

La extensión de la figura del emprendedor en el marco de la Unión Europea: el avance de un modelo de activación emprendedora*

Antonio Santos Ortega

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

juan.a.santos@uv.es

David Muñoz-Rodríguez

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

francisco.d.munoz@uv.es

ORCID: 0000-0001-5672-8533

Recibido: 07/02/2018

Aceptado: 23/07/2018

RESUMEN

El presente texto se aproxima al concepto de activación a través de la idea del emprendimiento, uno de los ejes discursivos del neoliberalismo contemporáneo que goza de amplia difusión y presencia en los programas de la Estrategia Europa 2020. La difusión del emprendimiento se enclava en el contexto de algunos de los grandes cambios sociolaborales actuales: la progresiva empresarización del trabajo asalariado, con el aumento de la individualización y la disolución de las fronteras del trabajo asalariado a causa de la proliferación de nuevas figuras laborales basadas en el trabajo por cuenta propia. El trabajo asalariado, sobre todo el altamente cualificado, vive este proceso de redefinición desde la lógica emprendedora, que genera nuevas prácticas y nuevos arquetipos que tienen un impacto profundo en el mundo de la ocupación. El objetivo de este artículo es profundizar en el análisis de los procesos de activación laboral a través de la idea del emprendedor. Nos centraremos primero en el significado del concepto «emprendedor» y en su papel en la progresiva empresarización del concepto de trabajo. Posteriormente, enmarcaremos esta idea en el contexto de la Estrategia Europa 2020. Finalmente, nos acercaremos a algunos programas en el campo del emprendimiento que derivan de esta estrategia europea.

Palabras clave: emprendimiento, capital humano, precariedad, neoliberalismo, incertidumbre, cambios laborales.

ABSTRACT. *Advancing the Entrepreneur's Role in The European Union: The advance of an entrepreneurial activation model*

This paper approaches the concept of 'activation' by looking at the notion of what an entrepreneur is. At present, the entrepreneur is the poster-child of Neo-Liberalism and is enshrined in EU-2020 programmes. It should be noted that the diffusion of entrepreneurship is taking place against the background of two great changes in the social and employment fields. The first is the progressive corporatisation of wage labour, with a drive towards individualisation and taking responsibility — mainly in qualified jobs. The second is the blurring of boundaries in salaried work due to the proliferation of new kinds of self-employment. Salaried work, especially for highly-skilled staff, is being re-cast in an entrepreneurial mould. This redefinition is forging new practices and archetypes that will transform the world of work. This paper therefore makes a deeper analysis of labour activation processes in the EU-2020 strategy through the idea of the entrepreneur.

Keywords: entrepreneurship, human capital, precariousness, neo-liberalism, uncertainty, labour changes.

* El presente artículo deriva del proyecto «El emprendimiento como estrategia de lucha contra el desempleo juvenil: de la política institucional a la vivencia y experiencia de los sujetos» (CSO2017-82839-P), financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

SUMARIO

Introducción

Aproximación al significado de la idea emprendedora:
aspectos teóricosEuropa 2020 y la revolución emprendedora: las grandes líneas y
documentos de la política emprendedora en la 2020

Repercusión emprendedora en distintos países de la UE

Conclusiones

Autor para correspondencia / Corresponding author: Antonio Santos. Universitat de València, Facultad de Ciencias Sociales. Av. dels Tarongers, 4b, 46021 Valencia (España).

Sugerencia de cita / Suggested citation: Santos, A. y Muñoz, D. (2019). La extensión de la figura del emprendedor en el marco de la Unión Europea: el avance de un modelo de activación emprendedora. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 133(1), 15-26. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.2>

INTRODUCCIÓN

La irrupción de la figura del emprendedor en el ámbito de los procesos sociales y económicos ha conseguido una difusión inédita en el marco de la «crisis subprime». Limitado habitualmente al ámbito puramente económico o empresarial, en los últimos años ha irradiado el campo de las políticas sociales y laborales. Revestido de glamur, omnipresente en los medios de comunicación y en el discurso de los políticos, incluidos los de una izquierda fresca y actual, también ha empezado a infiltrarse en ámbitos de la vida íntima, de la conciencia. La naturalización de la imagen del emprendedor avanza a pasos agigantados. La televisión está copada de personajes que enarbolan la energía emprendedora en estado puro: cocineros emprendedores, músicos, bailarines, jóvenes talentos emprendedores dentro del campo de la tecnología y de otras artes, políticos emprendedores —que se quitan la palabra para recalcar su mensaje emprendedor—, presentadores de marca personal que amplían el mito emprendedor, etc. También aparecen empresarios emprendedores, pero lo más llamativo de estos últimos años, al compás de la crisis subprime, es la normalización del *pack* emprendedor y su interiorización en esferas íntimas de la vida de los sujetos. Así, hoy en día se habla del «espíritu emprendedor». Estas esferas tan íntimas se alejan del contexto más terrenal y material del origen empresarial del término *emprendedor*. Algunas asociaciones de vocablos sorprenden, como *espíritu* y *empresa*, que no compartían campo semántico hasta hace poco. En estas mezcolanzas semánticas, la palabra *emprendedor*, con más peso específico, se acaba

apropiando del sentido de la palabra que la acompaña, *espíritu*, a la manera de las especies oportunistas que llegan a un hábitat en el que no estaban presentes y sustituyen a las originarias.

Pero si el concepto de «emprendedor» satura el lenguaje y los símbolos, en el campo de las políticas sociales se materializa con todo su pragmatismo y adopta la forma de medidas de acción social que se han desarrollado estos últimos años en el marco de las políticas activas de ocupación. De alguna manera, el emprendedor representa, por antonomasia, la idea de activación: un sujeto que emprende una idea de negocio, en la representación más extendida, la desarrolla y obtiene resultados exitosos. Este artículo se acerca a este concepto de activación laboral a través de esta idea de «emprendedor» —muy apreciada en la condición neoliberal actual— que entronca y se materializa en varios programas de la Unión Europea, como la Estrategia Europa 2020, y que se difunde ya en el marco normativo de muchos países de la Unión.

A lo largo de estas dos últimas décadas, sobre todo de este último decenio, se ha ido reforzando la idea de «emprendimiento», que gradualmente ha ido desplazando otras formas de denominar la realidad hasta hacerlas desaparecer, o hacer que se ajusten a la ya hegemónica nueva variedad emprendedora. Hoy en día lo que se hace difícil es no encontrar esta figura en el nombrado marco normativo. Todas las disposiciones que se producen se pliegan a la lógica del emprendedor. Hace dos décadas, la figura del emprendedor se introdujo en la

UE en un marco que la precedía; ahora esta figura es el marco. En la Estrategia Europa 2020, que persigue una economía inteligente e integradora, la idea del «emprendimiento» es ya transversal.

Responder con detalle a la pregunta de cómo las instituciones internacionales apoyan, transmiten y concretan una determinada idea en programas de actuación, en este caso la del «emprendedor», requeriría una argumentación larga y compleja. Pero partimos de la idea de que tanto las instituciones internacionales de ámbito económico (Bruno y Didier, 2013; Bourdieu, 1999; Hibou, 2012), como las asociaciones y los *lobbies* empresariales (Dixon, 1998; Stauber y Rampton, 2004), las instituciones educativas, formativas (Slaughter y Larry, 1997; Alonso y Fernández, 2013, 2018; Fernández, 2017), o las corporaciones profesionales, consultorías y expertos (Berrebi-Hoffmann y Grémion, 2009; Vrancken y Macquet, 2012) ejercen un pilotaje, directo o a distancia, a partir del cual se implantan o irradian los valores y las prácticas del emprendimiento que los sujetos socializados incorporan mediante procesos de subjetivación (Serrano, 2016). La UE es una institución pública transnacional que, influida por la lógica de la condición neoliberal, pone en marcha, realiza elecciones y plantea estrategias sincronizadas de cara a difundir, reforzar y hacer posible en la práctica la figura del emprendedor y el emprendimiento, cuyo modelo representa un factor estratégico para las actuales empresas financiarizadas. Este paradigma del emprendimiento se ha convertido en el icono de la desregulación en términos de afinidad simbólica y material con este tipo de empresas. Es el facilitador del tipo de comportamiento y adiestramiento laboral más adecuado para mover las ideas y el capital.

Prestaremos una atención especial al periodo que se inicia después de la crisis de 2007, ya que ha sido una época convulsa en la que se han intensificado las luchas ideológicas alrededor de las políticas de protección social. Las visiones liberales, partidarias de la austeridad en este terreno, se han opuesto a las visiones alternativas, lo que se ha materializado en programas concretos de acción social y de política económica. Esta confrontación que ha tenido lugar en la UE se ha resuelto, de momento, con la ventaja de las posiciones

proausteridad. En todo caso, la crisis está resultando ser un periodo de reformulaciones. Owen Jones (2014) ha denominado «neoliberalismo 2.0» a esta clase de refundación del capitalismo neoliberal que, aunque ha vivido momentos de incertidumbre en la etapa inicial de la crisis, resurgió de sus cenizas en el año 2010 y recompuso la estructura con un nuevo empuje hacia la esencia de la empresa y los mercados libres (sobre todo de los mercados financieros libres). Este uso de la crisis para volver a coger impulso ya lo preconizó Milton Friedman (citado en Jones, 2014), quien afirmaba que tan solo una crisis (real o percibida) genera auténticos cambios y que cuando se produce una lo imposible desde un punto de vista político pasa a ser políticamente inevitable. Nuestra hipótesis de partida es que hoy la agenda emprendedora se ha convertido en «lo inevitable» y despliega una fuerte hegemonía.

Cabe señalar que la difusión del emprendimiento se enmarca en el contexto de los grandes cambios socio-laborales actuales. En primer lugar, en el marco de la progresiva empresarización del trabajo asalariado en sí mismo, con un avance de la individualización y la responsabilización, sobre todo en trabajos cualificados; en segundo lugar, en la disolución de las fronteras del trabajo asalariado a causa de la proliferación de nuevas figuras laborales basadas en el trabajo por cuenta propia. El trabajo asalariado, sobre todo el altamente cualificado, está viviendo este proceso de reconceptualización desde la lógica emprendedora. Esta redefinición genera nuevas prácticas y arquetipos que implican un profundo impacto en el mundo del trabajo.

En el primer apartado hemos profundizado en el significado de la idea de emprendedor y el papel que este desempeña en la progresiva empresarización del concepto de trabajo. En el siguiente se enmarca esta idea en el contexto de la Estrategia Europea 2020, y para ello hemos analizado el documento principal, dedicado al emprendimiento: «Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe». En el último mostramos algunos programas y realizaciones concretas en el campo del emprendimiento que provienen de la UE-2020. Finalmente, cerramos el texto con un apartado de conclusiones.

APROXIMACIÓN AL SIGNIFICADO DE LA IDEA DE «EMPRENDIMIENTO»: ASPECTOS TEÓRICOS

En cuanto a las ideas de «emprendedor» y de «activación emprendedora», habría que remontarse a los inicios del capitalismo industrial para rastrear el papel del empresario en los precedentes de la economía política clásica y sus posibles reflejos en la actualidad. Christian Laval (2015) muestra cómo Cantillon o Say ya ponían en un primer plano la figura del empresario —como un modelo de vida para todo el mundo— y en especial las que en su opinión son dos de sus dimensiones más características: la heroica (de empresa arriesgada) y la de cálculo y racionalidad. Pero con el objetivo de describir el ascenso que ha experimentado el emprendedor en el marco de la condición neoliberal, más que seguir estas huellas hasta los orígenes del empresario liberal, nos interesa detenernos en épocas más recientes (Feher, 2007; Foucault, 2007; Bröckling, 2015). En concreto, el momento en que los autores de la Escuela de Chicago formulan el concepto «capital humano». En la década de los sesenta, esos autores —en especial Gary Becker, que fue quien acuñó la expresión— establecen la idea de que todo el mundo dispone de un capital que se esfuerza por rentabilizar. En todos los ámbitos de nuestra existencia, tomamos decisiones en términos de costes y beneficios, tanto para ganar dinero como para mejorar otros aspectos de la vida familiar y personal. Todos estos comportamientos forman parte de una misma función de utilidad que es, en última instancia, la de maximizar la renta personal. Incluso en las decisiones más trascendentales, todo tiene un precio, y es el individuo quien elige y se comporta regido por esta función de utilidad. Becker expone este planteamiento en el marco del neoliberalismo norteamericano, que acentúa el papel del individuo en la toma de decisiones y en el comportamiento económico: cada uno debe velar por su capital, tomar decisiones y protegerse. Por lo tanto, no hacen falta aparatos estatales ni regulaciones para que la sociedad funcione, basta con que los individuos se esfuercen, calculen sus conductas y sus estrategias de costes y oportunidades. En resumidas cuentas, se comporten como empresarios, porque es la mejor manera de maximizar el tiempo y la renta. La vida es un capital al que hay que sacar el máximo partido. Y el individuo es el «empresario de sí mismo» que ya analizó

Foucault (2007) y que ha tenido una gran difusión en la literatura sociológica actual.

Según Michel Feher (2007), esta reformulación de Becker todavía pertenece a la matriz del liberalismo clásico, que entiende el capital humano como la maximización de los beneficios futuros, igual que se entendía el modelo de empresario a lo largo de la industrialización. No obstante, a mediados de la década de 1980 se produce una novedad en la idea de capital humano que conduce a un desarrollo más concreto que el mantenido por Becker. En el marco de la interpretación del surgimiento de la «condición neoliberal», que según Feher comporta una redefinición del mundo de la empresa y del trabajo guiada por la financiarización, también se transforma la noción de capital humano. Más allá de un empresario de sí mismo, maximizador de rentas futuras, el capital humano en el contexto de la financiarización invita al individuo a concebirse como gestor de una cartera de conductas sobre las que toma decisiones, que pondrán en valor o no al individuo en cuestión, guiadas por la lógica de mostrarse más atractivo y acreditado de cara a las empresas. La diferencia que introduce este empresario de sí mismo financiarizado es que sus decisiones cada vez están menos guiadas por el criterio de obtener unas rentas futuras que, a su vez, están cada vez más sujetas a procesos de incertidumbre. En el capital humano financiarizado no basta con adaptar de forma pasiva el propio capital humano a las demandas de las empresas financiarizadas, es necesario anticiparse, acreditarse ante el mercado. Un mercado cargado de incertidumbre en el que nadie sabe qué valores serán los más beneficiosos, ni siquiera las empresas. Por lo tanto, hay que esforzarse por obtener atractivos; la acreditación de uno mismo (al modo de las agencias de acreditación) pasa, como mínimo, por resultar creíble. En esta nueva lógica financiarizada del capital humano no solo es necesario estar muy capacitado sino también estar preparado para lo que todavía no existe.

Christian Laval ha descrito estas conductas como «ultra-subjetivación», es decir, «interiorización de la superación infinita de sí en la búsqueda permanente y agotadora de uno más allá de sí [...] Con esta reedición o progresión del capital humano, el sujeto se entiende como

una réplica humana del capital: liquidez, volatilidad, mutabilidad» (Laval, 2015: 29). La penúltima moda del desarrollo personal, el *job crafting*, desvela este papel del trabajador como inversor en sí mismo, que debe «invertir» en su propio futuro, saber reinventarse, recombinarse, reorientar su propio trabajo y trazar sobre este un plan de inversión.

Comportarse como un emprendedor es la mejor manera de lanzar mensajes sobre el atractivo del capital humano propio en una época sin caminos marcados. Steve Banks, profesor de la Universidad de Stanford y padre del movimiento Lean Startup, resalta que «hay mucha teoría porque las empresas ya creadas funcionan, pero con las *start-up*, que son solo una idea, no existe conocimiento acumulado y se imponen “la intuición y el arte” como garantía de éxito, que habrá que acompañar posteriormente con instrumentos de gestión» (*El País*, 2014). Así se presenta al emprendedor del futuro —definido como héroe visionario, artista y calculador—, que no debe distar mucho del trabajador del futuro. Lynda Gratton (2012), la gurú de las tendencias laborales, pronostica en su superventas, *Prepárate: el futuro del trabajo ya está aquí*, como tendencia fundamental para el mundo del trabajo un futuro de microemprendedores que deben prepararse sin descuidar el *networking* ni la inteligencia emocional.

Este ascetismo del rendimiento físico, sentimental y empresarial es lo que reclama el discurso dirigido a hacer atractivo el capital humano, pero debería discutirse con detalle la distancia entre los discursos y los hechos, entre la retórica del emprendimiento y la aplicación real en el mundo empresarial. Aunque sería un objetivo demasiado amplio para este artículo, sí conviene analizar algunas contradicciones que se plantean entre la reclamada ascesis del yo ante la realidad constatada de la precariedad en el entorno del trabajo cognitivo sujeto a la lógica emprendedora. La ideología del capital humano financiarizado es un desestabilizador del tiempo a corto, medio y largo plazo (Moruno, 2015). Es un generador de incertidumbre y de desigualdad: impone a los individuos la responsabilidad de gestionar los riesgos como un fondo de capital de riesgo y mistifica una presunta igualdad de oportunidades que esconde las condiciones

sociales reales en las que se desarrollan el capital humano y el emprendimiento. Además, mantiene a millones de jóvenes universitarios en lo que podríamos denominar una «trampa del capital humano» o «trampa del emprendedor»: cumplen los mandatos de comportarse como empresa que les envía el capital humano, pero apenas existe la certeza de que puedan llegar a serlo y pocas son las personas elegidas que finalmente consiguen las recompensas prometidas. El fondo de capital de riesgo de Marc Andreessen, creador del primer navegador Mosaic y de Netscape, considerado una de las cien personas más innovadoras del mundo por la MIT Technology Review y calificado ampulosamente como «el hombre que vio el futuro», analiza tres mil proyectos de inversión cada año e invierte en quince. Diez fracasarán en un plazo breve, tres o cuatro se mantendrán y, si hay mucha suerte, uno podría convertirse en un unicornio: solo con que eso ocurriera una vez cada diez años, la inversión de su fondo de capital de riesgo se multiplicaría por mil. Existen ochocientos tres fondos de este tipo en Estados Unidos, y en 2014 invirtieron cuarenta y ocho mil millones de dólares persiguiendo el sueño del unicornio (Friend, 2015). Se trata de un sueño similar al que persiguen miles de posgraduados, a los que se incita a participar en el capital humano emprendedor.

EUROPA 2020 Y LA REVOLUCIÓN EMPRENDEDORA: LAS GRANDES LÍNEAS Y DOCUMENTOS DE LA POLÍTICA EMPRENDEDORA EN LA UE-2020

¿Cómo se concreta en los programas de la UE-2020 esta revolución emprendedora que estamos describiendo? En el documento fundamental que asienta la idea de emprendimiento en la UE-2020, «Plan de acción sobre emprendimiento 2020. Relanzar el espíritu emprendedor en Europa (Puntos de Atención al Emprendedor, PAE)», se marcan las grandes líneas que articularán el fomento del emprendimiento. Aunque este documento da continuidad a la Small Business Act, ideada para las pymes en 2008, el tratamiento monográfico de la figura del emprendedor resulta innovador y, al mismo tiempo, sintomático de las orientaciones de la UE. En el PAE resuenan los discursos de épica empresarial que han caracterizado las propuestas de apoyo a la figura

del emprendedor de los grandes centros de negocios, escuelas de administración de empresas y asociaciones empresariales como solución a la crisis en estos últimos años. Las declaraciones de los responsables de la UE, como por ejemplo las del comisario de Industria y Emprendimiento de la UE entre 2010-2014, Antonio Tajani, en el comunicado de prensa de la presentación de la iniciativa, son muy elocuentes: «Más emprendedores significa más empleos, más innovación y más competitividad. Convertirse en emprendedor y convertir los proyectos en realidad requiere mucho riesgo personal y esfuerzo. Los emprendedores son los héroes de nuestro tiempo [...] Suscitar una revolución empresarial es una tarea conjunta de la Comisión y de los Estados miembros, con la que tienen que comprometerse a largo plazo».¹ La simetría de estas expresiones con el discurso del héroe-emprendedor de las asociaciones empresariales es perfecta.²

En la misma sintonía se encuentra la justificación del PAE, que considera el emprendimiento una necesidad prioritaria para salir de la crisis de 2007 y de los reveses posteriores en materia de ocupación. En la apertura del documento se argumenta que la vía emprendedora es la salida de la crisis, e incluso se sugiere que la debilidad de la cultura emprendedora es la responsable de dicha crisis, ya que el emprendimiento garantiza la creación de empleo y, al mismo tiempo, una mejor «empleabilidad» de los trabajadores. De hecho, para resolver estas carencias, el primer pilar que el PAE propone son la educación y la formación en materia de emprendimiento, para el cual se despliega todo un plan de choque mediante alianzas con instituciones internacionales, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), pionera en la difusión de

la idea de emprendimiento en las escuelas. Se pretende que esta difusión llegue a todos los niveles educativos y configure un ecosistema (término de uso frecuente tanto en el documento como en el argot emprendedor) que conecte el mundo universitario con el empresarial, que vaya desde el *teacherpreneur* en primaria (Arruti, 2016) hasta el emprendedor universitario. En el PAE se plantea la posibilidad de integrar la financiación de estos proyectos de formación dentro del Fondo Social Europeo, diferenciados del Programa de Aprendizaje Permanente (PAP), con el que se incrementan las oportunidades y la omnipresencia de la educación emprendedora.

El segundo gran pilar del PAE es la creación de un entorno facilitador para los emprendedores, formado por un lote de iniciativas que responden a las clásicas y reiteradas demandas de las organizaciones empresariales: financiación, fiscalidad, nuevas tecnologías, facilidades burocráticas para la creación y venta de empresas, así como medidas de segunda oportunidad para emprender. En cuanto a la financiación, además de activar los fondos propios de la UE, se pretende crear un mercado europeo de microfinanciación y simplificar los procedimientos para las pequeñas empresas a fin de obtener fondos del sector privado (miniobligaciones, formas de financiación colectiva y facilidad de acceso a padrinos inversores). En lo que a nuevas tecnologías se refiere, el objetivo es ampliar la formación, la difusión y la sensibilización en el uso de las nuevas tecnologías y, sobre todo, en el desarrollo del ciberemprendimiento. Asimismo, la reducción de la burocracia y la carga normativa parece estar entre las prioridades del PAE: la ventanilla única, la simplificación de trámites y otras desregulaciones han iniciado una carrera que persigue reducir el coste y el tiempo de creación de una empresa. Finalmente, ante el elevado porcentaje de empresas fallidas y con el fin de que no decaiga el espíritu de los emprendedores en serie, el PAE ha incluido la segunda oportunidad para asegurar el talento de los sufridos emprendedores.

El tercer pilar del PAE persigue dos objetivos: el primero de ellos es extender la acción a colectivos excluidos o infrarrepresentados en el mundo emprendedor, el denominado «emprendimiento inclusivo», sobre el que la OCDE cuenta con experiencia acumulada y que

1 Declaraciones consultadas en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-12_es.htm.

2 Véanse, por ejemplo, los informes del Círculo de Empresarios (2009): «El espíritu emprendedor: elemento esencial para afrontar la crisis económica española». En la misma línea, se pueden consultar las declaraciones del decano de la IE Business School, Santiago Íñiguez de Onzoño: «Los emprendedores serán los héroes de la próxima generación» (*El País*, 4/1/2015). Finalmente, por citar una última referencia, se puede consultar la plataforma internacional de *networking* empresarial The Heroes Club, mentora del espíritu emprendedor.

ahora se plasma en el PAE. Este emprendimiento inclusivo comprende el conjunto de grupos desfavorecidos «convencionales»: las mujeres, los mayores, los inmigrantes, los parados y los jóvenes. Para todos ellos se articulan planes dirigidos a favorecer el diagnóstico para poner en marcha una empresa, la formación en planes de empresa, la educación emprendedora y la dirección de empresas, así como el acceso a las finanzas, los sistemas de documentación y la difusión de buenas prácticas. El segundo objetivo de este tercer pilar es promover y visibilizar la figura del emprendedor, ya que el PAE señala, de forma algo sorprendente, que es una figura desacreditada, poco conocida, que carece de modelos y poco valorada como profesión deseable. Se preconiza una estrategia de comunicación positiva: crear un «día del emprendimiento en la UE», designar a emprendedores famosos de cada país como «embajadores nacionales del emprendimiento» y, en general, intensificar las actividades de promoción del emprendimiento, mejorar su imagen y atractivo para las empresas. Los redactores del PAE concluyen el documento con toda una apología del mundo emprendedor: «Es esencial un amplio debate público, especialmente en los medios, para una revolución empresarial. Las instituciones públicas y privadas deben poner énfasis en la importancia social y económica del emprendimiento, no solo como una verdadera carrera sino también como un asunto del mayor interés nacional, europeo e internacional».

Resulta sorprendente que, pese a la omnipresencia de la figura del emprendedor en todos los medios de comunicación, los redactores del PAE insistan en este tono apologético hacia la figura del emprendedor a lo largo de todo el texto y subrayen, precisamente, el desconocimiento de las beneficiosas aportaciones para la sociedad. Desde el inicio de la crisis de 2007, el entorno empresarial de los países de la OCDE reforzó la propaganda de la figura del empresario y de la empresa. Se desató un nuevo episodio de lo que Tomas Frank (2000, 2013) ha denominado «populismo de mercado». Esta estrategia consiste en glorificar —desde medios empresariales y en armonía con los partidos políticos más afines— la empresa y la figura del emprendedor para legitimar el modelo capitalista y, en concreto, sus instituciones empresariales esenciales. Se trata de

una estrategia ya repetida anteriormente y que, según Frank, se intensifica en periodos de crisis económica, cuando se pone en cuestión la responsabilidad y la reputación de las empresas. El brote de populismo de mercado vivido a partir de la crisis de 2007 se concretó en una saturación de la figura del emprendedor en los medios de comunicación, en la construcción de un relato donde se presentaba al emprendedor como el salvador de la economía, en culpar de la crisis a otras instancias, en el refuerzo del *lobby* empresarial y en la demanda de normativas y fondos estatales orientados a los intereses emprendedores. La figura del emprendedor se ha presentado envuelta en un halo de progreso e innovación. El emprendedor se ha exhibido como ciudadano comprometido y amante de la libertad, sobre todo de la libertad de mercado. Si tenemos en cuenta la profusión de noticias y otras muchas iniciativas (ferias, lanzaderas de empresas, revistas, programas televisivos, becas, prácticas, concursos, premios y convocatorias de ayudas, entre otros), se podría constatar que la «revolución emprendedora» ya ha tenido lugar.

La UE se ha abierto a estas influencias con una proliferación de programas que fomentan el emprendimiento en el contexto de la EU-2020. Esto no significa que con anterioridad a la crisis de 2007 no hubiera inclinaciones *business-friendly*, sino que desde entonces la atmósfera emprendedora está más orquestada y articulada, como se deduce de la estructura del PAE. El espacio de este texto no es lo suficientemente extenso para tratar con detalle todos los programas de la UE relacionados ni las reacciones y la implantación de la idea de emprendimiento en países europeos. No obstante, en el apartado siguiente describiremos de forma breve algunos casos de países europeos que han desarrollado recientemente legislación nacional sobre emprendimiento en el contexto de la estrategia UE-2020.

REPERCUSIÓN EMPRENDEDORA EN VARIOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA

El espíritu emprendedor de los programas de la UE que hemos descrito en el apartado anterior no se refleja solo en los programas propios sino también en las

normativas de cada país. A lo largo de estos años han sido numerosas las legislaciones proempresedoras, lo que nos permite empezar a valorar sus efectos laborales. A continuación, trataremos brevemente los ejemplos de Francia, Portugal y España. No se trata de hacer un análisis comparativo de los datos ni de analizar de manera exhaustiva cada uno de los casos que presentamos, simplemente queremos ofrecer suficiente información para captar las coincidencias de estas medidas empresedoras en varios países europeos.

En el caso francés se desarrolló muy pronto una legislación «de crisis» para el fomento del emprendimiento. Se trata del «Statut d'auto-entrepreneur», aprobado en 2009 y cuya expansión desde entonces ha sido considerable. En el preámbulo de la ley se alababa su capacidad de crear ocupación de calidad, innovadora y generadora de autonomía para ayudar a los emprendedores. No obstante, con la perspectiva que proporciona el tiempo, desde su aplicación se ha ido desvelando todo su potencial para expandir la precariedad laboral. Pereira (2010), Stevens (2012) y Abdelnour (2017) han descrito los efectos negativos reales que comporta esta ley: los ingresos de los jóvenes autónomos son muy bajos; los empresarios aprovechan para externalizar procesos, se deshacen de la mano de obra y la sustituyen por los servicios de un trabajador autónomo, que se hace cargo de sus propias cotizaciones sociales, lo cual supone más ahorro para el empresario, que además tampoco asume costes de despido ni ningún procedimiento administrativo tras el cese del servicio. Social y laboralmente, a los emprendedores les sale caro el hecho de ser sus propios jefes: no tienen derecho a subsidios por desempleo, se mueven en un espacio pseudoempresarial en el que los sindicatos no pueden prestarles ayuda y se encuentran aislados.

Gracias a la alquimia del «Statut d'auto-entrepreneur» (que convierte los posibles asalariados en subcontratistas baratos), aproximadamente un millón de potenciales asalariados se han convertido en autónomos. La interpretación de los especialistas sobre este incremento del emprendedurismo es que, fundamentalmente, sirve de refugio para el desempleo y permite acceder a la ocupación, aunque sea asumiendo la precariedad que

comporta. Se consiguen ingresos, pero el trabajador autónomo pierde derechos, seguridad y protección social. A eso hay que añadirle la autoexplotación y la espiral de salarios a la baja, causada por la competición desenfadada entre los emprendedores para ofrecer servicios a costes competitivos y así atraer a las empresas más grandes.

«Portugal Discovers Its Spirit of Entrepreneurial Adventure», así titulaba la revista *Forbes* un reportaje publicado en agosto de 2015 en el que describía la sorprendente rapidez con la que ha arraigado en Portugal la cultura emprendedora. Las iniciativas públicas y privadas se multiplican y dan lugar a numerosos proyectos, como el Lisbon Challenge, reconocido como uno de los cinco «aceleradores» de *start-up* más activos de Europa (Coleman, 2015). Pero esta inclinación hacia el emprendimiento no es nueva en Portugal: el Instituto de Empleo e Formação Profissional, el servicio público nacional de empleo, cuenta ya desde principios de los años ochenta con un largo historial de programas orientados a salir de situaciones de desempleo mediante el emprendimiento. A lo largo de los años, estos programas han dejado tras de sí una importante cantidad de trabajadores portugueses enmarcados en el «trabalho independente»: según los datos del Instituto Nacional de Estadística, los trabajadores autónomos representan cerca del 22% del total de la población asalariada portuguesa. A estos trabajadores se les conoce popularmente en Portugal como «recibos verdes», por el color del talonario de facturas que deben rellenar para dar cuenta de su actividad profesional. Varios autores (Soeiro, 2014; Matos, Domingos y Kumar, 2012) han considerado a los «recibos verdes» como el principal mecanismo de precarización del mercado laboral en Portugal, entre otras cosas por la extensión de la práctica conocida como «falsos recibos verdes», que consiste en sustituir trabajadores asalariados por trabajadores autónomos que facturan únicamente para una empresa. Esta práctica ha provocado una fuerte contestación social, encabezada por movimientos como Geração à Rasca, Precários Inflexíveis y Fartas/os d'Estes Recibos Verdes.

En este contexto, el Gobierno portugués aprobó en diciembre de 2011 el Programa Estratégico para o Em-

preendedorismo e a Inovação (PEEI). Este programa se encuadra en la Estrategia UE-2020 y sus objetivos principales son crear una «sociedad más emprendedora», incrementar el número de empresas innovadoras, situar Portugal en las redes internacionales de emprendimiento e innovación y, finalmente, aumentar las inversiones extranjeras en el país lusitano. Mediante acciones como el «Passaporte para o empreendedorismo» o la «Rede nacional de mentores» y el «Programa de ignição», el PEEI intenta estimular el emprendimiento y ampliar las «competencias emprendedoras» de los portugueses. Resulta significativo que el máximo órgano de coordinación de este plan esté formado por el primer ministro y una comisión compuesta por reconocidos empresarios vinculados a fondos de capital de riesgo, viveros de empresas y otras iniciativas relacionadas con el ecosistema emprendedor. Mediante el PEEI, además de cumplir con la UE-2020, se puede intuir que el Gobierno de Portugal ha intentado profundizar en la penetración de la nueva doctrina de la activación y el emprendimiento. A pesar de la fuerte contestación que han tenido los «recibos verdes» —que provocó una iniciativa legislativa popular debatida en 2016 en el parlamento portugués (Soeiro 2014; Estany, Costa y Soeiro, 2013)—, el Gobierno portugués ha introducido a Portugal de pleno en la lógica emprendedora, aunque sin tener en cuenta el escaso éxito del emprendimiento en la reducción de la precariedad que arrastra el país, que en buena medida es fruto de esta misma lógica que el ejecutivo lusitano se obstina en practicar.

El caso español guarda semejanzas con el francés. En 2013 se presentaron la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 (EEEJ) y la Ley de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización (Ley 14/2013). Ambos textos se han producido en el contexto de la actual crisis económica y han sido impulsados por el auge simbólico de la figura del emprendedor. Tanto la EEEJ como la Ley 14/2013 hacen referencia, en la exposición de motivos, a la situación alarmante del paro en España, y llama la atención la naturalidad con la que plantean la solución emprendedora, la normalización del hecho de «crearse su puesto de trabajo», como la única salida al paro. Ambos textos comparten la idea (preconcebida) de que a través del fomento del emprendimiento se

avanzará en la creación de empleo. No obstante, esta relación, aparentemente automática, no se confirma en los análisis del contexto que acompañan a ambos textos legales: más bien al contrario, se señalan las dificultades relacionadas con el empleo que se están produciendo en el mundo de las pequeñas empresas y de los autónomos (dificultades en la concesión de créditos, mortalidad empresarial, poca capacidad de generar empleo, despidos, dificultades burocráticas, entre otros).

Las principales medidas que el EEEJ dedica a la promoción del emprendedor son, en primer lugar, la denominada «Tarifa plana para autónomos», que consiste en bonificaciones durante el primer año para los jóvenes que se den de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. En segundo lugar, se compatibiliza la prestación por desempleo con el inicio de una actividad por cuenta propia y se amplían las posibilidades de capitalizar la prestación por desempleo cuando se destine a participar en una sociedad mercantil. En tercer lugar, se propone el programa denominado «Emprende con red», que permite que el emprendedor que fracase vuelva a cobrar las prestaciones por desempleo. Se incluyen también medidas destinadas al asesoramiento y, por último, se crea un nuevo tipo de contrato, el «Contrato generaciones», que bonifica a los emprendedores que contraten a un parado mayor de cuarenta y cinco años.

Estas medidas han despertado ya algunas críticas, como las referidas a la «tarifa plana» —claramente insuficiente para los objetivos de iniciar una actividad emprendedora con garantías—, puesto que con ella se transmite la idea de que cualquier persona puede lanzarse a ser emprendedora, pero luego no se dan las condiciones reales para que sea así. En cuanto al resto de medidas (compatibilizar el cobro de la prestación por desempleo con el desarrollo de una actividad emprendedora y el «Emprende con red»), estas vuelven a transmitir un mensaje desesperado a los parados para que creen su propio puesto de trabajo. La primera favorece incluso la aparición de un enrevesado estatus en el que se puede ser al mismo tiempo parado que cobra su prestación y emprendedor, mientras que la segunda permite volver a cobrar la prestación por desempleo si se fracasa en la actividad empresarial. En un reconocimiento implícito

de sus limitaciones, el EEEJ demuestra con esta última medida su falta de confianza en el proceso de emprender y perfila una deprimente carrera plagada de fracasos y frustraciones: se fracasa como empleado y se cae en el paro, se fracasa de nuevo como emprendedor, pero siempre queda volver a la condición de parado.

En vista de los argumentos anteriores, el modelo de emprendedor que dibuja el EEEJ dista bastante del perfil creativo e innovador que suele acompañar a la presentación pública de la figura del emprendedor. El EEEJ acaba proyectando una imagen no tan reluciente como pretenden sus enunciados: aparecen palabras clave del mundo emprendedor, pero se perfila la figura del emprendedor por necesidad, un emprendedor a la fuerza, destinado a cubrir actividades de poca cualificación. No nos encontramos ante el arquetipo de emprendedor creativo, sino más bien ante «lumpenemprendedores» que cubren actividades de menor valor añadido. Los falsos autónomos son un claro precedente de estas dinámicas de precarización desde hace dos décadas, pero en las nuevas versiones autoempresariales se da un paso adelante calificando de manera ampulosa lo «autónomo» como «empresarial».

CONCLUSIONES

Llegados al final de este artículo, podemos destacar tres ideas a modo de conclusión provisional. La primera es que, a día de hoy, la influencia de la figura del emprendedor se extiende con una rapidez abrumadora. Este término con múltiples usos se asocia ya a la denominación de un actor económico del mundo institucional de la empresa, con una forma de adjetivar el trabajo, una política de empleo activadora, una aptitud ante el conocimiento y la técnica e incluso una actitud ante la vida. La figura del emprendedor no se presenta como una mera figura económica, sino como una forma de vida que nos encamina hacia una sociedad empresarial donde lo jurídico o político, fuente de derechos y deberes, se ve desplazado por la gestión individual de la vida como si de una empresa se tratase. Lo que rodea al emprendedor se expone empleando un lenguaje cautivador, en el que al «homo-emprendedor»

se le reservan cualidades como la pasión, la visión y el espíritu. La idea de que cada uno debe crearse su puesto de trabajo se ha popularizado y promete compartir todas las virtudes anteriores con todo aquel que siga la senda emprendedora. Este es el lenguaje predilecto de las publicaciones empresariales, que también habita en los documentos de la UE-2020 que hemos analizado.

La segunda idea es que la UE difunde y apoya este espíritu emprendedor y, además, le da cabida en sus programas. En este artículo hemos examinado con detalle el documento «Plan de acción sobre emprendimiento 2020» (PAE) y las acciones que contiene. A través de esta estrategia se afianza la construcción de un mercado ordenado, poblado por actores empresariales autorizados y ajustados a la norma, y se proyecta una política marco favorable a la empresa y a la libre competencia. Las instituciones públicas se abren así a la competitividad y la establecen como base del orden político. Lo más relevante de este proceso, como han argumentado Dardot y Laval (2016), es la forma en que se construyen estas normas de mercado en la UE. No se elaboran a través de la discusión parlamentaria, sino mediante mecanismos tecnocráticos que refuerzan el mercado y crean una estrategia supranacional de imposición de normativas que se difunde en el interior de la UE. Este orden superior genera homogeneidad entre países miembros e incluso permite a los Gobiernos nacionales evitar el trabajo sucio de luchar contra las resistencias que pueda comportar este proceso de imposición del mercado en cada país. Este proceso inhibe la construcción europea basada en la cooperación política o en la solidaridad social e implanta un Gobierno tecnocrático, fundamentado en el imperio de la norma sujeta a la lógica mercantil, con un cuerpo burocrático de funcionarios, jueces y sanciones. Es la gobernanza en el proceso de fabricación de decisiones lo que presenta hoy un gran interés. Didier Georgakakis (2012), en su sociología del personal de la UE, Sylvain Laurens (2015), con sus «microcomunidades» entre burócratas de la UE y el *lobbying* empresarial, o los anteriormente citados Dardot y Laval (2016), ofrecen pistas valiosas sobre los acuerdos técnicos que permiten a los altos funcionarios y los cuerpos técnicos de los bancos centrales y las direcciones económicas y financieras de los países de la

eurozona y de la UE establecer el cuerpo normativo. Estos grupos comparten una misma formación basada en los patrones del grupo dirigente transnacional bajo el influjo de Estados Unidos, con un saber/poder de imposición de normas, establecimiento de criterios estadísticos y de medida y control tecnocrático de la norma económica como prioritaria. El «gentil monstruo de Bruselas» del que hablaba Enzensberger (2012) maquina en la actualidad tras la apariencia creativa del emprendedor.

La tercera idea es que las promesas del régimen emprendedor están lejos de constituir una respuesta que aplaque la precariedad y lejos de poder conducirnos a una sociedad competitiva basada en el conocimiento, el talento y la cohesión social, como anuncian los documentos de la UE que hemos analizado. En la realidad concreta, para muchos trabajadores autónomos y pequeños empresarios, el espíritu emprendedor

supone sustituir la precariedad por cuenta ajena de un mercado de trabajo en crisis por la precariedad por cuenta propia del emprendedor por necesidad. La excelencia y el éxito emprendedor solamente se dan en ciertas circunstancias, que siempre favorecen a los mejor avenidos, que se mueven con muchos apoyos en entornos desterritorializados, transespaciales y que pueden arriesgar en momentos en los que el riesgo es asumible. Por el contrario, la mayoría tiene que trabajar en entornos locales, sujetos a proyectos concretos de los que depende la suerte profesional. Eso comporta una mayor flexibilidad y más riesgos sin grandes expectativas. Los *autoentrepreneurs* franceses, los «recibos verdes» portugueses y los autónomos españoles son la cara B de la lógica de las *start-up* unicornio. En el universo de los emprendedores solo brillan algunas superestrellas que ocultan la presencia del mundo «lumpenemprendedor» que hay detrás.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdelnour, S. (2017). *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*. París: Presses Universitaires de France.
- Alonso, L. E. y Fernández Rodríguez, C. (2013). Los discursos del *management*. Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak. Revista de relaciones laborales*, 28, pp. 42-69.
- Alonso, L. E. y Fernández Rodríguez, C. (2018). *Poder y sacrificio. Los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI.
- Arruti, A. (2016). El desarrollo del perfil del *teacherpreneur* o profesor-emprendedor en el currículo del grado de Educación Primaria: ¿un concepto de moda o una realidad? *Contextos educativos: Revista de educación*, 19, pp. 177-194.
- Berrebi-Hoffmann, I. y Grémion, P. (2009). Élités intellectuelles et réforme de l'État. Esquisse en trois temps d'un déplacement d'expertise. *Cahiers internationaux de sociologie*, 26(1), pp. 39-59.
- Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Anagrama.
- Bröckling, U. (2015). *El «self emprendedor»*. *Sociología de una forma de subjetivación*. Santiago de Chile: Universidad Alberto Hurtado.
- Bruno, I. y Didier, E. (2013). *Benchmarking. L'État sous pression statistique*. París: La Découverte.
- Coleman, A. (2015). Portugal Discovers Its Spirit Of Entrepreneurial Adventure. *Forbes*. Recuperado de www.forbes.com/sites/alisoncoleman/2015/08/23/portugal-discovers-its-spirit-of-entrepreneurial-adventure
- Cordero, D. (2014). Un plan de negocio es inútil en una *startup*. *El País*. Recuperado de www.elpais.com/economia/2014/03/21/actualidad/1395424206_595886.html
- Dardot, P. y Laval, Ch. (2016). *Ce cauchemar qui n'en finit pas*. París: La Découverte.
- Dixon, Keith (1998). *Les évangélistes du marché*. París: Raisons d'Agir Éditions.
- Enzensberger, H. M. (2012). *El gentil monstruo de Bruselas o Europa bajo tutela*. Barcelona: Anagrama.
- Estanque, E., Costa, H. A. y Soeiro, J. (2013). The New Global Cycle of Protest and the Portuguese Case. *Journal of Social Science Education*, 12(1), pp. 31-40.
- Feher, Michel (2007). S'apprécier, ou les aspirations du capital humain. *Raisons politiques*, 28(4), pp. 11-31.

- Fernández, C. y Medina-Vicent, M. (2017). Los nuevos discursos del *management*: difusión, impactos y resistencias. *Recerca: Revista de Pensament i Anàlisi*, 20, pp. 7-14.
- Frank, Th. (2000). *One Market Under God*. Nueva York: Anchor Books.
- Frank, Th. (2013). *Pobres magnates*. Madrid: Sexto Piso.
- Friend, T. (2015). Tomorrow's Advance Man. *The New Yorker*. Recuperado de www.newyorker.com/magazine/2015/05/18/tomorrows-advance-man
- Foucault, Michel (2007). *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France (1978-1979)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Georgakakis, D. (dir.) (2012). *Le champ de l'Eurocratie, une sociologie politique du personnel de l'UE*. París: Economica.
- Gratton, L. (2012). *Prepárate: el futuro del trabajo ya está aquí*. Madrid: Galaxia Gutemberg.
- Hibou, B. (2012). *La bureaucratisation du monde à l'ère néolibérale*. París: La Découverte.
- Jones, O. (2014). La política de la envidia. *La Maleta de Portbou*, 7.
- Laval, Ch. (2015). La precarietà come «arte di vivere» nell'epoca neoliberalista, en S. Contarini y L. Marsi (eds.), *Precariato. Forme e critica della condizione precaria*. Verona: Ombre corte.
- Laurens, S. (2015). *Les courtiers du capitalisme. Milieux d'affaires et bureaucrates à Bruxelles*. Marsella: Agone.
- Matos, J. N., Domingos, N. y Kumar, R. (2012). *Precários em Portugal: entre a fábrica e o call center*. Lisboa: Le Monde Diplomatique.
- Moruno, J. (2015). *La fábrica del emprendedor*. Madrid: Akal.
- Pereira, I. (2010). Du salariat à el auto-entreprenariat: vers plus de liberté ou vers plus de exploitation? *Sud Cultures Solidaires*. Recuperado de <http://sud-culture.org/expressions/spip.php?article1006>
- Serrano, A. (2016). Colonización política de los imaginarios del trabajo: la invención paradójica del emprendedor, en E. Gil Calvo (ed.), *Sociólogos contra el economicismo*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Slaughter, S. y Larry L. (1997). *Academic Capitalism. Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Soeiro, José (2014). De Geração à Rasca a Que Se Lixe a Troika: Portugal en el nuevo ciclo de protestas internacionales. *Sociologia*, 28, pp. 55-79.
- Stauber, J. y Rampton, S. (2004). *L'industrie du mensonge. Relations publiques, lobbying et démocratie*. Marsella: Agone.
- Stevens, H. (2012). Le régime de l'auto-entrepreneur: une alternative désirable au salariat? *Savoir/Agir*, 21, pp. 21-28.
- Vrancken, D. y Macquet, C. (2012). Focus. Du travail sur soi au gouvernement de soi. *Informations sociales*, 169, pp. 76-79.

NOTA BIOGRÁFICA

Antonio Santos Ortega

Doctor en Sociología y profesor titular del departamento de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València, ha realizado investigaciones sobre juventud, desempleo y precariedad laboral, con publicaciones en *Sociología del Trabajo*, *Sociologia del Lavoro* y la *International Review of Sociology*. Forma parte del consejo asesor de *Quaderns de Relacions Laborals* y de la revista *Arxius de Ciències Socials*.

David Muñoz Rodríguez

Doctor en Sociología y profesor ayudante doctor en el departamento de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València. Sus líneas de investigación son los procesos de precarización vital, la juventud, los movimientos sociales y las políticas públicas. Ha publicado sobre estos temas en revistas como *REIS*, *Recerca* y *Sociología del Trabajo*, entre otras.