



## DOSSIER

# Época de unicornios. Fisonomía y discurso de las empresas tecnológicas en el sur global

Denise Krepki<sup>1</sup>  
Patricia Ventrisci<sup>2</sup>  
Hernán M. Palermo<sup>3</sup>

PAPELES DE TRABAJO, 17(32), JULIO-DICIEMBRE 2023, PP. 40-59  
RECIBIDO: 22/8/2023 - ACEPTADO: 4/12/2023

## Resumen

La capacidad de Argentina de generar empresas tecnológicas, en general, y grandes jugadores de trascendencia global, en particular, coloca a la denominada “economía del conocimiento” en un lugar central en la discusión actual. En este artículo nos proponemos, en un primer tramo, llevar adelante una caracterización conceptual de la fisonomía e incidencia del fenómeno global de las grandes firmas tecnológicas en América Latina, poniendo el foco en la Argentina, destacando los principales rasgos que las ponen hoy en el centro de la discusión sobre la perspectiva socioeconómica del país. En la segunda parte, nos adentramos en el desglosamiento de la narrativa empresarial de este proyecto corporativo; primero identificando y situando sus orígenes y sus ejes articuladores a nivel global y luego analizando las características de su traducción local. Centramos nuestro análisis en lo que denominamos el discurso *tecno-emprendedor* a partir del cual se produce una resignificación de las prácticas empresarias tradicionales fundamentada en la exaltación del mérito individual, la ponderación de la tecnología digital como un salto al desarrollo y el emprendedorismo como una concepción de mundo primordial en el discurso dominante de las nuevas elites globales.

**Palabras clave:** Economía digital; unicornios; Argentina; emprendedorismo.

1 Centro de Estudios e Investigaciones Laborales - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CEIL-CONICET), [dkrepki@gmail.com](mailto:dkrepki@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-5463-0951>

2 Centro de Estudios e Investigaciones Laborales - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CEIL-CONICET), [patriciaventrisci@gmail.com](mailto:patriciaventrisci@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0003-4970-7720>

3 Centro de Estudios e Investigaciones Laborales - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CEIL-CONICET), [hernanpalermo@gmail.com](mailto:hernanpalermo@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0003-0414-7352>

## Abstract

Argentina's ability to generate technology companies in general and large players of global significance in particular, places the so-called "knowledge economy" in a central place in the current discussion. In this article we propose, in a first section, to carry out a general characterization of the physiognomy and incidence of the global phenomenon of large technology firms in Latin America in general and in Argentina in particular, highlighting the main features that put them today at the center of the discussion on the socio-economic outlook of the country. In the second part we delve into the breakdown of the business narrative of this corporate project; First by identifying and locating its origins and its articulating axes at a global level and then by analyzing the characteristics of its local translation. We focus our analysis on what we call the techno-entrepreneurial discourse from which there is a resignification of traditional business practices based on the exaltation of individual merit, the weighting of digital technology as a leap to development and entrepreneurship as a primordial conception of the world in the dominant discourse of the new global elites.

**Keywords:** Digital economy; Unicorns; Argentine; Entrepreneurship.

## Introducción

La aceleración de la transición hacia el capitalismo cognitivo (Moulier Boutang, Corsani y Lazzarato, 2004; Moulier Boutang, 2010; Vercellone, 2011) que produjo la irrupción de la pandemia junto con la profundización de la inestabilidad económica en nuestro país, manifestada en crisis cíclicas y recurrentes, puso a las grandes firmas tecnológicas de origen nacional en el centro del debate social, político y económico. Su flamante y vertiginoso éxito global, contrastante con el estancamiento de la economía local, hace proliferar los discursos que visualizan a los *unicornios* como posibles motores del ansiado "salto al desarrollo", esta vez por la vía tecnológica.

Envuelto en un ritmo de crecimiento demasiado veloz, las investigaciones sobre el fenómeno corren con retraso para intentar entender las características e implicancias de esta novedad tan compleja como fulgurante. La mayor cantidad de estudios académicos se generan desde y acerca de las grandes *techs* de los capitalismos centrales, que concentran la enorme proporción de estos gigantes de la tecnología. En cambio, todavía es escasa la literatura tanto sobre la dimensión latinoamericana de este fenómeno como de su especificidad nacional.

En el plano local aparece una incipiente y enriquecedora discusión centrada en el comportamiento económico de estos nuevos actores protagónicos de la economía digital. Argentina tiene gran capacidad para generar empresas tecnológicas. Tanto es así que registra la mayor proporción de las start ups de alta innovación, -llamadas *deep tech*, en la región,

así como<sup>4</sup> grandes jugadores de trascendencia global. Todo ello coloca a la denominada “economía del conocimiento” en un lugar central en la discusión actual acerca de los posibles vectores hacia el desarrollo económico y productivo del país. En este plano, uno de los núcleos centrales del debate gira en torno a si se identifica un comportamiento económico singular de esta élite empresarial o, por el contrario, tiende a repetir los patrones de reproducción y acumulación históricos de la cúpula empresarial en nuestro país. En este sentido, encontramos análisis que identifican en las empresas unicornio un “núcleo de capitalismo diferenciado” (Santolaria, 2022), mientras que otras miradas resaltan cierta continuidad de una lógica de “extractivismo de capacidades” que deviene en una suerte de enclave exportador disociado de las necesidades y desarrollos nacionales (Baum, Moncaut y Robert, 2022).

En este artículo nos proponemos retomar la pregunta acerca de la singularidad de estas corporaciones, pero abordándola desde el análisis del entramado simbólico que las mismas construyen y que constituye, junto con su desempeño en términos económicos, un elemento clave para identificar el proyecto político y cultural que promueven, el cual tiende a volverse hegemónico en la etapa actual del capitalismo global.

En función de esta propuesta, en un primer tramo del trabajo llevamos adelante una caracterización general de la fisonomía e incidencia del fenómeno global de las grandes firmas tecnológicas en América Latina, en general, y en la Argentina, en particular, mostrando su participación en el mercado y destacando los principales rasgos que las ponen hoy en el centro de la discusión sobre la prospectiva socioeconómica del país. En la segunda parte, nos adentramos en el desglosamiento de la narrativa empresarial de este proyecto corporativo; primero identificando y situando sus orígenes y sus ejes articuladores a nivel global y luego analizando las características de su traducción local. Centramos nuestro análisis en lo que denominamos el discurso *tecno-emprendedor* a partir del cual se produce una resignificación de las prácticas empresarias tradicionales fundamentada en la exaltación del mérito individual, la ponderación de la tecnología digital como un salto al desarrollo y el emprendedorismo como una concepción de mundo primordial en el discurso dominante de las nuevas elites globales.

### **Aclaraciones metodológicas**

Este artículo se enmarca en el contexto de una investigación más amplia que venimos desarrollando desde el CEIL-CONICET, la cual pretende aportar a la producción de conocimiento de los mecanismos complejos que sostienen las relaciones de poder al interior

---

4 De acuerdo al primer reporte que realizó el BID sobre el ecosistema latinoamericano, titulado “Deep Tech, la nueva ola” (Peña y Jenick, 2023) Argentina cuenta con el mayor número de startups Deep Tech en toda la región, con un total de 103 empresas. Este número representa el 30,3% del total, por delante de Brasil (29,7%) y Chile (19%). De esas 103 empresas, el 67% se dedican a la biotecnología y el 8% trabaja en inteligencia artificial.

de las empresas de tecnología. Para tales propósitos, hemos analizado distintas empresas tecnológicas, muy en particular, aquellas empresas “estrellas” vinculadas al negocio de las plataformas en Latinoamérica: nos referimos a Mercado Libre, Globant y Despegar.com. Estas empresas denominadas como “unicornios” dan cuenta de un crecimiento vertiginoso los últimos 18 años en Argentina y en América Latina. Por otra parte, son empresas donde los procesos gremiales aún tienen una inserción débil o nula. Y por último, en estas empresas encontramos un desarrollo en materia de ingeniería de software altamente desarrollado comparativamente a otras empresas de la región. En este sentido, en el presente escrito, nos proponemos implementar una perspectiva metodológica cualitativa que permita analizar la consolidación de la *hegemonía empresaria* (Palermo, 2012) dinamizadas en los diferentes casos de empresas de uso intensivo de tecnologías, tanto en el plano técnico-productivo como en el político-cultural.<sup>5</sup> Además, estos tres casos sirven como ejemplos paradigmáticos para pensar el sector. No obstante, para componer el imperativo del sujeto emprendedor, también retomamos resultados de nuestras investigaciones con repartidores y repartidoras de delivery de aplicaciones,<sup>6</sup> como así también trabajadores y trabajadoras *freelancers* que ofrecen sus conocimientos y saberes en plataformas digitales.<sup>7</sup>

Para el caso de las empresas “unicornios”, hemos llevado a cabo entrevistas a trabajadores y trabajadoras vinculados a puestos de trabajo que implican el despliegue de saberes complejos vinculados al desarrollo de ingeniería de software. También hemos realizado observación en las empresas, lo que supuso largas horas de trabajo de campo registrando interacciones sociales. Respecto de la metodología de abordaje del problema, esta se basará en una aproximación eminentemente cualitativa. Se trata del tipo de abordaje más adecuado para explorar fenómenos que no son del todo conocidos, tales como las dinámicas laborales que se generan en torno a los equipos de trabajo de producción de software, así como vivencias, experiencias y percepciones asociadas a las mismas. Adicionalmente, cuestiones tales como la valoración de estas ocupaciones, las motivaciones y expectativas respecto al trabajo desempeñado, los procesos que explican la presencia o ausencia de participación sindical, etc. resultan ser temáticas que requieren de un abordaje cualitativo para comprender y desentrañar fenómenos que todavía no son del todo conocidos. De este modo, nos proponemos avanzar en la explicación del papel que juegan, en cada una de las estrategias, el poder empresarial y la tensión con las formas de resistencia de los trabajadores y trabajadoras. Nuestra propuesta metodológica se nutre principalmente de

---

5 En este sentido, es importante aclarar que cuando nos referimos al plano político-cultural no solo hablamos de lo discursivo/simbólico, sino que esta dimensión tiene efectos concretos en la materialidad de los procesos de trabajo y en las vidas reales de personas de carne y hueso.

6 Para más información, ver Palermo y Molina (2021).

7 Un caso paradigmático es el de la plataforma Workana, una plataforma de capitales argentinos que se posiciona como una de las más elegidas en Argentina y en América Latina.

abordajes cualitativos (Rockwell, 1987; Guber, 1991) que nos permiten recuperar la diversidad de situaciones y prácticas desarrolladas por los sujetos sociales, en la medida en que implican sentidos respecto de las condiciones en las que los sujetos desarrollan su vida. Asimismo, llevamos adelante un proceso sistemático de compilación de entrevistas, tanto en prensa escrita como en medios audiovisuales, del CEOs de empresas tecnológicas, así como también, un relevamiento sistemático en redes sociales de estos empresarios tech. Este arduo relevamiento nos permitió en cierta forma, parafraseando al antropólogo James Scott (2000), adentrarnos en la “mente oficial” empresaria, para lograr comprender la densa filosofía tecno-emprendedora.

### Tecnolatinas y Unicornios del sur global

Luego de la primera década del siglo XXI, con la consolidación de una estructura económica global digitalizada, los proyectos y emprendimientos entraron en una nueva etapa donde el modelo *startup*<sup>8</sup> de Silicon Valley marcó las pautas de las nuevas lógicas empresariales (Sadin, 2018). En dicho contexto, en 2013, Aileen Lee<sup>9</sup> acuñó el término “empresas unicornios” en su artículo *Welcome To The Unicorn Club: Learning from Billion-Dollar Startups*. Allí, la fundadora del fondo de inversión Cowboy Ventures lanzaba una definición que años más tarde iba a formar parte de la jerga corporativa de las grandes empresas de tecnología digital. Define a las empresas unicornio como aquellos emprendimientos tecnológicos que logran capitalizar sus proyectos superando los mil millones de dólares y apela al carácter mítico de este proceso en tanto y en cuanto lo concretan en un “fantástico” corto período de tiempo. Tomando como referencia esta definición y a la luz de efervescencia creciente en la creación de nuevas empresas *start up* tecnológicas, en el ecosistema digital corporativo emergieron relevamientos sobre las potenciales empresas que se perfilaban como futuras unicornio. En este contexto, surgen las categorías de empresas *pony* y empresas *centauro* como dos escalafones anteriores a la categoría unicornio.<sup>10</sup> Teniendo en cuenta que la era digital ha ocasionado una masiva inversión de capital de riesgo basada en la creencia de que las nuevas empresas capturarán mercados emergentes y darán como resultado grandes ganancias de capital (Kenney y Zysman, 2019), las empresas centauro son las más apuntaladas, ya que se

---

8 Las empresas *startup* o en su traducción al español “compañía emergente” refieren a empresas de reciente creación, normalmente fundadas por un emprendedor o varios, sobre una base tecnológica, innovadoras y con una potencial capacidad de crecimiento.

9 Inversorista de capital de riesgo estadounidense y co-fundadora del fondo de inversión Cowboy Ventures, una de las primeras firmas de capital de riesgo dirigidas por mujeres.

10 Esta nueva tipología fue denominada como “bestiario” por su alusión a seres mitológicos y del reino animal para clasificar a las empresas en función de sus valuaciones hasta llegar a mil millones de dólares, valor que las convierte en empresas unicornios. Las empresas *pony*, el primer escalafón, son aquellas que tienen una valuación de 10 millones de dólares, las empresas *centauro* están valoradas en 100 millones de dólares y las empresas unicornio, 1000 millones de dólares. En sintonía con el crecimiento económico de estas empresas las categorías se encuentran en constante cambio y, por lo tanto, se han ido incorporando otras denominaciones como la de “empresas deca unicornios” cuya valuación supera los 10 mil millones de dólares como es el caso de la empresa Airbnb.

perfilan como las empresas unicornio del futuro y, por lo tanto, auguran un potencial crecimiento económico y la creación de más puestos de trabajo dentro de la industria.

Para el año 2014, las tres fuentes principales de clasificación de empresas unicornios, correspondientes a CB Insights (The Unicorn List), Fortune (The Unicorn List), y el Wall Street Journal (The Billion Dollar Startup Club), coincidían en identificar la existencia de un total de 82 unicornios en el mundo. Para agosto del año 2015, Fortune y CB Insights reportaban 146 unicornios. Hacia 2019, el número de unicornios que alguna vez han superado los mil millones de dólares fueron más de 340 empresas y en el año 2020 fueron 563, con un incremento del 70% que responde al favorable contexto que las empresas de tecnología digital encontraron a partir del estallido de la pandemia por COVID-19 (profundizaremos sobre este aspecto en el capítulo 7 de este artículo). Así, para el año 2021 se registraron 959 empresas unicornio y para febrero del año 2022 se reconocieron más de 1200 emprendimientos (CB Insights, 2022). Este crecimiento cuantitativo de las empresas unicornio también evidenció la preponderancia de dos categorías principales de empresas y unidades de negocio a nivel global: las denominadas *fintech* (empresas que implican el empleo de la innovación y los desarrollos tecnológicos para el diseño, oferta y prestación de productos y servicios financieros) y las empresas dedicadas a la venta de servicios informáticos. Esto último advierte no sólo la expansión cada vez mayor del campo de las empresas de tecnología digital, sino la indispensable vinculación con los capitales financieros globales en el seno de sus emprendimientos. Como fenómeno de época, en términos generales, es imposible entender el crecimiento avasallante de estas mega corporaciones de la economía digital sin reparar en el rol determinante del capital financiero en este proceso histórico.

La distribución global de las “unicornio” es, lógicamente, asimétrica: en 2015 se identificó la existencia de, al menos, una empresa unicornio en 18 países, pero el 65% de ellas se encontraban en Estados Unidos. Para esa época, este país, junto a China (14%), la India (4%) y Europa (alrededor del 8%) concentraban el 91% del total de firmas existentes de este tipo (Tellis, 2016). Esta estructura ha variado, aunque mantiene el predominio de los mismos actores: en el año 2022, de las más de 1000 unicornios identificadas por CB Insights, el 51% se encontraban en Estados Unidos, 17% en China, 6% en India y 4% en el Reino Unido (CB Insights, 2022). Indudablemente, la hegemonía de Estados Unidos en este esquema tiene su correlato en la expansión acelerada de Silicon Valley que con 50 años de historia se convirtió en la cuna mundial de la innovación, con emprendimientos que se transformaron en las empresas más importantes del mundo. Nos referimos principalmente al grupo de empresas denominadas con el acrónimo GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) las cuales lideran el paradigma de modelo técnico económico rentable y sostenible como monopolios intelectuales<sup>11</sup> de la era digital. En el caso de China, se han crea-

11 Recuperamos la categoría de monopolio intelectual acuñada por la investigadora Cecilia Rikap (2021) quien describe a estas

do muchas empresas nativas de tecnología digital que buscan competir con el mercado estadounidense en espejo, como por ejemplo: la red social Tik Tok, el motor de búsqueda Baidú o la aplicación de mensajería instantánea Wechat. Este mercado interno se ha ido expandiendo de manera exorbitante, al punto de que la empresa Byte Dance, propietaria de la red social Tik Tok, es actualmente la empresa unicornio con mayor valuación a nivel global, con 140.000 millones de dólares (un aumento del 87% desde marzo de 2020).

Esta cartografía básica de las empresas unicornio da cuenta de al menos dos cuestiones centrales: en primer término, de su relevancia económica creciente y sostenida en el tiempo; y en segundo lugar, de su distribución global asimétrica, que retrata la existencia de dos países monopólicos en relación con el desarrollo tecnológico, lo que deja al descubierto una trama compleja de desigualdades en relación con los procesos de creación, propiedad,<sup>12</sup> distribución y acceso. Bajo este gran paraguas de unicornios monopólicos, el fenómeno *start up* y la creación de polos tecnológicos proliferan en todo el mundo cada vez con más fuerza. En esta onda expansiva, el caso de Latinoamérica es muy interesante en lo que se refiere al impacto que han tenido y continúan teniendo las denominadas tecnolatinas.

### Tecnolatinas y unicornios argentinos

La creciente incidencia de estas corporaciones de la economía digital en América Latina resulta indudable. El último informe del año 2021 realizado por el BID Lab (laboratorio de innovación del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo) y la consultora Surfing Tsunamis denominado “Tecnolatinas”<sup>13</sup> registra este crecimiento a través de una cartografía de empresas unicornio en América Latina y el Caribe (LAC) cuantificadas en conjunto con las empresas *start ups*. En otras palabras, las tecnolatinas incluyen a aquellas empresas que tienen una valuación mayor a los mil millones de dólares (unicornios) así como a aquellas que cuentan con una valuación desde un millón de dólares. Así, el informe registra la existencia de 1005 tecnolatinas de las cuales 28 de ellas aplican a la categoría unicornio.

Conjuntamente, han creado un valor de USD 221000 millones, han recaudado más de USD 28000 millones de capital y han generado alrededor de 245000 empleos a lo largo de

---

empresas de tecnología digital a partir de la acción de apropiación de manera creciente, sistemática y constante de porciones de conocimiento global que son transformadas en activos intangibles. Es decir, que transforman conocimiento en acceso exclusivo, por lo tanto, la empresa que transforma ese conocimiento en activo intangible va a ser la única que va a poder acceder a ese conocimiento de manera gratuita. Es decir, que si otras empresas, otras organizaciones, individuos etc quisieran acceder a ese conocimiento tendrían que pagar para eso.

12 De acuerdo con la empresa TeleGeography, en 2021 había aproximadamente 436 cables submarinos de fibra óptica, o lo que sería lo mismo, 1,3 millones de kilómetros de cables repartidos por todo el mundo. Según el informe, Microsoft, Alphabet (Google), Meta y Amazon controlan el 66% de la capacidad de los cables submarinos de fibra que alimentan Internet, cuando en 2012 solo copaban menos del 10% (TeleGeography, 2021).

13 Dicho informe fue elaborado en colaboración con NXP Lab. Incluye a las Tecnolatinas que recaudaron más de un millón de dólares de capital y que tienen un valor estimado igual o superior a 6 millones de dólares.

los últimos 10 años. A su vez, se infiere que el valor de las empresas se ha multiplicado por 32 en la última década, pasando de 7000 millones de dólares en 2010 a 221.000 en 2020, teniendo la mayor parte del crecimiento en los últimos cuatro años (BID, 2021). Esto último nos da cuenta de lo incipiente que resulta este fenómeno a nivel regional, pero, a su vez, representa un crecimiento acelerado en tan corto lapso.

En el análisis de los rasgos generales de las empresas unicornio en América Latina, pueden identificarse algunos elementos comunes. En economías inestables, como las de nuestra región, la vía de ingreso digital al mercado y el uso de redes sociales como canales hacia los clientes facilita la adaptación y difusión, lo que ha dado lugar a una estrategia de ingreso que se desarrolla sobre la base de aprovechar el menor esfuerzo requerido en términos de inversión y comercialización en comparación con los productos y servicios tradicionales. En términos de rubros, las categorías mayoritarias entre los unicornios latinoamericanos son las de fintech, el comercio electrónico y los servicios de software. El modelo de negocio de estas empresas es por naturaleza de alta escalabilidad, pensado desde su origen para operar globalmente y en sus posibilidades de despliegue juegan un papel clave los capitales de riesgo (llamados “inversionistas ángeles” en la jerga) como proveedores de financiamiento.

Asimismo, puede señalarse que las corporaciones con modelos más sólidos dentro de la región son aquellos que presentan un “ecosistema integrado”, es decir, un conjunto de servicios complementarios a la actividad principal (logística, seguros, financiación, etc.) sobre los que mantienen, si ni la propiedad, al menos el control operativo. Este punto marca la importancia de la integración de los distintos segmentos en este esquema corporativo, manifestando cierto contraste con la instalada tendencia a la descentralización en las industrias tradicionales. La flexibilidad organizativa es otra cualidad común fundamental junto con la construcción de marca permanente; cuanto más virtual es el modelo, más hincapié necesita hacer en el aparato comunicacional de la marca para sumar clientes. Por otra parte, adquiere una singular relevancia la composición común de su dirigencia; en la gran mayoría de los casos, los Ceos son de origen local, pero con formación universitaria y de posgrado en las instituciones de la élite global (Stanford, Harvard, etc.). De acuerdo con la literatura managerial esta condición les permite “tropicalizar” el modelo de negocios probado en los capitalismo centrales y adaptarlo al panorama empresarial latinoamericano a partir de su conocimiento de los países y sus vaivenes político-institucionales; esta doble condición les permite, según este enfoque, combinar excelencia internacional con versatilidad local (Chamas, Caldart, Alfaro, 2017; Guede, Cancino, Lezama, 2022).

La distribución de la valuación de la totalidad del ecosistema digital en la región es llamativa; Brasil y Argentina concentran el 86% de la valuación, siendo Brasil el país que cuenta con el mayor número de startups y empresas unicornio (513 start ups y 16 empresas unicornio). Argentina, como decíamos al comienzo, ocupa en esta cartografía de la región un papel muy relevante. El fenómeno de las empresas unicornio ha penetrado fuertemente

en el país siendo este tipo de empresas las más importantes de uso intensivo de tecnologías del país, tanto por su potencialidad productiva como por su carácter estratégico en materia de innovación tecnológica. Como signo distintivo, aloja a la empresa de mayor valuación de la región y la primera empresa unicornio del país: Mercado Libre.<sup>14</sup> Actualmente, en el país existen once empresas en esa categoría: Mercado Libre, Globant, OLX, Autho, Vercel, Mural, Bittfarms Ualá, Tiendanube, Technisys y Satellogic y, entre todas, alcanzan un valor que supera los USD 120 000 millones. Hasta el año 2019, en la prepandemia, existían solamente 4 empresas bajo la categoría unicornio en el país: Mercado Libre, Globant, OLX y Despegar.com. Ya para el año 2021, en pleno estallido de la pandemia por COVID-19, 8 empresas más fueron creadas: Aleph Holding (firma dedicada a la publicidad online), Vercel (proveedora de software), Mural (software de colaboración digital), Bitfarms (dedicada a las criptomonedas), Ualá (fintech) y Tienda Nube (dedicada a dar soluciones para el e-commerce). La aceleración de los procesos de digitalización en el periodo pandémico apalancó el crecimiento de estas empresas a contrapelo de la situación de muchas otras compañías que vieron interrumpidas sus producciones y unidades de negocio.<sup>15</sup> El caso de la empresa Despegar.com es un ejemplo de esto último, ya que al estar centrada en la actividad turística enfrentó durante el 2020 el cese casi total de ventas durante la pandemia,<sup>16</sup> con lo que dejó el título unicornio en el camino.

Es indudable que la proliferación y el crecimiento de este tipo de compañías tiene una gran repercusión en la industria en términos de generación de empleo y a nivel nacional, por su potencialidad productiva. Si tomamos como parámetro el denominado sector de información digital<sup>17</sup> (Rabosto y Segal, 2023), la estimación de su incidencia indica que ha sido uno de los componentes más dinámicos de la economía argentina entre 2010 y 2019, con un incremento del su valor agregado bruto del 32%, que se tradujo en un aumento de

---

14 Empresa de plataformas multinacionales de origen nacional que, desde 2017, se convirtió en la compañía argentina de mayor valor en la bolsa de Estados Unidos (NASDAQ), con una cotización mayor a YPF -la principal empresa local de explotación petrolera. La compañía tiene varias facetas: el *e-commerce* (o *market place*), es decir la compra-venta de productos por internet, que es el servicio por el cual se hizo masiva; Mercado Envíos, que atiende la logística de distribución de ese intercambio comercial y Mercado Pago, que rápidamente tiende a posicionarse como el *cuore* del esquema de negocios de la empresa. Esta última involucra las áreas de Mercado Créditos y Mercado Inversiones, con perspectiva de diversificar y ampliar los servicios financieros (Palermo, Ventrici, 2023)

15 Al respecto Ignacio Peña, autor del informe regional Tecnolatinas destacó que “Mientras las startups de América Latina pasaron de valer USD 7.000 millones en 2010 a USD 221.000 millones en 2020, las empresas tradicionales listadas de la región tuvieron una caída de valor de USD 489.000 millones” (BID, 2021).

16 A fin de afrontar económicamente pérdidas que alcanzaban a los 140.6 millones de dólares en términos anuales, realizó un fuerte ajuste en términos de gastos y salarios llegando a reducir el 44% de costos generales (Despegar, 2021): a partir de despidos masivos, reducción de jornadas laborales y recortes de logística (Krepki y Santarcieri, 2022).

17 Incluye al conjunto de unidades productivas cuyo output principal son los bienes informacionales constituidos enteramente por información digital. Eso abarca los subsectores de software y servicios informáticos, entretenimiento y cultura, investigación y desarrollo y actividades profesionales y empresariales (Rabosto y Segal, 2023). Si bien la información vertida en este trabajo no corresponde exclusivamente a las empresas unicornios, consideramos que constituye una referencia aproximativa válida frente a la escasez de información al respecto.

su participación sobre el valor agregado bruto de la economía, que pasó del 3,1 al 3,9% en el período. En términos de empleo, muestra un dinamismo sectorial muy por encima del promedio del sector privado, tanto en la creación de empleo como en la proporción del registro de esos empleos y en su productividad laboral.

Como consecuencia de este impacto, las empresas unicornio argentinas tienen una alta exposición en los medios de comunicación masivos del país y las figuras de los empresarios que las lideran tienen también una gran resonancia en la arena pública. El discurso emprendedor vinculado al desarrollo de tecnología es el corazón del relato *tecno-optimista* de estas personificaciones criollas de la aristocracia digital. Las referencias globales son claras en su inspiración californiana, pero su traducción nacional adquiere ciertas singularidades.

Habiendo desarrollado una caracterización de la incidencia material de estas corporaciones en nuestras geografías, en los apartados siguientes justamente nos adentraremos en el análisis de las coordenadas centrales que adquiere la construcción de esta narrativa en su versión nacional, que permea distintos pliegues de la vida política y social de nuestro país –más allá del ambiente corporativo–. El foco estará puesto en el emprendedorismo como núcleo conceptual, ubicando al desarrollo tecnológico como una potencial solución a múltiples problemáticas de la vida cotidiana.

### Una verdad de época: la utopía *tech*

En San Francisco, California, se erigió hace tiempo la capital mundial de las principales empresas unicornio del globo: Silicon Valley. Considerado como la meca del desarrollo tecnológico y la innovación, el valle de silicio se presenta como una referencia global y un significativo espacio de formación para quienes proyectan la concreción de emprendimientos en la industria tecnológica de alta innovación. De las 500.000 compañías tecnológicas que residen en Estados Unidos, este complejo aloja a 6600, entre las cuales se encuentran las empresas unicornio emblema del sector: Alphabet, Tesla, Meta, Apple, Microsoft, Netflix, Zoom, entre otras<sup>18</sup>. Asimismo, cuenta con gran número de universidades aledañas con un alto reconocimiento a nivel internacional por ser los espacios de formación de los principales referentes de la industria tecnológica, como es el caso de la Universidad de Stanford. Sin dudas, como afirma Gustavo Lins Ribeiro: “No es posible comprender el papel de las fábricas de textiles en el desarrollo del capitalismo industrial sin hacer referencia a la ciudad de Manchester, Inglaterra. En el mismo sentido, no es posible entender la hegemonía del capitalismo electrónico-informático sin considerar su Meca, Silicon Valley, en Estados Unidos” (2018, p. 21).

Asimismo, retomando los aportes de Eric Sadin (2018) en su tesis sobre la “siliconización del mundo”, podemos evidenciar que la proliferación de “valleys” en los

18 “Las 22 Mayores Empresas Tecnológicas del Mundo en 2023”, User Guiding, 02/02/2023 (<https://userguiding.com/es/blog/las-mayores-empresas-tecnologicas/>)

cinco continentes no solo intenta replicar la imponente infraestructura tecnológica vanguardista de Silicon Valley, sino que recupera también un potente tecno-utopismo como cimiento discursivo. Sadin (op cit), desde una posición crítica, reconoce a Silicon Valley como el foco ardiente del liberalismo digital y, por tanto, lo señala como modelo técnico-económico convertido en el patrón de la medida de la vitalidad económica para todos los países. Empíricamente, podríamos decir que Sadin da en la tecla, ya que la expansión de los parques tecnológicos en el mundo es un hecho concreto y algunos de ellos hasta replican la denominación “Silicon” pretendiendo acercarse en mayor o menor medida al original según los medios localmente disponibles. Pero a su vez es interesante cómo reconoce en este proceso una expansión en términos simbólicos que circula bajo la forma de lo que él denomina como “Espíritu de Silicon Valley”: una verdad económico-empresarial de la época “que sostiene la racionalidad tecno-científica como el vector privilegiado del perfeccionamiento de la organización de las sociedades y de las condiciones de vida” (p. 102).

Esa utopía tecnológica se respira en Silicon Valley, un aire tecnófilo, que evidencia la construcción de ciertos campos discursivos apologéticos de la “Revolución Digital”, principalmente, a partir de dos ejes: por un lado, el ingenio técnico de individuos excepcionales que producen cambios trascendentes; y por otro, la evolución progresiva como criterio positivista del avance tecnológico. El clásico eslogan “hacemos del mundo un lugar mejor” es una marca registrada en los discursos de los máximos exponentes de Silicon Valley, bajo el cual subyace la idea de que el desarrollo tecnológico es vital para el devenir de una humanidad “mejorada”.

Evgeny Morozov (2016), desde una postura crítica, describe a este proceso como “solucionismo tecnológico”: “No sorprende que Silicon Valley ya esté inundando de planes para mejorar casi todo lo que existe sobre la faz de la tierra: la política, los ciudadanos, la edición, la cocina...Dado que reformula todas las situaciones sociales complejas, como problemas con definición clara y soluciones definitivas y computables, o como procesos transparentes y obvios a primera vista que pueden optimizarse sin mayor esfuerzo -apenas contando con los algoritmos correctos-, es probable que esta búsqueda tenga consecuencias inesperadas y termine causando más daño que soluciones. A la ideología que legitima y sanciona este tipo de aspiraciones la llamó “solucionismo” (p. 24).

Esa tendencia a buscar soluciones y respuestas en la tecnología a problemáticas de diversa índole instala un núcleo de sentidos que coloca a la tecnología como motor de la historia. Podríamos decir que fundamentan su optimismo en la supuesta hiper eficiencia algorítmica, la transparencia opaca de los datos digitales y la criptografía. Tal como argumentan Pablo Gordon y Marco Mallimaci (2022), la llamada tecno-utopía forma un tejido ético –y agregamos político– pretendidamente imparcial que se consolida cada vez más como un sentido común normalizado que circula y se reproduce desde empresas del ecosistema digital.

A la luz del debate sobre el carácter apologético y apocalíptico<sup>19</sup> de las tecnologías digitales, proponemos trascender esa dicotomía que empantana la reflexión en dos polos opuestos y complejizar el análisis, retomando el abordaje sobre la tecnología que Judy Wacjman (2017) propone. Allí, la autora aborda la tecnología como una configuración social, considerando al cambio tecnológico como indefinido, impredecible pero configurado como una serie de fuerzas sociales, económicas y políticas. Las tecnologías, a su juicio, son intrínsecamente sociales en tanto que son diseñadas, producidas, utilizadas y gobernadas por diversos actores, por lo que advierte la importancia de posar la mirada sobre las prácticas socio materiales para comprender la relación entre tecnología y sociedad de forma dialéctica. Recuperando esta perspectiva entendemos que es fundamental tener en cuenta que los principales promotores de esta tecno-utopía son quienes lideran estas grandes empresas instalando una concepción del mundo con una caracterización específica de la innovación tecnológica y de quienes se encuentran al frente de las mismas. Por lo tanto, si bien los modos de organización empresarial al interior de cada valle se han visto reconfigurados atendiendo a las condiciones estructurales de cada contexto político-económico, el proceso de silicolonización al que hace mención Eric Sadin (2018) puede ser vislumbrado bajo la réplica de un discurso iconoclasta que agencian principalmente las elites empresarias bajo el cual reivindican al sujeto emprendedor como impulsor de la innovación. Si la tecnología es el nuevo santo grial de esta tecno-épica, el sujeto emprendedor, en la tesitura de esta narrativa, es el hombre nuevo detrás de esta tecno-épica.

### **Un hombre nuevo: el tecno-emprendedor**

En las últimas décadas, los estudios sobre el emprendedorismo se han robustecido diversificando las líneas de análisis. Así, desde la psicología (Lopez Puga y García, 2011), la sociología (Bröckling, 2015), la economía (Schumpeter, 1997) y la antropología (Bueno Castellanos, 2020; Palermo y Ventrici, 2023) se ha intentado delinear características de los sujetos emprendedores desde distintas perspectivas y momentos históricos. La heterogeneidad de acepciones del emprendedorismo están relacionadas con una multiplicidad de fines en la acción de emprender que no solo se vincula con el ambiente de los negocios, sino que admite perfiles emprendedores que tienen el incentivo de buscar el bien común, soluciones que intenten resolver el deterioro ecológico (Bueno Castellanos, 2020) o que reconocen en la autogestión una salida frente al desempleo (Santos Ortega, 2014), entre otras. En definitiva, cada perfil emprendedor se encuentra atravesado por determinados contextos socio-culturales, históricos, políticos y económicos.

---

<sup>19</sup> Si por un lado algunos discursos “tecnófilos” naturalizan el avance del desarrollo tecnológico, por otro, ciertas perspectivas bordean el límite de lo distópico augurando una “era del control total” o un poder omnipresente de las máquinas que hará obsoleta a la raza humana. En este sentido, el trabajo de Carl B. Frey y Michael Osborne (2013) logró una enorme visibilidad al plantear que el problema central de la automatización digitalizada pasa por la pérdida de empleos.

Las preguntas que nos atraviesan a partir de tales postulados son: ¿qué sentidos y significados se construyen alrededor de la figura del emprendedor en ámbitos ligados al desarrollo tecnológico?; ¿cómo se llega a ser un tecno-emprendedor?; ¿cuáles son las características que definen a un emprendedor en este sector?; ¿por qué razones se busca potenciar perfiles emprendedores diferenciándolos de perfiles empresarios?

Si bien encontramos aproximaciones a la temática con definiciones tales como emprendedor tecnológico (Veciana, 1989), emprendedor informacional (Feldman, 2018), utilizaremos la categoría de tecno emprendedor para definir a una elite empresarial que desde sus prácticas, narrativas y discursos consolida un modo de subjetivación emprendedora ligado a la innovación, la audacia y a la austeridad que traspasa los límites físicos de sus propias empresas.

La relación entre la acción de emprender y la tecnología se vuelve crucial para profundizar esa brecha simbólica con otras formas de gestión empresarial a las cuales, como veremos a continuación, consideran vetustas. Podríamos decir que, si el sujeto emprendedor representa una renovación de los tradicionales principios empresarios, el tecno-emprendedor, en particular, refuerza esta idea a partir de su ligazón con el desarrollo tecnológico. Así, quienes dicen estar al frente de las empresas del futuro se presentan como una superación de las gerencias tradicionales y en constante renovación al calor de los últimos desarrollos en materia tecnológica.

Por consiguiente, caracterizamos al tecno-emprendedorismo desde la categoría gramsciana de concepción del mundo, resaltando la trascendencia del discurso y las tramas de relaciones que tales tecno-emprendedores construyen en múltiples espacios de intervención. En este sentido, sostenemos que el tecno-emprendedorismo como concepción del mundo de las clases empresarias del sector tecnológico-informático entrama un modo de pensar y de actuar en un determinado momento histórico (Gramsci, 2000) en el cual la tecnología es puesta como la solución más eficaz frente a problemáticas de la vida cotidiana.

La construcción de este concepto, en términos de su referencia empírica, encuentra tres fuentes en nuestras investigaciones. Por un lado, como desarrollaremos a continuación, el análisis del discurso público de los referentes corporativos más importantes y emblemáticos de este sector. Complementariamente, la traducción institucional de esta concepción en la organización en las distintas empresas, plasmada en sus dispositivos de fidelización de la fuerza de trabajo. Y finalmente, la cristalización de esta filosofía corporativa en las representaciones de los propios trabajadores y trabajadoras que pudimos rastrear en las distintas entrevistas realizadas en el marco de nuestro trabajo de campo (Palermo y Ventrici, 2023; Palermo y Ventrici, 2021; Ventrici y Palermo, 2020).

Como decíamos, este núcleo de sentido tecno-emprendedor es la principal carta de presentación de aquellos empresarios que dirigen las grandes empresas de uso intensivo de tecnología. El discurso tecno-emprendedor se nutre de esta épica fundacional, así como de

la tecno-utopía para delinear un modo de ser, actuar y aparentar en estos ámbitos. Así se moldea una imagen estereotipada del sujeto tecno-emprendedor audaz, austero, transgresor, innovador, disruptivo y una elevada moralidad personal. En definitiva, una imagen carismática y digna de imitar, cuyos valores son portadores de una mejora social indudable (Santos Ortega, 2014) y las ganancias obtenidas tienen una carga valorativa importante porque son la manera de comprobar que se ha tenido éxito (Bueno Castellanos, 2020).

Ahora bien, cuando hacemos foco en la situación de los tecno-emprendedores latinoamericanos y particularmente en el caso argentino, podemos evidenciar un discurso vertebral compartido en torno al origen mítico de las principales empresas unicornio, pero a su vez una construcción de sentidos en torno a la figura del sujeto tecno-emprendedor en el sur global. En relación a la primera cuestión, si por ejemplo recuperamos el caso de las dos empresas unicornio de mayor valuación argentinas: Mercado Libre y Globant,<sup>20</sup> encontramos que la épica fundacional del mito del garaje es retomada a la perfección. Marcos Galperin, fundador y ex CEO de la Mercado Libre, en reiteradas ocasiones menciona la experiencia originaria de la empresa en el año 1999 en un garaje que se ubicaba en el subsuelo de la empresa curtiembre de su padre, en el barrio de Saavedra, ciudad de Buenos Aires. Años más tarde y siendo la primera empresa unicornio del país, decide restaurar este mítico espacio convirtiéndolo en “el museíto” con la estética de sus inicios y mucho del mobiliario de esa época (PC de escritorio, antiguos logos de la empresa y hasta documentos).

En el caso de Globant, creada en el año 2003 por Martín Migoya, Guibert Englebienne, Martín Umarán y Néstor Nocetti el garaje es representado por un bar porteño en el que estos cuatro amigos se reúnen a idear la compañía con un presupuesto inicial de 5000 dólares. En este esquema, al igual que en el caso siliconiano, el garaje-bar como un escenario álder-creativo tiene un rol fundamental y promueve la iniciativa innovadora y austera del sujeto tecno-emprendedor. Sin embargo, tanto Marcos Galperín como los socios fundadores de Globant encuentran una característica diferencial del emprendedorismo argentino que se replica a nivel regional: la resiliencia. La resiliencia es un concepto que surge en el marco de la psicología, pero que en los últimos años ha tomado mucha notoriedad, sobre todo en cursos de coaching corporativo o de inteligencia emocional. Puntualmente, se refiere a la capacidad para adaptarse a situaciones adversas con resultados positivos. El tecno-emprendedorismo local ha encontrado en la resiliencia una cualidad perfecta para definir la adaptación a las sucesivas crisis económicas regionales, así como a la complejidad de los vaivenes económicos y políticos nacionales.

---

20 De las empresas unicornio argentinas, Mercado Libre es la compañía de mayor valor en la bolsa de Estados Unidos (NASDAQ) con una valuación bursátil de US\$100.000 millones (marzo 2021), triplicando su piso del año anterior. En segundo lugar, la empresa Globant registra una valuación de US \$10.000 millones (2021) siendo su máximo valor alcanzado desde su creación en 2003. Las valuaciones de ambas empresas reflejaron un crecimiento acelerado en el contexto de pandemia del COVID-19.

Está en el ADN argentino, definitivamente, y ese mismo ADN, interpretado de maneras distintas por parte de la gente, genera esa capacidad de aprender y de resiliencia, de acomodarse y volver a acomodarse. No hay muchos países de América Latina que tengan esa suerte. Dije suerte, a pesar de que es una desgracia. Somos una sociedad castigada por las crisis permanentes. (Martin Migoya, 2022)<sup>21</sup> Ser emprendedor es visualizar tu idea y convencer a otros. Tiene mucha incertidumbre, casi que te tiene que gustar estar un poco incómodo. Hay que tener perseverancia y mucha resiliencia. Si la incertidumbre te angustia, no seas emprendedor. (Marcos Galperin, 2019)<sup>22</sup>

El tecno-emprendedorismo en Argentina, al decir de ambos, debe estar embebido de resiliencia para poder ser exitoso y estar en condiciones de afrontar la incertidumbre del sistema para no perderse en el camino. En este sentido, la frase “de las crisis surgen las oportunidades” se ha tornado un mantra tecno-emprendedor. Galperin, a su vez, deja entrever que el emprendedorismo no es para todos en este contexto, se precisa de una actitud transgresora y una gran adaptabilidad al cambio. Ese “acomodarse y volver a acomodarse” que menciona Migoya, sin embargo, no representa una actitud pasiva por parte de estos sujetos. Con más recurrencia, las intervenciones, conferencias, declaraciones de esta facción tecno-emprendedora circulan por los medios de comunicación, las redes sociales y múltiples canales de difusión reivindicando al emprendedorismo y haciendo contundentes críticas al sistema financiero y económico-impositivo del país.

Necesitamos reglas claras, que no cambien todos los días. Una moneda, y un solo tipo de cambio. Es indispensable para poder invertir, transaccionar, gestionar, hacer planes. Tenemos que entender que para ser competitivos necesitamos dar lugar a la competencia. Proteger sectores no competitivos inevitablemente complica la vida al emprendedor que sí está en condiciones de serlo. Hay que amigarse con el crecimiento y pensar en grande. Muchas de las reglas incitan al emprendedor a pensar en chiquito: “Si excedo tal facturación tengo un nuevo proceso burocrático que enfrentar, un nuevo impuesto que pagar, o pierdo un beneficio que tenía”. (Guibert Englebienne, 2023).<sup>23</sup>

---

21 “Una oportunidad para la argentina”, Endeavor Argentina, 05/12/2022. (<https://www.endeavor.org.ar/blog-article-novedades-hackear-argentina-libro-emprendedores>)

22 Aprender de grandes. 30/07/2019. Marcos Galperin La vida del emprendedor. [Archivo de Vídeo]. Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=EuSM3LscaWI>

23 Argentina y la urgente necesidad de explotar al máximo su potencial tech: qué falta y cómo hacerlo, según la receta de los unicornios, Infobae, 28/01/2023. (<https://www.infobae.com/economia/2023/01/28/argentina-y-la-urgente-necesidad-explotar-al-maximu-potencial-tech-que-falta-y-como-hacerlo-segun-la-receta-de-los-unicornios>)

Pensar en grande no solo es un valor corporativo al interior de estas empresas, sino que también es un llamamiento a que otros pares emprendedores articulen sus demandas y expongan sus posiciones frente a determinadas situaciones coyunturales. Por ejemplo, en 2019 se dio a conocer la existencia de un chat de Whatsapp multitudinario que reunía a los principales empresarios del país y que denominaron informalmente como “el círculo rojo”. Dentro de los 250 empresarios/emprendedores se encontraban: Martín Migoya y Guibert Englebienne (Globant), Marcos Galperin (Mercado Libre), Gustavo Grobocopatel (Los Grobo), Rosario Altgelt (Latam), Sergio Kaufman (Accenture), Diego Bekerman (Microsoft), Emiliano Kargieman (Satellogic), entre otros. Desde esa instancia se concretaron acciones coordinadas como la difusión de comunicados o la viralización de determinados *hashtags* que evidenciaban sus posiciones políticas en torno a diversas discusiones de la coyuntura nacional.

Como refiere Gabriel Vommaro (2014), el emprendedorismo es visto como una cualidad moral asociada al éxito económico y que tiene un alto potencial para traducirse a la política.<sup>24</sup> En esa línea, en la medida en que “ser emprendedor” deja de definirse por una actividad particular y pasa a ser una condición personal que puede ser potencialmente compartida por actores sociales tan dispares como un mega empresario, un repartidor de delivery y un desempleado (Fridman, 2019), adquiere un alto nivel de politicidad y pasa a ser un núcleo de sentido estructurante de los discursos políticos que intentan interpelar a las juventudes centralmente desde una posición anti-estatista. El liberalismo tecnófilo y la meritocracia digital se basan en una concepción de mundo del capitalismo contemporáneo que expresa una articulación de intereses políticos, económicos, culturales, intelectuales y morales que cristalizan el devenir hegemónico de una generación empresaria revitalizada bajo el brillo de la innovación tecnológica.

### Reflexiones finales

En los últimos años, asistimos, pandemia mediante, a una aceleración del tiempo histórico que tiene como una de sus consecuencias centrales el avance vertiginoso de la hegemonía de la economía digital a nivel global. Las grandes corporaciones tecnológicas, denominadas en jerga nativa unicornios, despegaron en el ciclo recesivo que produjo la pandemia y afianzaron su rol protagónico en la economía internacional.

En nuestra región, este fenómeno tuvo una traducción naturalmente asimétrica, pero en la que Argentina encuentra un lugar de relevancia. En un contexto de asfixiante restricción de divisas, el rubro “economía del conocimiento” se consolida como el tercer sector en importancia en materia de exportaciones y los unicornios emblema –centralmente Mercado Libre y,

---

<sup>24</sup> Desde el cambio en la gestión gubernamental en el año 2015 en Argentina, en la cual asume el gobierno de corte neoliberal de Mauricio Macri, el discurso emprendedorista ha tomado un protagonismo inusitado en las intervenciones de los funcionarios públicos afines a la alianza “Cambiemos”.

en menor medida, Globant– se presentan como un “faro”, una referencia para conseguir el tan ansiado salto al desarrollo, esta vez por la vía de la meritocracia digital.

Sustentadas en su descollante éxito global en las grandes ligas del desarrollo tecnológico, que contrasta con el acuciante malestar por las crisis recurrentes y la sensación instalada de “decadencia nacional”, los unicornios nacionales encarnan la nueva promesa de futuro. Esa “promesa” se sostiene, y retroalimenta a la vez, un entramado simbólico muy potente en el imaginario de la época, que es el sello distintivo en materia narrativa de estas nuevas élites. En este trabajo, luego de caracterizar los principales rasgos de la composición e incidencia económica de estas empresas en la región y en nuestro país, nos adentramos a señalar las principales coordenadas de ese relato que conjuga liberalismo tecnofílico, meritocracia y un individualismo primitivo que da lugar a una concepción del mundo que hemos denominado tecno-emprendedorismo. Este discurso que postula a un individuo ilusoriamente libre de condicionamientos sociales, asociado virtuosamente a un *solucionismo tecnológico* salvador, viene a trastocar las concepciones y sentidos en torno al trabajo, esta vez con el nuevo brillo que la era digital pone a disposición para rejuvenecer viejos postulados.

En Argentina, en particular, el dogma californiano en boca de los CEOs de los más grandes y primeros unicornios con origen en el país subraya algunos aspectos que lo ayudan a compatibilizar mejor con la subjetividad local. La resiliencia, por ejemplo, señalamos, se vuelve una idea fuerza fundamental en un país azotado por crisis socioeconómicas cíclicas, y permite una conexión directa con los padecimientos de trabajadores cada vez más autorresponsabilizados de su precarización existencial creciente. Otra singularidad, especialmente importante para decodificar los tiempos políticos venideros en estas geografías, es el ascenso de este discurso managerial al plano de la moralidad; el *ser emprendedor* ya no postulado como condición ocupacional, sino como cualidad moral. Esta elevación le inyecta una potencialidad política fundamentada en una suerte de liberalismo tan fantástico como cruento que hoy toma por asalto el centro de la escena dando lugar a procesos políticos y sociales inciertos. El esfuerzo por comprender las claves de sentido de este relato corporativo devenido *leitmotiv* de nuevas fuerzas políticas nos resulta indispensable para las disputas y dilemas que tendremos por delante.

## Referencias bibliográficas

- Baum, Gabriel; Nicolás Moncaut, y Verónica Robert (2022). Extractivismo de capacidades: el caso del sector de software y servicios informáticos argentino. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana*, 53(211).
- Bröckling, Ulrich (2015). *El self emprendedor: Sociología de una forma de subjetivación*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Bueno Castellanos, Carmen (2020). *Ser emprendedor en el México del siglo XXI*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- CB Insights (2022). *State of Venture 2022 Report*. Documento electrónico: <https://www.cbinsights.com/research/report/venture-trends-2022/>
- Chamas, Enrique; Adrián Caldart, y José Alfaro (2017). Unicornios latinoamericanos. Visión global y gestión “tropicalizada”. *Harvard Deusto Business Review*, 66-76.
- Feldman, Patricio Julián (2019). De qué hablamos cuando hablamos de emprendedorismo: una aproximación al sector Emprendedor Informacional (EI) de Argentina. *EJS*, 18(2), 85-102
- Frey, Carl Benedikt, y Michael Osborne (2013). *The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?* Universidad de Oxford.
- Fridman, Daniel (2019). *El sueño de vivir sin trabajar. Una sociología del emprendedorismo, la autoayuda financiera y el nuevo individuo del siglo XXI*. Siglo XXI.
- Gordon, Pablo, y Marco Mallamaci (2022). Tecno-utopías para más capitalismo. *Revista Anfibia*. <https://www.revistaanfibia.com/tecno-utopias-para-mas-capitalismo/>
- Gramsci, Antonio. (2000). Apuntes para una introducción y una iniciación en el estudio de la filosofía. En *Cuadernos de la cárcel* (pp. 245-261). ERA.
- Guber, Rosana (2012). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Guede, Belén; Christian Cancino, y Bruce Lezama (2022). Características de Emprendimientos Unicornios en América Latina. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 10(3), 32–50.
- Kenney, Martin, y John Zysman (2019). Work and Value Creation in the Platform Economy. En S. P. Vallas y A. Kovalainen (eds.) *Work and Labor in the Digital Age* (13-41) Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Krepki, Denise, y Rocío Santarcieri (2022). La cotidianidad digitalizada: trabajo y pandemia en empresas unicornio argentinas. En H. Palermo (comp.) *El cotidiano del trabajo. Estudios de Antropología del Trabajo en Argentina*. Buenos Aires: Antropofagia.
- López Puga, Jorge, y Juan García (2011). Optimismo, pesimismo y realismo disposicional en emprendedores potenciales de base tecnológica. *Revista Psicothema*, 23(4), 611-616.
- Morozov, Evgeny (2017). *La locura del solucionismo tecnológico*. Capital Intelectual y Katz.
- Moulier Boutang, Yann (2010). Wikipolitics and The economy of the Bees: Information, power and politics in a digital society. En S. Albagli y M. L. Maciel (eds), *Information, Power and Politics. Technological and Institutional Mediations* (pp. 47-77). Lexington Books.
- Moulier Boutang, Yann; Antonella Corsani; Maurizio Lazzarato, y Olivier Blondeau (2004).

- Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Traficante de sueños. Palermo, Hernán. (2012). *Cadenas de oro negro en el esplendor y ocaso de YPF*. Antropofagia.
- Palermo, Hernán, y Juan Molina (2022). Plataformas digitales de delivery y el (des)extrañamiento del trabajo. *Trabajo y Sociedad*, 23(39), 439-453
- Palermo, Hernán, y Patricia Ventríci (2023). *El ADN emprendedor. Mercado Libre y el devenir tecno-liberal*. Biblos.
- Palermo, Hernán y Patricia Ventríci (2021). La siliconvalización del trabajo. Una experiencia argentina. *ICONOS*, 69, 201-218.
- Peña, Ignacio (2021). *Tecnolatinas 2021: The LAC Startup Ecosystem Comes of Age*. Banco Interamericano de Desarrollo. Documento electrónico: <https://publications.iadb.org/en/tecnolatinas-2021-lac-startup-ecosystem-comes-age>
- Peña, Ignacio, y Micaela Jenick (2023). *Deep Tech: la nueva ola*. Banco Interamericano de Desarrollo. Documento electrónico: <https://publications.iadb.org/es/deep-tech-la-nueva-ola>
- Rabosto, Andrés, y Nicolás Segal (2023). Economía digital en la Argentina: estimación de la cuenta satélite del sector información digital. CIECTI. Documento electrónico: [http://www.ciecti.org.ar/wp-content/uploads/2023/03/IT17\\_VO6\\_final.pdf](http://www.ciecti.org.ar/wp-content/uploads/2023/03/IT17_VO6_final.pdf)
- Ribeiro, Lins Gustavo (2017). El precio de la palabra: la hegemonía del capitalismo electrónico- informático y el googleísmo. *Desacatos*, (56), 16-33.
- Rockwell, Elsie (2009). *La experiencia etnográfica: historia y cultura en los procesos educativos*. Paidós.
- Sadin, Eric (2018). *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Caja Negra.
- Santolaria, Micaela (2022). *¿Qué capitalismo para la firma tecnológica en Argentina? Un estudio de MercadoLibre y Globant desde Variedades de Capitalismo*. Tesis de Licenciatura en Ciencia Política y Gobierno, Universidad Torcuato Di Tella.
- Santos Ortega, Antonio (2014). La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor. *Papeles de relaciones eco sociales y cambio global*, (127), 29-43.
- Scott, James (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos*. Era.
- TeleGeography (2021). Submarine Cable Map 2021. Documento electrónico: <https://submarine-cable-map-2021.telegeography.com/>
- Tellis, Gerard (2016). *Startup Index of Nations, Cities: (Startups Worth \$1 Billion Or More: "Unicorns")*. Center for Global Innovation USC Marshall School of Business. Documento electrónico: <https://students.marshall.usc.edu/sites/default/files/Unicorn-Index-Report-GT17.pdf>
- Veciana, José María (1989). Características del empresario en España. *Papeles de Economía Española*, 39, 19-36,
- Ventríci, Patricia, y Hernán Palermo (2020). Creativos, divertidos, emprendedores y meritocráticos. El trabajo en contexto de las tecnologías de la información. *Cuadernos de Antropología*, 52, 37-53.

- Vercellone, Carlos (2011). *Capitalismo cognitivo. Renta, saber y valor en la época posfordista*. Prometeo.
- Vommaro, Gabriel y Sergio Morresi (2014). Unidos y diversificados: la construcción del partido PRO en la CABA. *Revista S.A.A.P.*, 8(2), 375-417.
- Wajcman, Judy (2020). *Esclavos del tiempo: Vidas aceleradas en la era del capitalismo digital*. Paidós.