XI Jornadas de Jóvenes Investigadorxs

Instituto de Investigaciones Gino Germani

26, 27 y 28 de octubre de 2022

**Título de la ponencia:“¿Quién es un emprendedor? Análisis de los procesos de definición de los destinatarios de las políticas públicas de fomento al emprendedorismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2000-2019)”**

Magdalena Garmendia

IHUCSO-UNL/CONICET

magdalenagarmendia@gmail.com

Estudiante de doctorado (FSOC-UBA)

Eje 11 Estado, instituciones y políticas públicas

[No publicar]

**Resumen**

El siguiente trabajo tiene por objetivo analizar las mutaciones en el proceso de definición y clasificación de los destinatarios de las políticas públicas de fomento al emprendedorismo diseñadas e implementadas por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La ciudad se distingue por ser pionera en el desarrollo de políticas públicas de fomento al emprendedurismo en el país. En consonancia con la expansión del fenómeno a escala global, el gobierno de Aníbal Ibarra (2000-2006) implementó los primeros programas de formación dirigidos a emprendedores pertenecientes a las industrias del diseño y de base tecnológica y luego, con la llegada del PRO estas políticas se extendieron a toda la población. Si bien, todos estos programas designaron a sus destinatarios como “emprendedores”, el significado asignado no fue unívoco ni permaneció invariante a lo largo del tiempo. A través de la realización de entrevistas semi-estructuradas a agentes estatales, el análisis de fuentes documentales y registros de observación participante en cursos de capacitación analizaremos los cambios la definición de los destinatarios y los criterios empleados para su clasificación entre 2000 y 2019. Consideramos que observar estas mutaciones permite alcanzar una comprensión más exhaustiva del proceso de expansión y transformación de las políticas emprendedoras de la CABA acontecido en este período.

**Palabras clave**: políticas públicas, emprendedores, Estado

∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹∹

**Introducción**

En un artículo titulado “*Who is an entrepreneur?*” (1989), el economista William Gartner se propuso inteligir las características distintivas del emprendedor. Con este objetivo, confeccionó una lista con 32 definiciones extraídas de la literatura especializada. Algunas concebían a los emprendedores como personas extraordinarias capaces de lograr metas inalcanzables; otras de impronta schumpeteriana lo vinculaban con la introducción de nuevos bienes y métodos al mercado, en tanto las más terrenales y sintéticas, asociaban al emprendedor con la creación de organizaciones sin precisar cualidades ni requisitos. Finalmente, arribó a la conclusión de que las distintas y, a menudo vagas, definiciones sobre el *entrepreneur* y su “perfil psicológico” eran tan genéricas, diversas e incluso contradictorias que podrían encontrarse en todos los seres humanos. (Gartner, 1989).

A más de tres décadas de esta publicación, aún no hay consenso sobre quién es un emprendedor. Las definiciones más estrechas restringen su uso a los actores que introducen innovaciones en el mercado mientras que las más amplias incorporan el autoempleo como una modalidad de emprendedorismo (Reynolds et al,1999). Pese a esta falta de acuerdo, o precisamente por eso, el término no ha cesado de expandirse. Las mieles del emprendedorismo llenan secciones de diarios y programas de televisión, los emprendedores exitosos son considerados ejemplares por gobernantes y organismos internacionales, las universidades ofrecen cursos de fomento al desarrollo emprendedor y los bancos premian a los proyectos de emprendimientos más novedosos. Desbordando las fronteras del discurso académico, el léxico emprendedor logró permear esferas tan disímiles como la publicidad, la ciencia y la autoayuda.

Una de las esferas alcanzadas por el discurso emprendedor fueron las políticas públicas. A partir de la década de 1990 y desde diversas latitudes, los Estados comenzaron a implementar programas que estimulaban la creación de emprendimientos en respuesta a un abanico heterogéneo de problemas socio-económicos: desde la incubación de *startups* innovadoras que motoricen el crecimiento hasta el fomento a la creación de emprendimientos de autoempleo y familiares como estrategia de subsistencia y mitigación de la pobreza. Aún cuando sus diferencias en términos de objetivos, instrumentos y población objetivo resultan notorias, las políticas coincidían en referiste a sus destinatarios como “emprendedores/as”.

Teniendo en cuenta las fronteras lábiles y resbaladizas del vocablo emprendedor, ¿de qué manera definen los Estados a la población objetivo? y ¿bajo qué criterios de inclusión y exclusión? En este trabajo analizaremos el proceso de definición y clasificación de los destinatarios de las políticas públicas de fomento al emprendedorismo (PPFE) diseñadas e implementadas por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Por su carácter pionero y la relevancia asignada a la temática emprendedora en la agenda local, esta ciudad constituye un “caso crucial” para este estudio. A través de la realización de entrevistas semi-estructuradas a actores estatales, el análisis de fuentes documentales y registros de observación participante en programas analizaremos los cambios la definición de los destinatarios y los criterios empleados para su clasificación entre 2000 y 2019. El estudio diacrónico comienza con la aparición de los primeros programas y finaliza en 2019, año previo a la crisis sanitaria del COVID-19.

En estas casi dos décadas, distinguimos tres etapas en el desarrollo de las PPFE correspondientes a distintas definiciones de los destinatarios. La primera, que se extiende desde 2000 hasta 2007, se caracteriza por políticas orientadas a proyectos de base tecnológica o con un alto grado de innovación en consonancia con una concepción estrecha del *entrepreneur.* La segunda, comprende desde el desde el desembarco de PRO en la ciudad hasta 2013, se destaca por la instalación de la figura del emprendedor como destinatario de las PPFE junto una expansión denotativa de la categoría que incluye a sectores productivos y comerciales no tecnológicos y de baja escala. Por último, a partir de 2014 y hasta 2019, se registra un giro político-moral del emprendedorismo. Esta mutación involucra una forma de actuar y vivir en el mundo que comprende y excede la esfera económica y, por lo tanto, implica una concepción ética del emprendedor como destinatarios.

El trabajo se estructura en dos secciones. En primer lugar, a partir de una breve revisión de las reflexiones sobre la categoría emprendedor inscriptas en la perspectiva foucaultiana, se presentan los lineamientos teóricos y metodológicos que guían la indagación. marco teórico y la estrategia metodológica utilizada. Luego, se analizan las características de las distintas etapas identificadas en el proceso de definición y clasificación de los destinatarios de las PPFE del caso estudiado.

**1.1 Marco teórico**

Actualmente, el vocablo “emprendedor” refiere a dos categorías gramaticales distintas: el mismo término puede ser usado como adjetivo calificativo (ej, María es una persona emprendedora) o bien como sustantivo (ej, el/la emprendedor/a desarrolló una nueva aplicación). De acuerdo con la definición más estabilizada, el término designa la cualidad de emprender “con resolución acciones o empresas innovadoras”[[1]](#footnote-0). Sin embargo, hacia mediados de la década de 1980, se evidencia un proceso de nominalización en la lengua castellana (Seriot, 1986) por el cual el hasta entonces adjetivo “emprendedor” comienza a ser empleado también como sustantivo para designar a quienes fundaban una nueva empresa o negocio (los emprendedores). Este proceso de nominalización que se inicia en el campo de la economía y el management se expande a otros ámbitos, como las políticas públicas, la psicología y la autoayuda, en concordancia con la irradiación discursiva del emprendedorismo que tiene lugar desde fines del siglo XX (Wadhwani y Lubinski, 2017).

En las últimas décadas, con la expansión del vocablo emprendedor en el discurso público, desde las ciencias sociales y humanas diversos trabajos intentaron aprehender este concepto. A contrapelo de las lecturas hagiográficas que circulan en publicaciones de divulgación y medios de comunicación (Rottenberg, 2004; Freyre, 2014; Catalano, 2017; Estenssoro y Naishtat, 2017), estos estudios demostraron que la creciente centralidad del emprendedor respondía más a cambios contextuales que a las cualidades excepcionales atribuídas.

Una de las formas más referenciadas de aproximación al emprendedor, como categoría, es la que ofrecen una serie de estudios recientes interesados en la intersección entre el neoliberalismo y la configuración de una forma de subjetividad a la que denominan: subjetividad emprendedora que interpela a los individuos a actuar como “empresarios de sí mismos”: artífices exclusivos de sus propias vidas y economistas de sí mismos (Laval y Dardot, 2013; Bröckling, 2015; Brown, 2018; Puello Socarrás, 2010; Fridman, 2019; Gago, 2014). Asimismo, con la inflación retórica del emprendedorismo durante la presidencia de Mauricio Macri (2015-2019), algunos trabajos interpretaron la evocación a la figura del emprendedor como una forma de interpelación ideológica sustentada en la promesa del acceso a una felicidad identificada con el éxito personal (Catanzaro y Stegmayer, 2018, Otemín-Browne, 2018).

Aún cuando estos trabajos ofrecen aportes valiosos para comprender la proliferación del lexema emprendedor, consideramos que presentan al menos dos limitaciones analíticas. En primer lugar, los trabajos sociológicos reseñados tienden a subsumir el estudio del emprendedor, como figura, rol o categoría, al despliegue del neoliberalismo. De modo que, el emprendedor es concebido como un epifenómeno de la expansión de un tipo de racionalidad o forma de subjetivación específica. En este sentido, consideramos que la circunscripción del emprendedor a una ideología o racionalidad impide observar que esta categoría se expandió más allá de los confines del neoliberalismo, incluso en formaciones discursivas que lo impugnan como la economía social y solidaria (Coraggio, 2013a, 2013b; Presta, 2011). Con sentidos contrapuestos, el emprendedor floreció en territorios antagónicos.

En segundo lugar, los trabajos enumerados tendieron a desatender el lugar de las instituciones estatales en la producción de los emprendedores, como categoría social, así como en la difusión de determinados valores y patrones. Dado el lugar medular que ocupa el Estado en la producción de categorías, clasificaciones y representaciones sociales (Bourdieu, 2014, Sharma y Gupta, 2006) consideramos que es preciso resituar la centralidad de institución estatal en la construcción del emprendedor como categoría social, cristalizando sentidos sedimentados o bien impulsando torsiones semánticas.

Como afirma Pierre Bourdieu (2014), la producción de categorías sociales constituye una de las funciones más generales del Estado. A través de la nominalización, la autoridad estatal detenta el monopolio de la violencia simbólica designando personas, asignando roles y construyendo identidades. En algunos casos, como el poeta, el Estado nombra lo innombrable “haciendo que existan cosas que no deberían existir” (Bourdieu, 2014: 52) y, en consecuencia, amplía el repertorio de identidades reconocidas. En otros, legítima categorías sociales existentes, reforzando características positivas o negativas asociadas.En todos, produce estructuras y principios de clasificación que organizan y dotan de sentido el mundo social.

Una de los instrumentos centrales a través de los cuales la autoridad estatal ejerce el poder simbólico son las políticas públicas. Como los trabajos sobre construcción de poblaciones objetivo (*target population*) (Schneider & Ingram, 2005; Jurik y Cowgill, 2005; Haney, 2002) han demostrado, las respuestas estatales sobre “cuestiones socialmente problematizadas” (O’ Donnell y Oszlak, 1995), constituyen una herramienta primaria en la adscripción de significados a las categorías sociales. A través de las políticas públicas, los Estados definen los atributos apropiados de diversos grupos, las correspondientes responsabilidades y los comportamientos esperables, y de este modo, inscriben, cristalizan o bien cambian categorías sociales. En la definición de sus destinatarios como sujetos merecedores, necesitados o titulares de derecho, los Estados imprimen sentidos sobre diversos grupos y envían mensajes al conjunto de la sociedad sobre la ponderación de cada uno de ellos. En este sentido, es plausible concebir la relación entre las políticas públicas y las construcciones sociales en términos de una interacción recíproca de afectación mutua.

¿De qué manera los Estados producen o reproducen categorías sociales? ¿Cómo ejercen el poder simbólico de categorización a través de las políticas públicas? El análisis del funcionamiento estatal supone, como advierte Bourdieu, “evitar el riesgo de aplicar al Estado una idea de Estado” (2014: 6) que reproduzca una visión expandida de la institución estatal como ente unívoco, homogéneo y auto-consciente. Una escapatoria posible consiste adoptar una perspectiva del abordaje del funcionamiento del Estado “desde adentro” (Bohoslavsky y Soprano, 2010), lo que implica desplazar la mirada hacia las múltiples personas que, a través de sus intervenciones, “hacen al Estado”.

Focalizar la atención sobre las prácticas, sentidos e intereses de los actores diluye la visión monolítica de la institución estatal y en su lugar se configura una composición más heterogénea, fragmentada y coral. En esta arena, los agentes estatales construyen y rearman categorías, trazan líneas entre destinatarios, asignan roles deseables a través de las cuales ponen en acto la potestad legítima de nombrar. Apoyados en repertorios argumentales, soportes físicos y recursos materiales, los actores producen definiciones estatales legítimas frente a otros (sus destinatarios, el conjunto de la sociedad, etc,) al tiempo que disputan el poder de denominar con otros actores al interior de la arena estatal.

La adopción de una perspectiva “desde adentro” que observe las prácticas y los sentidos de los actores estatales, además de ofrecer una imagen caleidoscópica del Estado, permite comprender la polionomasia existente en la nominación de las poblaciones objetivo en las políticas públicas. Es decir, entender por qué los mismos individuos o grupos reciben diversos nombres e identidades por parte de la institución estatal a lo largo del tiempo y, a la inversa, por qué conglomerados heterogéneos son aglutinados bajo una misma nomenclatura.

**1.2 Metodología**

El trabajo adopta una perspectiva metodológica cualitativa para el análisis de las prácticas y los sentidos asignados por los actores estatales encargados del diseño y la implementación de políticas públicas de fomento al emprendedorismo del GCBA. A los fines de este estudio, consideramos que este distrito constituye un “caso crucial” por tres razones: a) el carácter pionero del gobierno porteño en el desarrollo e implementación de políticas de este tipo; b) la centralidad que ocupa la temática emprendedora tanto interior del gobierno como en la agenda pública local y c) la recurrencia en el uso del vocablo emprendedor para denominar a los destinatarios de los programas. Por las razones enumeradas, el caso seleccionado nos permite explorar, a partir de un un estudio diacrónico, el proceso de definición y clasificación de los sujetos de las políticas de estímulo a la creación de unidades productivas como “emprendedores”.

Para estudiar este proceso, empleamos distintas técnicas de recolección y análisis de datos. En primer lugar, recopilamos, sistematizamos y analizamos un conjunto variopinto de materiales compuesto por normativas (leyes, resoluciones, decretos) y materiales elaborados por organismos oficiales (manuales, informes, balances, presentaciones). En una segunda etapa realizamos observación participante en cursos de capacitación, actividades y eventos masivos de fomento al emprendedorismo organizados por el GCBA desarrolladas entre junio-noviembre de 2019. A partir del material documental y las observaciones registradas, realizamos entrevistas en profundidad en base a cuestionarios semi-estructurados a funcionarios, agentes estatales (gerentes, coordinadores y técnicos) y “facilitadores” (agentes no estatales que actúan como ejecutores últimos de las políticas)[[2]](#footnote-1).

A partir de los datos recopilados efectuamos una reconstrucción genealógica del proceso de construcción del emprendedor como sujeto de las políticas. Esta tarea involucró el análisis de las lógicas, sentidos y prácticas de los actores estatales a cargo de la producción de las políticas pero también el modo en que las definiciones de los destinatarios son actualizadas en el proceso de implementación de los programas.

**2.1 De la empresa al individuo: la construcción del emprendedor como drive del desarrollo**

A partir de la década de 1980, en el marco de la irradiación discursiva del emprendedorismo y en sintonía con la emergencia de la economía del conocimiento (Audretsch, 2007; Srnicek, 2018), funcionarios, empresarios y expertos desplazaron la expectativa puesta en las grandes compañías como impulsoras del crecimiento hacia las nuevas empresas (Pages, Freedman y Von Bargen.,2003; Lundstrom y Stevenson, 2005). La premisa subyacente era que el driver del crecimiento económico ya no se sustentaba en las robustas corporaciones industriales sino en los nacientes emprendimientos de base tecnológica (startups) que introducían bienes simbólicos al mercado u ofrecían nuevas combinaciones de bienes y servicios. Por lo tanto, era necesario estimular la formación de emprendedores que con sus innovaciones condujeran al desarrollo económico.

En estos años, primero Estados Unidos y Gran Bretaña, y posteriormente Alemania, Israel y Finlandia implementaron programas dirigidos a financiar la creación de nuevas empresas y fomentar la constitución de una sociedad afín a los valores emprendedorismo: propensa al riesgo, innovadora y dispuesta a la adaptación (Audretsch, Grilo y Thurik, 2007; Lundstrom y Stevenson, 2005)[[3]](#footnote-2). A diferencia de las políticas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas (pymes) preexistentes, estas intervenciones estatales no estaban dirigidas a las unidades productivas mismas sino a los individuos, sean emprendedores efectivos o potenciales. Desde esta perspectiva se considera que el emprendedorismo es un proceso que se inicia antes que la empresa, con la intención de llevar a cabo una idea o explotar una oportunidad de negocio. En este proceso los individuos “toman conciencia de la posibilidad de tener un negocio como una opción o una alternativa viable, desarrollan ideas de negocio, aprenden el proceso de convertirse en emprendedor y llevan a cabo el desarrollo de un negocio” (Audretsch,Grilo y Thurik, 2007: 98).

Una década más tarde, estas iniciativas serán puestas en marcha en países de América Latina, en muchos casos en articulación con organizaciones no gubernamentales y financiamiento de organismos internacionales, que encuentran en el emprendedorismo una herramienta para mejorar la situación económica y social en países en vías de desarrollo (Kantis, 2004). Es en este escenario que en 1999 el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires crea el programa Jóvenes Emprendedores con el objetivo de promover la cultura emprendedora en las instituciones de enseñanza media[[4]](#footnote-3). Pese a su breve existencia, el programa constituye el primer antecedente de PPFE a nivel subnacional y muestra la recepción temprana de la temática por parte de la ciudad.

**2.2 Del sujeto al objeto: la instalación del emprendedor como categoría socio-profesional (2000-2007)**

Con la llegada del nuevo siglo, las políticas de estímulo a la actividad emprendedora germinaron en la ciudad de Buenos Aires. Sin embargo, este despliegue no respondió únicamente a la viralización de la agenda emprendedora a escala global sino a factores endógenos, problemáticas locales y estrategias de actores estatales de la secretaría de producción. En el escenario de la crisis de 2001, la política productiva local estaba focalizada en las empresas recuperadas por sus trabajadores[[5]](#footnote-4). La demanda por el control obrero de las fábricas impulsada por diversas agrupaciones políticas, organizaciones de base y movimientos sociales y los reclamos por un nuevo encuadramiento legal dominaban la agenda del área de producción. Desde la perspectiva de los funcionarios, los programas orientados a empresas recuperadas no sólo resultaban conflictivos y “muy politizados” sino que tampoco ofrecían resultados de gestión favorables y, por lo tanto, susceptibles de ser comunicables.

Es así que en la búsqueda de una agenda “más positiva” que le otorgara otra impronta a la política productiva, un grupo de actores estatales descubren la temática emprendedora: un tópico “interesante, original, que prácticamente no tenía ningún antecedente en el país y hasta diría en la región” (Marcelo, funcionario de la secretaría de producción, GCBA, comunicación personal, marzo 2022). Por su novedad, la temática emprendedora también se presentaba como una ventana de oportunidad para que el gobierno de la recientemente autónoma Ciudad de Buenos Aires desplegase una agenda productiva independiente del Ejecutivo nacional, que hasta entonces se había focalizado en los temas afines a la pequeña y mediana empresa más no en la creación de nuevos emprendimientos.

En este contexto, la secretaría de producción crea las primeras PPFE durante la administración de Aníbal Ibarra (2000-2006). En este período se instauraron dos incubadoras, una de base tecnológica (BAITEC) y otra especializada en emprendimientos de diseño, turismo y bienes culturales (IncuBA)[[6]](#footnote-5), y se lanza el concurso Buenos Aires Emprende orientado a potenciar la puesta en marcha de nuevos emprendimientos innovadores (Baruj, 2004; Cristini y Bermúdez; 2012; Ruffo et.al, 2012). Enmarcadas en un enfoque economicista del emprendedorismo, estas iniciativas tenían por objetivo fomentar el desarrollo de empresas innovadoras en sectores considerados estratégicos, como el turismo, los bienes culturales y el software, a fin de incrementar la tasa de empleo y el crecimiento económico local.
 En esta línea, los programas establecían estrictos criterios de elegibilidad para los emprendimientos beneficiarios. Los proyectos “debían ser escalables, financieramente viables y potencialmente replicables; con alta incidencia de incorporación de mano de obra, con potencial exportador y encontrarse insertos en redes de negocio o de conocimiento” (Ministerio de Desarrollo Económico, GCBA, abril 2008). Por las estrictas condiciones establecidas, los programas alcanzaban a menos de una centena de beneficiarios directos[[7]](#footnote-6) que, a su vez, conformaban un grupo demográficamente homogéneo: adultos (35 años en promedio), mayoritariamente varones, con título terciario o universitarios. Siguiendo estas características, el perfil de los destinatarios de los programas pioneros guardaba correspondencia con la imagen estereotípica del *entrepreneur*: jóvenes con estudios en ingeniería que iniciaban una empresa de base tecnológica (Stevenson y Jarillo, 1990).

Sin embargo, el vocablo emprendedor como categoría social, y aún más como identidad socio-profesional, era incipiente tanto en el lenguaje cotidiano como en el administrativo. En Argentina el galicismo *entrepreneur* había sido introducido en los ochenta por las revistas especializadas en economía y negocios (Garmendia, 2020) y luego por las universidades y organizaciones pro-iniciativa empresarial (Aguilera, 2019), pero dos décadas más tarde su uso todavía era poco frecuente en el castellano rioplatense (Estenssoro y Naishtat, 2017; Rottenberg, 2004). De allí que, el objeto directo de intervención de las primeras políticas del gobierno de la Ciudad eran los emprendimientos: desde la incubación hasta el financiamiento, estaban dirigidas a los proyectos. Como recuerda una de las agentes estatales con mayor trayectoria en los programas de creación de empresas de la ciudad: “No se decía todavía la palabra emprendedor, como que todavía no estaba instalada. Si se empezaba a escuchar, pero era como algo que no estaba acá en el país. [Los destinatarios] eran proyectos; proyectos comerciales o proyectos para hacer algo. (Nuria,agente estatal, GCBA, comunicación personal, agosto 2020).

Es a partir del desembarco del partido Propuesta Republicana (PRO) en la ciudad en 2007, que el gobierno local centra sus esfuerzos en instalar la figura del emprendedor como destinatario de las políticas (Mérola, 2017).“Ahí empezamos con la movida de decirle emprendedor”, rememora Nuria, “en ese momento surgen varias palabras para no decirle emprendedor para que no pareciera muy *yankee* pero en el fondo se empezaba a sentir la palabra emprendedor”. (agente estatal, GCBA, comunicación personal, agosto 2020). En pos de instalar la figura del emprendedor el gobierno local despliega un abanico de acciones que comprenden desde el cambio en la denominación de los destinatarios de los programas en los textos oficiales hasta la sanción de la “Ley de Emprendedores”[[8]](#footnote-7) y la instauración del “Día del Emprendedor porteño”[[9]](#footnote-8), un evento masivo anual de celebración y difusión de los valores del emprendedorismo.

 Por su tónica hacedora, la imagen del emprendedor resultaba congruente con la gramática de la gestión desplegada por PRO (Vommaro y Morresi, 2015; Landau, 2015). A través de estas intervenciones, el Estado local instauró al emprendedor como sujeto merecedor de las políticas públicas dotando de legitimidad el trabajo de construcción categorial iniciado en la década de 1980 por una plétora de actores e instituciones locales a escala global y local.

**2.3 Del innovador al hacedor: la clasificación del emprendedor (2008-2013)**

Además de promover la instalación de la figura del emprendedor, durante la gestión de Mauricio Macri como jefe de gobierno (2007-2015), las PPFE se multiplicaron y extendieron a otros grupos poblacionales. Si bien, el gobierno local continuó con los programas de innovación preexistentes, los funcionarios de la Secretaría de Producción- rebautizada de Desarrollo Económico- crearon un programa de formación emprendedora que buscaba abarcar a “gente que tiene la idea y la quiere poner la marcha; gente que vende zapatillas o tienen una empresa de marketing, lo cual no es algo innovador, pero es algo que funciona y que le da para vivir”(Marcelo, funcionario de Desarrollo Económico,GCBA, comunicación personal, marzo 2022).

Así, a diferencia de los programas anteriores, los emprendimientos contemplados no introducían innovaciones ni resultaban potencialmente escalables, simplemente ofrecían un bien o servicio a partir de la detección de una oportunidad en el mercado. Esta extensión se tradujo en un crecimiento exponencial del número de destinatarios (de 50 proyectos beneficiarios a más de 3000 emprendedores en promedio por año), y en la incorporación de formas de trabajo hasta entonces excluidas: comerciantes, industriales, cuentapropistas, profesionales independientes, trabajadores asalariados. Ante esta heterogeneidad de actividades, ocupaciones y situaciones laborales, ¿quién es, entonces, el emprendedor?

Frente a la expansión de las fronteras denotativas del emprendedor, los actores estatales de la secretaría de producción inician un proceso de redefinición de la categoría actualizando el ejercicio del poder simbólico. Si hasta entonces, el destinatario objetivo era conceptualizado como un jóven universitario con proyectos innovadores en clave schumpeteriana, a partir de la incorporación de otras actividades y rubros, el emprendedor es definido a partir la capacidad de detección de oportunidades de mercado, una cualidad menos exigente y, por lo tanto, socialmente más extendida. Así, el vocablo emprendedor no designa solamente a un actor innovador y disruptivo sino también un ávido detector de áreas de vacancia disponibles para ser capitalizadas. Estos destinatarios son catalogados por los agentes estatales “como individuos con cierta formación educativa (....) y con algún tipo de red de contactos proveniente de sus estudios, trabajo o familia, que lo alientan y lo ayudan en las primeras etapas(...)”[[10]](#footnote-9). Esta redefinición semántica supuso un pasaje del emprendedor innovador al “emprendedor por oportunidad” como destinatario prototípico de las políticas de creación de empresas del gobierno local.

Más esta ampliación no cobijó a todos. La expansión denotativa de la categoría emprendedor fue concomitante con un proceso de clasificación excluyente del heterogéneo universo de individuos que conforman la economía popular: trabajadores que se auto-inventaron el trabajo y que también producen e intercambian bienes y servicios en el mercado. La interpretación oficial sostenía que, en contraposición con el “emprendedor por oportunidad”, este tipo de emprendedores “no ha buscado o detectado una oportunidad, generado un producto o servicio diferenciado, ni tampoco ha investigado algún mercado”, ya que “es su propia situación, el desplazamiento involuntario del mercado de trabajo, el que le ha impuesto salir a ofrecer alguna propuesta para lograr sobrevivir”[[11]](#footnote-10) .

Es así que, a través de la oposición entre “oportunidad” y “necesidad” los hacedores del programa establecieron una frontera simbólica entre aquellos merecedores de las políticas de emprendedorismo y quienes requerían asistencia de otro tipo por parte del Estado. Esta división se correspondía con una representación jerárquica de la actividad emprendedora, tal como ilustro un funcionario mediante la evocación a la metáfora espacial vertical para explicar la ubicación del programa en el organigrama estatal.

¿Dónde se ubica este programa? ¿en qué casillero lo ponés? Yo lo pondría debajo de pyme y lo que nos quedaba abajo y que siempre quisimos que otro ministerio lo tomara y nunca nos dieron mucha bola era el tema de Economía Social (.....) gente que hace empanadas, el que va a la feria a vender y es gente que hace algo, o sea que compra y vende, o sea que fabrica algo en su casa, en su taller y que obviamente no tienen conocimiento, no tienen ningún tipo de acceso al financiamiento, no tienen ni idea de como llegar a sus clientes. (Marcelo, funcionario de Desarrollo Económico,GCBA, comunicación personal, marzo 2022)

En la puesta en acto de las políticas esta frontera discursiva se materializaba a través de una serie de instrumentos y dispositivos. Por empezar, la inscripción al programa se realizaba a través de un formulario online y los destinatarios eran contactados por mail. En años previos a la masificación del uso de los teléfonos inteligentes y las computadoras (autores), la digitalización de la inscripción constituía una barrera de acceso para los sectores económicos más vulnerables. A través de los formularios, los interesados debían postular un proyecto de negocio explicitando las características y problemáticas de su negocio en un lenguaje técnico propio del discurso del management. En cuanto a las capacitaciones, estas eran impartidas en sedes distribuidas en las 15 comunas de la ciudad pero ninguna de ellas se situaba en los barrios populares y por la modalidad de cursada intensiva tenían una alta tasa de deserción.

Como resultado de este proceso de clasificación, los destinatarios del programa de formación emprendedora eran más diversos en cuanto a su actividad y ocupación no así en sus características sociodemográficas. Con la excepción de un incremento en la participación de las mujeres (54% sobre 45,2% varones), al igual que los destinatarios de los programas de emprendimientos innovadores la mayoría de los destinatarios era universitaria (41%) y residía en los barrios de la zona norte de la ciudad (principalmente en Palermo, Belgano, Caballito)[[12]](#footnote-11).

En este proceso de definición y clasificación es plausible observar el modo en que las políticas públicas reforzaron una connotación positiva del emprendedor como un actor económico innovador, hacedor y con un ávido sentido de la oportunidad, transmitiendo un mensaje sobre su valía para el conjunto de la sociedad. De modo que, siguiendo la tipología de Schneider & Ingram (2005), el emprendedor fue construido en términos de una población objetivo favorecida: una identidad socialmente valorada cuyo éxito resulta central para el éxito de la comunidad.

**2.4 Del hacer al ser: la inversión moral del emprendedor (2014-2019)**

En 2014, con el lanzamiento de la candidatura presidencial de Mauricio Macri, la temática emprendedora adquiere centralidad tanto en la agenda pública como al interior de la administración pública local. El trabajo de jerarquización se plasma en la creación de una dirección específica abocada al emprendedorismo y el reemplazo de cuadros técnicos por un funcionariado político vinculado al ecosistema emprendedor local[[13]](#footnote-12) (Mérola, 2017; Aguilera, 2019). A partir de este momento, la gramática emprendedora impregnó diversas políticas públicas, como las educativas (Herrera Cánovas, 2021) y de participación ciudadana (Annunziata, 2022) y adquirió un nuevo significado en miras a “construir un horizonte de polis emprendedora, no atravesada por conflictos, en cuyo marco lo más importante es la realización individual en compromisos flexibles” (Vommaro, 2017:15).

 Desde esta óptica, el emprendedorismo ya no remite a una actividad específica, la creación de empresas, sino que implica una forma de interpretar y actuar en el mundo que trasciende la esfera económica y constituye una forma de vida modélica (Pereyra, 2013). En esta acepción lata, el emprendedorismo constituye un discurso social que aglutina de manera singular, un conjunto de visiones, sentidos, prácticas y técnicas de diversas proveniencias fundado en cuatro ideas-fuerza: a) la creencia en la capacidad individual ilimitada para alcanzar metas propuestas; b) una valoración positiva de los cambios; c) la promoción de una actitud “hacedora” abierta a la movilidad y la actividad constante y; d) una visión vitalista del trabajo.

La investidura moral del emprendedorismo implicó un cambio significativo en la orientación, componentes y población objetivo de las políticas públicas de fomento a la creación de empresas desplegadas por el gobierno local desde comienzos del nuevo siglo. El giro político-moral se tradujo en un desplazamiento del enfoque economicista que hasta entonces habían adoptado las políticas. En esta línea, los programas no sólo se orientaron a incrementar o profesionalizar la creación de negocios propios sino también a difundir un conjunto de marcos interpretativos y “habilidades emprendedoras” que pueden ser puestas en práctica en una pluralidad de situaciones sociales.

Desde la perspectiva de los nuevos funcionarios, el cambio de enfoque demandaba una reforma de los programas capaz de incorporar contenidos y técnicas acordes al desarrollo de habilidades emprendedoras. Con este propósito, se crea el programa Academia BA, que a diferencia de su antecesor, concibe la formación emprendedora de forma integral, es decir, como un proceso que se supone una transformación personal totalizante que se despliega de adentro hacia afuera. En miras a este objetivo, se incorporan discursos provenientes de campos heterogéneos que abarcan desde el management y la psicología hasta la autoayuda y coaching, de los que los programas se nutren de manera ecléctica y pragmática.

Asimismo, con la llegada de funcionarios y cuadros técnicos vinculados al ecosistema local e imbuidos en las discusiones globales sobre emprendedorismo se efectúa una actualización de las técnicas impartidas en los programas de formación incorporando el design thinking y las metodologías ágiles[[14]](#footnote-13) orientadas a la generación de ideas creativas, disruptivas e innovadoras y a su posterior lanzamiento y validación en el mercado. Así, proyectos que hasta entonces no eran más que frases encadenadas en un papel se codifican en mapas, cuadrículas y modelos de negocios.

El rediseño de los programas de formación también supuso la inclusión de tecnologías del yo de la subjetivación contemporáneas (autoexamen y autogestión), que ponen a la relación conmigo mismo en el centro y al yo como objeto de intervención (Bröckling, 2015). Enraizadas en un discurso ecléctico las técnicas permiten traducir las ideas en proyectos innovadores y rentables y comportamientos individuales en pautas de acción deseables. Así, la transmisión de contenidos teóricos y prácticos sobre la creación y la administración de una empresa de manera eficiente a través de los programas impartidos se yuxtapone con la difusión de un modo de actuar “hacedor y proactivo”, la capacidad de resiliencia y la adaptación constante tanto en la esfera económica como en los ámbitos privados, socio-comunitarios y políticos.

Asimismo, el giro político-moral involucró una redefinición de los destinatarios de las políticas. Como describimos, hasta entonces el emprendedor designaba una categoría socio-profesional, primero en un sentido más restrictivo, referida a individuos innovadores, y luego extendida a todos aquellos que fundaban un negocio propio persiguiendo una oportunidad en el mercado. Pese a sus diferencias, en ambos casos el emprendedor hacía referencia a una condición del yo objetiva y mensurable: la creación de un negocio propio.

Con el cambio en la orientación de las políticas, el funcionariado y los agentes estatales del gobierno local se focalizaron en la definición misma del emprendedor acorde al sentido moral dado a la actividad de emprender. A partir de entonces la definición oficial establece que el emprendedor es un “agente de cambio tanto en su vida como en el entorno que lo rodea”. La nueva concepción supuso trastocar los límites de las definiciones ocupacionales y asociarlo con un ethos, una forma de ver, actuar y conducirse en el mundo que puede ser adquirida (Weber, 2019; Montero, 2012). En este sentido, llevar a cabo un proyecto o negocio propio es una expresión más, entre otras tantas, de un tipo de actitud frente al mundo. En las entrevistas, los actores estatales comparten la definición del “ser emprendedor”:

Nosotros no creemos que un emprendedor es solamente aquel que vende algo...emprender es una serie de cualidades y habilidades que desarrolla una persona para liderar un proyecto, para liderar un equipo, para liderar su familia, para crecer en su trabajo dependiente. Digo, hay un montón de cosas que puede hacer una persona con habilidades emprendedoras que no solamente no son vender lapiceras...Emprender es liderar un cambio en tu vida. (Yanina, agente estatal, GCBA, comunicación personal, mayo 2021).

La expansión denotativa del emprendedor “por oportunidad” al emprendedor “agente de cambio” fue el resultado de un trabajo constante por parte de los funcionarios y agentes estatales de modificación del léxico de los programas y de los materiales impartidos en las capacitaciones como en el uso dado por los ejecutores de las políticas. En efecto, desde el momento de la inscripción, los destinatarios son nombrados como “emprendedores”, independientemente de su condición objetiva y la definición oficial es uno de los primeros contenidos que se imparten en los programas. En el primer encuentro del programa de formación Academia BA, la facilitadora transmite a sus asistentes el sentido amplio de la concepción emprendedora: “hay que sacarle el estigma a lo que es emprender (...) todos somos emprendedores.Todos estamos emprendiendo, hasta alguien que está haciendo un CV [currículum vitae] cuenta”. (Registro de campo, taller Crecimiento profesional, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, junio 2019).

La ampliación denotativa se tradujo en una flexibilización de los criterios de elegibilidad de los destinatarios de los programas formativos eliminando el requisito del proyecto de negocio como condición necesaria para acceder a las capacitaciones. De modo que, la inscripción está abierta a todos las personas que vivan, residan o estudien en la Ciudad de Buenos Aires. En consecuencia, los destinatarios del programa de formación emprendedora se duplicaron[[15]](#footnote-14) y diversificación tanto en sus actividades como en sus motivaciones para emprender. Al amplio abanico de ocupaciones y formas de trabajo contenidas en los programas anteriores, se acoplaron personas que tomaban los cursos con la intención de cambiar de empleo, comenzar un proyecto con fines solidarios, o incorporar nuevas habilidades laborales, como el autoliderazgo y la comunicación eficiente para mejorar sus posición en el mercado de trabajo. En definitiva, a todos los impulsaba generar “un cambio en su vida como en el entorno que lo rodea”.

El abandono de los criterios de elegibilidad permitió alcanzar a poblaciones deliberadamente excluidas en las políticas previas, especialmente a los denominados “emprendedores por necesidad”. Dos años más tarde, el gobierno de Horacio Rodríguez Larreta incorpora el emprendedurismo social, una vertiente hasta entonces inexplorada por el gobierno local y bajo este paradigma desarrolla programas de capacitación, asistencia técnica y financiera exclusivamente dirigidos a habitantes de los barrios más vulnerables de la ciudad que tuvieran un emprendimiento en marcha o la vocación de emprender. Estos programas tenían por objetivo “acortar las distintas brechas para que la efectividad de ese emprendimiento que había empezado por necesidad o en una situación de exclusión o de vulnerabilidad relativa pudiera prosperar en la selva del mercado” (Lucas, funcionario, Ministerio de Desarrollo Económico, GCBA, comunicación personal, septiembre 2021).

En suma, la redefinición categorial del emprendedor en términos de una actitud desplazó los criterios de demarcación de las políticas públicas asentados en condiciones objetivas y mensurables del hacer a las ponderaciones subjetivas sobre las cualidades del ser. A través de las políticas públicas de formación, abiertas e irrestrictas, el Estado local prescribe y proyecta formas de actuar adecuadas y deseables. Hacendosos, resolutivos y autodeterminados, los emprendedores representan un sujeto político arquetípico capaz de conducir la economía por la senda del desarrollo pero también de moldear el porvenir redefiniendo los términos contractuales de la relación Estado-sociedad-mercado.

**Consideraciones finales**

En las últimas décadas numerosos trabajos inscritos en las ciencias sociales y humanas intentaron desentrañar las características y especificidades del “emprendedor”, una categoría tan viral como ambigua. Si bien, estos estudios resultaron adecuados para capturar una nueva forma de subjetivación en las sociedades contemporáneas basada en la individuación, desestimaron el rol y la relevancia de la institución estatal en el proceso de definición y clasificación categorial. Es por ello que, amalgamando la conceptualización del Estado presentada por Pierre Bourdieu con la literatura sobre población objetivo de las políticas públicas, a lo largo de estas páginas analizamos el modo en que los agentes estatales ejercen la potestad de nominar a los individuos bajo el rótulo de emprendedores.

Tras un breve racconto de la emergencia del *entrepreneur* como objeto de las políticas públicas a escala global y de los repertorios argumentales en los que se sustenta, analizamos su instalación en los programas de creación de empresas diseñados e implementados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A través de entrevistas a los actores estatales (funcionarios y técnicos) y el análisis documental de materiales gráficos, reconstruimos el proceso de definición de los destinatarios desde los primeros programas implementados en los 2000 hasta 2019, fecha de cierre de esta investigación. Esta indagación nos permite esbozar algunos resultados preliminares.

En primer lugar, se observa el carácter inestable y cambiante de la categoría emprendedor en las políticas de fomento a la creación de unidades productivas locales. En las dos décadas analizadas, el término fue resignificado al menos en tres oportunidades por los actores estatales a raíz de estrategias políticas-partidarias así como de funcionarios y burócratas en pos de una maximización de los resultados de los programas.

En este sentido, identificamos que cada mutación semántica efectuada tuvo por resultado una expansión denotativa del concepto emprendedor de una categoría socio-profesional a una condición del yo. En esta ampliación, el vocablo emprendedor pasó de referir exclusivamente los fundadores de un tipo de empresas específicas, innovadoras, tecnológicas y de diseño a una forma de actuar y conducirse en el mundo. Como correlato de esta extensión semántica, se observa una expansión cuantitativa en los destinatarios alcanzados por las políticas de fomento al emprendedorismo: de una centena de beneficiarios a un promedio de más de 7000 por año. Asimismo, observamos cómo estas transformaciones discursivas se materializaron en la puesta en acto de las políticas mediante una serie de dispositivos e instrumentos: formularios, fijación de requisitos de elegibilidad y la selección de sedes de los programas, y de qué manera, a su vez, estas herramientas impactaron en la delimitación de los grupos poblacionales efectivamente alcanzados.

En suma, el estudio de caso nos permitió observar el modo en que, a través de las políticas públicas, los Estados legitiman categorías sociales existentes reforzando valoraciones y roles asignados sobre determinados grupos pero también, como el poeta, imprimen nuevos sentidos y prescriben pautas de acción conforme a ellos. En próximos trabajos indagaremos el modo en que los destinatarios recepcionan y resignifican los mensajes transmitidos a través de las políticas públicas y el modo que éstos contribuyen en la tarea de (auto) constitución de una identidad emprendedora.

**Referencias bibliográficas**

-Aguilera, Manuel (2019) “Macri al gobierno, emprendedores al poder. El proceso de politización del “ecosistema emprendedor”, 2013-2017. (Tesis de Licenciatura en Sociología), Universidad Nacional de San Martín.

-Annunziata, R. (2022). De la participación a la innovación: las instancias de deliberación online promovidas por la Ciudad de Buenos Aires. Administración Pública Y Sociedad (APyS), (13), pp. 176–200.

-Armstrong, P. (2005) Critique of entrepreneurship: People and policy. New York: Palgrave Macmillan.

-Audretsch, D. (2007) The entrepreneurial society. Oxford University Press: Oxford.

-Audretsch, D. B., Grilo, I., & Thurik, A. R. (2007). Handbook of research on entrepreneurship policy.

-Baruj, G. (2004). “Los programas del gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”. En Kantis,H Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo. (pp. 234-253).

-Bohoslavsky, E. y Soprano, G. (2010). Un estado con rostro humano: funcionarios e instituciones estatales en Argentina desde 1880 a la actualidad, Buenos Aires: Prometeo.

-Bourdieu, P (2014) Sobre el Estado. Cursos en el Collége de France (1989-1992). Barcelona: Anagrama.

-Bröckling, U. (2015) *El self emprendedor.* Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
-Brown, W. ,2018, El pueblo sin atributos. La secreta revolución del neoliberalismo.Barcelona: Malpaso.

-Catalano, S. (2017) Los nuevos reyes argentinos. Las increíbles historias de los fundadores de Mercado Libre, Globant, Despegar y OLX. Paidós: Buenos Aires.

-Catanzaro, G. y Stegmayer, M. (2018) “Inflexiones del neoliberalismo y sus efectos sobre la subjetividad : imperativos y paradojas de una nueva discursividad pública en la Argentina reciente”. Revista de la Carrera de Sociología, vol. 8 núm. 8 2018, 4 - 31.

-Cristini, M. y Bermudez, G. (2012) “Documentos de Desarrollo Económico. Programa Buenos Aires Emprende. Evaluación de impacto de las ediciones 2008 a 2010”. Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL), abril 2012.

-Coraggio, J.L (2013a).”La construcción de otra economía como acción política”. Disponible en: <www.coraggioeconomia.org>.

-Coraggio, J.L (2013b) “Las tres corrientes de pensamiento y acción dentro del campo de la economía social y solidaria”. En Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, vol. 15, núm. 2, noviembre, 2013, pp.11-24.

-Estenssoro, M.E y Naishtat, S (2017) Argentina Innovadora. Buenos Aires: Sudamericana

-Ginesta, V. (2013) Apología del emprendedor: análisis crítico del discurso sobre el interés propio. OXÍMORA Revista Internacional de Ética y Política, 3, pp. 56-74.

-Fridman, D.(2019). El sueño de vivir sin trabajar. Buenos Aires: Siglo XXI.

-Freyre, A. (2014) Pasión por emprender. De Bolsillo: Buenos Aires.

-Gago, V (2014). La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular. Buenos Aires: Tinta Limón.

-Garmendia, M. (2020) “Hacia un entrepreneur criollo. La introducción del emprendedorismo por parte de las revistas especializadas en economía y negocios en Argentina entre 1980 y 2000. En Cuadernos de Historia. Serie Economía y Sociedad. 25, (pp.191-216).

-Gartner, W. (1989) “Who is an Entrepreneur ?Is the Wrong Question”. Entrepreneuriship Theory & Practice, summer 1989, pp. 47-67.

-Haney, L (2002) Inventing the needy: gender and the politics of welfare in Hungary. Berkeley:California Press.

-Herrera Cánovas, G. (2021). “Aprender a Emprender. Las políticas de emprendedorismo educativo en la ciudad de Buenos Aires (2013-2018)”. (Tesis de Maestría), Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences, Georgetown University.

-Irani, L. (2015). “Hackathons and the Making of Entrepreneurial Citizenship” en Science Technology and Human Values, 40(5), pp. 799–824.

-Jurik, N. y Cowgill, J. (2005) “The Construction of Client Identities in a Post-welfare Social Service Program: The Double Bind of Microenterprise Development”. In Schneider, A. L & Ingram, H. (2005) Deserving and Entitled. Social constructions and public policy. New York: State University of New York Press.

-Kantis H. (2004) Desarrollo emprendedor en América Latina y la experiencia internacional. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. Fundes Internacional.

-Landau, M.(2015) “No sólo de globos vive el PRO: el macrismo en la larga tradición del gobierno de la Ciudad”, Revista de Ciencias Sociales, 87, pp.74-79.

-Laval. C, Dardot. P. (2013) La nueva razón del mundo. Barcelona: Gedisa.

-Lundstrom,A.;Stevenson,L.(2005)Entrepreneurship Policy:Theory and Practice,Dordrecht: Kluwer.

-Mérola, M. (2017). ¿Nueva política pública o moda pasajera? El caos de la política de desarrollo emprendedor de la ciudad autónoma de Buenos Aires entre 2008 y 2015. (Tesis de Maestría),Georgetown University. Recuperada de: https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004 .

- Ministerio de Desarrollo Económico, GCBA (2013)Claves para emprendedores: conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto. abril 2013.

-Montero, A.S (2012). Los usos del ethos. Abordajes discursivos, sociológicos y políticos. En Rétor, 2 (2),(pp.223-242).

-O’ Donnell, G y Oszlak, O. (1995) “Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación”. En Revista Redes, vol. 2, núm. 4, pp. 99-128.

-Otemín Browne, C. (2021).”Yo emprendo, tú emprendes, nosotros emprendemos: la categoría de “emprendedorismo” en el discurso de Mauricio Macri”. Mediaciones Sociales, 20, pp. 1-8.

-Pages, Freedman, Von Bargen (2003)Entrepreneurship as a State and Local Economic Development Strategy. En M.Hart, David (comp) *The emergence of entrepreneurship policy.*New York: Cambridge Press.

-Pereyra, D. (2013) “Notas para una sociología de la cultura emprendedora”. En González y Matozo (Coord) Creatividad e innovación aplicadas al desarrollo emprendedor.Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.

-Pizzi, A., & Icart, I. B. (2014). Autogestión obrera y movilización social: El caso de las empresas recuperadas argentinas en la Ciudad de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires. Latin American Research Review, 49(1), 39–61.

-Presta, S.(2011). “Crítica a las ideas de “dignidad” y “autonomía” en la Economía Social: ficciones del mandato de ser digno de ser feliz”, en Revista Otros Logos, N°2, CEAPEDI,

-Puello Socarrás, J.(2010) “Del homo oeconomicus al homo redemptori: Emprendimiento y Nuevo Neo-liberalismo” en Revista Otra Economía, IV (6) pp.181-206.

-Reynolds, P, Hay, M. Camp, M (1999) Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report. 1999. London: London School Business.

-Rottenberg, L. (2004) Crazy as a compliment. New York: Portfolio/Penguin.

-Ruffo, H.; Butler; I; Galassi, G; González, G. (2012) “Impacto De Las Políticas De Fomento Al Emprendedorismo: El Caso De “Buenos Aires Emprende”. Documentos de Trabajo. Noviembre 2012. Caracas: CAF.

-Salgado, R. (2010) “Empresas recuperadas por sus trabajadores: sociogénesis y desarrollo del proceso en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”, documento de trabajo de jóvenes investigadores, n°24, Instituto de Investigaciones Gino Germani, diciembre 2010.

-Sériot, P. (1986). “Langue russe et discours politique soviétique : analyse des nominalisations”. In: Langages, 21ᵉ année, n°81, pp. 11-41.

-Schneider, A. L & Ingram, H. (2005) Deserving and Entitled. Social constructions and public policy. New York: State University of New York Press.

-Sharma, A y Gupta, A.(2006) The anthropology of the state. Oxford: Blackwell Publishing.

-Stevenson, H, Jarillo. C (1990) A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. Strategic Management Journal. 11. Special Issue: Corporate Entrepreneurship (Summer, 1990), 17-27. Recuperado de http://www.jstor.org/stable/2486667

-Srnicek, N. (2018), Capitalismo de plataformas. Caja Negra: Buenos Aires.

-Vommaro, G y Morresi, S (2015) Hagamos equipo: Pro y la construcción de la nueva derecha en Argentina. Los Polvorines: Universidad General Sarmiento Editores.

-Vommaro, G. (2017) La larga marcha de Cambiemos.La construcción silenciosa de un proyecto de poder Buenos Aires: Siglo XXI.

-Wadhwani,D, y Lubinski, C. (2017) “Reinventing Entrepreneurial History”.Business History Review (91). doi:10.1017/S0007680517001374.

-Weber, M. (1905/2019). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo.* Madrid: Akal.

1. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/emprendedor> [↑](#footnote-ref-0)
2. En total se realizaron 21 entrevistas semi-estructuradas. De las cuales, cinco fueron realizadas a funcionarios, nueve a agentes estatales no jerárquicos y siete a facilitadores. La entrevistas se realizaron entre junio de 2020 y marzo de 2022. Los entrevistados, seleccionados a través de la técnicas “bola de nieve”y por redes sociales [↑](#footnote-ref-1)
3. Para comienzos del siglo XXI, más de 13 países habían establecido objetivos para fortalecer la cultura emprendedora e incrementar el nivel de actividad emprendedora. En 2004 la Comisión Europea presentó su agenda para el emprendedorismo en miras a fomentar una mentalidad emprendedora. Ver más en Pages, Freedman y Von Bargen.,2003; Lundstrom y Stevenson, 2005. [↑](#footnote-ref-2)
4. Decreto 2247-99 [↑](#footnote-ref-3)
5. Ver más sobre este proceso en Salgado (2010) y Pizzi, A., & Icart, I. B. (2014). [↑](#footnote-ref-4)
6. La incubadora de empresas es una organización diseñada para acelerar el crecimiento de proyectos emprendedores. Puede incluir una variedad de instrumentos como la disposición de un espacio físico y recursos para desarrollar los proyectos, asesoramiento técnico y financiamiento y acceso a una red de contactos. [↑](#footnote-ref-5)
7. En 2008 fueron aprobados 51 proyectos, en 2009, 61; 2010; 59 y en 2011; 62. Datos extraídos de Cristini y Bermúdez, 2012. [↑](#footnote-ref-6)
8. Día del emprendedor porteño- Ley N° 3.252. [↑](#footnote-ref-7)
9. Ley de emprendedores- Ley N° 4.064. [↑](#footnote-ref-8)
10. *Claves para emprendedores: conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto, 2013: 17.* [↑](#footnote-ref-9)
11. ibid [↑](#footnote-ref-10)
12. Datos provistos por agentes estatales. [↑](#footnote-ref-11)
13. El término “ecosistema emprendedor” es una categoría nativa utilizada para designar al entramado de organizaciones públicas, empresariales, académicas y de la sociedad civil que contribuyen a la promoción desarrollo y fortalecimiento de la actividad emprendedora. [↑](#footnote-ref-12)
14. Este conjunto de técnicas se engloban dentro de las metodologías ágiles, una categoría nacida en la industria del software para designar un modelo de producción caracterizado por la adaptabilidad, flexibilidad y la mejora constante de los productos. [↑](#footnote-ref-13)
15. El programa Academia BA contó con un promedio de 7075 personas entre 2014 y 2019, fecha de finalización del relevamiento. Datos aportados por agentes estatales. [↑](#footnote-ref-14)