

## “La subjetividad Neoliberal en las emprendedoras de la Red EmpoderarSE. 2021”

Romero Villalba, Rocio

FHCSyS-UNSE

[rocio.v10.12@gmail.com](mailto:rocio.v10.12@gmail.com)

### **Presentación:**

El Neoliberalismo como fenómeno comenzó a tomar mayor relevancia en la década de los setenta con las transformaciones políticas, económicas y sociales suscitadas a nivel internacional, regional y nacional; acentuándose en la década de los noventa. Siendo así, las distintas disciplinas sociales buscaron, por un lado, conceptualizar y comprender al mismo atendiendo a sus elementos constitutivos y, por el otro, evidenciar sus consecuencias negativas en las realidades sociales.

En ese sentido, existe un amplio consenso al momento de definirlo -fundamentalmente- como una *doctrina político-económica* instituida en el Consenso de Washington de 1989, es decir, centrada en la dimensión política y económica para comprender la coyuntura geopolítica, los procesos electorales, las decisiones gubernamentales en relación a las políticas públicas, los cambios en la estructura productiva y, por ende, en las relaciones laborales. Sin embargo, al enfatizar solo en esas dos dimensiones, pasan por inadvertido -como dan cuenta algunos autores- el plano inmaterial o más bien subjetivo en donde se (re)configuran y operan las significaciones, sentidos, deseos, percepciones, valoraciones, conductas y prácticas- que constituyen las relaciones sociales y a cada sujeto, en sí.

Por lo tanto, la centralidad de esta investigación en curso<sup>1</sup> está en indagar el Neoliberalismo desde su dimensión subjetiva, es decir, como un productor de subjetividades atravesadas por un paradigma empresarial, competitivo y gerencial de la propia existencia (Alemán, 2016), y de qué manera -puntualmente- se configura en el ser emprendedor. Se puede dar cuenta de ésta relación al advertir que las características de este sujeto neoliberal o

---

<sup>1</sup> Esta investigación empírica se viene desarrollando en los Seminarios I y II de la carrera Lic. en Sociología (UNSE).

neosujeto<sup>2</sup> -expuestas por autores como Laval & Dardot (2013), Boltansky & Chiapello (2002), entre otros- conciben con las cualidades que tienen/deben tener los emprendedores/as, según las diversas teorías sobre emprendedurismo y manuales empresariales.

Para ello, se eligieron como referentes empíricos a las emprendedoras de la Red EmpoderarSE. La misma se creó en el año 2017, y está integrada por mujeres profesionales de la ciudad santiagueña que generaron emprendimientos y lograron posicionarse como marcas desde una “visión empresarial”, es decir, realizando una organización, gestión y racionalización de sus recursos; permitiéndoles crecer y sostenerse en los contextos de incertidumbres, de cambios bruscos, sobre todo desde la economía.

La Red está orientada a brindar un espacio de acompañamiento y formación a través de cursos y actividades como las del “Camino del Mentoreo” que organizan los ocho de marzo de cada año (Día Internacional de la Mujer), y tienen como finalidad acompañar y asesorar a las mujeres que se propongan a emprender. A su vez, sigue los lineamientos de una organización presente a nivel mundial llamada Voces Vitales<sup>3</sup> que busca generar el liderazgo en las mujeres profesionales y de negocios a través de una amplia formación en educación financiera, marketing digital, mercadotecnia, entre otros.

En consecuencia, la selección de este espacio de emprendedoras responde a las observaciones que se realizaron en cuanto a sus mensajes, valoraciones, experiencias, prácticas, etc sobre el emprender y el ser emprendedor, y, mediante los cuales, la subjetividad neoliberal opera implícitamente. Como ejemplos se hallan frases del estilo “sé tu propio jefe”, “en épocas de crisis, algunos lloran y otros se ponen un negocio de pañuelos” y “emprender en tiempos de incertidumbre es solo para valientes”, advirtiéndose esa racionalidad empresarial, individualista y competitiva de la propia existencia.

---

<sup>2</sup> Toma diferentes denominaciones de acuerdo a los autores: “sujeto empresario de sí” en Foucault; “sujeto deudor” en Deleuze; “sujeto de rendimiento” en Chul Han; “sujeto tardomoderno” en Bauman, Giddens, entre otros.

<sup>3</sup> Se creó en 1997 por iniciativa de la entonces primera dama de Estados Unidos, Hillary Clinton. Actualmente está presente en 184 países de América Latina y el Caribe, África, Asia, Europa Oriental y el Medio Oriente. Como se menciona en su página oficial tiene como objetivo “*identificar, capacitar y empoderar a mujeres líderes emergentes y establecidas en todo el mundo, para que puedan crear un mundo mejor*”. Para más información: <https://vocesvitales.org.ar>

Siendo así, esta investigación gira en torno a indagar de qué manera se configura esa subjetividad neoliberal a través de las aptitudes/características de las emprendedoras de esta Red; y de qué modo se organizan para el crecimiento y mantenimiento de sus marcas. Por el momento, las técnicas de investigación utilizadas son las entrevistas a profundidad y el análisis de material audiovisual, dado que, por un lado, responden a la naturaleza cualitativa de la investigación y al diseño exploratorio-descriptivo en el cual se enmarca, y, por el otro, contribuyen a obtener mayor información para la concreción de los objetivos expuestos.

La estructura de la ponencia es la que sigue: en el punto I, se abordará de manera muy general la subjetividad neoliberal con sus respectivas características y los modos de intervenir, constituir y amoldarse a las realidades sociales, y los dispositivos/técnicas con los cuales se sostiene y pervive. En el punto II, se desarrollará conceptual y contextualmente el emprendedurismo y al “ser emprendedor”, dando cuenta de que los rasgos/aptitudes como la voluntad para enfrentar riesgos e incertidumbres; la adaptabilidad, la flexibilidad y creatividad para reinventarse o sostener sus negocios; y la autonomía para tomar decisiones, se aproximan a las características del sujeto neoliberal. En el punto III, se profundizará algunas líneas respecto de los referentes empíricos en que se basó este trabajo de investigación y el análisis. En el punto IV, se expondrá los principales hallazgos de esta investigación en curso, que tiene como finalidad contribuir de manera crítica y reflexiva a las investigaciones sobre la subjetividad neoliberal y la actividad emprendedora, al tratarse de temas muy poco abordados -por separados y de manera relacional- en los distintos espacios generadores de conocimiento científico de la provincia, a pesar de que tomaron mayor trascendencia en los últimos años.

### **I. La subjetividad neoliberal: definición, características y dispositivo/técnicas en las que se sostiene.**

Desde los aportes de Laval & Dardot (2013), se define al Neoliberalismo como una *racionalidad*<sup>4</sup>, es decir, una lógica determinada por la generalización de la competencia como norma de conducta y de la empresa como modo de subjetivación que atraviesa todos los aspectos de la vida humana, produciendo una nueva forma de existencia: el sujeto

---

<sup>4</sup> Fue elaborado por Michel Foucault y continuado por los mencionados autores.

neoliberal<sup>5</sup> o empresario de sí caracterizado por ser autónomo e innovador ante/para las demandas del mercado y la competencia, como flexible y adaptable a los cambios y/o transformaciones propias de esas sociedades. Este fenómeno, se valdrá de diversas técnicas y dispositivos que estarán centradas en la psique -su nueva fuerza productiva- y las emociones -sus nuevos medios de producción<sup>6</sup>- para incrementar la *productividad* y el *rendimiento*.

Estos autores se distancian de las tendencias que conceptualizan a la irrupción de esta nueva racionalidad -en la década del setenta- como “la vuelta del liberalismo” o el “retorno al liberalismo”, al tratarse de dos fenómenos distintos e inconsecuentes. El liberalismo clásico del siglo XIX había surgido de las críticas al antiguo orden (siendo el derecho natural, la libertad del comercio y la propiedad privada sus fundamentos y las bases para el progreso), y debido a las contradicciones que se gestaron, por un lado, en su seno entre los que defendían la intervención del estado en pos del bien común y los que no, y, por el otro, en el funcionamiento del sistema capitalista que actuaba diferente a las leyes postuladas por las escuelas económicas (clásica y neoclásica), conllevaron a su posterior crisis.

El neoliberalismo, por el contrario, emerge como un sistema de normas profundamente inscrito en las prácticas gubernamentales, las políticas institucionales y los estilos empresariales; extendiendo una lógica del mercado a las relaciones sociales y produciendo una subjetividad “contable” mediante el procedimiento de hacer competir sistemáticamente a los individuos entre sí. En palabras de Alemán (2016), es la primera formación histórica que intenta tocar ese núcleo ontológico, es decir, apuntar a la producción misma de la subjetividad para funcionar como botín de guerra del capitalismo actual.

Por lo tanto, posee la capacidad de adaptarse y tomar elementos de cada cultura, como también cada sociedad y sus organizaciones toman elementos de éste (Auat, 2021), siendo capaz de sobrevivir incluso cuando las políticas económicas se desarrollan en explícita

---

<sup>5</sup> Los autores distinguen este nuevo sujeto neoliberal del antiguo sujeto liberal, al establecer que el primero se rige por un modelo de competencia y se contextualiza en un capitalismo financiero; en comparación del segundo que se constituyó por el modelo de intercambio propio del capitalismo industrial.

<sup>6</sup> Chul Han utiliza los conceptos del marxismo para evidenciar el funcionamiento actual del capitalismo financiero por sus formas de producción inmateriales e incorpóreas, como los numerosos seminarios y talleres de management personal e inteligencia emocional, y las jornadas de coaching empresarial y liderazgo; diferenciándose de las fuerzas y los medios de producción de la etapa industrial anterior.

confrontación con él; demostrando así, no estar supeditada a los tiempos de la coyuntura política como se observó en el periodo kirchnerista -caracterizado por la implementación de políticas económicas retributivas-, donde los medios hegemónicos de comunicación y algunos sectores sociales reproducían discursos fomentando la meritocracia, el individualismo y la competencia (propios de esta lógica neoliberal) en contraposición a los valores de solidaridad y cooperación vigentes en los discursos de aquel espacio político.

Esta racionalidad lejos de recurrir a la disciplina<sup>7</sup> para alcanzar al individuo en lo más íntimo, apunta a conseguir el auto-gobierno de aquel, que valiéndose de diversas técnicas y dispositivos centradas en la psique -su nueva fuerza productiva- y las emociones -sus nuevos medios de producción-, lo empujará a actuar sobre sí mismo conllevando a esforzarse y sobrevivir a la competencia; de modo tal, que también lo comprometerá plenamente en su actividad profesional, buscando la excelencia, gestando ideas innovadoras, y adaptándose a los constantes cambios y fluctuaciones del mercado, todo ello bajo la creencia de estar realizándose por su propia voluntad. En otras palabras, se utiliza y explota la libertad -por medio del “poder hacer”- de este sujeto que actúa como un empresario pero de sí, para incrementar su productividad y eficiencia, y, por ende, contribuir al sostenimiento del capitalismo actual.

En ese sentido, los aportes de Boltanski y Chiapello (2002) sobre los discursos y manuales empresariales de los años noventa, dan cuenta de cómo se materializó y justificó ese nuevo espíritu del capitalismo a través de los modos de organización y funcionamiento de las empresas/ámbitos laborales y, fundamentalmente, de las aptitudes/habilidades que comenzaron a requerir de los trabajadores.

Para ello, lo analizaron comparativamente con los discursos y manuales empresariales de los años sesenta, donde señalaban que las organizaciones -de ese entonces- se

---

<sup>7</sup> Chul Han plantea que la sociedad del disciplinamiento de Foucault se va a diferenciar de la sociedad del rendimiento (así denomina a la sociedad neoliberal) actual por sus formas de producción, puesto que la primera produce a través de la negatividad del deber y obedecer -dominando y sometiendo correctamente a los cuerpos para una efectiva explotación de la fuerza de trabajo-, a comparación de la segunda donde se produce mediante la positividad del poder hacer sin límites (valiéndose de la libertad) y la optimización de los procesos mentales y psíquicos (disponiendo de las emociones) -explotando al sujeto en su totalidad para la maximización de la productividad y el rendimiento-. Asimismo se realiza el traspaso de la biopolítica a la psicopolítica y, por ende, una continuidad entre ambas, modificándose las formas de dominación pero no la finalidad.

caracterizaban por ser jerárquicas y burocráticas con un modelo de gestión centralizado y planificado. Los cuadros (llamaban así a sus trabajadores) debían ser personas altamente cualificadas, informadas y especializadas para el lugar que ocupaban en el engranaje productivo, a la vez que eran controladas y evaluadas por un supervisor o jefe para medir su rendimiento y eficiencia. Por esa razón, se encontraban comprometidos en sus empleos puesto que acceder al mercado laboral permitía asegurarse social y económicamente, en un contexto donde regía el Estado de Bienestar contribuyendo a la protección y ampliación de derechos.

En los años noventa, estas cuestiones se fueron modificando con las grandes transformaciones técnicas y tecnológicas del sistema capitalista que conllevaron al cambio constante y acelerado del consumo y la competencia. En efecto, las organizaciones implementaron un conjunto de nuevos métodos de producción fundamentados en la descentralización y externalización de funciones y tareas, que implicaban subcontratar productos y servicios -que anteriormente producían- de otras empresas y, por ende, trabajar de manera conjunta como una red sin unidad temporal y espacial. Esto fue reemplazando la planificación rígida y jerárquica de los sesenta por una gestión empresarial flexible y creativa, en donde los trabajadores ya no eran simples subordinados sino personas independientes que se autorganizaban en equipos pluridisciplinarios, y contaban con amplias aptitudes y habilidades como ser multifacéticos (competentes en numerosas tareas), autónomos (al ampliarse la libertad para la toma de decisiones), innovadores (al tener las habilidades para la creación y concreción de proyectos), y flexibles y adaptables (al poder trabajar con diferentes personas y en las distintas modalidades que se les presente) para sostenerse ante los cambios e incertidumbres permanentes del contexto y responder a la fuerte competencia del mercado.

Siendo así, los sujetos pasan de ser controlados por algún tipo de jefe o personal superior a ser autocontrolados “(...) desplazando la coacción de la exterioridad de los dispositivos organizacionales a la interioridad de estos(...) poniendo énfasis en las “motivaciones intrínsecas” ligadas a la voluntad de realizar el trabajo y al placer de hacerlo (...), y no a cualquier tipo de sistema de sanciones-recompensas situado de forma externa y capaz únicamente de generar “motivaciones extrínsecas” (Boltanski & Chiapello, 2002, pp. 63).

De tal modo, actúa ese dispositivo de poder conllevando al trabajador a comprometerse con el proyecto general de la empresa/ámbito laboral, al percibirlo como algo propio y, por ende, que contribuye a su realización y desarrollo personal. Por esa razón, se crean nuevas profesiones como la del coach y el manager dedicados a desarrollar -a través de cursos, programas, etc- las competencias y las potencialidades de los equipos, trabajando sobre sus aspectos psicológicos, afectivos y relacionales con una única finalidad: incrementar la productividad y el rendimiento.

Al respecto, Chul Han (2014) señala que las técnicas y dispositivos de poder de esta racionalidad o nuevo espíritu del capitalismo ya no buscan explotar -solamente- el tiempo de trabajo sino a toda la persona, por medio de la manipulación terapéutica sobre las psiques -su nueva fuerza productiva- para eliminar todos los bloqueos, debilidades y errores mentales que pueden obstaculizar la producción, y la utilización de las emociones positivas -como nuevos medios de producción- para estimular y generar necesidades y, por lo tanto, maximizar el consumo.

En síntesis, este neosujeto competitivo y “empresario de sí” está todo el tiempo desde su propia relación consigo mismo -y en su relación con los otros- concibiendo, gestionando y organizando su vida como una empresa de rendimiento y plus de gozar. Esto conlleva a una individualización radical de todas las dimensiones de la vida social<sup>8</sup>, en donde el Estado deja de ser responsable de las trayectorias de vida y es suplantado por una moral individual y un derecho “des-solidarizado”, contribuyendo a que las personas tiendan a percibir sus desempeños, éxitos y fracasos de manera individualizada, de manera que les resulte prácticamente imposible establecer una referencia a un todo mayor (Honneth citado por Prestifilippo & Wegelin, 2006). Un ejemplo de ello fueron los años noventa en el país, que en paralelo a la reducción, flexibilización y precarización laboral, se difundían mensajes y discursos estableciendo que la vida laboral, la supervivencia y el éxito dependían de las decisiones y el esfuerzo propio.

---

<sup>8</sup> En ese sentido, García Delgado & Gradin (2017) señalan que los cambios estructurales a nivel geopolítico y a nivel del modelo de acumulación, sumado el avance de la revolución tecnológica y la financiarización de la economía fue consolidando la sociedad de servicios, de consumo, y de la comunicación que contribuyó a profundizar las características individualistas y despolitizadas de las sociedades.

## II. El emprendedorismo y el “ser emprendedor”: algunas aproximaciones y características. El caso de la Red EmpoderarSE.

Parafraseando a Garmendia (2020), el emprendedorismo puede ser considerado un fenómeno multidimensional y paliforme, lo que implica abordarlo desde diversas disciplinas y a través de perspectivas disimiles. Siendo así, es posible distinguir su restitución en dos temporalidades: Una primera temporalidad que hace referencia a la reflexión en torno a la actividad de crear nuevos negocios y a la figura o rol de quien lo impulsa, tradicionalmente circunscrita al campo de la economía. Y una segunda temporalidad que -comprende desde la década del setenta hasta la actualidad- refiere al periodo en que el emprendedorismo, como actividad, y figura del emprendedor, en particular, desbordan las fronteras del discurso económico y comienzan a permear otros campos discursivos, convirtiéndose, a su vez, en una etiqueta maleable y expansiva.

En la primera temporalidad, es posible situar la emergencia del término en la obra “Essai sur la nature du commerce en général” de Richard Cantillon (1755). En ese escrito, el economista francés había sustraído la palabra *entrepreneur*, hasta ese entonces polisémica e imprecisa del universo francófono, para caracterizar a aquel agente que “*participa en intercambios de mercado por su cuenta y asumiendo el riesgo con el fin de obtener ganancias*” (Garmendia, 2020).

No obstante, existe cierto consenso en que el término adquiere una nueva dimensión con la obra de Joseph Shumpeter en 1934 y la escuela austriaca, al ubicarlo en el centro del crecimiento y el desarrollo económico de los países; valiéndose de las experiencias de pequeñas empresas y empresas de nueva creación donde se habían generado una significativa cantidad de innovaciones, rellenado nichos de mercado y aumentado la competencia para la promoción de la eficiencia económica. Por lo tanto, el emprendedor se relacionaría con la capacidad de introducir nuevas combinaciones en la esfera de la producción, es decir, siendo *innovador*.

Posteriormente, toma una nueva impronta con Israel Kirzner que lo define como la perspicacia ante las *oportunidades de ganancia*; diferenciándose del *entrepreneur* shumpeteriano puesto que el hecho de identificar las oportunidades, no supone la capacidad

de introducir nuevos productos o técnicas sino en “*la habilidad de ver donde los nuevos productos se han hecho insospechadamente valioso para los consumidores, y donde los nuevos métodos de producción, sin saberlo los demás, se han hecho factibles*” (Garmendia, 2020).

Por otro lado, Theodore Schultz (1960) extiende los límites del concepto a actores y situaciones consideradas -hasta entonces- ajenas a lógicas mercantiles, al plantear que es una *habilidad* que puede desarrollarse y entrenarse en todos los seres humanos mediante la educación, la salud y la experiencia. En efecto, esta revisión del *entrepreneur* tendrá una influencia notable en todos los repertorios discursivos de la promoción del emprendedorismo, y, en particular, en aquellos puestos en circulación por el Banco Mundial.

A partir de los setenta comienzan a publicarse un conjunto de trabajos, entre los cuales se destacan *The Enterprising Man*, de Collins & Moore (1964) y el best-seller *The Achieving Society* (1961) de McClelland, abocados a indagar en las conductas y características psico-sociales del emprendedor (Garmendia, 2020). En esta línea se hallan investigaciones centradas en las motivaciones que los llevaba a emprender -dado su influencia en el tipo y el propósito de los negocios-, clasificándolos en motivados por la necesidad y motivados por la oportunidad, puesto que algunos creaban empresas al identificar una oportunidad mientras otros lo hacían por la falta de mejores oportunidades laborales; conllevando a complejizar la relación entre emprendimiento y crecimiento al depender de otros factores como la situación total del mercado laboral y/o el papel que desempeñaba la innovación en la economía del contexto (Minniti, 2012). Para los años ochenta converge un novedoso campo de estudios del emprendedorismo: el management, centrados en la organización de las nuevas empresas (*start ups*) y en la preocupación por la correspondencia entre *entrepreneur* y los *managers*.

La reflexión sobre el emprendedorismo tendrá una expansión entre los ochenta y noventa, particularmente en Estado Unidos, al observarse una proliferación considerable de estudios fomentando la creación de emprendimientos y la formación de emprendedores por medio

de distintos programas y planes de estudios que se difundían en las universidades<sup>9</sup>, cursos, agencias e instituciones privadas y estatales. También jugará un rol central los medios de comunicaron en la irrupción del léxico emprendedor en el discurso público.

En la década de los noventa, debido a la proliferación del discurso emprendedor en sintonía con las transformaciones económicas estructurales, las grandes y legendarias compañías - percibidas, hasta ese momento, como impulsoras del crecimiento de las nuevas empresas- fueron desplazadas por el emprendedorismo, por haber emergido como el nuevo modelo de desarrollo. Siendo así, Wadhvani & Lubinski afirman que este fenómeno se había convertido en un *framing language* utilizado por las personas de negocios y *policymakers* para describir aquello que conduce a los mercados y las economías (Garmendia, 2020).

Por lo tanto, esta perspectiva consideró al emprendedorismo como un proceso que se iniciaba antes que la empresa, con la intención de llevar a cabo una idea o explotar una oportunidad de negocio, y que, por esta misma razón, las intervenciones públicas debían estar orientadas a guiar a los individuos en la toma de conciencia de la posibilidad de tener un negocio como una opción alternativa viable y a acompañarlos en ese proceso<sup>10</sup>. De igual manera, estas iniciativas fueron puestas en marcha -con variaciones- en América Latina, en algunos casos en articulación con organizaciones no gubernamentales y el financiamiento de organismos internacionales, como respuesta a las altas tasas de pobreza y desempleo.

A pesar de ello, Ardit, Bazterrica, Hoyos Maldonado, & Rébori (2015) argumentan que el porcentaje de emprendedores es mayor en América Latina -a comparación de otros países y regiones comparables- y se encuentra subsumido a elevados índices de precarización dado las bajas tasas de emprendimientos impulsados por la oportunidad y los altos porcentajes de emprendimientos por “subsistencia” o necesidad. Como es el caso de Argentina, donde los emprendimientos por necesidad empezaron a generarse durante la crisis de los años 2000-

---

<sup>9</sup> En Estados Unidos a principios de los ochenta un total de 300 universidades contaba con cursos de emprendimiento, diez años más tarde ese número ascendió a 1050, y llegó a más de 2200 a finales de esa década (Garmendia, 2020).

<sup>10</sup> Howard Stevenson (1980) interpreta la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos, siendo la creación y distribución de riqueza y la constante búsqueda del crecimiento -a través de la innovación o diversificación de los mercados- las bases de todo emprendimiento exitoso. De este modo, el autor añade la capacidad de innovación e invención y el talento para transformar ideas en iniciativas rentables como otras características o formas de comportamientos que poseen los emprendedores (Citado por Castillo H, 1999).

2001 -para hacer frente a las políticas de flexibilización laboral y altas tasas de desempleo-, y a pesar de que se fue atenuando con la estabilidad política, económica y social en los años siguientes, el índice de emprendedores por necesidad continua siendo alto<sup>11</sup> (Díaz, Coria, & González Corral, 2009).

En Santiago del Estero la actividad emprendedora se caracteriza por ser notoria y numerosa en los distintos rubros de la economía, y, generalmente, está motivada por las necesidades que pueden surgir en los periodos de crisis y las altas tasas de desempleo, por las limitaciones presentes para acceder al mercado laboral, y/o como fuente de ingresos extras para cubrir gastos. También existen emprendimientos motivados por las oportunidades que, en la mayoría de los casos, son impulsados y sostenidos a través de programas municipales, provinciales y nacionales<sup>12</sup> dirigidas a fomentar el emprendedorismo como una actividad fundamental para el desarrollo productivo. En cuanto a las cualidades o “formas de comportamiento” de los emprendedores santiagueños, se pueden señalar ciertas similitudes con lo anteriormente expuesto como son la oportunidad de ganancia, el talento para reinventarse, y la voluntad o capacidad para enfrentar riesgos e incertidumbres, entre otros.

En síntesis, el sujeto neoliberal se refleja en estas diversas teorías del ser emprendedor al poseer/contar con características similares como la voluntad o habilidad de enfrentar las incertidumbres y los riesgos (Cantillon, 1755) a la hora de tomar decisiones en los contextos inciertos e inestables (Knight, 1921); la creatividad e ingenio -para garantizar la calidad y supervivencia de los negocios- (Baumol, 1990); la capacidad de innovación e invención para transformar ideas en iniciativas rentables (Citado por Castillo H, 1999); la

---

<sup>11</sup> Sobre ello, Ardit, Bazterrica, Hoyos Maldonado, & Rébori (2015) concluyen que en países como Argentina existe un alto porcentaje de emprendimientos por “subsistencia” o necesidad, debido a las fallas del mercado y los problemas de información asimétrica que influyen en las decisiones de las empresas a innovar y, por tanto, la dinámica de su productividad; como, también, los aspectos ligados a fallas en las políticas estatales, que repercuten negativamente en la productividad de las economías. Otro efecto quizás no deseado de las políticas impositivas, los subsidios al crédito, e incluso algunas características de la política laboral y social es la de limitar el crecimiento de las empresas formales y de alta productividad, dado que generan incentivos a la creación y supervivencia de microempresas donde solo brindan empleo a su fundador y probablemente a algunos familiares, pero que a menudo tienen poco valor agregado.

<sup>12</sup> Desde nación funcionan los programas “Incubar”, “Mejora tu emprendimiento”, “Capacitación financiera” y la “Red para emprender”, entre otros. A nivel provincial se encuentran el “Plan Integral Santiago Emprende”, la “Plataforma emprender” y, recientemente, se creó “Impulso joven: METAS”; y, a nivel local el programa municipal “Emprendiendo sueños”.

autoconfianza; la motivación por el logro; la autoeficacia; el liderazgo; y la proactividad (Carlos, Contreras, Silva y Liquidano, 2015).

### **III. Referentes empíricos: La emprendedoras de la Red EmpoderarSE.**

Las elaboraciones que se presentaran seguidamente, corresponden al resultado del análisis a las entrevistas realizadas a seis emprendedoras de la Red EmpoderarSE, permitiendo conocer sobre los motivos que las llevaron a emprender, sus opiniones sobre qué es para ellas “ser emprendedora” y las implicancias del emprender, sus experiencias como participes de las Red que las nuclea, y sus actividades y proyectos personales a largo plazo.

Al ser este espacio integrado por -aproximadamente- veinte mujeres profesionales santiagueñas, de las cuales no todas son emprendedoras (de algún producto o servicio), los criterios de selección de los perfiles a entrevistar responden a: 1) que sean emprendedoras o hayan comenzado a emprender estando en la Red, buscando una igualdad entre el número de las que ofrecen productos y las que ofrecen servicios. Esta información permitirá contar con diversas experiencias de acuerdo a los rubros de los emprendimientos; y 2) que tengan, en su gran mayoría, un tiempo considerable como integrantes en la Red, para así conocer su historia y los motivos de su creación, los modos de organización, y las actividades que se realizan.

Dado que la Red no tiene un lugar físico dentro de la ciudad y extiende sus actividades, talleres y debates formativos a los espacios virtuales (plataformas y redes sociales) -los cuales cuentan con una amplia participación de personas de todos los lugares- dejándolos guardados y de libre acceso para todo tipo de público, también se utilizó el análisis de material audiovisual para indagar, más detenidamente, en los discursos (frases, concepciones, significados, mensajes, opiniones, relatos, conversaciones y valoraciones) del espacio y así advertir como la subjetividad neoliberal -a través de sus dispositivos/técnicas- opera en estas personas.

Siendo así, las entrevistadas -hasta el momento- son: Juana Vannana (Diseñadora de indumentaria y de joyas textiles), Heidi Borquez (Diseñadora de indumentaria y Coach y asesora de imagen), Rita Infante (Organizadora de eventos), Viviana Acuña (Distinciones-Regalos personalizados), y Gabriela Sosa (Mentora de ventas, Coach motivacional, y

Coach ejecutivo y organizacional). En una primera instancia, se les preguntó sobre aptitudes/características del emprendedor como la tolerancia a la incertidumbre, la autonomía, la adaptabilidad, la creatividad y la flexibilidad. En una segunda instancia, se les pidió que describan como planifican y ejecutan sus actividades diarias, y de qué manera administran y gestionan sus recursos económicos para el crecimiento/sostenimiento de sus marcas.

Sintéticamente, en lo que resta de esta presentación, se mencionará algunos de los hallazgos que permitió identificar el análisis de las entrevistas en torno a esas preocupaciones.

#### **IV. Principales hallazgos de esta investigación en curso.**

-Con relación a la tolerancia a la incertidumbre, la adaptabilidad, la creatividad, la flexibilidad, y la autonomía:

Estas aptitudes y características están presentes en la amplia bibliografía sobre emprendedorismo, a la vez, que son aspectos propios de la subjetividad neoliberal. Esto hace posible afirmar que el ser emprendedor va materializando a este neosujeto, de manera tal que actúa, piensa y se relaciona conforme a las exigencias implícitas del nuevo modo de producir capitalista.

Siendo así, la tolerancia a la incertidumbre fue el primer aspecto consultado a las entrevistadas, dado que todas las dimensiones de la sociedad actual se configuran bajo la incertidumbre y, por ende, se tiene por hecho el estar preparados ante los cambios y riesgos constantes. Esto es una de las consecuencias del neoliberalismo, y por el cual, se desagregan los demás aspectos que se buscó indagar.

En ese sentido, las emprendedoras coinciden en que es una aptitud necesaria en este tipo de trabajo, colocando como experiencia más próxima la pandemia del COVID -19, en donde debieron tomar otras decisiones con respecto al plan de negocios que tenían para ese año<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Por ejemplo, dice Heidi:

En pandemia, al no poder lanzar mi colección -puesto que probablemente nadie me iba comprar, ya que tenía diseñado una línea de blazers y ropa formal- pensé en que podía ofrecerle a la gente y comencé de cero, diseñando y vendiendo buzos. Me fue tan bien que pude expandir mi línea de ropa.

Al respecto, cuenta Viviana:

Una cuestión que llamó la atención de estas mujeres, es la audacia para abrirse a otras posibilidades y expandirse en contextos de crisis; siendo remarcado por ellas como la capacidad de captar oportunidades en tiempos difíciles.

A pesar de ello, Lourdes (quien brinda un servicio de organización y planificación) plantea que en vez de vivir tolerando la incertidumbre, es preferible estar preparada ante la misma. Para ella, un verdadero emprendedor debería contar con varios planes de negocio, permitiéndoles una mayor planificación y, por lo tanto, seguridad económica.

Con respecto a la adaptabilidad, las entrevistadas remarcaron que es un criterio importante para el desarrollo de cualquier emprendimiento<sup>14</sup> y para la vida, en sí. Sus respuestas apuntaron a varios aspectos en lo que es necesario ser adaptable, al momento de responder a las demandas de los clientes: la cuestión del dinero, ya que existen cada vez más opciones de pago, distintas al efectivo; los cambios en el consumo, que implican modificar los productos o servicios; y el uso de las redes sociales y tiendas para promocionar y comercializar sus marcas.

Por otro lado, Heidi (diseñadora de indumentaria - coach y asesora de imagen) advierte que el exceso de adaptabilidad tampoco es bueno cuando se trata de vender lo que se está demandando, en ese momento, puesto que el emprendedor debe ser creativo y tener la capacidad de reinventarse sobre el producto o servicio que ofrece. Estas capacidades contribuyen a la consolidación de la marca personal.

---

Con la pandemia, el cambio ha sido radical para mi rubro, tuve que reinventarme. Pero me permitió aprovechar y crear otras oportunidades, que suman a mi experiencia.

Como menciona Rita:

Ante esas situaciones no previstas, busco alternativas, como hice en la pandemia que volví a vender tarjetas, a pesar de que el margen de ganancia era muy chiquito.

<sup>14</sup> Por ejemplo, comenta Lourdes:

Es necesario, porque es un criterio de cualquier empresa, emprendimiento y persona que trabaje de manera independiente. Si uno es rígido, es difícil que consigas el éxito. Tienes que saber adaptarte, a cobrar en diferentes monedas, a trabajar en equipo o red.

Rita, asevera:

El emprendedor siempre debe estar pendiente de los cambios del contexto, y poder actualizarse, es decir, adaptarse en ese sentido. Por ejemplo, hace unos años atrás no sabía que era instagram y una cliente me había dicho que me pasaba por ahí el diseño del salón que quería...

En cuanto a la creatividad, las emprendedoras creen que es necesario serlo<sup>15</sup>, en estos tipos de trabajos, al ser la aptitud que te garantiza diferenciarte del resto de colegas que venden el mismo producto u ofrecen el mismo servicio, es decir, poseer tu propia carta de presentación. En otras palabras, ser creativo es ser distinto.

Siguiendo con la flexibilidad, las mismas mencionan que contar con ella les ha permitido sobrellevar los resultados -no siempre esperados en cuanto a las proyecciones- de sus negocios<sup>16</sup>, a la vez, que les otorga una mayor accesibilidad con los clientes y proveedores<sup>17</sup>, al momento de realizar la compra de sus insumos.

Por último, la autonomía es el aspecto que distingue estos tipos de trabajos, con respecto a los asalariados, siendo en más mencionado en las distintas experiencias sobre emprendedurismo. En ese sentido, las entrevistadas expresan sus ventajas como la posibilidad de manejar sus horarios de atención al público, tomar sus decisiones en que invertir o no, cuanto se puede llegar a ganar en este mes, entre otros. Como así también sus desventajas relacionadas al no tener límites en sus jornadas laborales, implicando cansancios desmedidos, por ejemplo.

---

<sup>15</sup> Por ejemplo, dice Viviana:

Si, en mi trabajo es fundamental la creatividad, desde el producto propiamente dicho, en como lo presento, y cuál es el punto que hace distinguir el producto que compran en mi negocio, a los que compran en una papelería. También hay que ser creativo en la presentación, en la forma en la que comunico, y en el estilo de la marca, para quede posicionada en la mente del cliente. En mi rubro, en distinciones, mi creatividad es una constante.

Al respecto, cuenta Lourdes:

Cuando sos CEO de tu propia empresa, la creatividad juega un rol neutral, fundamental y básico. Sin creatividad no hay nada, y más cuando vendes un servicio -porque cuando vendes un producto tienes un montón de formas de presentarlo- como es tu marca personal, en donde te estas vendiendo vos.

<sup>16</sup> Por ejemplo, dice Juana:

Lo vínculo con los plazos. Los objetivos son buenísimos tenerlos y planteárselos, pero he aprendido a no martirizarme si algún objetivo o plan no me ha salido. No hay que ser tan rígida, porque si no voy a vivir sufriendo y pasándola mal, y al final creeré que esto no es lo mío y lo voy a abandonar. Por eso lo financiero es muy importante en un emprendimiento, como también es importante prever y saber administrar los ingresos que se tenga.

<sup>17</sup> Como menciona Heidi:

La flexibilidad está presente al momento de negociar. Más cuando surgen esos inconvenientes con los presupuestos, en donde te cambian el precio del trabajo ya cotizado, en esos casos se tiene que ser flexible para poder negociar y llegar a un acuerdo alternativo, por parte de ambas partes.

-Con respecto a la planificación y ejecución de actividades, y administración y gestión de recursos económicos:

Con estas dos dimensiones que se están indagando en las emprendedoras de la Red, se busca conocer como esa subjetividad empresarial, gerencial y competitivo de la propia existencia, configura y estructura sus vivencias en relación a los emprendimientos, y a las concepciones y experiencias que van desarrollando en ese proceso. De esta manera, se pudo ir advirtiendo como esa “visión empresarial”<sup>18</sup> atraviesa cada aspecto de la vida de estas mujeres; expresándose en la racionalización del tiempo y de las actividades a realizar, en la evaluación costo-beneficio de cada decisión a tomar, entre otros.

A medida que se vaya avanzando con esta investigación, se podrá ir completando y complejizando en los resultados para cada objetivo expresado implícitamente.

---

<sup>18</sup> Por ejemplo, dice Heidi:

En cuanto a la organización, llevo una agenda militarizada, y que está dividida en fracciones de actividades a realizar. Por ejemplo, una fracción es para “tribunales” (trabajo de dependencia). Otra fracción es de “emprendimiento” y ahí escribo todo lo que tengo que hacer ese día, con horario siempre. Y otra para realizar tareas de esparcimiento.

Como comenta Rita:

Trato de tener todo organizado. De lunes a miércoles, desde la siesta hasta la noche, tengo reuniones con las personas que quieren contratar mis servicios, posterior a eso comienzo a buscar salones, proveedores, y sacar costos. Y dependiendo de qué grande sea el evento, me puede llevar hasta un año de preparación.

## **Bibliografía:**

- Alemán, J. (2016). Horizontes neoliberales en la subjetividad. Olivos: Grama Ediciones.
- Ardit, B., Bazterrica, V., Hoyos Maldonado, D., & Rébora, A. (2015). Emprendedorismo y Crecimiento Económico en Argentina: un análisis por aglomerados. L Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política.
- Auat, A. (2021). ¿Qué hacer con el neoliberalismo?. Erasmus. Revista para el diálogo intercultural.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). El nuevo espíritu del capitalismo. Ediciones AKAL.
- Cabrales Salazar, Ó. (2011). La precarización laboral y el desempleo como consecuencias del neoliberalismo y la globalización.
- Carlos, C., Contreras, L., Silva, M. d., & Liquidano, M. d. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. redalic.org, 46-51.
- Castillo H, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. INTEC-CHILE.
- Chul Han, B. (2012). La sociedad del cansancio. Barcelona: Ediciones Herder.
- Chul Han, B. (2014). Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Barcelona: Ediciones Herder.
- Cristobo, M. (2009). El neoliberalismo en Argentina y la profundización de la exclusión y la pobreza. margen55.
- De Souza Minayo, M. C., Ferreira Deslandes, S., & Romeu, G. (2012). Investigación Social. Teoría, método y creatividad. Lugar Editorial.
- Díaz, M. M., Coria, N., & González Corral, S. (2009). El desarrollo del emprendedorismo en estudiantes universitarios. Un estudio en la Licenciatura en Administración de la UNSE. CIFRA, 29-50.
- García Delgado, D., & Gradín, A. (2017). Neoliberalismo tardío: Entre la hegemonía y la inviabilidad. En D. García Delgado, & A. Gradín, Documento de trabajo N°5: el

neoliberalismo tardío: teoría y praxis (págs. 15-26). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Flacso Argentina.

Garmendía, 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. *Cuadernos de Historia. Serie economía y sociedad*.

Harvey, D. (2007). Breve historia del Neoliberalismo. Ediciones AKAL.

Laval, C., & Dardot, P. (2013). LA NUEVA RAZÓN DEL MUNDO. Barcelona (España): gedisa.

Laval, C., & Dardot, P. (10 de 10 de 2014). Laval y Dardot: "El neoliberalismo es una forma de vida, no solo una ideología o una política económica". (A. Fernández Savater, Entrevistador)

Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. I. (2007). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires: Emecé Editores.

Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, 22-30.

Osorio, J. (2011). Emprendedorismo. Mendoza.

Prestifilippo, A., & Wegelin, L. (2016). El neoliberalismo como trama ideológica en la Argentina reciente. *UTOPIA Y PRAXIS LATINOAMERICANA*.

Terán Yépez, E., & Guerrero Mora, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *ESPACIOS*.