado, ASEA sirvió de canal para consolidar una agenda programática, y la Ley de Emprendedores que había redactado la Fundación Pensar fue sumamente efectiva en la misión de alinear al heterogéneo ecosistema emprendedor detrás de una misma propuesta. Y a nivel discursivo, la demanda se enunció de manera mucho más ambiciosa y daba cuenta de la intención de encarar una transformación cultural más profunda:

UN PAÍS CON 40 MILLONES DE EMPRENDEDORES

Argentina tiene una rica herencia emprendedora, repleta de ejemplos de perseverancia y esmero desde nuestros abuelos inmigrantes. Llegó el momento de sacar a la luz nuestra historia y ponerla en práctica, con herramientas y sin palos en la rueda, para volver a ser el país emprendedor con el que soñamos.

Programa de gobierno de Cambiemos (Un país con 40 millones de emprendedores, sf)

Y esta construcción discursiva forma parte de una operación hegemónica. La conducción moral del sector emprendedor no se encuentra en las manos de todos los trabajadores cuentapropistas del país, sino de un conjunto relativamente pequeño de

emprendedores/empresarios vinculados, en su mayoría, al sector tecnológico (los anteriores capítulos profundizan sobre esta cuestión)⁵⁷. En todo caso, la representación política de los emprendedores se encuentra hegemonizada por ASEA, que posee 20.000 socios y cuya conducción está en manos de actores muy vinculados al Pro.

En este sentido, la construcción del discurso emprendedor produce efectos políticos en diversos sentidos. En primer lugar, a través de la *representación* de un conjunto difusamente amplio de actores, un conjunto relativamente pequeño de empresarios consolida un rol de conducción moral en la política y la economía⁵⁸. Por otro lado, le asegura a este mismo conjunto de actores canales de diálogo privilegiados con el Estado para movilizar demandas. En términos más amplios, la apuesta por transformar a los 40 millones de argentinos en emprendedores da cuenta de un proceso de intervención sobre el sentido común y las identidades sociales (en sentido de lo político, según Mouffe) que permite que permeen nuevos valores y discursos en la sociedad.

Pero el actuar emprendedor constituye un campo de disputas. A lo largo de toda esta investigación se procuró dar cuenta de los mecanismos, actores y procesos que decantaron en la construcción del discurso emprendedor hegemónico. Sin embargo, hegemónico no significa dominación automática, homogeneidad ni se refiere a un campo estático. Ser emprendedor adopta una serie de significados tan amplia que no podemos dejar de desconocer las disputas que aún están abiertas alrededor de la apropiación del término. Existe un número muy importante de microemprendedores, artesanos, editoriales independientes, trabajadores de la economía social y solidaria, artistas y un conjunto amplio de trabajadores y trabajadoras que se definen como emprendedores y emprendedoras y ven en su actividad una intención de disputar sentidos a las lógicas de la mercantilización. También hay otros emprendedores que no ven en su actividad una acción anticapitalista, pero que tampoco comparten las gramáticas y discursos que hemos reflejado en estas páginas. Si bien estos actores no constituyen los sujetos de análisis de esta tesis, cualquier intento de realizar afirmaciones definitivas sobre las discursividades vinculadas al emprendedorismo debería explorar estos sentidos. Por el contrario, es necesario reconocer que, como siempre en la política (y lo político), la disputa por los sentidos constituye un escenario abierto, multifacético y sin un final escrito.

3.3. Después del triunfo

"El 10 de diciembre Macri anuncia que la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa se va a empezar a llamar Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa. O sea, pone a los emprendedores

⁵⁷ En el anexo se incluye un cuadro con los socios fundadores, embajadores, consejo consultivo y consejo ejecutivo de ASEA.

⁵⁸ Reiteramos en este sentido cómo es necesario producir nuevas investigaciones sobre los NET.

primero, antes que las PyMEs existentes. Eso es algo que le costó muchísimo políticamente con las PyMEs y sin embargo dijo "no, no muchachos, acá hay que volver al espíritu emprendedor". Impone al secretario de Emprendedores de la Ciudad como Secretario PyME de la Nación, o sea que le dice a las PyMEs, les está mandando una señal "les pongo al secretario de emprendedores para que ustedes aprendan a reconvertir sus PyMEs, para que no mueran". (Manuel Tanoira, Integrante del Executive Board de ASEA. Responsable de políticas públicas. Entrevista personal realizada el 24 de mayo de 2018.)

La llegada del Mauricio Macri -y de su mano de los emprendedores- al poder ejecutivo nacional en diciembre del 2015 abrió un nuevo horizonte de posibilidades para el ecosistema emprendedor en la Argentina. De manera provisoria, proponemos reflexionar sobre este nuevo escenario en dos dimensiones: las transformaciones sectoriales y en la estructura estatal y los nuevos despliegues discursivos en el marco de una disputa por el sentido común.

3.3.1. Sobre las transformaciones en el aparato estatal

Para realizar un análisis de las políticas de emprendedorismo a nivel nacional desde el cambio de gobierno en 2015 quizás sea todavía muy temprano. Sin lugar a duda, dicha operación excede las pretensiones de esta tesis. Sin embargo, la llegada al poder de Cambiemos constituye un punto de inflexión en la construcción de los discursos y consolidación de las posiciones de poder que fueron desplegándose durante tantos años alrededor del emprendedorismo, por lo que dedicaremos el último capítulo de esta tesis a reflexionar sobre las potencialidades (y los límites) del intento de construir una "nación emprendedora".

Como hemos reflejado en las páginas anteriores, el Pro sirvió como canal para que representantes del ecosistema emprendedor fueran penetrando en distintas esferas estatales, en el GCABA primero y el Estado nacional después. En este sentido, los supuestos, deseos y demandas políticas que hemos abordado no circulan únicamente por esferas de la sociedad civil, sino que gozan de canales de diálogo abiertos con el Estado que operan como correa de trasmisión de demandas y ya están transformando estos discursos en políticas económicas, productivas, culturales y educativas, entre otras.

Tras el triunfo de Macri en el 2015, en términos de políticas sectoriales, el hito más importante fue la sanción de la Ley del Emprendedor impulsada por ASEA. Esta ley prevé la simplificación burocrática para la creación de nuevas empresas mediante la figura de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), creó fondos de inversión y líneas de crédito con capital público, legisló beneficios fiscales para promover la inversión y regularizó las plataformas de financiamiento colectivo, entre otras medidas. La ley

designó como autoridad de aplicación a la recientemente creada Secretaría de Emprendedores y PyMEs ⁵⁹, a cargo de Mariano Mayer. Además, comenzó a implementar redes de mentores, clubes de emprendedores ⁶⁰ y otras medidas que exceden el análisis de este trabajo y cuyo impacto e implementación todavía resultan difíciles de evaluar. A nivel local, en el GCABA el área de emprendedorismo sufrió diversas reestructuraciones bajo el mandato de Rodríguez Larreta y en la Provincia de Buenos Aires (también gobernada por Cambiemos desde el 2015) se creó una Dirección de Emprendedores dentro del Ministerio de Producción.

El cambio de gobierno implicó nuevos interlocutores y un cambio en el clima de época que generó una mayor permeabilidad a las demandas de ASEA. En sus propios términos, la Ley de Emprendedores fue solo el primer paso de una transformación profunda de la matriz productiva nacional. En este sentido, el 23 de abril del 2018 celebraron un evento en el Congreso Nacional donde expusieron las 5 banderas de políticas públicas para impulsar el desarrollo emprendedor: menor presión y progresividad tributaria; mayor simplificación de trámites; aplicación de la SAS en todo el país; necesidad de una Ley de Beneficio e Interés Colectivo (BIC)⁶¹ y establecer un día de la mujer emprendedora en el marco del trabajo realizado por varias comunidades de empoderamiento de la mujer⁶².

La llegada del Pro al poder parece haber mejorado las condiciones de diálogo del ecosistema emprendedor con el aparato estatal. Sin dudas, analizar de qué manera estos canales se traducen (o no) en modificaciones reales del marco regulatorio, la entrega de subsidios, el acceso a convenios con el estado o cualquier otro tipo de favor estatal demandará de tiempo y nuevas investigaciones. Pero no podemos dejar de señalar algunos de los elementos novedosos de este nuevo escenario.

El gabinete inicial conformado por Mauricio Macri poseía un porcentaje inédito de funcionarios provenientes del sector privado. Un tercio de los 364 integrantes del gabinete ampliado (ministros, secretarios y subsecretarios) se habían desempeñado como directores o gerentes en empresas privadas. El entonces Ministerio de Producción, bajo cuya órbita se desempeñaba la SEPyME⁶³, superaba ese porcentaje (39,1% vs 31,3%). En este sentido, el desembarco en el estado de ejecutivos provenientes del ecosistema emprendedor constituye parte de un fenómeno más amplio que ha reavivado la discusión sobre los riesgos que esto implica en término de captura de la decisión pública por parte de intereses privados (Castellani, 2018).

⁵⁹ Para más información ver https://www.produccion.gob.ar/quieroemprender Consultado por última vez el 31/7/18

⁶⁰ https://www.produccion.gob.ar/soy-emprendedor Consultado por última vez 31/7/18

⁶¹ Esta iniciativa busca crear una figura legal que ampare las "empresas de triple impacto", aquellas que además de generar rentabilidad económica producen impacto social y ambiental positivo

⁶² http://www.asea.com.ar/

⁶³ Secretaría de Emprendedores, Pequeñas y Medianas Empresa

En esta línea, el ecosistema emprendedor constituye una red de vínculos que opera como canal de transmisión de influencias y demandas de algunos de los nuevos factores de poder económico más influyentes del país y la región. Todavía no estamos en condiciones de afirmar que efectivamente estemos frente a casos de colusión o conflicto de intereses, pero resulta evidente que el proceso de politización del ecosistema emprendedor habilitó y aceitó nuevos canales de diálogo entre una facción de las élites locales y espacios institucionales del Estado nacional que, desde la perspectiva de nuestros sujetos de estudio, se habían encontrado obstaculizados durante el gobierno anterior.

3.3.2. Sobre la configuración de nuevas subjetividades

Pero la experiencia del Pro en el Gobierno de la Ciudad nos deja la enseñanza de que analizar las políticas de desarrollo emprendedor estrictamente como políticas de regulación sectorial no da cuenta de la riqueza del fenómeno. Ya hemos señalado cómo el discurso emprendedor hegemónico, a partir del año 2013, se articuló con cadenas de significantes más amplias, un programa de gobierno y en términos más estructurales un nuevo modelo de desarrollo para la Argentina, lo que durante la campaña presidencial de Cambiemos en el 2015 contribuyó a fortalecer el carácter refundacional del proyecto político de Mauricio Macri. De hecho, si bien al momento de realizar el trabajo de campo para esta tesis los indicadores sugerían que las expectativas para emprender en la Argentina habían empeorado desde el cambio de gobierno 64, en las entrevistas (sin desconocer que existen miradas críticas y heterogéneas) pudimos observar que parece haberse instalado en el ecosistema emprendedor la convicción de que por primera vez se incorporó al emprendedorismo como un elemento central de la política de desarrollo del país.

"Todas esas herramientas son parte de un plan integral que ahora está por ley, lo que transforma al emprendedorismo en la única política pública de largo plazo en donde todos estamos de acuerdo. Es, te diría, el gran plan económico del gobierno de largo plazo: inundar Argentina de emprendedores y transformar Argentina en el Israel de Latinoamérica. Ese es el plan." (Manuel Tanoira, Integrante del Executive Board de ASEA. Responsable de políticas públicas. Entrevista personal realizada el 24 de mayo de 2018.)

Como campo en formación, las políticas de desarrollo emprendedor articulan numerosas posiciones y debates específicos que no consideramos pertinente abordar

_

⁶⁴ Los datos disponibles al momento de realizar las entrevistas reflejaban que del 2016 al 2017 la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) se redujo del 14,51% al 5,97%, las oportunidades percibidas del 44,29% al 29,65%, la intención de emprender del 27,96% al 13,36% y el miedo al fracaso se incrementó del 25,77% al 37,77%. Las referencias de cada categoría se encuentran en el glosario.

en este trabajo. La discusión en relación al rol del emprendedorismo en el desarrollo se encuentra abierta y está lejos de reflejar un consenso ⁶⁵. Pero en el proceso de reconstruir el discurso emprendedor hegemónico pudimos ir identificando una serie de argumentos que fueron apareciendo de forma reiterada en los relatos sobre lo que desde nuestros sujetos de estudio se considera "deseable" en torno al rol del Estado, el emprendedorismo y el desarrollo.

Al comienzo de este trabajo hemos caracterizado el *ser emprendedor* como una gramática de la acción que articula visiones del mundo (Boltanski y Chiapello, 2002). A partir de esta línea interpretativa, para comprender los sentidos implícitos detrás de la apuesta por construir *un país de 40 millones de emprendedores* indagamos en las entrevistas sobre la noción de *bien común* que estructura esta gramática. Los distintos elementos estructuran esta visión del mundo son, en otras palabras, el contenido ideológico⁶⁶ que recubre las propuestas, demandas y discursos que se proyectan desde el ecosistema emprendedor al Estado y produce transformaciones concretas en las políticas públicas.

Boltanski señala que todo régimen de justificación se sustenta sobre dos exigencias contradictorias: el de humanidad en común, que permite "reconocer una dignidad igualitaria a todos los seres humanos" (2017: 183) y la exigencia de ordenamiento jerárquico, que habilita "a ordenar los seres humanos según su grado de grandeza respectiva" (2017: 183). En nuestro caso, el principio de humanidad en común que opera en el imaginario emprendedor como horizonte de posibilidad es la construcción de un mundo de igualdad de oportunidades. No existe, por supuesto, una mirada uniforme sobre cómo lograrlo, pero fueron exiguas las referencias a la modificación de las condiciones estructurales de desigualdad económica. En todo caso, las apuestas en relación al rol del Estado combinan la implementación de "resortes" que compensen las inequidades existentes (educación pública de calidad, cursos de emprendedorismo, fondos públicos de capital semilla, redes de mentores, entre otras) y la remoción de obstáculos (simplificación burocrática, menor presión impositiva, entre otras). Y es esta convicción la que justifica las políticas públicas y los proyectos de la sociedad civil de promoción del emprendedorismo, asistencia mediante microcréditos y otros programas similares.

"Hay que generar esas condiciones (de igualdad de oportunidades), que hoy no existen. Hoy, la economía social, el 70% es informal. El marco regulatorio, los impuestos, los temas administrativos no están preparados para la economía social. Hoy no hay igualdad de

⁶⁵ Para más información ver Lora y Castellani, 2014; Kantis, 2005 o Martínez et al, 2013; entre otros.

⁶⁶ Ideología en tanto "creencias compartidas, inscritas en instituciones, comprometidas en acciones y, de esta forma, ancladas en lo real." (Boltanski y Chiapello, 2002)

oportunidades en la Argentina. No está democratizado el acceso al financiamiento. Pero el objetivo nuestro es que las haya. Después cada uno, como dice Esteban (Bullrrich), 'patea el penal adonde quiere'. Pero nuestro desafío es lograr que esté al alcance de cualquier persona en Argentina, independientemente de dónde haya nacido o hijo de quien sea, la posibilidad de formarse, la posibilidad de iniciar su propio proyecto y tener acceso a capacitaciones, a financiamiento, a mentoría, mercados. Es un desafío gigante, pero la precarización se da, se agrandan las brechas, cuando vos tenés lo que tenés hoy, que tenés techos. Hoy es casi imposible que alguien "perfore". Salvo héroes, que gracias a dios los hay. Pero no debería costar tanto arrancar un proyecto y crecer. Hoy sí, si le cuesta a una PyME común y corriente, imagínate alguien que arranca en la economía social. Pero nuestro desafío es ese." (Mariano Mayer. Secretario Nacional de la SEPyME. Entrevista personal realizada el 10 de abril de 2018. Aclaraciones entre paréntesis agregadas por el autor.)

La noción de igualdad de oportunidades, por supuesto, no es demasiado novedosa. Es la representación histórica de la tradición de pensamiento liberal sobre el bien común. Pero el principio de ordenamiento jerárquico de la gramática emprendedora posee algunos elementos novedosos, y no puede ser reducido al concepto de meritocracia. El principio superior común, "aquello a partir de lo cual se mide la grandeza de las personas y las cosas" (Boltanski, 2017: 190) es lo que definimos como "actividad emprendedora". En la Ciudad por Proyectos, aquel nuevo espíritu del capitalismo que Boltanski y Chiapello (2002) ya observaban en la literatura empresarial de la década del 90, habían categorizado a la actividad como principio de equivalencia general. Esta idea, diferente a la noción de productividad que ya se encontraba presente en la Ciudad Industrial, la actividad a la que se referían era la capacidad de iniciar o integrarse a distintos proyectos: "lo importante, es desarrollar la actividad, es decir no estar jamás carente de un proyecto, de una idea, tener siempre algo en vista, en preparación, la voluntad de hacer algo con otras personas que lo conduce a encontrarse" (Boltanski, 2017: 191). Estas nuevas formas de desenvolverse en el mundo, desde la perspectiva de los autores, fue fruto de las transformaciones en el capitalismo que favorecieron la expansión de un mundo hipercoectado en donde el mercado de trabajo, los vínculos comerciales, sociales y de otra índole se despliegan en forma de red, son inestables y flexibles. Así, a partir de esta gramática, una persona valorada en la sociedad es una persona activa.

"Yo creo que lo opuesto al emprendedor es la apatía, la vagancia, a esperar que alguien me solucione los problemas en vez de yo salir a solucionarlos, el conformismo, todo eso es lo opuesto al emprendedurismo. No es ser empleado lo opuesto a ser emprendedor."

(Andy Freire. Emprendedor y político. Entrevista telefónica realizada el 25 de abril de 2018.)

Todas estas características están presentes en la gramática emprendedora. El discurso emprendedor hegemónico constituye un fiel heredero y exponente de las transformaciones que Boltanski y Chiapello describían hace ya una década y media. El ciudadano ideal de la ciudad por proyectos se desenvuelve a partir de principios de equivalencia muy similares a los de los emprendedores, pero la actividad emprendedora presenta una novedad, que es el particular énfasis en la necesidad de adaptación e innovación.

El problema es que nosotros tenemos que educar a los niños y niñas del sistema educativo argentino para que hagan dos cosas: o sean los que crean esos empleos, que le aportan al mundo esos empleos, generan, que crean empleos -crear Marcos Galperin's- o crear argentinos y argentinas que sean capaces de vivir en la incertidumbre y disfrutarla. De entender que no saber lo que viene es un valor.

Esteban Bullrrich (El Destape, 16 de febrero de 2017)

Los diagnósticos que se realizan desde el ecosistema emprendedor están atravesados por el supuesto de que nos encontramos frente a un incipiente proceso de modernización tecnológica que está transformando las relaciones laborales de forma radical. En este escenario, la *batalla cultural* que se brinda desde el estado es muy profunda y apuesta a transformar de raíz la estructura moral del país. Si en este trabajo nos limitamos a intentar comprender las motivaciones de los actores que impulsan estas políticas, los dispositivos que utilicen y los efectos que eso produzca en la sociedad deberá constituir una preocupación de futuras investigaciones.

"Argentina tiene 850 mil pymes aproximadamente. ¿Vos te pensás que las 850000 pymes se van a poder reconvertir a los avances tecnológicos del futuro? si sobreviven 200 mil tenemos suerte, el resto..." (Manuel Tanoira, Integrante del Executive Board de ASEA. Responsable de políticas públicas. Entrevista personal realizada el 24 de mayo de 2018.)

La actividad emprendedora, así, aparece como una dimensión necesaria para preparar a la población argentina para insertarse en un mundo que está cambiando, y se erige como el criterio de ordenamiento jerárquico en la sociedad. Y, en tanto "el estado de grandeza no debe ser atribuido de una vez y para siempre" (2017: 184), la actividad emprendedora requiere de constante revalidación.

"A los cambios te tenés que adaptar, hay que ver si te adaptas bien o mal." (Gustavo Svarzman. Entrevista personal realizada el 4 de abril de 2018.)

La edificación de políticas públicas (sectoriales, pero también comunicacionales, culturales y educativas) a partir de estos supuestos apuesta por intervenir en las formas que adopta la moral de las personas: es decir, en la reconfiguración de subjetividades y del lazo social.

Ser un emprendedor no es solo una profesión o un llamado, no es solo un modo de actividad económica o un algo consagrado por el derecho privado. Deber y querer ser emprendedor es también un modo de concebirse y de orientarse a sí mismo y a los otros: es decir, se trata de una forma de subjetivación. El actuar emprendedor designa menos un estado de cosas que un campo de fuerza: es una meta a la que apuntan los individuos, una medida según la cual juzgan su actividad, un ejercicio cotidiano que cultivan, y un generador de verdad, ante el cual se reconocen [...] El campo de fuerza emprendedor podrá liberar potencialidades desconocidas, pero conduce también a una sobreexigencia permanente.

(Bröckling, 2015: 13)

El discurso emprendedor hegemónico no fue un mero instrumento de marketing para ganar elecciones. Las entrevistas que realizamos nos permitieron reconstruir las justificaciones morales que operan por detrás y se fueron ordenando como un discurso relativamente coherente acerca de las formas de intervenir el Estado y pensar el desarrollo en la Argentina. Forma parte de una articulación de sentidos arraigada en la convicción de que es posible transformar la matriz cultural de la Argentina. Es una operación hegemónica en tanto proyecta nuevas formas de pensar la igualdad, la jerarquía social y el bien común, y que construye marcos comunes de interpretación entre algunos grupos económicos y el poder político, y que han encontrado en Cambiemos una oportunidad inédita para proyectarse desde el Estado.

Sería apresurado extraer conclusiones definitivas sobre los posicionamientos de estos grupos económicos en relación a las disputas alrededor de la forma que adopta el modelo de desarrollo en la Argentina. Las articulaciones hegemónicas en nuestro país son dinámicas e inestables y no debería sorprendernos si en un futuro próximo los posicionamientos político-hegemónicos del ecosistema se modifican y los sentidos alrededor del significante *emprendedor* son disputados desde otros campos ideológicos. En este sentido, resulta necesario realizar nuevas investigaciones sobre estos actores. Poseen características particulares y despliegan estrategias de articulación política

novedosas que ya han demostrado su efectividad. Sobre su capacidad de posicionarse como clase dirigente y asegurarse espacios en la conducción política, económica y moral de la sociedad, todavía queda mucho por escribir.

Conclusiones

Los enfoques globales terminan a menudo dando una importancia preponderante a factores explicativos -con frecuencia de orden tecnológico, macroeconómico o demográfico- que son considerados como fuerzas ajenas a los seres humanos y a las naciones, que se verían de esta forma obligadas a padecerlos del mismo modo que se soporta una tormenta. Para este neodarwinismo histórico, las "mutaciones" se nos impondrían como se imponen a las especies: depende de nosotros adaptarnos o morir. Sin embargo, los seres humanos no sólo padecen la historia, también la hacen y nosotros queríamos verlos manos a la obra.

(Boltanski y Chiapello, 2002: 34)

A lo largo de este trabajo hemos apostado por reconstruir el desarrollo del ecosistema emprendedor porteño, sus vínculos políticos y los sentidos que el emprendedorismo encarna.

La categoría de "emprendedor" y "emprendedorismo" se encuentran fuertemente cargadas de significaciones simbólicas, lo que explica parcialmente por qué resultan tan efectivos para movilizar representaciones identitarias tan diversas. En este sentido, tanto en la literatura académica como en el uso cotidiano que le dan los actores, emprendedor es un término polisémico, que no tiene un sujeto concreto y cuyo significado se desplaza constantemente. De hecho, proliferaron en los últimos años los significados más amplios: aquellos que reconocen como emprendedores a sujetos que no necesariamente inician una organización con fin de lucro (particularmente los emprendedores sociales) y una multiplicidad de definiciones que hacen referencia a habilidades, actitudes o formas de vida, más allá de la ubicación objetiva del sujeto en la estructura productiva.

En este sentido, ser emprendedor no es solo una profesión ni una categoría conceptual. En tanto estructura identidades, constituye también una gramática de la acción (Boltanski y Chiapello, 2002), o una forma de subjetivación (Bröckling, 2015). Es decir, un conjunto ordenado de valores y reglas que configuran una visión del mundo y orienta la acción de los actores, caracterizada principalmente por ideales meritocráticos y la propensión al riesgo, la flexibilidad y capacidad de adaptación, la libertad individual, la cultura del trabajo, la innovación, la creatividad, la generación de valor y el liderazgo, entre otros. Y es desde este marco de representaciones morales que los actores producen una crítica social. Es decir, disputan a otras gramáticas la construcción de un orden moral en la sociedad.

Con más fuerza a partir del año 2013, los discursos que se proyectan desde el ecosistema emprendedor adquirieron nuevas significaciones políticas. En esta línea, hemos caracterizado como "discurso emprendedor hegemónico" al conjunto de sentidos que se consolidaron como dominantes en el ecosistema emprendedor pero que también se proyecta hacia el conjunto de la sociedad. Es en este sentido que el discurso

emprendedor constituye una forma de subjetivación, participando del juego de la construcción de nuevas formas de sentido común.

El ecosistema emprendedor porteño constituye una red cohesionada y estable de vínculos entre actores (mayoritariamente varones) vinculados de forma privilegiada a la creación de nuevas empresas, pero del que también forman parte OSC, universidades y actores gubernamentales, entre otros. A su vez, esta red se encuentra sólidamente enlazada a redes nacionales, regionales y globales. De hecho, el primer *boom* del emprendedorismo se dio a finales de la década del '90, cuando los emprendedores pioneros y se propusieron *importar* el veloz crecimiento del sector tecnológico de Estados Unidos a Buenos Aires. En estos años se conformó Endeavor, la primera de las organizaciones núcleo que logró articular actores para la consolidación del ecosistema emprendedor.

Entre estos actores, hemos identificado el enorme peso que poseen los Nuevos Empresarios de la Tecnología (NET) en la consolidación efectiva y la conducción moral del ecosistema emprendedor, y su nuevo protagonismo político no puede ser subestimado. Los NET disputan un espacio cada vez más importante en la economía real, manejan empresas millonarias con inversiones globales y despliegan sus actividades en sectores de la economía particularmente dinámicos y desregulados. En este sentido, continuar estudiando sus vínculos con el poder político constituye un desafío para la sociología económica y política.

En la medida en que estos empresarios son de nacionalidad argentina pero sus capitales, fuerza de trabajo, clientes e incluso domicilio fiscal en muchos casos se encuentra fuera del país, y las empresas que dirigen no constituyen corporaciones familiares de larga data sino empresas jóvenes y en rápida expansión, los NET poseen características que los diferencian de los grupos económicos tradicionales de la Argentina. Este fenómeno no es estrictamente local, sino que el ascenso de esta nueva burguesía es un fenómeno mundial que responde a transformaciones en el capitalismo global.

El gobierno de la Ciudad de Buenos Aires jugó un rol activo en la consolidación del ecosistema durante los dos mandatos de Mauricio Macri. La construcción de estos vínculos y coordinación de agendas le permitió al Pro identificar antes que otras fuerzas políticas el potencial político que tenían el conjunto de representaciones vinculadas al emprendedorismo. En el marco de una creciente polarización política y la lenta consolidación de un polo de centroderecha alrededor del Pro, el Gobierno de la Ciudad se convirtió en la vidriera desde la cual proyectar los valores vinculados a la innovación, la libertad o la cultura del trabajo presentes en el imaginario emprendedor. En este contexto, a partir del 2013 el ecosistema emprendedor entró en la fase política hegemónica en un proceso íntimamente ligado a lo que ocurría en el GCABA.

El gobierno de la Ciudad desplazó en 2013 al funcionario que había asumido hasta el momento la ejecución de las políticas de desarrollo emprendedor (Gustavo Svarzman) y lo reemplazó por Mariano Mayer. El flamante Director General de Emprendedorismo, a diferencia de Svarzman, no poseía formación técnica ni trayectoria en el Estado, pero

formaba parte de un círculo de actores del ecosistema que se estaba nucleando para impulsar la conformación de la Asociación de Emprendedores de Argentina, que sería la segunda organización núcleo del ecosistema emprendedor.

La tarea de Mayer fue doble: por un lado, impulsó una reestructuración de las políticas de la Ciudad y desplegó fuertes operativos de comunicación para lograr mayor visibilidad. Pero esto constituye apenas la cara más visible de un giro más profundo en las políticas públicas: el nuevo equipo adoptó una definición amplia de emprendedorismo. En esta redefinición de los destinatarios de las políticas públicas, lograr un mayor alcance era un objetivo explícito. Ya no se apostaba por acompañar a aquellos que quisieran iniciar negocios: ser emprendedor constituía una actitud que cualquiera podía adoptar y era un objetivo público promover.

La segunda tarea de Mayer, además de impulsar este cambio de mentalidad entre los habitantes de la ciudad, fue la de participar en el armado de los programas de gobierno que la Fundación Pensar estaba preparando, en caso de ganar las elecciones presidenciales del 2015. Codo a codo con los principales referentes de ASEA, el documento más importante que dieron a luz fue el anteproyecto de la Ley de Emprendedores.

Con esta ley bajo el brazo, en agosto del 2014 ASEA se lanzó oficialmente, consolidando la conducción política del ecosistema emprendedor. Su primer presidente, Facundo Garretón, se lanzó poco después como precandidato a diputado del Pro, y sería más adelante uno de los impulsores de la Ley de Emprendedores, sancionada en el año 2016.

En la medida en que Mauricio Macri afianzaba su proyecto político desde la Ciudad de Buenos Aires, el discurso emprendedor hegemónico logró articularse de forma efectiva con otros sentidos y discursos que el Pro intentaba movilizar y que formaban parte del ámbito partidario del Pro. En un clima político de fuerte polarización y disputa por la hegemonía a nivel nacional, "el cambio" fue el significante vacío por excelencia de la campaña de Cambiemos durante el 2015, que fijaba una cadena amplia de demandas insatisfechas durante el ciclo kirchnerista.

Hacia el interior de esta cadena, al "cambio" se subordinaron una serie amplia de significantes más específicos. En este sentido, el significante "emprendedor" se convirtió en un significante flotante, que fijaba una parte de esta cadena más amplia. En términos de demandas, consolidó canales de comunicación entre un sector de las élites y el Estado. la Ley de Emprendedores, sancionada en el 2017, constituye la más importante de las conquistas del ecosistema emprendedor. En términos discursivos, los significados que anclaba la categoría "emprendedor" se encontraba vinculada a una gama amplia de significados vinculados a la libertad, la cultura del trabajo, la creatividad, la innovación y la flexibilidad, entre otros. Estos sentidos, que se desplazaban constantemente, se articularon con una reinterpretación de la historia argentina en la que el emprendedorismo aparecía como un valor constitutivo de la idiosincrasia nacional. En esta relectura, eventos históricos como la Guerra de la Independencia de 1810, las olas

migratorias de principios del siglo XX o la salida de la crisis del 2001 se encontraban plagados de emprendedores.

En la medida en que hemos dedicado tantas páginas de este trabajo a comprender los vínculos que el ecosistema emprendedor estableció con el Pro, esperamos que esta investigación pueda constituir un aporte en los esfuerzos por comprender los ámbitos sociales de pertenencia del partido que hoy gobierna la Argentina. Pero el discurso emprendedor que hemos caracterizados como hegemónico no debe ser entendido como una construcción monolítica, sin fisuras y sin disputas hacia su interior. El repertorio de acción política del ecosistema emprendedor se encuentra lo suficientemente consolidado como para salir a disputar la arena de la discusión pública, pero al mismo tiempo es lo suficientemente joven (a diferencia de las estrategias que despliegan otros grupos sociales) como para adaptarse, articularse e incluso subordinarse si es necesario a otras representaciones de mayor arraigo en el discurso público. En este sentido, las fronteras que fija la categoría "emprendedor" son móviles. Si bien hoy estas representaciones se encuentran hegemonizadas por un espacio político de centroderecha, es probable que veamos durante los próximos años algunas disputas por la reapropiación de estos conceptos. De hecho, también existen discursos emprendedores contrahegemónicos en la economía popular sobre los que no hemos profundizado en este trabajo, pero que pueden constituir un reservorio de símbolos y discursos que disputen mayores espacios en la arena pública en un futuro próximo.

En este sentido, entendemos que analizar el fenómeno de la propagación de representaciones vinculadas al emprendedorismo únicamente en clave de dominación neoliberal, como han señalado algunos autores y comentaristas políticos, limita la comprensión del fenómeno. Las disputas alrededor del emprendedorismo son un fenómeno complejo y configuran un campo de acción cuyo desenlace se encuentra abierto. En esta misma línea, la interpretación de que las representaciones del emprendedorismo constituyen una avanzada *antipolítica* resulta todavía más problemática. Por el contrario, hemos querido reflejar cómo la penetración capilar del discurso emprendedor hegemónico se encuentra en el núcleo de procesos de reconfiguración muy profundos del orden social de nuestro país.

Epílogo

Julio de 2019

Pasaron ya dos años de la sanción de la ley de Emprendedores. En un país tan turbulento como la Argentina, el mapa político se sacudió en varias ocasiones y nos dirigimos a unas elecciones cruciales, que el mismo oficialismo viene caracterizando públicamente como las más importantes desde la recuperación de la democracia (Perfil, 12 de julio de 2019). El polarizado escenario electoral presenta una característica novedosa: parece reflejar la consolidación de dos polos, uno de centroizquierda y uno de centroderecha, lo que configura un panorama electoral atípico para el país.

En este marco, algunas de las figuras más importantes del ecosistema emprendedor comenzaron a ocupar espacios más visibles de la agenda pública, defender de manera más enfática al gobierno de Mauricio Macri y advertir sobre el riesgo que implicaría el regreso al poder de un gobierno de signo peronista. El caso de Marcos Galperín resulta emblemático: se consolidó como uno de los principales impulsores de una reforma laboral y comenzó a polemizar públicamente con algunos dirigentes de la oposición (ver Manuel Aguilera, sd). Beneficiado por la brusca devaluación del peso, la desregulación de la cuenta capital y la política de tasas altas que implementó el macrismo, y en el marco de una fuerte expansión regional, durante los últimos años Mercado Libre reorientó su modelo de negocios del sector comercial al financiero tecnológico, y la valuación de la empresa se multiplicó por 5 desde el 2015.

Pero a nivel global el mapa de los Nuevos Empresarios de la Tecnología también presenta articulaciones novedosas. En junio de 2019 un consorcio de 28 empresas tecnológicas liderado por Facebook (y del cual Mercado Libre forma parte) anunció el lanzamiento de Libra, una criptomoneda respaldada por activos financieros. Los emprendedores comienzan a disputarles a los Estados nacionales la emisión monetaria: La Asociación Libra, controlada por estas megacorporaciones, opera como un banco central de facto (Brandom, 18 de junio de 2019), y despertó preocupación en todo el arco ideológico por el impacto que puede llegar a tener en la economía global (ver Stoller, 18 de junio de 2019 o Alexei Oreskovic, 17 de julio de 2019).

Apelando a las herramientas conceptuales y metodológicas de la sociología política, esta tesis constituye una mirada exploratoria sobre las relaciones de poder que se establecieron alrededor del emprendedorismo en la capital del país. Pero para comprender el nuevo mapa de actores en las disputas por la hegemonía en la Argentina y la región, resulta necesario continuar indagando sobre los Nuevos Empresarios de la Tecnología y su capacidad para construir agendas políticas, consolidar su legitimidad y mejorar su posición en la estructura económica. Las herramientas metodológicas de la sociología económica y los estudios de las élites pueden contribuir a iluminar nuevas dimensiones de este fenómeno, que está demostrando capacidad para sacudir el tablero político y movilizar representaciones sociales de una manera que el empresariado tradicional de la Argentina hacía muchos años que no lograba interpelar.

Agradecimientos

Como producir conocimiento científico es por definición una tarea colectiva, agradecer una contribución para una investigación es también reconocer a las personas que son, de alguna manera, coautores de este trabajo.

Para Alejandro, por quien siento una profunda admiración intelectual y me acompañó siempre de forma atenta, desafiante y comprensiva, solo me quedan palabras de agradecimiento. Ni con un hijo recién nacido ni después de asumir la dirección de la carrera dejó de leerme y darme espacio para encontrarnos.

Tampoco puedo dejar de agradecer a Alejandro, Gustavo, Mariano, Santiago, Marcela, Andy, Gabriel, Alejandra, Manuel, Facundo y Matías, los verdaderos conocedores del ecosistema emprendedor que me brindaron entrevistas y orientaron en el proceso de investigación.

A Mery Mérola, que entre cafés y audios de whatsapp me ayudó a comprender el campo y me ahorró semanas de trabajo en búsquedas bibliográfica. Y a Patricia Kolesnikov, que me ayudó a reconstruir la presencia del emprendedorismo en los medios de comunicación.

A Juli, Santi, Aldu y Lucila, mis compañeres de taller que me leyeron, aconsejaron y aguantaron hablar sin parar sobre emprendedorismo. Y a Alejandra, mi mamá y lectora incondicional.

Y, por último, agradezco a todos y todas los que hacen y defienden la Universidad pública. Recibirme de sociólogo es un enorme privilegio, convertido en un derecho, gracias a ese esfuerzo colectivo. Porque sin universidad no hay ciencia, y sin ciencia no hay futuro posible.

Anexo

Cuadro 4: cuadro de entrevistados

·	zadaro 1. cade	aro de entrevistado			
Nombre	Fecha de la entrevista			Cargo al momento de la entrevista	
Alejandro Mashad	22/3/18	-Docente -Emprendedor	-UdeSA -UMET -TESSA	-Director del Centro de Entrepreneurship -Director del Centro de Emprendedores -Fundador	-Director ejecutivo Endeavor (2004-2011)
Gustavo Svarzman	4/4/18	-Funcionario (Cambiemos)	-Ministerio de Producción de la Provincia de Buenos Aires	-Subsecretario	-Subsecretario de desarrollo económico (2008-2013)
Mariano Mayer	10/4/18	-Funcionario (Cambiemos)	-Ministerio de Producción de la Nación	-Secretario de Emprendedores y PyMEs	-Director General de Emprendedores del GCABA (2013-2015) -Socio del estudio Tanoira Cassange (sd-2013)
Santiago Bilinkis	18/4/18	-Emprendedor	-Quasar Ventures (y otras)	-Fundador	-Vice-presidente de Endeavor (2009-2014) -Comunicador y conferencista sobre temas de emprendedorismo
Marcela Cristini	19/4/18	-Académica	-FIEL	-Economista senior	-Realizó estudios de impacto para las políticas de desarrollo emprendedor del GCABA
Andrés Freire	25/4/18	-Emprendedor -Funcionario (Cambiemos)	-Legislatura CABA	-Legislador porteño (encabezó la lista en 2017)	-Emprendedor (Officenet, Quasar, entre otros) -Ministro de Modernización, Innovación y Tecnología del GCABA (2015-2017) -Socio fundador de ASEA -Presidente de Endeavor (2009-2014) -Presidente YPO (sd-2012)
Gabriel Jacobsohn	26/4/18	-Académico -Funcionario (Cambiemos)	-UBA -UNSAM -INCUBAR (Red Nac. de Incubadoras en SEPyME)	-Profesor e investigador -Asesor del centro de emprendedores -Profesor -Responsable de capacitación	-Realizó estudios de impacto para las políticas de desarrollo emprendedor del GCABA
María Alejandra Méndez	7/5/18	-Asociación Civil	-INICIA	-Directora ejecutiva	
Manuel Tanoira	24/5/18	-Emprendedor	-Tanoira Cassange abogados -ASEA	-Socio -Director de políticas públicas y socio fundador	-Fue redactor de la Ley de Emprendedores y uno de los principales lobistas de ASEA
Facundo Garretón	7/6/18	-Emprendedor -Funcionario (Cambiemos)	-Congreso de la Nación	-Diputado Nacional por Tucumán	-Emprendedor (invertironline.com) -Fue socio fundador y primer presidente de ASEA

Matías Kelly	3/8/18	-Emprendedor -Funcionario -Asociación Civil	-Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación	-Secretario de Economía Social	-Emprendedor (Confites) -Emprendedor social (Sumatoria, ENI Di Tella, entre otras) -Director ejecutivo de Ashoka (2013-2015) -Director ejecutivo de Sistema B (2015) -Jefe de Gabinete de la
					Dirección General de Atención Vecinal

Cuadro 5: principales indicadores de la situación del emprendedorismo en la Argentina según el GEM

Indicador					Media de países
Tasa de actividad emprendedora en etapa temprana total (TEA)	5,97	14,51	12,46	18,49	14,87
Tasa de dueños/gerentes en negocios establecidos ⁶⁷	6,71	7,9	8,5	8,28	8,87
Oportunidades percibidas	29,65	44,29	43,43	44,94	43,75
Capacidades percibidas ⁶⁸	43,08	61,16	48,86	58,84	53,5
Miedo al fracaso	37,77	25,77	36,97	30,49	33,94
Intención de emprender	13,36	27,96	21,66	31,32	26,3

FUENTE: Elaboración propia en base a datos disponibles en

https://www.gemconsortium.org/country-profile/36

Cuadro 6: referentes de las "organizaciones núcleo" del ecosistema emprendedor

	Espacio institucional	Nombres
Endeavor	Consejo de fundadores	Andy Freire
		Carlos Adamo
		Eduardo Elsztain
		Lisandro Bril
		María Eugenia Estenssoro
		Oscar Toppelberg
		Santiago Bilinkis

⁶⁷ Porcentaje de la PEA que es dueña o gerencia un negocio establecido que pagó salarios, renta o cualquier otro tipo de pago a los dueños por más de 42 meses.

⁶⁸ Porcentaje de la PEA (excluyendo a los que integran la TEA) que creen poseer las habilidades y conocimientos necesarios para comenzar un negocio.

		Manda Chahan
	December 201	Woods Staton
	Board Nacional	Guibert Englebienne
		Marcos Galperín
		Luciano Nicorra
		Gustavo Grobocopatel
		Martín Migoya
		Eduardo Elsztain
		Roberto Souviron
		Adolfo Rouillón
		Nicolás Szekasy
		Diego Manfio
		Carlos Miguens
		Federico Braun
		Julián Groisman
		Guillermo Conti
		Nelson Duboscq
		Vanesa Durán
Asociación de	Executive Board	Ezequiel Calcarami
Emprendedores de		Mark Paul Ramondt
Argentina		Daniel Tricarico
		María Cecilia Ribecco
		Martin Ferrari
		Manuel Tanoira
		Alejandro Ramírez
		Jorge Araujo Müller
		Consuelo Summers
		Hernán Moretti
	Advisory Board	Gustavo Grobocopatel
		Alejo Nitti
		Juan Waehner
		Nelson Duboscq
		Marta Cruz
		Marcelo Salas Martínez
		Alfredo Poli
		Sandro Scaramelli
		Eduardo Bruchou
		Andrés Jara
		Alejandro Estrada
		Alec Oxenford
		Raul Rivera
		Juan Pablo Swett
		Facundo Garretón
		Esteban Wolf
		Ezequiel Calcarami
		Silvia Torres Carbonell
		Juan Roure
		Juan Noule

Francisco Murray
Javier González Pedraza
Juan Di Nucci
Sean Summers
Gabriel Marcolongo
Julia Bearzi
Daniela Kreimer

Fuente: Elaboración propia en base a información recuperada de

 $\underline{\text{https://www.endeavor.org.ar/nuestra-organizacion/}} \, \mathbf{y} \, \underline{\text{http://www.asea.com.ar/quienes-somos/}}$

Consultadas por última vez el 17 de enero de 2019.

Bibliografía

Publicaciones académicas

- Adamovsky, Ezequiel (2017). El cambio y la impostura. *La derrota del kirchnerismo, Macri y la ilusión Pro*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Planeta.
- Aldrich, Howard E. (2005). *Entrepreneurship* en "Handbook of economic sociology". New York, Princeton University Press.
- Álvarez Martínez, Paola. Ibarra García, Sabrina. Menéndez, Cecilia. Federico, Juan y Kantis, Hugo. (2016). El ecosistema emprendedor de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Una mirada exploratoria. *Revista PyMEs, innovación y desarrollo, Vol. 4 (N° 1),* pp 146-174.
- Birch, David L. (1979). *The Job Generation Process*. Cambridge: MIT Program on Neighborhood and Regional Challenge.
- Bishop, Mathew y Green, Michael (2008). Philantrocapitalism. How giving can sabe the world.
- Boltanski, Luc (2017). Un nuevo régimen de justificación: la ciudad por proyecto. *Revista Entramados y perspectivas. Vol. 7* (N° 7), pp 179-209.
- Boltanski, Luc y Chiapello, Eve 2002 [1999] *El nuevo espíritu del capitalismo*, Akal, Barcelona.
- Bröckling, Ulrich (2015). El Self Emprendedor. Santiago de Chile, Chile: Universidad Alberto Hurtado.
- Castellani, A. (2007). Difusión de ámbitos privilegiados de acumulación en la historia argentina reciente. Intervención económica estatal y comportamiento empresario, 1966-1989. *Sociohistórica*, *N° 21-22*, pp. 17-53.
- Cerutti, Simona 2015 [1996] "Proceso y experiencia: individuos, grupos e identidades en Turín, en el siglo XVII", en: Revel, Jacques 2015 [1996] Juegos de escalas. Experiencias de microanálisis, UNSAM Edita, San Martín.
- Devesa, Jorge Eduardo (2011). Hacia una economía con rostro humano: el capital social en acción para superar la crisis. Recuperado de http://www.todaviasomospocos.com/wp/wp-content/uploads/2012/06/Hacia-una-econom%C3%ADa-con-rostro-humano.pdf
- Errejón Galván, Iñigo (2012). La lucha por la hegemonía durante el primer gobierno del MAS en Bolivia: un análisis discursivo. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- Galetto, María José. García, Anahí Melisa y Ferreyra, Raúl Maximiliano (sd). Las Empresas B y la Economía Social Solidaria. Recuperado de http://academiab.org/wp-content/uploads/2017/04/Empresas-B-y-Economi%CC%81a-Social-Trabajo-Final.pdf

- García, Domingo (2006). Discurso oficial y adversidad. Implantación de la modalidad emprendedora en México. *Trayectorias, Año VIII, N° 20-21.*
- Gartner, William B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*
- Hernández, Silvia; Nepomiachi, Ezequiel y Ré Carolina (2017). Seamos un país de 40 millones de emprendedores Interpelaciones ideológicas en tiempos neoliberales. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales. UBA, N° 93, Mayo 2017.
- Kantis, Hugo (2014). Middle-class entrepreneurs and their firms: A regional view and international comparison. En Lora, Eduardo y Castellani, Francesca (Ed.) Entrepreneurship in Latin America: a step up the social Ladder? (pp. 53-80) New York: Inter-American Development Bank.
- Kantis, Hugo (Ed.), con la colaboración de Angelelli, P. y Moori Koenig, V. (2004).

 Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional.

 Washington: BID / FUNDES.
- Kantis, Hugo (2017). Brief N° 1 Parte B Surgimiento y desarrollo de ecosistemas. Los casos de Santiago de Chile y Buenos Aires. Prodem.
- Kirzner, Israel (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Knight, Frank (1921). Risk, Uncertainty and Profit. Boston: Houghton Mifflin.
- Laclau, Ernesto (2015). La razón populista. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lora, Eduardo y Castellani, Francesca (Ed.) Entrepreneurship in Latin America: a step up the social Ladder? (pp. 53-80) New York: Inter-American Development Bank.
- Low, Murray B.; Macmillan, Ian C. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. En *Journal of Management;* Jun 1988; Vol. 14 n°2.
- Malec, Cecilia (2017). Empresas B: una solución para el mundo Análisis del caso Guayakí (Tesis de grado). Universidad de San Andrés. Victoria, Buenos Aires.
- Martínez, Claudia; Puentes, Esteban y Ruiz-Tagle, Jaime (2013). Micro-entrepreneurship Training and Asset Transfers: short term impacts on the poor. Santiago de Chile. Serie de documentos de trabajo 380.
- Mazzucato, Mariana (2013). *The Entrepreneurial State: debunking public vs. private sector myths.* Anthem, United Kingdom.
 - -(2014). A misión-oriented approach to building the entrepreneurial state. Innovate UK, Technology Strategy Board.
 - -(2015). The Creative State. PSA Journal Issue 2, United Kingdom.
- Mérola, María (2017). ¿Nueva Política Pública o Moda Pasajera? El caso de la política de desarrollo emprendedor de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre 2008 y 2015. Buenos Aires. Georgtown University.

- Monzón Campos, José Luis (2013). Empresas sociales y economía social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la U.E. Revista de Economía Mundial. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567008
- Motta, Gustavo Javier (2013). Aproximaciones en torno al universo empírico del empresariado católico nacional: la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa en el marco de la crisis y la salida del régimen de convertibilidad. *Documentos de investigación social. Número 23.* San Martín, Provincia de Buenos Aires.
- Mouffe, Chantal (2007). *En Torno a lo Político*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económico.
- Murillo, S. (2011). "La nueva cuestión social y el arte neoliberal de gobierno", en Revista Cátedra Paralela, N° 8, p. 9-32.
- Natanson, José (2017). La "ola amarilla" en Argentina. Reconfiguraciones tras el triunfo de Cambiemos. Revista Nueva Sociedad, N° 272.

 -(2018) ¿Por qué? La rápida agonía de la Argentina kirchnerista y la brutal eficacia de una nueva derecha. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Siglo veintiuno editores.
- Pereyra, Diego (2013). Notas para una sociología de la cultura emprendedora, en Simón González y Eduardo Matozo, Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor: experiencias de la Red Latinoamericana de Buenas Prácticas de Cooperación Universidad-Empresa. Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral.
- Pfeilstetter, Richard (2011). El Emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. Gazeta de Antropología.
- Portantiero, Juan Carlos (1977). "Economía y política en la crisis argentina", en Revista Mexicana de Sociología, N°2.
- -(1981) Los usos de Gramsci. Folios Ediciones 1981.
- -(2003). Clases Dominantes y Crisis Política en la Argentina Actual. Biblioteca Virtual Universal.
- Ronconi, Lucas; Anchorena, José (2012). *Entrepreneurship, Entrepreneurial Values, and Public Policy in Argentina*. Inter-American Development Bank Working Paper Series IDB-WP-316
- Santos Ortega, Antonio (2014). La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global, N° 127,* pp. 29-43. Valencia.
- Schumpeter, Joseph (1912). The Theory of Economic Development. Cambridge: Harvard University Press
- -(1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. Cambridge, United States; Harvard University Press.

- Schuttenberg, Mauricio (2017). La revolución de la alegría ¿Una articulación populista? Revista Questión. Vol 1 (N° 53). Pp. 127-148. La Plata, Provincia de Buenos Aires.
- Solimano, Andrés (2014). Entrepreneurship, the middle class, and social mobility: an overview of literature. En Lora, Eduardo y Castellani, Francesca (Ed.) Entrepreneurship in Latin America: a step up the social Ladder? New York: Inter-American Development Bank.
- Sternberg, R., y Wennekers, S. (2005). The determinants and effects of new business creation using global entrepreneurship monitor data. Small Business Economics, 24(3), 193-203
- Van Stel, A.J; Carree, M.A.; Thurik, Roy (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. En Small Business Economics. Castro, Jorrat y Szenkman, 2013.
- Vommaro, Gabriel (2017). La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
 -(2019). Estado y Alianzas..., cuarenta años después. Elementos para pensar el giro a la derecha en Argentina. Revista de Ciencias Sociales, Vol 32 (N° 44).
- Weber, Max. 1930. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. Trans. Talcott Parsons. New York: Scribner

Publicaciones institucionales

- ARCAP. (2017). Panorama argentino de inversiones de capital privado, emprendedor y semilla.
- Bisang, Roberto; González, Andrea. Hallak, Juan Carlos. López, Andrés. Ramos, Daniela y Rozemberg, Ricardo (2014). Public-Private Collaboration on Productive Development Policies in Argentina. IDB Working Paper Series; 478, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Castro, Lucio; Jorrat, Diego; Szenkman, Paula (2013). Estudio de Caso del Programa Buenos Aires Emprende (BAEP) y las PYME de Servicios de Software e Informática (SSI) de Argentina. Documento de Trabajo nro 113, Programa de Integración Global y Desarrollo Productivo, Área de Desarrollo Económico, CIPPEC. Ciudad de Buenos Aires.
- Cristini, Marcela y Bermúdez, Guillermo (2012). Buenos Aires Emprende (Programa para Emprendedores del Ministerio de Desarrollo Económico Subsecretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires): Evaluación de impacto de las ediciones 2008 a 2010. Buenos Aires.
- Endeavor (2018). 20 años de alto impacto. Recuperado de https://www.endeavor.org.ar/wp-content/uploads/2018/11/IMPACT-REPORT-2018-VERSI%C3%93N-DIGITAL.pdf Consultado por última vez el 18 de enero de 2019.

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Centro de Investigación Entrepreneurship IAE (2015). GEM 2014 Resumen Buenos Aires Argentina.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Centro de Investigación Entrepreneurship IAE (2016). GEM 2015 Resumen Buenos Aires Argentina.
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2011). Libro Blanco del Desarrollo Emprendedor Porteño consensos, propuestas y estrategias para los próximos diez años.
- Inversión de Impacto en Argentina. Oportunidades y desafíos (Reporte) (2017). Mesa ejecutiva de Inversión de Impacto. Disponible en http://inversiondeimpacto.net/wp-content/uploads/2017/05/Reporte-Inversion-de-Impacto-Argentina-2-entrega.pdf
- Kantis, Hugo, con la colaboración de Gonzalo, Manuel y Drucaroff, Sergio (2012). El Programa de Desarrollo Emprendedor (PDE): una evaluación de sus logros y desafíos. Ciudad de Buenos Aires.
- Levy Yeyati, Eduardo. Montané, Martín y Schteingart, Daniel (2017). Radiografía del trabajo argentino. Argentina 2030, Jefatura de Gabinete de Ministros de Presidencia de la Nación.
- Ruffo, H.; Butler, I.; Galassi, G.; González, G. (2013). El impacto del programa "Buenos Aires Emprende" en la creación de empresas innovadoras. En Perspectivas sobre el Desarrollo: Emprendimientos para la transformación productiva. CAF.
- Torres Carbonell, Silvia (2011). Reporte GEM Argentina 2011. Centro de Entrepreneurship, IAE Business School.
- Torres Carbonell, Silvia (2013). Reporte GEM Argentina 2012. Centro de Entrepreneurship, IAE Business School. Torres Carbonel, 2016
- Medios de comunicación, páginas institucionales y redes sociales
- @BAinnovación (17 de agosto de 2017). Recuperado de https://twitter.com/BAinnovacion/status/898216701598322689 Consultado por última vez el 6/8/18
- @marcos_galperin (26 de octubre de 2015). Recuperado de https://twitter.com/marcos_galperin/status/658590455567904768 Consultado por última vez el 16/1/19
- @Matthewstoller (18 de junio de 2019). Recuperado de https://twitter.com/matthewstoller/status/1141004776882298880 Consultado por última vez el 28/7/19
- @Mazzucato@ (23 de abril de 2016). Disponible en https://twitter.com/mazzucatom/status/723891964677074944?lang=es
 Consultado por última vez el 27/9/18. Traducción realizada por el autor. Cita

- original: "Yesterday spoke w Argentina President Macri. Talked abt role of state in innovation & why neoliberal econ policies fail. Not sure he got it."
- Aguilera, Manuel (27 de mayo de 2019). De Galperines y emprendedores. Recuperado de http://www.unsam.edu.ar/margenes/marcos-galperin/
- Andy Freire (sf). Emprender es el pasaporte a la libertad individual. Recuperado de https://www.linkedin.com/in/andyfreire/ Consultado por última vez el 16/1/19.
- ASEA [ASEA. Asociación de Emprendedores de Argentina] (24 de septiembre de 2015). ASEA: Aportá tu ADN Emprendedor [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=CUzkSv Izh0&t=1s Consultado por última vez el 16/1/19
- ASEA [ASEA. Asociación de Emprendedores de Argentina] (3 de diciembre de 2014). Lanzamiento ASEA 25 de septiembre, 2014 [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=vAhKLbmvyuw&t=1s Consultado por última vez el 16/1/19.
- Asiain, Andrés (6 de agosto de 2017). "Emprendedurismo": Capitalismo e individualismo. *Página 12.* Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/54682-emprendedurismo Consultado por última vez el 16/1/19.
- Brandom, Russell (18 de junio de 2019). Facebook's cryptocurrency has a trust problema. Recuperado de https://www.theverge.com/2019/6/18/18683867/facebook-cryptocurrency-libra-calibra-trust-banking Consultado por última vez el 28/7/19
- Brodersen, Juan (17 de julio de 2017). Ezequiel Adamovsky: "La ideología emprendedora del macrismo es antipolítica". *Clarín.* Recuperado de https://www.clarin.com/cultura/ezequiel-adamovsky-ideologia-emprendedora-macrismo-antipolitica 0 S1kq2BKSb.html Consultado por última vez el 16/1/19.
- Diaz, Javier (15 de septiembre de 2013). Realidades y estadísticas acerca del fracaso de las nuevas empresas. *Negocios y emprendimiento*. Recuperado de https://www.negociosyemprendimiento.org/2013/09/realidades-y-estadisticas-fracaso-nuevas-empresas.html Consultado por última vez el 16/1/19.
- El País (14 de julio de 2015). Nueve de cada diez startups no llegan a los tres años de vida. *Cinco días. El País.* Recuperado de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/07/13/emprendedores/14367851 07 302353.html Consultado por última vez el 16/1/19.
- Endeavor Argentina (11 de enero de 2018). 20 años de Endeavor, creyendo en la Transformación. *Novedades, Endeavor.* Recuperado de https://www.endeavor.org.ar/20-anos-endeavor-creyendo-la-transformacion/ Consultado por última vez el 16/1/19.
- Finnovista (20 de marzo de 2018). El ecosistema Fintech de Argentina crece por encima del 80% en 18 meses y se posiciona como cuarto ecosistema en América Latina.

- *Finnovista.* Recuperado de https://www.finnovista.com/actualizacion-fintech-radar-argentina-2018/ Consultado por última vez el 16/1/19
- Forbes. 21 de mayo de 2018. 50 argentinos más ricos: la lista completa. Recuperado de http://www.forbesargentina.com/50-argentinos-mas-ricos/ consultado por última vez el 1/8/18.
- https://www.businessinsider.com/alexandria-ocasio-cortez-libra-questions-facebook-david-marcus-2019-7
- Infobae (15 de septiembre de 2016). Radiografía de los "Cuatro Unicornios": quienes son y qué hacen. *Infobae*. Recuperado de https://www.infobae.com/politica/2016/09/15/que-son-los-cuatro-unicornios-de-la-economia-argentina/ Consultado por última vez el 16/1/19.
- iProfesional (18 de junio de 2014). El 80 por ciento de los emprendimientos no sobreviven más de dos años. *IProfesional, Managment.* Recuperado de https://www.iprofesional.com/notas/189582-emprendedores-startups-iae-El-80-por-ciento-de-los-emprendimientos-no-sobreviven-mas-de-dos-anos Consultado por última vez el 16/1/19
- Manuel de la Fuente (21 de octubre de 2011). Bill Drayton: "El emprendedor social provoca un cambio importante y sistémico en la sociedad". *ABC.* Recuperado de https://www.abc.es/20111021/cultura/abci-bill-drayton-entrevista-201110211002.html Consultado por última vez el 16/1/19.
- Ministerio de Producción. Disponible en: http://www.produccion.gob.ar/leyemprendedores (Consultado por última vez el 16/10/2017)
- Perfil (12 de julio de 2019). Vidal: "Son las elecciones más importantes desde la vuelta de la democracia" https://www.perfil.com/noticias/politica/maria-eugenia-vidal-dijoson-elecciones-mas-importantes-desde-vuelta-democracia.phtml Consultado por última vez el 28/7/19
- RAE (2018). Emprendedor, ra [versión electrónica]. Madrid. Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de http://dle.rae.es/?id=Esffwg4 Consultado por última vez el 16/1/19.
- TEDx Talks (2 de febrero de 2015). Tecnologia y ciudad | Mariano Mayer | TEDxITBA [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=ImywDH3K494 Consultado por última vez el 16/01/19.
- TEDxASB (sf). Theme: Social Entrepreneurs. Social Innovators. TED. Recuperado de https://www.ted.com/tedx/events/9183 Consultado por última vez el 16/1/19.
- Un país con 40 millones de emprendedores (sf). *Programa de gobierno de Cambiemos 2015.* Recuperado de https://www.cuantocumple.com.ar/wp-content/uploads/2017/10/emprendedores.pdf Consultado por última vez el 16/01/19.

Urdinez, Micaela (4 de febrero de 2016). No son todos CEO: boom de perfiles sociales en el Gobierno. *La Nación.* Recuperado de https://www.lanacion.com.ar/1867977-no-son-todos-ceo-boom-de-perfiles-sociales-en-el-gobierno Consultado por última vez el 16/1/19.