



**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE POSTGRADO**

**Análisis de la cultura del emprendimiento
y el emprendedor en la comuna de Rancagua.**

Tesis optar al grado de Magister en Antropología Sociocultural

DANIEL ALEX MATURANA CABALLERO

**Director:
Dimas Santibáñez Yáñez**

Santiago de Chile, año 2021

Resumen

Chile se esgrime como un país fuertemente influenciado por la innovación y la creatividad, lo cual resulta en el mejoramiento de un modelo de trabajo independiente denominado emprendimiento. Bajo esta arista, la presente investigación se sitúa en la ciudad de Rancagua con tal de observar si existe una cultura emprendedora que construya un ecosistema positivo para el negocio, posicionando a este formato de trabajo como un pilar económico real.

El objetivo general se entrama en el análisis de las prácticas emprendedoras y cómo se interpreta la cultura de emprendimiento desde los mismos sujetos en concomitancia con la mirada crítica del estudio, con el fin de establecer qué tan cierto es esta cultura emprendedora y cuáles son sus formas de expresión.

Ante los parámetros de la necesidad y/o subsistencia y desde el discurso clásico sobre el emprendimiento como una estrategia de esfuerzo sumado al riesgo, se estudian las ideas sobre el trabajo emprendedor, las dimensiones culturales que permean en las prácticas de los individuos y sus formas de relación que existen con el entorno socioeconómico.

Se concluye que el emprendedor rancagüino asume los riesgos de emprender con un dominio sobre las consecuencias y con la solvencia de la experiencia en otros tipos de trabajo. Además, la muestra completa presentó un detalle poco común en los análisis genéricos sobre el emprendimiento: la formación universitaria. Al sumar estas condiciones se asumió al emprendimiento rancagüino como un emprendimiento por competencias. Para complementar los análisis, se tomó la apropiación del tiempo como una característica de la cultura emprendedora rancagüina, junto con la búsqueda de mayor competencia y colaboración entre emprendedores de diferentes rubros.

Palabras clave: Emprendimiento, emprendedor, tiempo, cultura, entorno.

Agradecimientos

Soy un hombre de pocas palabras.

A mi profesor guía por las concretas correcciones y las ayudas precisas para mejorar.

A mis compañeros de generación que me enseñaron todas las bases socio antropológicas que desconocía.

A mis docentes porque cada curso era un mundo nuevo.

A mi familia, pareja y amigos porque entendieron y apoyaron la decisión de estudiar este magister.

Y a todos los que de alguna u otra forma tuvieron que ver en este proyecto.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
a)	La actualidad del emprendimiento y su evolución en el sistema capitalista	2
b)	El emprendimiento y el emprendedor: un problema semánticamente decidor.....	5
i.	Emprendimiento	5
ii.	Emprendedor.....	8
c)	La aproximación cultural al emprendimiento	12
d)	El caso de estudio: el emprendimiento en Rancagua.....	21
e)	El problema.....	22
f)	Objetivos	26
g)	Aspectos metodológicos	28
h)	La cultura de emprendimiento en Rancagua.....	32
II.	DIMENSIONES DEL TRABAJO EMPRENDEDOR.....	35
a)	El capitalismo social y la importancia del trabajo.....	35
b)	La cultura del trabajo.....	41
c)	Trabajo y cultura del emprendimiento en Chile.....	48
d)	Dimensiones del emprendimiento en Rancagua y la comprensión del trabajo.	51
III.	TIEMPO	63
a)	El tiempo como dimensión cultural	63
b)	Tiempo de trabajo y emprendimiento	66
c)	Apropiación del tiempo.....	69
d)	El valor del tiempo emprendedor.....	76
IV.	COOPERATIVISMO Y COLABORACIÓN.....	86
a)	Dos son mejores que uno	87
b)	La expresión de las redes sociales.....	90
i.	<i>Instrumentación mediante medios digitales</i>	96
ii.	<i>Colaboración con la competencia, integración del cliente.</i>	102
V.	CONCLUSIONES	112
a)	Resultados destacados	112
b)	Un hallazgo en el tiempo.....	115
c)	Un modelo para armar	116
d)	Perspectivas y oportunidades	119

REFERENCIAS	121
VI. ANEXOS.....	131

I. INTRODUCCIÓN

En nuestra realidad nacional, hablar de emprendimiento dejó de ser un tema lejano o extraño. Sumado a las ayudas institucionales; el aumento de los trabajos independientes, la intromisión de asignaturas en las casas de estudio, las redes de emprendedores y el abuso del concepto en sí mismo en los oficios, han intentado situar al emprendimiento como un pilar económico.

Como el emprendimiento exitoso requiere manejo de muchas competencias, el problema de su uso en cualquier tipo de oficio o sistema de venta va dejando de relieve las diferencias entre emprendimientos innovadores y no innovadores, a la vez que se destacan aquellos con buen manejo contable de sus negocios. El liderazgo, la capacidad comercial y la calidad, entre otras cualidades, se manifiestan en las personas que logran un *continuum* en el desarrollo de sus empresas¹. Bajo estas características, la comuna de Rancagua pasó desde una dependencia del emprendimiento por medidas institucionales desde el 2000, a un abanico de posibilidades de financiamiento (que no son únicas ni propias de la ciudad, sino más bien del país). Un estudio del año 2017 mostró que Rancagua posee un Índice de Competitividad² destacado en grados de economía y gobernanza, los cuales se destacan en las variables económicas para surgir y el nivel de autogestión para iniciar un negocio (Belmar, 2017). Los emprendedores de esta tesis cumplen con un alto nivel de autogestión y se destacan por estar alejados del concepto de precariedad laboral por el cual el emprendimiento ha tomado notoriedad en los últimos años, siempre evolucionando con la economía social de mercado.

¹ La diferencia más tajante entre emprendimiento y empresa es el momento. Al formalizarse, un emprendimiento pasaría a ser una empresa, pese a que existen más connotaciones.

² **El Índice de Competitividad** constituye una herramienta de evaluación de la situación de cada ciudad. **Economía:** Características del entorno de las actividades productivas preponderantes en la ciudad. **Gobernanza:** Capacidad de los diversos actores de la ciudad para adoptar una perspectiva estratégica en su desarrollo y actuar en consecuencia.

a) La actualidad del emprendimiento y su evolución en el sistema capitalista

Durante el siglo XX, el auge del neoliberalismo ha permeado en la concepción del capital humano de trabajo, llevándolo desde el aumento de competencias personales que permitan mayor riesgo³, hasta la expectativa de incorporar al trabajador como entidad en el mercado. Esto incrementa la reputación, el prestigio y la apreciación de este como agente de cambio, en donde un escenario incierto, generaría una capacidad de innovación como respuesta⁴ (Feher, 2014; Santos & Muñoz, 2018). Los emprendimientos actuales responden a un modelo donde la empresa naciente puede gestionar capital de riesgo y generar la potencialidad de crecimiento. Esta visión del emprendimiento iría acorde a la evolución del sujeto en el neoliberalismo, donde existen riesgos por experimentar nuevos terrenos económicos, constante competencia comparativa y un infinito abanico de proyectos que en su mayoría nunca son llevados a cabo⁵, mostrando la “promesa” mental que genera emprender como opción laboral (Hamuy, 2014; Santos & Muñoz, 2018).

El actual modelo chileno de capitalismo social (economía social de mercado), es resultado de políticas económicas neoliberales, impulsadas durante la dictadura y que ha permanecido hasta la actualidad (Araujo & Martuccelli, 2012). Dado el cambio de paradigma en las prácticas de trabajo; como la diversificación de la ocupación, el estancamiento en los derechos sindicales y el asentamiento del individualismo; el trabajo, como operación fundamental de la economía, se ha distanciado de las conversaciones de convivencia, pasando a ser una actividad automatizada y deshumanizada (Moulian, 1998), con atisbos cambiantes en las últimas décadas, dependientes de la capacidad individual del trabajador de oponerse (o hacer buen uso) del modelo (CORFO, 2014; Paredes et al, 2019).

³ El riesgo o el capital de riesgo en la economía corresponde a la inversión a expensas de conocer la probabilidad de tener pérdidas en el proceso debido a la incertidumbre (complejidad) del mercado.

⁴ “Lamentarse por la incertidumbre te aleja de este modelo de innovación”, citan en forma textual Santos & Muñoz, 2018.

⁵ Aquí ya podríamos hablar de una especie de juegos de cálculos del sujeto.

Estas conceptualizaciones del trabajo no se evidenciaron en los emprendedores rancagüinos, dado que la capacidad de gestión personal en sus negocios demostró uso y dominio de competencias teórico-prácticas con tal de solventar distintos obstáculos. Si bien el riesgo de inversión está siempre presente, este se veía desde el positivismo de dominar sus quehaceres emprendedores⁶ y obtener un éxito por encima de la ganancia neta reflejada en la acumulación del capital. Se ha señalado que la práctica del trabajo estaría enfocada en la obtención del capital⁷, sin importar las condiciones laborales, el “sacrificio” ejercido en tiempo y energía y/o el aislamiento social de la persona (Cárdenas et al, 2012; Moulian, 1998), aspectos que los emprendedores de Rancagua no referenciaron e incluso mostraron ir a contracorriente de esas implicancias, aunque se destaca la visión de condiciones laborales estresantes, pero buscadas y dominadas por el propio demandante en sí, el cual resulta ser el emprendedor y la búsqueda de calidad, por encima del cliente y su demanda.

Como efecto de los distintos tipos de trabajo que se ejercen en el presente y la variabilidad en la ejecución de servicios primarios a terciarios, la promoción del emprendimiento se ha instalado como un modelo laboral que permite autogestionar el tiempo y crear una independencia socioeconómica y laboral, al no depender de jefaturas ni otros cargos (CORFO, 2014). Un problema de esto último es que la población emprendedora del país es resultante⁸ de un mercado laboral complejo o bien de la escasa cobertura de derechos sociales por parte del Estado. Más que tomar oportunidades de emprender, los trabajadores están rebuscándose un medio

⁶ Esto no siempre ocurre, pues en la moda emprendedora se puede “vender cualquier cosa”.

⁷ Otros componentes del trabajo que son trascendentales y transversales son la previsión en salud y el sistema de ahorro para la vejez, los cuales tienen diversas formas de ejecutarse en los distintos países, remarcando que en Chile el sistema de salud es público (FONASA) o privado (ISAPRE), mientras que el sistema de ahorro para la vejez corresponde en mayor medida a las Aseguradoras de Fondos de Pensiones (AFP), con otros que permanecen de regímenes anteriores al año ochenta y los que son únicos para los trabajadores de la defensa nacional (Cárdenas et al, 2012).

⁸ Aravena et al (2019) resumen el discurso idóneo de la siguiente manera: “Emprender apela a las características particulares de las personas para definir el éxito o fracaso del desarrollo de un proyecto económico que constituye una fuente laboral o de ingreso, homogeneizando las condiciones sobre las que éste se establece”.

de subsistencia para sobrellevar los gastos de sobrevivencia (Aravena et al, 2019). Los emprendedores de Rancagua provienen de una desilusión inicial del modelo basado en el hastío del horario de trabajo y el cumplimiento de objetivos ajenos de producción, lo cual suma la incomodidad de estar bajo jefaturas. Esa situación les permitió utilizar sus propias herramientas para iniciar una actividad rentable de manera artesanal para luego dar paso a un negocio con inserción y reconocimiento local. Estas herramientas se vieron destacadas en el desarrollo de habilidades con perfeccionamiento técnico, apropiación del tiempo como recurso y la capacidad de interactuar bajo redes informales de emprendimiento que permiten afianzar y mejorar continuamente a las empresas. Si bien la mitad de estos emprendedores se han adjudicado algún fondo de ayuda, reconocen que en corto tiempo se nivelaron de tal manera que estas ayudas carecieron de peso específico para ser significativas. De hecho, en la última década el emprendimiento ha sido un objetivo fundamental de las políticas públicas en el país, donde la promoción para la formación de nuevas empresas se ha relacionado con el crecimiento, el nivel de empleo y la innovación (Atienza et al, 2016).

El apoyo al emprendimiento se refleja en las intenciones de aumentar la cantidad de emprendedores en desarrollo, con mayor énfasis en las micro y pequeñas empresas (MYPES), como en pequeñas y medianas empresas (PYMES), donde al emprendimiento se lo asume como un sostén económico que permite rebajar las tasas de cesantía y que se presenta como una real opción ante la desocupación, sumado a la chance de ser para el emprendedor, un ejercicio para subsistir. (Mardones et al, 2017).

b) *El emprendimiento y el emprendedor: un problema semánticamente decididor.*

i. Emprendimiento

Los economistas fueron los primeros en investigar la problemática del emprendimiento desde la medianía del siglo XX. Diferentes áreas de la ciencia se interesaron en este tema con tal de enfocarlo desde distintas miradas, lo que se traduce en una carencia de una teoría basal que sea considerada una piedra angular del tema. Su vuelta como concepto de análisis académico (coincidente con el de sobreexplotación política en el discurso) se ha producido en las últimas dos décadas, donde el individualismo ha traspasado hacia la independencia económica y la formación de una cultura⁹ emprendedora (Teran & Guerrero, 2020). Basado en lo anterior, tanto la innovación como el emprendimiento han sido ampliamente utilizados en el discurso político chileno. Ambos términos¹⁰ han ido cambiando su peso interpretativo y se “...*comienzan a establecer como elementos esenciales del discurso de la productividad y el progreso económico nacional*” (Moya & Molina, 2017); lo cual desencadena que ambos tengan un uso sin retorno en la orientación económica, alejándolas de lo tecnológico, lo científico o la validación de competencias personales (del emprendedor), siendo estas últimas, estructuradas como un componente esencial para levantar, mantener y lograr el éxito (ganancia económica) del emprendimiento (CORFO, 2014; Hamuy, 2014). Un ejemplo es la utilización del concepto *emprendimiento* en distintos gobiernos de Chile. En los dos períodos de Michelle Bachelet, la innovación estuvo por sobre el emprendimiento en el uso del discurso, y este mismo fue entendido como una fuente de trabajo sin llegar a ser un impacto de la macroeconomía; mientras que, en el primer período de Sebastián Piñera, el discurso se volcó principalmente al concepto del

⁹ También es importante destacar que “cultura emprendedora” se usa indistintamente en el discurso político, en ramas académicas de la economía y en las prácticas diarias de los emprendedores.

¹⁰ Es la innovación la que en el discurso público aparece casi mimetizada con emprendimiento.

emprendimiento, entendiendo que este en sí mismo impactaba desde la micro a la macroeconomía. (Hamuy, 2014; Moya & Molina, 2017).

El nivel de emprendimiento que gestiona un país se baraja en una relación directa al crecimiento económico¹¹, independiente del tipo de política que lo impulse. Un consenso vital entre todo esto, es que la innovación es necesaria para que el emprendimiento se genere como pilar económico (Minniti, 2012). Las primeras nociones relacionaban a la innovación con el emprendimiento dentro de un sistema de mejora continua donde se “destruía para construir”, aumentando la productividad y el crecimiento económico¹² (Schumpeter, 2003). Otra consideración desde el aspecto político considera que el emprendimiento es una expresión de innovación (lo cual calza con el uso indistinto que tienden a utilizar las autoridades entre ambos conceptos) y dinamismo económico (Hart, 2003). Todavía en el espectro sociopolítico, el emprendimiento se ha visto como un elemento clave para la determinación de innovaciones colectivas, diversificando el conocimiento (teórico-práctico) y facilitando su difusión en la población (Audretsch & Keilbach, 2004). Hoy por hoy, debido al uso, desuso y sobreuso del concepto del emprendimiento, se pueden catalogar varias acepciones respecto al mismo, en donde el emprendimiento es parte de la economía en función de satisfacer al sistema económico a través de un modelo de mejora continua. Primero, se acepta que el crecimiento es dependiente de la innovación tecnológica. Segundo, esta innovación tecnológica requiere altos grados de experimentación en diversos rubros. Tercero, la experimentación¹³ podría depender de nuevas empresas u organizaciones empresariales; y cuarto, la experimentación productiva es esencial en el modelo capitalista para aumentar su ímpetu negociador (Minniti, 2012).

¹¹ Una forma de medirlo es el PIB.

¹² Productividad en simple, es la cantidad de producción en función de los insumos utilizados. El crecimiento se veía en los tiempos de Schumpeter (2da mitad siglo XX), como algo directamente asociado a la cantidad de empresas.

¹³ Un ejemplo en la práctica de esto es como se entrapa la discusión sobre los fondos de apoyo a la investigación, pues un problema radica en si es mejor apoyar la ciencia básica o la ciencia aplicada.

Otra forma de evaluar cómo se entiende el concepto del emprendimiento, es mediante su representación social. En un estudio realizado en zonas rurales por Moliné, la principal referencia asociada al emprendimiento es el concepto del Dinero¹⁴. A su vez, la motivación para emprender se asoció mayormente al término Familia, dado el impulso por mantener y sacar adelante a la misma. La autora discute el rol activo de la mujer emprendedora (tanto rural como no rural) en función de que todo lo que haga y desempeñe será nuevo o será visto como un nuevo rol socioeconómico, más allá de que resultados de trabajos similares, pero, enfocados en la urbano, mostraron que independiente del género, el emprendimiento se motiva desde la libertad e independencia económica (Moliné, 2017). Las motivaciones son menos “estáticas” a nivel urbano y sufren variaciones en el tiempo, ajustándose a los desafíos comerciales que van apareciendo. Desde la base motivacional de emprender por necesidad u oportunidad, se transforma en una forma de emprender acorde al entorno y la realidad socioeconómica del país (Williams & Williams, 2011), lo cual podría denominarse un emprendimiento por ajuste.

Hasta aquí el concepto de emprendimiento (que se extiende al de emprendedor) va siendo interpretado de diversas maneras dependiendo del plano económico, político o social. Podríamos estar ante un concepto en constante evolución (su uso data desde la revolución industrial) o bien, este podría poseer interpretaciones acordes a quién lo está usando, sin afectar en la práctica, las operaciones del sujeto emprendedor (Carmen & Viveros, 2011; Santos & Muñoz, 2018). Un aliciente para esta investigación es la diversificación del concepto emprendimiento, que se usa livianamente por parte de las autoridades, a expensas de las definiciones académicas.

¹⁴ Sus resultados mostraron mayor interés por dinero en mujeres que en hombres (que asociaron más el concepto de responsabilidad). Comparativamente esto se contradice con estudios previos que mostraron que el interés por dinero en mujeres era secundario, centrándose más en la independencia y autogestión. Aparte, el mercado “machista” sería un aliciente a la búsqueda de independencia económica.

El emprendimiento se asocia entonces, a personas propietarias de su negocio o autoempleados, siempre que contraten trabajadores para el logro de objetivos a mediano plazo, mientras que, en la visión instrumental, el emprendimiento corresponde a nuevas empresas que introducen innovaciones removiendo paradigmas¹⁵ (Ascencio, 2014). Desde la mirada de los negocios, se considera esencial la existencia de una oportunidad, el descubrimiento o detección de esa oportunidad y la creación de una organización para explotarla. (Villalobos et al, 2007).

Mi visión de acuerdo con las experiencias de trabajo (asesorías) y en función de la comprensión del término, es que el emprendimiento, tal como lo señalé antes, es un **proceso momentáneo donde se afianza un negocio, aplicando todas las competencias y aprendizajes para generar un camino hacia el nacimiento de una empresa**. Si bien no pretendo ser absolutista de la visión formal de una empresa (esto es, para el SII sólo hay empresas y no emprendimientos), bien me parece establecer que los emprendimientos rancagüinos analizados en este estudio, dado el perfil histórico de formación académica de la muestra, corresponden a **emprendimientos por competencias**, como una rama del emprendimiento por necesidad, alejándose de conceptos de subsistencia o sobrevivencia, algo común en los objetivos de las políticas públicas.

ii. Emprendedor

En ocasiones, todos los ámbitos del entorno del emprendimiento y por supuesto, todos los contextos individuales del emprendedor están presentes en el esfuerzo constante de mantenerse activo en el mercado (GEM, 2016). La relación

¹⁵ Es complicado relacionar emprendimiento y empresa. Es emprendimiento hasta que se formaliza, pero el discurso público no los separa tajantemente.

con el entorno y las características personales del emprendedor, formarían su propia cultura del trabajo¹⁶ (Supiot, 1999; Steckerl, 2011). En un cambio del uso conceptual desde un tipo de persona pasiva y resiliente, el emprendedor debe tener cualidades de innovador y capacidad de crear nuevos negocios crecientes, mostrando que, en la actualidad, es un sujeto que “relaciona varias disciplinas, tales como: economía, estrategia de negocios, comportamiento organizacional, sociología y psicología” (CORFO, 2014).

El detalle radica en cómo se maneja el concepto y la diferenciación entre lo que debería ser y lo que es. Analizando el mismo informe de emprendimiento de CORFO¹⁷ de 2014, ha pasado desde considerarlo como:

“La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con empeño, alguna operación considerable y ardua”, hasta “Un agente económico que une los principales factores productivos, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de otro, para producir un producto. Con la venta del producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario y los intereses del capital; y el remanente corresponden a sus ingresos. Así, el emprendedor traslada recursos económicos desde un área con baja productividad y retorno, a una de alta productividad y retorno”

Lo que se espera del emprendedor es una **persona capaz de generar su propio conocimiento y estrategia sobre el producto y/o servicio ofrecido**, el cual, a su vez, asume riesgos estando dispuesto a obtener retribución a mediano plazo (CORFO, 2014). El detalle es que particularmente en Chile, el emprendedor muestra a una persona con escaso capital inicial, sobre todo cuando deriva del desempleo¹⁸ (Aravena et al, 2019; Zúñiga et al, 2016). Pareciera que la conceptualización del emprendedor como un posible empresario exitoso no es real y en lugar de ello,

¹⁶ Usado como concepto, la cultura del trabajo no se define en tales trabajos.

¹⁷ Es por lejos el principal ente gestor de recursos, proyectos e impulsos de emprendimiento.

¹⁸ Otras formas son “probar” un emprendimiento mientras se trabaja como asalariado, complementar sueldo familiar y luchar contra malas condiciones laborales a nivel país.

podríamos considerar a estos como “...trabajadores por cuenta propia, con altos niveles de informalidad, escasa o nula tecnología en sus emprendimientos, en su mayor parte autoempleados, con poca o nula perspectiva de crecimiento y con ingresos bastante bajos” (Aravena et al, 2019).

En Chile, esto se condice con la estructuración del sistema de economía social de mercado que produce condiciones superficiales para concretar un negocio, con aperturas a mercados obstaculizadas por conglomerados y contactos (“pitutos”). El monopolio escondido de los grupos económicos obliga a los emprendimientos y las empresas nacientes a sumarse a estos o bien a ocupar prácticas similares.

“...ocupamos el lugar 48 de 54 en materias de Infraestructura profesional para los negocios, donde un 75% de los encuestados encuentra que es difícil acceder al mercado financiero o bancario” (Iriberry, 2019).

Otro aspecto es el bajo nivel de educación financiera de los emprendedores (que sigue a medida que crecen como empresarios), que, interpretado al sistema educativo nacional, se demuestra que se ocupa uno de los últimos lugares de la OCDE en el indicador de educación primaria en los emprendedores¹⁹ (GEM, 2020). Un punto coincidente a los datos regionales de Rancagua es la alta promoción del emprendimiento por parte del gobierno, ocupando el lugar 11 entre 54 países analizados. El “pero” es el acceso a la banca para nuevos emprendedores y la capacidad de crecimiento mediante negociación, que termina destruyendo los emprendimientos. En esto también se ocupa un triste lugar 43 entre 48 países analizados (GEM, 2020; Iriberry, 2019).

Los emprendedores de Rancagua rompen con la segunda generalización, esto es, tienen alto grado de formación educacional (todos universitarios) y han ocupado y ocupan las herramientas educativas en la evolución de sus negocios, aprovechando

¹⁹ Puesto 43 de 54 en educación básica y media.

la experiencia en sus trabajos formales dependientes. En función de estos aprendizajes, se van formando en educación financiera y de alguna u otra forma acceden a la banca o se plantean buenas formas de ahorro/inversión. También existe la antigua noción del éxito tras innumerables fracasos²⁰, que es en parte lo que une la conceptualización antigua del emprendedor (como trabajador independiente con negocio propio) con un nuevo personaje que debe poseer dominio de TICs²¹, gran capacidad de autogestión e impecable vocabulario técnico²² del emprendimiento. Eso se encontró en esta investigación, pero no sin grandes esfuerzos de estudio informal y la valoración de las capacidades propias de manifestar esos conocimientos.

Al hablar del emprendedor clásico, se asume que este lo intentará mil veces hasta lograr su cometido, actitud ampliamente valorada en el mundo económico (Santos & Muñoz, 2018). Ciertos contrastes en la actitud de “reemprender” se presentan a medida que el origen del emprendedor se aleja de la idoneidad moderna, mostrando otra clase de emprendedores (de zonas rurales y alejadas del centro urbano) carentes de confianza en sí mismo y, por tanto, animados a depender de trabajos asalariados (Williams & Williams, 2011). Retomando la aseveración previa, el emprendimiento sin un “colchón” económico que amortigüe el fracaso, genera mayor desilusión del formato (Zúñiga et al, 2015). Cuando el emprendedor se cataloga bajo la arista social (el lucro está ausente), el éxito vuelve a basarse en los objetivos, esta vez, enfocado en generar un aporte a la comunidad. El emprendimiento social requiere una enorme cantidad de contactos o bien, ser naciente desde un estrato que ya posee recursos suficientes. Es por esta razón que, ante los nuevos estándares de ser un aporte social con el negocio, los emprendimientos sociales tienden a estar coartados por el aspecto filantrópico y el realce de esto como una característica del emprendedor en sí. El resultado ha sido

²⁰ Hoy se sabe que el número de fracasos disminuye a medida que, al arriesgarse, el emprendedor ya posee mejores herramientas de sostén económico.

²¹ Tecnologías de Innovación y Comunicación.

²² Que en rigor no existe. Más se da el caso de modas pasajeras de vocabulario, sobre todo en tecnicismos en inglés.

movilizar a una aristocracia emprendedora a impulsar, auspiciar y transmitir en los nuevos emprendedores un espíritu social dentro del emprendimiento, fomentando a su vez el marketing de las actividades beneficiosas²³ (Santos-Ortega & Muñoz-Rodríguez, 2018). El emprendedor es transversal a la clase social, idealiza un modelo de soberanía económica y asume la innovación como disruptiva de modelos imperantes. (Schumpeter, 2003).

De esta situación me hago cargo con la presente investigación, considerando que el emprendedor rancagüino **arriesga con una seguridad económica** dentro de sus límites, se **educa continuamente en el producto/servicio** ofrecido y comprende cómo **usar las redes de apoyo** para solventar aquellos puntos en los que se siente debilitado. Si el éxito está en lo monetario, los resultados son dispares, pero si centrara en el logro de objetivos, toda la muestra estudiada es exitosa, independiente de los obstáculos, pues el impulso del crecimiento de los emprendimientos pareciera superar la carga de trabajo, **transformando los problemas en desafíos de constante desarrollo**.

c) La aproximación cultural al emprendimiento

Desde la segunda mitad del siglo XX las investigaciones sobre emprendimiento se centraron en la ciencia del comportamiento²⁴, con atisbos psicológicos y sociológicos. Es a mediados de la década del 80, donde la investigación viró hacia la gestión y la economía, especialmente en las medianas y pequeñas empresas; comenzando los análisis del rol de estas en la innovación, el desarrollo regional, la relación urbana-rural y la aparición del espíritu emprendedor dentro del sistema capitalista (Teran & Guerrero, 2020). Con esa base de

²³ Un ejemplo macro y con matices sería la Teletón, pero a nivel específico y actual, la empresa chilena Green Glass mezcla los aportes sociales con campañas publicitarias, pese a que aún se consideran emprendimiento.

²⁴ La cual nace con la "ciencia" del trabajo de Frederick Taylor, que se adoptó como el taylorismo desde la década del 30 y tuvo su auge gracias al crecimiento exponencial de empresas norteamericanas.

investigación, se planteó un trío de problemáticas asociadas a estudiar el emprendimiento: qué sucede en la práctica de los emprendedores, por qué realizan estas prácticas y cómo realizan estas prácticas (Stevenson & Jarillo, 1990).

Con estas consideraciones, Chu propuso que el fenómeno emprendedor puede ser estudiado desde cuatro aristas: la psicológica, la sociológica, la económica y la de gestión. La teoría del emprendimiento resulta como base en una de ellas sumando tintes de alguna otra, como también pueden hacerse estudios mixtos de estas áreas (Chu, 1998).

Tabla 1.- Principales corrientes de la teoría del emprendimiento.

Corrientes principales	Temas de investigación	Problema analizado
Psicología: Rasgos y comportamiento	Las características de los emprendedores y el proceso emprendedor	Causas (por qué)
Sociología: Social y cultural	Emprendedores de diferentes orígenes sociales o culturales	Causas (por qué)
Economía:	Relación entre el entorno económico y el espíritu emprendedor	Efectos (Qué)
Gestión empresarial:	Habilidad, gestión y crecimiento de los emprendedores y de las empresas	Comportamiento (Cómo)

Fuente: Teran & Guerrero, 2020.

Si bien la masa de estudios se enfoca desde lo económico, las corrientes de investigación sociológica acerca del emprendimiento permiten enfocarse en el contexto social, religioso (históricamente importante en las teorías económicas del capitalismo) y cultural. Los análisis teorizan desde “...*el origen, desarrollo, costumbres y creencias de la comunidad*” (Teran & Guerrero, 2020). Dentro de la corriente sociológica se puede encontrar la teoría antropológica del emprendimiento, la cual, tomando el concepto de emprendimiento como un despegue o inicio de un proyecto de empresa, se debe considerar el contexto sociocultural del individuo, involucrando todas sus relaciones humanas y con las instituciones (North, 1990).

El modelo antropológico de análisis se basa en que, influenciado por la propia cultura, la empresa se crea casi por decante, dado que “las prácticas culturales conducen a actitudes emprendedoras como la innovación que también conducen al comportamiento de creación de empresas” (Teran & Guerrero, 2020). La cultura muestra cómo las prácticas de los sujetos en el emprendimiento son resultantes de la historicidad étnica, las relaciones sociales y la interacción con el sistema económico/político (Mitchel et al, 2002). Gran parte de las teorías económicas se centran en el éxito/fracaso y la generación de ganancia, donde la cultura emprendedora es una variable explicativa más que una fuente desde dónde investigar. Esto significa que las teorías no económicas (como la antropológica) intentan dilucidar desde la complejidad del comportamiento humano, cómo las prácticas del emprendedor son difíciles de encasillar en un modelo único, dejando ver que la cultura es una realidad palpable que permea en la persona, pero que a su vez tiene acciones de respuesta desde el individuo (Mitchel et al, 2002; Solís, 2017; Teran & Guerrero, 2020). Esto implicaría que el éxito empresarial (en su sentido clásico) no se aseguraría simplemente entregando un sustento económico o aumentando las competencias de mercado de los emprendedores²⁵, sino que además requiere un análisis desde el mismo emprendedor y su comportamiento organizacional, social y cómo a su vez, los valores, tradiciones y pensamientos influyen en el propio modelo cultural del emprendimiento (Carmen & Viveros, 2011; Mitchel et al, 2002; Teran & Guerrero).

El antropólogo social Norling Solís considera que la cultura donde se desarrolla una persona es una influencia directa en su proceso de creatividad. Al mismo tiempo toma las consideraciones de Maslow²⁶ donde las necesidades básicas se satisfacen por actividades derivadas de la creatividad de las personas. Según él, la cultura²⁷

²⁵ Como autor, he visto reflejado este punto en mis labores de asesoría emprendedora.

²⁶ El mismo que propone la pirámide de necesidades a cubrir con tal de elevar el nivel de satisfacción personal.

²⁷ La definición de cultura en la cual se basa el autor es la de Berdichevsky: conjunto de comportamientos y creaciones humanas socializadas y estandarizadas producto de la actividad social de los seres humanos. Consiste en ideas y sentimientos, formas de actuar o de comportarse

“funciona como un regulador de los materiales o productos que se emplean para satisfacer una necesidad”. Se entendería que las sociedades, culturalmente dan respuesta a los vacíos y necesidades, empleando contradicciones internas, respondiendo mediante el aprender haciendo y optimizando sus prácticas mediante el ensayo con tal de reducir los errores. Ese formato de creatividad queda históricamente demostrado por los vestigios remanentes de la cultura²⁸ (Solís, 2017). El emprendimiento funciona con prácticas culturales que lo van puliendo según las necesidades, integrando todos los conocimientos y aprendizajes de quien lo ejecute, desarrollando una capacidad de manejar la frustración, decidir bien para disminuir riesgos e incorporar el estudio sistemático de lo ofrecido.

La conceptualización del emprendimiento como un trabajo independiente que varía en función de quien lo ejecuta, le ha permitido suplirse de distintos tipos o “apellidos”, distinguiéndolo en su campo de aplicación; existiendo, por ejemplo, el emprendimiento organizacional, cultural, turístico, ambiental, etc. La distinción teórica del tipo de emprendimiento y sus implicancias a nivel práctico, presentarían cierta ventaja en las posibilidades de éxito²⁹, logrando formar cadenas de valor efectivas entre los emprendimientos, mejorando la calidad de vida en una sociedad (Carmen & Viveros, 2011).

Si tomamos la arista política de la cultura emprendedora, se ha visto en la última década, que cuando se produce una desaceleración económica, las empresas generan una presión extra al gobierno para evitar las reformas estructurales que involucren cambios en las estructuras empresariales. La demostración de este punto es que aún se mantiene un sistema de fomento a la independencia, pero sin perder el rol de Estado subsidiario, donde se incluye el papel garante de aumentar las competencias, enseñar modelos de TIC's, generar conocimientos en economía,

y también objetos sociales, constituyendo un sistema coherente e interrelacionado de estructuras mentales, sociales y materiales

²⁸ Para esta deducción, Solís utiliza referencias de Althusser y el materialismo dialéctico-histórico.

²⁹ Siempre el éxito en el emprendimiento actual se entiende como el logro de los objetivos propuestos y no se cierra en la ganancia económica.

etc., lo cual desincentiva la formalización de los emprendedores para convertirse en empresas (Caviedes, 2014). La gestión de la política pública siempre deja un espacio de oportunidades para la formalización considerando a aquellos que comienzan un negocio y tienen oportunidades para concretar o legalizarlo; mientras, se le denomina negocio ilícito en la medida que no podamos diferenciar el origen del producto ofrecido o su impuesto, mostrando que es el proceso el que define el tipo de economía formal o informal (Molina, 2004).

En nuestro país primaría algo que la OCDE ha denominado cultura “fisiocrática³⁰”, la cual es resultante de la ganancia debida a la explotación de recursos naturales bajo leyes ambientales livianas, alejamiento de la investigación científica y el centralismo estatal (OCDE, 2013). En ese sentido, Hamuy menciona como una escasez de la “cultura” de la innovación y el emprendimiento en Chile, en donde el Estado en los últimos años³¹ buscó (y busca, con mayor o menor medida dependiendo del gobierno) transformar la tradición empresarial desde la ganancia neta a gestiones económicas del cooperativismo y el uso de las TIC’s (Hamuy, 2014). Se logró esto en alguna medida durante los primeros momentos de la década del 2000, pero se frenó en seco con la crisis de 2008.

Las políticas públicas se expresan en la performatividad³² del discurso, logrando conectar la ideología partidista-valórica con el funcionamiento de las instituciones, las prácticas gubernamentales y el propios actos teórico-prácticos de las personas³³ (Moya & Molina, 2017). La ideología debe transmitirse a través del discurso político con tal de “instalar” una forma de ver el mundo, para configurar una forma común de vida basado en la unidad, pero donde estos objetivos dependen de los efectos que el programa político produzca en las instituciones (y su mutación desde un gobierno anterior) y en los ciudadanos (como una nueva realidad temporal). Este

³⁰ Referente a la fisiocracia, menciona una economía país que no depende intervención estatal, sino que su éxito viene dado por una naturaleza económica reguladora. Es la base de lo que Smith propondrá como la mano invisible.

³¹ Dentro de la década 2004-2014.

³² Entendido como la capacidad del lenguaje para realizar una acción.

³³ Estas dimensiones podrían considerarse parte de la cultura emprendedora.

movimiento no permite visualizar otros estilos o modos posibles para ser exitoso, evitando prácticas socioculturales diferenciadas (o al menos coartándolas) y excluye otros modos posibles, otros significados y, por tanto, otras prácticas sociales. Todo esto ocurrió notoriamente durante el primer gobierno de Sebastián Piñera y la inversión o cambio de las expresiones políticas asociadas al emprendimiento. En el segundo gobierno de Bachelet se mantuvo la ola de ayudas económicas y de preparación de competencias emprendedoras, basadas en la construcción ideologizada de la cultura de emprendimiento, tomando este como un real sostén económico y una real posibilidad de nuevas oportunidades de surgimiento (Aravena et al, 2019; Atienza, 2016; Guerrero & Vega, 2015). Uno problema de esto, es que, si asociamos el emprendimiento dentro de los formatos de trabajo, encontraremos dos principales clasificaciones³⁴: los asalariados y los independientes (Márquez, 2004). Los primeros pueden tener asociado un contrato (lo formal o lícito) o un acuerdo (informal e ilícito), donde esto último suele ocurrir en los dependientes de negocios pequeños y en menor medida en trabajos de oficio³⁵ (Acuña & Pérez, 2006). Los trabajadores independientes por su parte pueden ser agrupados de la siguiente forma (Chamorro, 2008):

- *De cuenta propia*, los cuales trabajan sin asalariados en dependencia, pero si pueden tener ayuda familiar o puntual.
- *Independientes empleadores*, que son los microempresarios (y serían emprendedores si tuvieran plan de proyección de crecimiento).

La GEM, en su informe 2016 (ver figura 1 en anexo), propone la separación entre emprendimientos nacientes y establecidos, aspecto no dependiente de la cantidad de trabajadores.

³⁴ Existen otras formas de clasificación basadas en temporalidad y estancia, nivel de retribución o el carácter público-privado, las cuales no son oportunas para la intención de este proyecto.

³⁵ Como, por ejemplo, gasfiter, jornal de construcción, albañil, etc.

Cabe señalar que muchos emprendedores comienzan mientras aún son asalariados, cambiando las fuentes de ganancia capital y “probando terreno” para el viraje completo del formato laboral (CORFO, 2014; GEM, 2016). Esto se demostró en la presente investigación, pues todos los individuos de la muestra probaron sus productos o servicios en el mercado mientras trabajaban de asalariados, reduciendo el riesgo de pérdida. También se puede diferenciar (dentro del discurso de la autoridad) entre emprendimiento por “necesidad” y por “oportunidad”, que son claves del emprendimiento moderno, el cual considera un análisis activo del mercado y de los clientes. Estas categorizaciones permiten observar el comportamiento de los emprendedores referente al éxito y las probabilidades de lograrlo (Atienza, 2016).

Dada la indiferencia práctica entre emprender por necesidad o subsistencia, la incertidumbre termina caracterizando al emprendedor. Esto se repite en los discursos sobre “arriesgarse y jugársela” por emprender (CORFO, 2012). El término ha existido desde hace 200 años para referirse a quienes comienzan una empresa o bien a quienes usan innovación en sus negocios, pero se masificó su uso en el discurso público y privado de manera repetitiva desde los años noventa, anteponiéndose visiones sobre su rol, ya que por un lado generaban turbulencias en el mercado, mientras que por otro mejoraban las redes comerciales (Castillo, 1999). Desde esas visiones nació en la década del 2000 el concepto del espíritu emprendedor para representar el aspecto que Castillo resume como “...*innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento*” (Castillo, 1999). Uno de los detalles es la ignorancia general sobre cómo mejorar ese espíritu emprendedor, pues si no, simplemente se aceptaría poseerlo como algo innato. Otra cosa asumida es que todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo. El problema es que cada emprendimiento exitoso se acompaña de muchos fracasos (CORFO, 2012; GEM, 2016). Se asume lo del “espíritu emprendedor” como algo que algunos tienen y otros no. Desde la década de los ochenta, se propuso la típica visión que hoy se toma para los emprendedores, donde estos son

ejemplos de la “cultura del espíritu emprendedor”, que en forma sintetizada corresponde a sujetos que presentan una orientación impulsada por la oportunidad, lo cual implica la utilización de tecnología rápidamente cambiante, el análisis de la situación económica de los consumidores y el ajuste a los valores sociales y las normas políticas del momento (Stevenson & Jarillo, 1990). La oportunidad misma es aprovechada por estos emprendedores como una motivación por la acción, decisiones rápidas y efectivas, aceptación de riesgos razonables (en lo económico y social) y la generación de redes de contacto cerradas (Carmen & Viveros, 2011).

Tal como se discutió en el primer punto de la introducción, el emprendimiento juega entre el empresariado clásico y el contemporáneo. En lo histórico, su lógica se desprende del rasgo cultural predominante, donde el emprendimiento debe luchar constantemente con la negación y la poca consideración por los conglomerados económicos. Lo importante es la remanencia de culturas diversas y la predominancia de tipos de trabajo específicos (como el agrícola) debido a la tradición de la producción (Batalla, 1990).

Para establecer nuevas prácticas dentro de la cultura que condicionen el emprendimiento se deben producir transformaciones económicas que empujen la gestión micro y macroeconómica con tal de que los cambios generados permeen y permanezcan en la sociedad, produciéndose un estatus quo que, a conveniencia, presiona directamente desde el sector político (Polanyi, 2015). Sumado a su contexto económico, el emprendimiento se ha tomado como un fenómeno cultural que encierra conductas, creencias, valores y modos de actuación que buscarían generar bienestar social en la comunidad (Correas, 2009). Desde aquí se desprende un aspecto sobre la formación del emprendedor, basada en un imaginario social sobre los emprendedores: la autogestión; la cual se entiende como autodeterminación, autovaloración y autoconocimiento. Lo externo a la persona es importante en su formación como emprendedor, lo cual está asociado al Estado, la familia, los lazos sociales, la comunidad en general y la posibilidad de interacción del emprendedor con otras personas (Correas, 2009). En lo económico, el

emprendimiento corresponde a la gestión de un negocio propio con capacidad o potencialidad de crecimiento; lo cual se diferencia de la venta simple de productos (Boletín, 2018). Vale indicar que uno de los objetivos de los programas de crecimiento en emprendimiento, es la formalización mediante la boleta/factura, dejando inherente el hecho de vender sólo con permisos temporales o en ferias en los inicios del negocio³⁶, reiterando que el emprendimiento no tiene interpretación desde la mirada fiscal, pues al legalizar y formalizar, pasa a ser una empresa.

La aproximación cultural de la que me hago cargo tomaría siempre los aprendizajes de los emprendedores como la fuente principal de sus prácticas, destacando cómo responden a los conceptos reiterados del discurso emprendedor: incertidumbre, riesgo, independencia y formalización. Para observar la cultura de emprendimiento en Rancagua, propondría que la incertidumbre económica de emprender está manejada gracias a las **experiencias previas en el rubro no independiente asalariado**, que permiten reducir el riesgo económico, puesto que dominan lo que ofrecen y lo van mejorando, **dándole valor agregado por su interés en la calidad y fidelidad del cliente**. A mi juicio, esas aptitudes se nutren al emprender, pero debieron estar presentes al momento de tomar la decisión de independizarse, generando nuevos aprendizajes sobre el manejo de diversos **recursos más allá de lo económico**. La formalización aparece como un objetivo una vez que dan cuenta del **alza del nivel de sus negocios**, dado las nuevas oportunidades de fondos, concursos y asociaciones, que pueden desencadenar en redes de apoyo, vínculos estrechos o circuitos de enseñanza-aprendizaje entre los emprendedores.

³⁶ Algunos ejemplos son: Capital Semilla y Abeja, Mujer Emprende, Fondos regionales de innovación, programas de apoyo de universidades, fondos concursables municipales, entre otros.

d) El caso de estudio: el emprendimiento en Rancagua.

La primera aproximación a una cultura del emprendimiento muestra la interacción entre el emprendedor y su entorno, pues las percepciones sobre su aporte al sistema laboral se diferencian de otros trabajadores al ser de diferentes categorías y trayectorias laborales, lo cual se visualiza en la heterogeneidad de personas (Gaete & Soto, 2012). Si acaso las conductas laborales motivadas por el conocimiento adquirido y los valores individuales (propios de cada uno) de los trabajadores representarían una cultura del emprendimiento (Reygadas, 2002); esta última sería observable como una subcultura del mundo del trabajo. Las dimensiones de la cultura del emprendimiento podrían ser vistas en el propio emprendedor (como sus prácticas y conocimientos) o bien, mediante interpretación de un observador externo (Araujo & Martuccelli, 2012; Gaete & Soto, 2012).

En esta cultura, propia del emprendimiento, el emprendedor asume riesgos para validar su posición en la sociedad como una persona productiva, a expensas de las críticas y comparaciones con el ideal del trabajo asalariado. Tanto las políticas públicas como la comunidad en general, espera de los emprendedores personas atrevidas y jugadas, con la capacidad de autogestionar sus recursos y tiempos. La manera de visualizarlo es el imaginario sobre el emprendimiento como un trabajo independiente y sin horario, cuando la experiencia muestra todo lo contrario, donde la ventaja sería sólo el horario flexible. La independencia buscada por un trabajador se posiciona en dos formatos: Bajo libertad de trabajar y bajo libertad de emprender (Supiot, 1999). Este último es de interés para esta investigación en Rancagua, pues la heterogeneidad poblacional de la ciudad lograda por la integración de los sectores aledaños, van mostrando el surgimiento de la opción emprendedora, defendida como gran oportunidad por las autoridades locales, un fenómeno que se repite a nivel nacional y que por parte de estas mismas autoridades es posicionada como un nicho con redes propias de contacto (CORFO, 2014).

En este contexto, en Chile han emergido diversos programas de emprendimiento, innovación y autogestión del conocimiento, con resultados dispares y en clara

posición de argumentar que, ante el trabajo precario, el emprendimiento es opción válida y efectiva (Atienza, 2016; CORFO, 2014). Desde la propia biblioteca de CORFO han informado que muchos proyectos perecen al primer año (90%), mientras que, a nivel regional, como en la región de O'Higgins, la corporación e incubadora ProO'Higgins ha informado que al tercer año decaen el 80% de emprendimientos nuevos³⁷. De aquí cabría preguntarse sobre las supuestas redes de apoyo y contacto que al parecer no serían tan eficientes como se piensa o bien no están maduras para que se considere como una cultura propia del emprendimiento (Zúñiga-Jara, 2015). Si lo vemos de otro modo, podríamos centrarnos en que las competencias económicas no son las únicas que validan y aseguran el éxito para los emprendimientos, sino que deben ser vistas las prácticas e interpretaciones que los propios emprendedores valoran y demuestran en su actuar.

e) El problema

Si hasta los años noventa se hablaba de negocio propio, antes de atribuir este concepto como una moda en su uso, sería importante dilucidar cómo es entendido desde los propios emprendedores y si en su defecto, afecta en sus prácticas de trabajo o en la convivencia social de estos (Carmen & Viveros, 2011). Muchas veces esta atribución casi mágica que incluye competencias inherentes del emprendedor genera confusiones en el mundo inicial del emprendimiento, pues inicialmente, todos se consideran emprendedores e intentan abarcar la mayoría de las ayudas gubernamentales al respecto. Sería interesante la construcción de una definición de emprendimiento y de cultura de emprendimiento en cuanto a su significado a nivel general en Rancagua y cómo puede ser este entendido por los sujetos emprendedores (Ascencio, 2014; CORFO, 2014; GEM, 2016).

³⁷ Estos datos fueron obtenidos por experiencia en reuniones con los personajes en cuestión, dado que no se encuentran publicados por las entidades. En parte, pertenece al incentivo de mostrar cuándo los negocios son exitosos, aunque sea temporalmente.

Como se destacó en los antecedentes, las políticas públicas impulsan el emprendimiento caracterizado por el esfuerzo de caer y levantarse, propiciando ganar ciertas competencias que se ganen a medida que se realicen varios cursos de capacitación. Un detalle es que los distintos gobiernos se sienten satisfechos con los indicadores, donde la cantidad supera la calidad³⁸. Desde la década del 2000 el discurso de las autoridades trata de impulsar el emprendimiento como elemento de independencia económica, esperando el mínimo porcentaje de empresas que darán más trabajo y dinamizarán la economía local. Esto ha implicado una incesante búsqueda y apoyo por la formalización de las empresas, dejando al emprendimiento como el período de prueba para el negocio. Al comparar esta denominación económica del emprendimiento, los aprendizajes deben demostrarse casi en exclusividad con el éxito de ganancia capital, evitando ver otras ganancias dentro de un espectro completo del capital humano. El camino de los emprendimientos puede dirigirse a tres cuestiones: quedarse eternamente en el período de prueba, formalizarse o morir. Respecto al éxito del negocio, ciertas contradicciones se ven entre los informes internacionales (como el GEM) o estudios académicos del emprendimiento y los informes realizados por los gestores del emprendimiento, con su principal ejemplo en CORFO. Si por un lado los emprendedores casi rozan la necesidad, para CORFO los emprendedores son mejores personas con competencias en desarrollo y compromiso con la mejora económica del país en virtud de elevar la competencia del mercado.

Al entender tales observaciones dentro del plano político e ideológico, el impacto cultural puede ser positivo o negativo para el emprendimiento rancagüino, ya sea de forma directa o por directrices a nivel nacional, que pueden tener o no un impacto cultural en el emprendimiento que se produce en un territorio determinado.

Dada estas apreciaciones y tal cual ya se destacó, el **emprendimiento** se tomará para esta investigación como aquel **proceso temporal de levantamiento de un**

³⁸ Lo destaco como experiencia personal en mis asesorías de emprendimiento en Rancagua.

negocio previo a la formalización y sostenido en el tiempo inicial de la empresa, donde el sujeto emprendedor aplica sus conocimientos adquiridos, le da valor a su trabajo mediante la mejora continua de la calidad y establece vínculos virtuosos con sus externos³⁹. En la perspectiva cultural, se analiza la permeabilidad de esta en el desarrollo del emprendimiento, a través de la observación de los valores, las tradiciones, los aprendizajes e ideas de los individuos. El enfoque es desde las prácticas como demostrativo de la cultura, lo cual resulta de utilidad en esta investigación dado que el emprendimiento es una forma de trabajo que opera según los cálculos de los emprendedores con resultados asociados a estrechar vínculos con su entorno, a optimizar los recursos laborales y en un juego inconsciente⁴⁰, descubrir, usar o contradecir el modelo económico.

Estos conceptos me ayudaron a enfocar el trabajo de investigación puesto que los emprendimientos **son de rubros distintos** y en esa diferencia, operan en **condiciones socioeconómicas y políticas** con efectos distintivos en cada uno de ellos. Por ejemplo, una postulación a un fondo de ayuda toma montos o rangos dependientes del nivel de negocio y la etapa del emprendimiento, entendiéndose que la venta de café está en un extremo y la confección telas⁴¹ está en otro.

Otra problemática es la comparación entre las condiciones prescritas por los estudios versus la realidad en la muestra tomada, como lo comentado sobre la mortandad de los negocios nuevos. Se une a estos análisis la escasez de formación continua educativa y las bajas chances de crear redes reales de apoyo. En la muestra de esta investigación, la capacidad de educarse autónomamente, sumando competencias anteriores, hizo ver emprendedores calificados con un dominio en aumento de su producto/servicio.

³⁹ Clientes, proveedores y otros emprendedores.

⁴⁰ Por lo general, dentro de la operatividad no se tiene plena conciencia (en un sentido práctico) o no se está en constante reflexión sobre el modelo, aunque la desilusión/ilusión ocurre dentro de este.

⁴¹ Dos rubros dentro de la muestra.

Las ideas respecto al uso de los recursos también operan en contradicción (o como dato faltante) respecto a la realidad emprendedora nacional, que principalmente se asocia a emprendimientos por necesidad o sobrevivencia. Como el manejo de recursos excede lo económico y estos también operan en una mejora continua, el emprendimiento rancagüino demuestra un tipo de emprendimiento denominado por **competencias**.

Todo lo anterior continúa sucediendo en los emprendedores bajo lo cultural del trabajo, puesto que se mantendría la relación salarial mensual y las relaciones sociofamiliares no se modificarían de acuerdo con los valores del individuo, sino a la valorización de este al trabajo emprendedor y sus consecuencias en las interacciones.

De acuerdo con lo anterior y considerando los antecedentes expuestos, la pregunta de la presente investigación fue:

¿Cómo es interpretada la cultura del emprendimiento en Rancagua y cuánto de ella se refleja en las prácticas de los emprendedores?

La investigación propuso un modelo asociado a las dimensiones de la cultura según la definición de esta como un conjunto de conocimientos, creencias y valoraciones que orientan y/o condicionan la conducta y prácticas de los actores sociales (Goodenough, 2003; Santibáñez et al, 2018). Desde ahí, se tomaron las dimensiones de los valores, las creencias y los conocimientos como condicionantes de las prácticas de los sujetos. El otro interés asociado es descubrir cómo se dan las prácticas emprendedoras y bajo qué forma es entendida la cultura emprendedora por los propios sujetos.

Respecto a los aportes que la investigación pudiera proveer en virtud de su aplicación en políticas públicas, planes de intervención comunal o en ser una base para futuros proyectos de mejora. Estos serán considerados como un aspecto final de las conclusiones, viéndolos en su propio mérito.

f) *Objetivos*

Para dar respuesta a la pregunta y realizar una construcción del proyecto de investigación, se abordó el siguiente objetivo general:

Analizar las prácticas emprendedoras y la interpretación de la cultura del emprendimiento en la comuna de Rancagua⁴².

El desglose del objetivo general se hizo bajo el amparo de tres objetivos específicos⁴³, los cuales fueron:

- 1.- Identificar y reconocer las creencias sobre el trabajo y el no trabajo dentro de la cultura emprendedora por parte de los emprendedores de Rancagua.
- 2.- Describir los valores (económicos, sociales, culturales) otorgados al trabajo emprendedor, según los emprendedores rancagüinos, observando las prioridades dentro del entorno laboral.
- 3.- Observar los aprendizajes e ideas del emprendimiento de los emprendedores rancagüinos, a través del análisis de las prácticas y conductas de estos.

La intención inicial fue identificar las dimensiones de la cultura emprendedora en Rancagua. El planteamiento consistió en observar cómo se comportan los emprendedores dentro de su entorno laboral, mediante un acercamiento por entrevista de campo.

⁴² Que vive y se desarrolla en Rancagua.

⁴³ Una forma de construir la operacionalización de objetivos se muestra en la tabla 1 de los anexos.

Si bien en una primera instancia se consideró realizar una observación participante, se decidió por la entrevista en profundidad para establecer las principales dimensiones que los emprendedores abordan en su trabajo, teniendo en cuenta los valores asignados al trabajo y la importancia de este en su desarrollo. El trabajo de campo incluyó entrevistas en los mismos lugares de trabajo.

Para esta investigación, el emprendedor fue considerada aquella persona capaz de utilizar sus competencias teórico-prácticas para integrar todos los conocimientos posibles dentro del ejercicio de su actividad que, a su vez, autogestiona su crecimiento económico a través de la innovación y/o el análisis de su entorno.

g) Aspectos metodológicos

La muestra tomada se compuso de 8 emprendedores rancagüinos, identificados según las fichas completadas (ver anexo, tabla 3). La caracterización por rubro está de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 2.- Características generales de la muestra

Emprendedor	Nombre emprendimiento/empresa	Rubro⁴⁴	Formalización	Formación universitaria
F38	Café Alegre	Alimentación	Sí	Sí
C42	Cerveza Caudillo	Bebestibles	Sí	Sí
P37	Artaza Café	Alimentación	Sí	Sí
J51	Galletas del mundo	Alimentación	Sí	Sí
A35	Taller textil Catdrea	Confección	Sí	Sí
P64	Manzana y Canela	Alimentación	Sí	Sí
A37	Bazar Amancay	Reventa	Sí	Sí
D37	Piola Estudio Creativo	Diseño	Sí	Sí

El tipo de metodología que se realizó fue cualitativo de carácter exploratorio/descriptivo y con muestra heterogénea de tipo estructural. Al ser de corte cualitativo, los entrevistados fueron seleccionados acorde a las características deseadas, incluyendo personas con diferentes edades, rubros y género.

El criterio heterogéneo de la muestra permitió seleccionar a los emprendedores como microempresarios, según su clasificación en el SII⁴⁵. Como esto dejó un amplio margen de selección (variación máxima), se utilizó un segundo criterio en cuanto a la accesibilidad con el entrevistado, lo cual se complementó con la decisión

⁴⁴ Acorde a categorizaciones del SII.

⁴⁵ MICRO 1 0,01 UF a 200 UF; MICRO 2 200,01 UF a 600 UF; MICRO 3 600,01 UF a 2.400 UF. En las entrevistas se consultó con los valores aproximados en pesos chilenos (CLP).

muestral de considerar actores con los cuales se haya tenido algún contacto comercial, de conocimiento por contacto indirecto o bien por su visualización como un emprendedor conocido en la ciudad. Los puntos de muestreo no fueron estandarizados y se repartieron entre la plaza⁴⁶ central de Rancagua, la calle peatonal Estado y direcciones particulares de los emprendedores. La identificación de cada emprendedor (a) se hizo bajo la construcción de una ficha preconcebida, donde se registraron las ganancias brutas anuales estimadas y el rubro, entre otras (ver tabla 2 en anexos). Se realizaron ocho entrevistas entre mayo y septiembre de 2019, con emprendedores de diversos rubros⁴⁷. El acercamiento a los entrevistados fue el siguiente:

A) Contacto por celular o correo electrónico.

B) Fijación de fecha de entrevista.

C) En el inicio de jornada se explicó el contexto de investigación, se completó la ficha de identificación y se mostró (leyó) la carta de consentimiento.

D) Se efectuó la entrevista en profundidad.

Se utilizó la entrevista en profundidad, ya que esta permitió obtener información acerca del punto de vista de los emprendedores, donde el entrevistador focalizó en forma progresiva la entrevista hacia la problemática, con asuntos cada vez más precisos respecto a los temas propuestos en los objetivos (pauteadas mediante un constructo preliminar; ver anexo, tabla 1); asegurando la correcta construcción de categorías de análisis. Al respecto, Rodríguez, et al, señalan que la entrevista en profundidad se sustenta en una serie de conversaciones libres y distendidas en las que el investigador poco a poco va introduciendo nuevos elementos que ayudan al informante a comportarse como tal en relación con el tema que se indaga (Rodríguez et al, 1996).

⁴⁶ Plaza de los Héroes.

⁴⁷ Tres de bebestibles, dos de comestibles, una de bazar, una de textiles y uno de diseño gráfico.

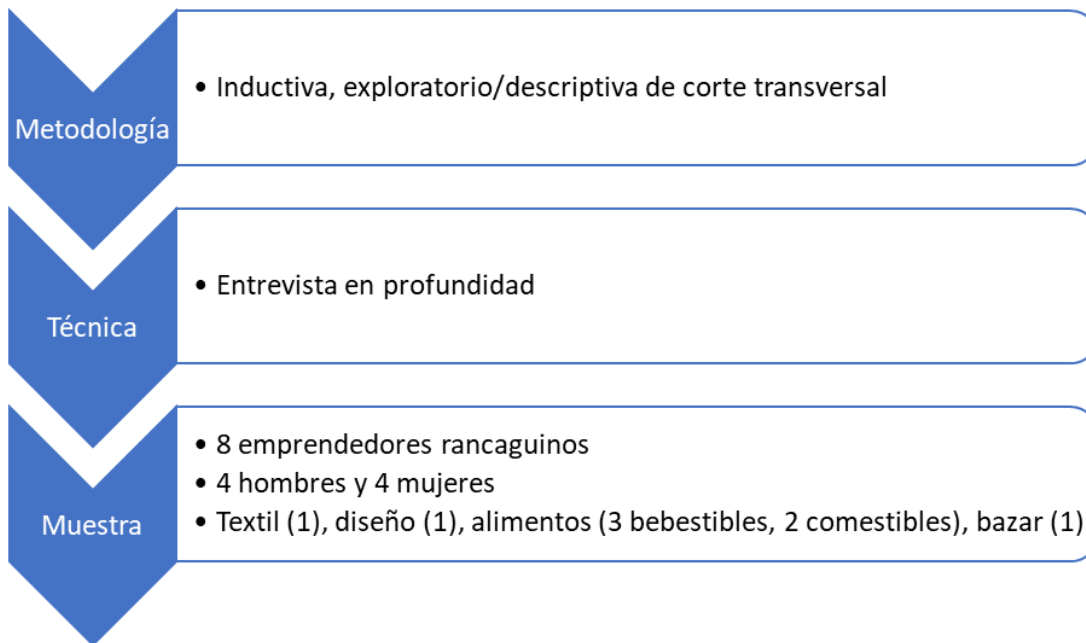


Figura 1.- Resumen metodológico. Elaboración propia.

Además, Taylor & Bogdan indican que “...las entrevistas en profundidad son reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como lo expresan con sus propias palabras siguiendo el modelo de una conversación entre iguales y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas...” (Taylor y Bogdan, 1986). Sumado a esto, este tipo de entrevistas es diferente a las entrevistas estructuradas, lo cual permite que la conversación sea flexible y bajo la guía del mismo entrevistador. Por lo tanto, la entrevista en profundidad o abierta, es una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental. Esta herramienta capta información verbal de los temas que interesaban, lo que es indispensable para comprender las representaciones sociales. Más aún, como indica Rodríguez, los elementos diferenciadores de una

entrevista en profundidad son la existencia de un propósito explícito; la presencia de explicaciones al entrevistado; y la formulación de algunas cuestiones. El primer elemento diferenciador, tiene relación con el hecho que la entrevista parte de un objetivo específico, que a pesar de lo distendida que resulte la conversación, es un hecho que no se puede olvidar para obtener la información esperada. El segundo elemento, tiene relación con que el entrevistador debe ofrecer las veces que sea necesario explicaciones al informante respecto a la finalidad y orientación general del estudio (Rodríguez, 1996). Para esta investigación, los principales términos que requirieron explicación estuvieron bajo la interpretación del concepto de emprendedor, pues se referenció como un adjetivo que nunca necesita de explicación por parte de los emprendedores.

Para las consideraciones éticas, se veló por la confidencialidad de la información y la participación voluntaria de las personas en cada una de las actividades de la investigación. Ante todo, se aseguró la representatividad de la muestra no por cantidad neta sino por diferenciación de rubro y en donde todos los emprendedores correspondieron a emprendimientos ejecutados en Rancagua. Según señala Chamorro; se pretende utilizar *“una muestra cualitativa de carácter estructural que localiza y satura el espacio simbólico y discursivo del tema a investigar. La confiabilidad es posible en la medida en que el estudio muestre coherencia y precisión interna, desde el diseño de investigación hasta los resultados obtenidos”* (Chamorro, 2008). Además, la autora señala que se deben cumplir tres aspectos para la rigurosidad del estudio, a su haber:

Triangulación de fuentes y técnicas: En este sentido se aplicaron entrevistas que cubrieron todos los marcos de la muestra; esto es, todos los tipos de trabajadores independientes, que, en concordancia con ser independientes, tenían un emprendimiento en marcha. Para las técnicas, se analizaron las entrevistas en profundidad junto con observaciones foto etnográficas de sus emprendimientos y la veracidad de datos de flujos de entrada y salida.

Contexto teórico: La comparación de datos de otros estudios y análisis bibliográficos permitió dar legitimidad a los análisis.

Definición precisa de la muestra: Con tal de establecer la correcta participación de los entrevistados, se corroboraron los datos de estos. Además, se solicitó un documento firmado donde se dio a conocer el contexto de la investigación como una tesis de postgrado de la Universidad de Chile.

En cuanto a la publicación de resultados futuros, se solicitó la declaración expresa de los participantes para ser publicados con sus datos reales, con tal de no afectar alguna faceta de la persona entrevistada, ya sea por impedimento de algún concurso de emprendimiento en el que estuvieran participando o por simple disposición del individuo; igualmente se aclaró que la información sería entregada con nombres alternativos o en un contexto global de la información.

h) La cultura de emprendimiento en Rancagua.

Existe en Rancagua una cultura emprendedora que opera según los valores de los emprendedores, bajo conceptos como la competencia, la colaboración, el aprendizaje constante por autoformación y la mejora continua.

Observando las dimensiones que comprometen el actuar de los individuos de la muestra, se determinó la permeabilidad de la cultura expresada en sociedad dentro de lo que se halló como cultura emprendedora. Una dimensión del análisis fue el tiempo como apropiación en un sentido de alargarlo o gestionarlo en un antojo que escapó del denominador común cronológico. Esta capacidad es propia⁴⁸ de la cultura emprendedora rancagüina. Además, la colaboración está fusionada con la

⁴⁸ Lo cual no quita que esté en otro lugar o en otro subgrupo social.

competencia en un intento de generar límites más altos para la calidad de sus productos y/o servicios. Esta fusión se denomina *coopetencia* y si bien comienza como una paradoja de buscar otros competidores, termina como parte de una red de emprendedores que se estimula entre sí, logando que sus recursos individuales se eleven cada día, cimentando una cultura emprendedora en Rancagua fortalecida por vínculos asociativos.

En función de los hallazgos y los resultados obtenidos, se decidió segmentar en tres partes los resultados.

El segundo capítulo destacó la importancia del trabajo emprendedor y su viaje entre la obligación y la satisfacción al cambiar de un sistema dependiente asalariado a uno independiente. Los emprendedores rancagüinos rompen la obligación del trabajo para otros mediante un sentimiento de libertad donde el trabajo forma parte de sus interacciones sociales. La baja frustración ante posibles errores y la constante preparación en competencias emprendedoras, reflejó una satisfacción en los individuos que se mostró como una felicidad por emprender u obtenida al emprender. La calidad de vida laboral en el emprendimiento rancagüino no está carente de presiones por mejorar, lo cual se observó por las declaraciones sobre los aprendizajes, experiencias y la búsqueda de ayuda en el entorno, con tal de establecer una práctica de formación que lo enmarcaba como emprendedores autogestionados.

El tercer capítulo se enfocó en discutir sobre el tiempo como una creencia de dominio o uso y como un valor integral al trabajo emprendedor. El hallazgo sobre la temporalidad de las prácticas diarias de los emprendedores llamó a establecer un capítulo específico para su análisis. En ese hallazgo, se logró verificar que el tiempo diario de trabajo no tiene barreras cronológicas más allá de la exigencia de un cliente y las formas de usar el tiempo (apropiación) están afrontadas según lo que denominé los subtiempos del tiempo. Estos subtiempos determinaron los clústeres, que, formados por el tiempo familiar, tiempo productivo, tiempo de ocio y el tiempo

social no familiar, permitieron generar un modelo de distribución horaria distinto al corriente continuo del tercio del día laboral más dos tercios de uso libre. Ese dominio del tiempo fue tomado como un grado de libertad para estos sujetos, donde pudo ser visto como un desafío o bien como una dimensión de dominio. El emprendedor rancagüino moldea el tiempo en su percepción, independiente de la carga cronológica del horario. Emprender significa apropiarse del tiempo y gestionarlo como un recurso. Esta es una idea de los emprendedores y en la práctica corresponde a una creencia arraigada en la cultura de emprendimiento rancagüino.

En el cuarto capítulo se vio la prioridad de los lazos débiles y la formación de redes. Emprender genera la desalienación del trabajo, quitando el peso de la obligación y el cumplimiento para otros del trabajo asalariado. Las interacciones diarias del emprendedor rancagüino producen mayor colaboración y permiten un crecimiento integral del individuo. Como fue señalado, el éxito emprendedor puede mirarse desde la cooptencia, que como estrategia logra altas retroalimentaciones con el entorno y establece una forma de levantar las propias competencias personales del sujeto emprendedor. El entorno emprendedor es vital en la formación de la cultura emprendedora, puesto que, desde los clientes, pasando por los proveedores y sumando a otros emprendedores, las constantes relaciones y la representatividad de toda una empresa mediante un solo individuo, demostraron que cada dimensión cultural del emprendedor se refleja como dimensiones del emprendimiento rancagüino.

El último capítulo muestra las principales conclusiones derivadas de los objetivos específicos y cómo estos responden a la información captada por la investigación, intentando generar una definición de emprendimiento desde la naturaleza académica y en lo posible contrarrestarla con lo práctico, sumando nuevas propuestas de análisis a futuro.

II. DIMENSIONES DEL TRABAJO EMPRENDEDOR

a) El capitalismo social y la importancia del trabajo.

Nuestro sistema económico actual es un tipo de economía denominada capitalismo social, el cual corresponde según Bauman a un capitalismo liviano en la medida que tiene una visión de la humanidad del trabajador, alejándose de los principios del capitalismo duro más esclavista (Bauman, 2015). La humanidad está centrada en el capital como elemento único de intercambio (Ponce, 2001). En la vertiginosa evolución del capitalismo, pasamos desde la destrucción del maestro artesano y la formación del trabajador en serie, hasta la tercerización de servicios (Castel, 1997; Ponce, 2001). Hoy, el capitalismo liviano destaca más por su inestabilidad en la relación del capital con el trabajo⁴⁹, lo cual se muestra como algo clave en los resultados esperados. Los capitales se han globalizado, no necesitan una revalidación en algún tangible y la explotación de los recursos se gestiona en países desarrollados, pero se ejecuta en países tercermundistas, con generación de mercados volátiles en esos mismos países desarrollados (Lalama & Bravo, 2017; Subirats, 2019).

Los efectos económicos de la globalización y el capitalismo social no son específicos ni únicos en cuanto a la desigualdad y la valorización del propio trabajador como un elemento intercambiable, sino que también las formas de trabajo se vieron alteradas, principalmente desde los años setenta, con bastante intensificación de estos cambios en la década de los ochenta (Castel, 1997). Una de estas transformaciones fue la disminución de los tiempos de contrato expresado en el aumento de la contrata (plazo fijo) y la caída del contrato indefinido⁵⁰. Otra fue la tercerización de servicios a principios de los noventa con un alza notable en la década del 2000 (Gaggi & Narduzzi, 2008). Esto tuvo efectos en la relación jefe-empleado que se resumen en la ausencia de compromiso por incumplimientos, dando peso al trabajador como responsable. Otro factor es el abuso del contrato a

⁴⁹ Esto se refleja en la incertidumbre y la especulación de la bolsa de valores en el mercado.

⁵⁰ Problema vigente en servicios públicos de salud, educación y servicios en nuestro país.

plazo fijo evitando el contrato indefinido con saltos del tiempo o intermitencia de estos, dejando la puerta abierta a los trabajos por objetivo más que por horario (Boltanski & Chiapello, 2002). De estos trabajos derivaron los sistemas de autogestión del conocimiento y capacidad de asumir riesgos, entendiéndose estos como claves en la nueva forma de ver los trabajos, mostrando opciones válidas para suplir la necesidad creada por el trabajo asalariado de baja especialización práctica, alta especialización teórica y fuertes incrementos en los créditos de bancos (Gaggi & Narduzzi, 1996). Se permitió la intromisión sin retorno del trabajador y trabajadora al mundo del comercio, claro está, como cliente y consumidor. Los préstamos crearon una ilusión de libertad económica, generando la inquietud de ahogamiento o sofocación en el trabajador asalariado (Supiot, 1999), abriendo las puertas del trabajo independiente⁵¹. Los maestros artesanos se mantuvieron en el tiempo incluso contratando gente o teniendo personal a cargo, pero la referencia está en el aumento de los independientes. El aumento incorporó también a los pertenecientes al trabajo precario (Boltanski & Chiapello, 2002), los cuales sufrieron el alejamiento del contrato indefinido y la incorporación del contrato a plazo fijo con alta intermitencia, manteniéndose estos por trabajos de puerta en puerta con bajo grado de especialización (Gaggi & Narduzzi, 1996). Se debe remarcar que el trabajo de oficio precario no cae en los cánones del emprendimiento, aun cuando cumpla con la capacidad de autogestión, pero en la medida que su oficio **comience a negociar contratos, formalizarse** o bien tenga un **aumento en su aprendizaje** para evolucionar su propio trabajo, podría hablarse de emprendimiento de acuerdo con lo discutido en los antecedentes.

La mayoría de los países latinoamericanos (y como ya se dijo, en Chile), viven bajo sistemas políticos democráticos sujetos en un capitalismo social que, a diferencia de siglos anteriores, surge como el pilar de los países, donde lo sociopolítico nace desde el mercado (Harris, 2004; Ponce, 2001).

⁵¹ Forzosamente en trabajos de oficio precarios y con riesgo e incertidumbre en generadores de negocios propios o emprendedores.

Independiente de la regulación estatal, el capitalismo liviano genera baja movilidad social pese a la mejoría sustancial de los niveles de pobreza. Esto aumenta el gasto público para sustentar las demandas sociales, transformando el país en un Estado subsidiario. En Chile, la pobreza en el tramo 2006-2017 bajó de 29,1% a 8,6%, mientras que la desigualdad se ha incrementado, mostrando que “la diferencia de ingresos del trabajo entre el 10% más rico y el 10% más pobre era de 30,8 veces... en 2017 el 10% más rico ganaba 39,1 veces más que el decil más pobre”, dentro del mismo tramo temporal (González, 2019). La economía social de mercado no debe competir con la inversión privada, sino apoyarla y generar cooperación basada en el aumento del capital disponible a nivel de inversión externa e interna, donde el emprendimiento tomaría un rol clave (Aravena et al, 2019; Lalama & Bravo, 2017). Este emprendimiento es estimulado para una rápida formalización⁵² para que la inversión interna crezca y se logren inversiones extranjeras, demostrando uno de los efectos de la globalización, que es la libre disposición del capital sin barreras territoriales, políticas y/o legales (sin incurrir en lo ilegal, sino en la permisividad de las instancias). Las consecuencias serían la disminución de impuestos⁵³, la privatización de empresas estatales y la desregularización del trabajo (Núñez et al, 2018).

La economía social de mercado ha avanzado en el bienestar socioeconómico, gracias a la acción colectiva, la formación de redes informales y la coordinación entre las actividades público-privadas, evitando la sobre explotación de recursos⁵⁴ y buscando la tributación a la comunidad por la actividad ejercida. Esto no ha ocurrido como un flujo natural desde el sistema, sino que, por presión social y demanda ciudadana, en distintos niveles y bajo diferentes formas de gobierno (Lalama, 2017; Sotomayor, 2018). Chile está en un momento posterior al inicio de una crisis social y envuelto en una pandemia mundial, por lo que es difícil observar

⁵² Se vuelve a destacar que el tipo de ayuda que se les ofrece es para que se conviertan rápidamente en empresas.

⁵³ Como ocurre en la actual presidencia de Trump en USA, que al rebajar impuestos levantó la inversión, pero sin reflejarlo en políticas públicas.

⁵⁴ Por eso está tan en boga el tema medioambiental y las reuniones mundiales tipo COP.

los comportamientos económicos con tal de establecer cuáles movimientos debieran ser realizados desde la banca, el comercio y/o el gobierno. Los efectos del capitalismo posterior a la dictadura (en todos los ámbitos de la sociedad), desencadenaron en una economía centrada en la explotación y exportación de recursos, la sobre dependencia de inversión extranjera, la tercerización laboral, la lógica del mercado⁵⁵ y el establecimiento del Estado subsidiario (Ffrench-Davis, 2012; Ruiz & Boccardo, 2014). Otro problema que se arrastra es el libre mercado, pues en esa misma “libertad” el comercio nacional minoritario se ve afectado⁵⁶, más allá de las declaraciones de beneficios y en donde se genera “...la reproducción de un modelo económico que ocasiona una fuerte desigualdad social y perpetúa relaciones comerciales asimétricas” (Carrasco, 2018).

¿Qué relación ha tenido esto con empleo o pleno empleo? El alza neta de la empleabilidad⁵⁷ en países en vías de desarrollo como el nuestro, ha tenido mayor relación a la tercerización (que por lo general su empleabilidad radica en trabajos que no rebasan el sueldo promedio nacional) y los subcontratos, sobre todo en minería. La cadena de valor eleva los costos de producción y, por consiguiente, implica menor movimiento interno del mercado a menos que se estimule la deuda (Subirats, 2019). Se produce una desatención de los trabajadores respecto a los fines de la empresa, que sumado al desincentivo sindical derivado desde los años setenta y la individualización dependiente del capital de trabajo, motiva la búsqueda de más de un trabajo o bien, una independencia económica-laboral (Feres, 2007; Moulian, 1998; Subirats, 2019).

En el plano regional, los países latinoamericanos volcaron su fuerza de trabajo dada la captura por la alta demanda de explotación de recursos, influenciados por la pérdida de identidad cultural que buscaba (y busca) un ser humano diferenciado pero globalizado (Bauman, 2015). En América Latina, a menos que se tenga un recurso apetecido mundialmente y sea explotado en su totalidad por el país, los

⁵⁵ Como la mano invisible de Smith.

⁵⁶ Reflejado esto, por ejemplo, en la excesiva importación china.

⁵⁷ Según la OIT, se estima que la población laboral se incrementó en un 20% entre 1990 y 2010. En países "emergentes" se incrementó en alrededor del 80% en el mismo período.

trabajos dependen en gran parte de la creación, explotación o arreglos de recursos demandados por los mercados europeos o norteamericanos⁵⁸ (French-Davis, 2012). Cualquier reducción de la demanda a mediano plazo, provoca crisis económicas y tiempos largos de desocupación, haciéndose cargo el Estado mediante medidas populistas o gestionadas bajo el apuro del momento, aumentando el descontento y desvalorizando el trabajo práctico, por lo que se estanca el crecimiento laboral especializado. Pero el mercado tecnológico ha permitido el auge del trabajador autogestionado, el cual mejora sus competencias, compara habilidades y visualiza con mayor rapidez sus competencias respecto a la masa; mostrando una idealidad en esperar lugares de trabajo agradables; sin embargo, al ser el dinero el eje central del modelo actual, las preferencias pueden centrarse exclusivamente por el aumento del capital (French-Davis, 2012; Garretón, 2002).

Tal aumento genera desigualdad social, dado que los trabajadores parecieran siempre estar limitados en su capacidad de acumulación, alimentados a su vez, por el deseo de comprar y satisfacer necesidades encubiertas (o prácticamente innecesarias). El ímpetu de desfigurarse desde la concepción de masa a un individuo con dignidad, compite contra el modelo neoliberal donde esto se logra mediante el dinero o la búsqueda de realización personal ligada al desempeño laboral (Harris, 2004; Ruiz & Boccardo, 2014; Subirats, 2019).

Las transformaciones ocurridas en los tipos de trabajo ya sean típicos o atípicos como, por ejemplo, el independiente que autogestiona su negocio, muestran que mientras se avanza en globalización, también se aumenta en el trabajo precario y al crecer el modelo capitalista, también lo hacen los asalariados, dejando a los que crean su propio negocio como marginales del sistema laboral (Feres, 2007). Cuesta entender el aumento de las facilidades para los emprendedores, en un sistema chileno que privilegia al titulado, al que estudia y se forma evitando no solventar los problemas de demanda o campo laboral, lo cual permite la penetración de una forma

⁵⁸ Como Chile y el mercado del cobre.

de trabajo autónomo de condiciones poco favorables, denominado emprendimiento (Aravena et al, 2018; Mancilla & Amorós, 2012; Sotomayor, 2018).

La consolidación de este modelo neoliberal llegó de la mano con la transición⁵⁹, donde no se hicieron esfuerzos en frenar la privatización o en diversificar el apoyo legal a las empresas, pues las más grandes se vieron favorecidas, de tal modo que el apoyo reciente (última década) y bullicioso al emprendimiento, parece más una pancarta que un proyecto (Aravena et al, 2019). Desde la transición hasta la fecha, se consolidó también una forma de despolitización, que aborda el hecho de aceptar cualquier criterio técnico como si fuera un criterio político, de tal forma que las personas se desincentivan del plano sociopolítico y abrazan más fuerte el plano individualista⁶⁰ (Mayol, 2012). Se refleja esto en discursos y palabras de bienaventuranza sobre el emprendimiento (y la innovación) que independiente del lado político que lo tome, propone como un pilar fundamental al emprendimiento, mostrándolo como una real opción laboral, donde cualquiera puede emprender y cualquiera puede intentar, caerse y levantarse, pues las opciones de obtener capital, endeudarse y reinvertir, parecen aseguradas desde la banca (Moya & Molina, 2017; Zúñiga, 2015). Se asume una “culturización” neoliberal basada en el discurso empresarial de la bonanza y la inversión que, motivados desde el sistema educativo y los medios de comunicación, generan nuevas subjetividades en la sociedad (Aravena et al, 2019). El triunfo ideológico del neoliberalismo es mediante la inserción de la “cultura del emprendimiento”⁶¹ (Mayol, 2012).

El emprendimiento se ha tomado desde la formación profesional universitaria, elevando aún más el concepto como una real opción de desempeño laboral, mientras todavía no se aseguran las condiciones para generar la cultura del

⁵⁹ Década del 90 en Chile, posterior a la dictadura.

⁶⁰ Entendido en discursos del tipo: “da lo mismo quien gobierne, igual me tengo que levantar y trabajar”.

⁶¹ Mayol entiende al emprendimiento (y su cultura asociada) como aquella que la pone en paralelo a la opción del “cartón” de título, dándoles un carácter de únicas formas de desempeño. Más aún, toma al emprendimiento como un concepto renovado por el neoliberalismo como excusa para lo que no pueden ejercer o surgir económicamente, esto es, todos pueden emprender, independiente de sí el apoyo a la microempresa sea suficiente o no. En rigor, siempre el individuo es culpable de su fracaso.

emprendimiento promovida en el discurso público, proceso que debe tomar un tiempo largo para implementarse como cambio cultural (Aliaga & Schalk, 2018).

Una de las dimensiones que se ha estudiado en Chile para la búsqueda del trabajo emprendedor (bajo su entendimiento general) es reconocerlo como una necesidad por parte de los jóvenes para la búsqueda de la independencia económica, pero en rigor, es la forma de mantener las deudas a raya. Cuando son parejas jóvenes autónomas, el complemento de la vida en pareja les permite (complementando un trabajo asalariado) emprender “nuevas estrategias económicas utilizando su fuerza laboral fuera de los espacios de trabajo, su tiempo libre y postergando sus proyectos familiares y económicos” (Pérez-Roa, 2019). El **emprendimiento como verdadera opción económica** requeriría una maduración de lo entendido como cultura del emprendimiento, **rescatando al sujeto detrás del negocio** o visto por otro lente, **visualizando a la persona detrás del trabajador**.

b) La cultura del trabajo

Como categoría antropológica, el trabajo define a la especie en su proceso evolutivo y constituye la esencia de la actividad humana en la que se organizan los comportamientos y actitudes asociados a un orden sociocultural (Pérez, 1996; Rieznik, 2001). Las sociedades generan distintas interpretaciones de la realidad en el ámbito del trabajo, desde la noción tradicional de una relación dinámica entre el ser humano y la naturaleza, hasta el peso económico de producir bienes y/o servicios para generar capital, en su concepción más moderna; por cuanto el trabajo es un aspecto del individuo que se expresa en él y que junto al trabajo de los “otros” integrantes de la sociedad, componen un ámbito cultural con sus propios valores (Pérez, 1996).

El trabajo es la capacidad humana de hacer transformaciones en la naturaleza que históricamente desencadenaron en la acumulación de capital, la industrialización y la construcción de mercados. Si el enfoque es propio de la persona, el trabajo

entrega la chance de adaptarse al entorno de acuerdo con sus necesidades con tal de subsistir (Rieznik, 2001).

¿Es hoy la subsistencia (sobrevivencia) el pilar del trabajo? La dinámica casi corrosiva de crecimiento permanente y agitado es el paradigma actual que impone el capitalismo liviano con tal de satisfacer mediante el rendimiento económico el modo de producción que hace de su crecimiento la clave misma de su existencia, apropiándose del carácter artesanal del desempeño y centrándolo en la productividad. El trabajo pasa a transformarse en un elemento inherente de la producción, restándole importancia como ámbito social y dejando que sólo lo económico prime en la cultura (Cárdenas et al, 2012; Harris, 2004; Rieznik, 2001).

El trabajo dispone de algunas dimensiones principales como la centralidad, la cual rescata la importancia en la vida de la práctica laboral; las normas sociales, que proponen el trabajo como una dualidad de derecho y obligación; los resultados valorados del trabajo, asociados al reconocimiento como trabajador; la identificación con el rol laboral, la cual depende de contextos externos y visiones de terceros y, por último; la importancia de los fines del trabajo, que extiende la pregunta existencial sobre el por qué y para quién trabajamos (Pérez, 1996).

Además, el trabajo implica dimensiones correspondientes al conjunto de creencias y conocimientos que puede mostrarnos como los valores, las enseñanzas, el significado mismo de trabajar o la trascendencia pueden ser evidenciadas dentro del contexto laboral del individuo (Peralta, 2012), involucrándose el significado del trabajo en la persona. Para Romero (Citado en Araujo & Martuccelli, 2012), los modelos de identidad en el trabajo se resumirían en la carrera laboral y sus modos de obtenerla, independiente del tipo de trabajo. Dado su carácter multidimensional, la cultura podría conducir al individuo a demostrar en su trabajo el conjunto de valores, creencias, actitudes y normas que experimenta y aprende durante su desarrollo. El trabajo asoma como un **conjunto de representaciones del mundo laboral** asociadas a las prácticas del individuo, las cuales se adquieren en la interacción entre las **experiencias y el aprendizaje**, creándose el marco de referencia donde, en función de su desempeño laboral, el individuo interpreta el

valor y el grado de importancia de su trabajo (Pérez, 1996). En el entorno laboral los **valores y creencias están en constante conflicto entre los sujetos** y es observable también un sistema de valores complementario entre las **prácticas cotidianas y las prácticas laborales** (Millán, 2000; Nader, 2009).

Los valores se toman como variables que guían la acción y responden al *cómo* de las actitudes hacia las situaciones y los objetos (Casal, 2003). Un sistema de valores se asocia a un conjunto de creencias⁶² sobre el modo de conducta preferido con distintos grados de importancia, que sirven como criterios para la justificación del comportamiento de la persona (Casal, 2003; Del Carmen et al, 2006).

Un ejemplo del ámbito de los valores es un análisis realizado dentro de una empresa familiar, que mostró que los valores como empresario son dependientes de la religión, la interacción familiar, la interacción con su grupo social y la experiencia individual. Si bien el estudio se enfoca en la capacidad de administración, pone a los valores del empresario como aspecto clave que deriva en las creencias empresariales, valores y prácticas empresariales, "...que forman la cultura organizacional" (Steckerl, 2011). Desde la mirada de la administración de empresas, la cultura⁶³ es una **variable que influye en las interacciones y prácticas** de las personas, debido a **patrones de relaciones y conducta** (Smircich, 1983), dejándola en el campo explicativo de la conducta y el comportamiento de la persona. El comportamiento del individuo dentro de la sociedad (y en todos sus ámbitos), ha sido propuesto como un componente guiado por las ideas, pero debemos distinguir que la mente se va llenando de instrucciones culturales (o normas) de comportamiento, las cuales poseen la dualidad de ser o no respetadas con pleno conocimiento de los hechos (Goodenough, 2003; Harris, 2004). Dentro del entorno

⁶² **Creencia: firme asentimiento y conformidad con algo.** La creencia es la **idea** que se considera **verdadera** y a la que se da completo crédito como cierta. Valor: Cualidad que confiere a las personas, cosas o hechos una estimación. El término se utiliza para nombrar a las características morales que son inherentes a un sujeto (la piedad, la responsabilidad, etc.). Fuente: RAE.

⁶³ En lo que respecta a cultura organizacional, esta se entiende como un nicho propio del ambiente laboral, que genera su propio sistema de operación. Su utilización puede ser como una cualidad o característica de la humanidad, para caracterizar a un conjunto de individuos y para señalar procesos y cualidades individuales que resultan de la interacción con otro (Gómez, 2003).

laboral, el comportamiento se asocia a la capacidad de demostrar competencias y en donde los **patrones de conducta, las variables sociodemográficas o el nivel educativo**, son claves para entenderlo (Dakduk et al, 2008).

Podríamos visualizar una **cultura del trabajo** como las prácticas y conductas laborales dado el conocimiento adquirido y los valores de los sujetos como trabajadores; por cuanto **el trabajo sería un marco donde ocurre el accionar**, mostrándose variaciones dependiendo de la sociedad donde se desenvuelve el sujeto (Correas, 2009; Reygadas⁶⁴, 2002).

La cultura del trabajo está constituida por un conjunto de **comportamientos, valores, creencias e interacciones** presentadas en las relaciones laborales, que resultan **permeadas desde sus propias vivencias**. Se suman los resultados esperados de acuerdo con la tipificación del trabajo ejercido y el conocimiento general acumulado de ese desempeño laboral, por cuanto incluiría las declaraciones de operación de una empresa/organización (políticas, misión, visión, etc.) y las respuestas que los propios individuos generan ante ellas (Álvarez & Urbano, 2013; Gintis, 1983; Mancilla & Amorós, 2012).

“Las culturas del trabajo conforman los grupos de referencia normativos, relativamente homogéneos y cohesionados, que se constituyen a través de la propia interacción que se establece entre los trabajadores como resultado de la división técnica del trabajo” (Reygadas, 2002).

Godelier propone que las fuerzas productivas⁶⁵ se ven sólo en la práctica de las relaciones sociales que son determinadas (o impuestas) según la división del trabajo, el cual les da valor a las tareas/actividades y asigna categorías sociales

⁶⁴ Reygadas cita en forma textual: “por cultura del trabajo entiendo la generación, actualización y transformación de formas simbólicas en la actividad laboral”.

⁶⁵ Como parte de la infraestructura. Godelier la define como “la combinación de diversas condiciones materiales y sociales que permite a los miembros de una sociedad producir y reproducir los medios materiales de su existencia social”.

(clasificaciones) para estas tareas, dependiendo del contexto cultural⁶⁶. Estas asignaciones de valor y categoría poseen un componente ideal que las legitima, para luego ser transmitidas (porque no quedan como ideas abstractas) mediante el lenguaje, a través de formatos endoculturales que permiten la expresión de estas ideas en la sociedad (Godelier, 1989).

Otro aspecto de la permeabilidad cultural en los individuos se da a la inversa, desde su trabajo a su vida diaria (pues la idea siempre está centrada en que la formación cultural permea hacia el comportamiento laboral). Reygadas establece que:

“los sujetos productivos exportan o trasladan sistemas de representaciones, normas, valoraciones y utopías desde su trabajo hacia las otras esferas de su vida” “... hay un movimiento de creación simbólica que parte de la esfera de la producción y se difunde hacia otras instancias de la sociedad.” (Reygadas, 2002).

Se vive un “proceso de creación de conocimiento, valores y/o creencias” desde el propio trabajo, donde lo laboral implica prácticas que permite a los individuos la interacción recíproca con sus pares y generar interacciones propias del ambiente laboral⁶⁷ mediante símbolos, que tendrían (tal vez) un uso en la vida “extralaboral” (Reygadas, 2002; Sahlins, 1998).

Al colocar al trabajo como eje central en la vida de los individuos, se jerarquiza el mismo como un determinante cultural en las sociedades contemporáneas. Esto estaría en estrecha relación a lo señalado por la mirada del trabajo como una búsqueda de rendimiento del capital vertiginoso, impulsado por las presiones familiares o de construcción social del individuo. Esto ha sido mostrado como una prioridad de las personas en Latinoamérica y en Chile (Boletín, 2018; Moulian, 1998; Veira & Romay, 1998); donde el trabajo adquiere el mismo nivel de importancia que

⁶⁶ Godelier usa los binarios hombres/mujeres, jóvenes/adultos, amos/esclavos.

⁶⁷ Tímidamente podía llamarse cultura del trabajo o cultura laboral, pero existe un riesgo de generar cultura según lugar físico (donde se desempeña el trabajo), lo cual sería un error, pues asociaría que el individuo deja “colgando” su cultura al entrar a su puesto de trabajo y se “coloca” la cultura laboral. Luego, viceversa.

la familia, en lugar de ser una forma de práctica cultural que permita satisfacer necesidades productivas. El trabajo tiene múltiples interpretaciones que se reflejan en la posición social e individual de la persona, basándose en el hecho de tener o no tener trabajo como una posesión/objeto que daría reconocimiento ante los demás (Dujarier, 2010), realzando la importancia del trabajo en las personas. En un análisis realizado en Venezuela, la importancia del trabajo se asoció con la conducta, la posición demográfica y la situación laboral, arrojando que poseían una valoración superior a otros aspectos de la vida, sólo superado por la importancia de la familia. Además, se determinó que el trabajo adquiere importancia en el desarrollo de competencias y generación de condiciones óptimas para trabajadores asalariados mientras que para los trabajadores independientes la importancia radica en los ingresos y su variabilidad temporal (Dakduk et al, 2008).

¿Y qué significado tiene el trabajo para el individuo? En el caso del entorno laboral de nuestro país, Araujo y Martucelli proponen que existen las *significaciones autorreferidas*⁶⁸ del trabajador chileno, donde se reconocen cuatro aristas: a) el profesionalismo; referido a sentirse bien trabajando o definirse como individuo a través del trabajo, aumentando el autoestima, b) la intensidad; correspondiente a la pasión de efectuar un trabajo al esperar riesgos de no saber cómo se procederá pero logrando romper lo rutinario; c) la sociabilidad, que en otras etapas históricas era lo primordial, hoy se enmarca como una posible forma de significación donde el trabajador gusta de compartir con sus compañeros y finalmente; d) los ingresos económicos; los cuales definen en sí mismo en el trabajo. "...un símbolo inequívoco de individuación" (Araujo & Martucelli, 2012). Otras investigaciones desarrolladas a principios de este siglo han observado que, si nos centramos en las prácticas laborales, los trabajadores se inclinan a la idealidad de la libertad de acción dentro de la jornada o bien, a la flexibilidad laboral asumiendo el riesgo de años de servicio o incluso de la paga. El control del tiempo, por ejemplo, aparece como un ámbito determinante en la decisión de cambiarse a un sistema de trabajo independiente

⁶⁸ Martucelli aduce este término bajo la premisa de ser significados subjetivos de la propia persona.

desde el trabajo asalariado). Se produce un intento por dominar los recursos necesarios para operar en tal independencia (Acuña & Pérez, 2006).

Entonces, ¿cuál es la relación entre cultura de trabajo y cultura del emprendimiento? Dada las acepciones sobre una cultura del trabajo dependiente de la cultura general del sujeto, la cultura de emprendimiento es una variante de la cultura del trabajo (tal vez como una subcultura), pero esta visión no es diferenciada en los sujetos, puesto que siempre están trabajando, de tal modo que la cultura de emprendimiento, para ellos es simplemente la cultura de trabajo; la cual, optimizada, modificada o validada en sus propios recursos, que opera en sus prácticas cotidianas. Dejo en claro esta visión de los propios sujetos, pese a que fueron enfrentados a una pregunta abierta (según metodología) sobre la existencia de una cultura de emprendimiento en Rancagua. Las referencias de estos no califican para otorgarles algún grado de territorialidad. Si agrego la visión como investigador, la cultura de emprendimiento en Rancagua mostró parámetros de **independencia económica** con mejora sustancial de la **capacidad financiera, optimización del uso del tiempo y búsqueda de vínculos para externalizar el propio negocio**. Si nuestra cultura de trabajo deja como una minoría el trabajo independiente, desde donde aprontamos el emprendimiento por competencias, entonces los valores, tradiciones, los aprendizajes, las experiencias y las ideas sobre el trabajo se superponen a las del emprendimiento. Los constantes quiebres con lo establecido muestran que la cultura del emprendimiento es al mismo tiempo, una categoría de la cultura del trabajo y una búsqueda de identificación donde el emprendimiento va rompiendo paradigmas asumidos del trabajo asalariado.

La cultura del emprendimiento rancagüino es propia por los tipos de personas que la conforman más que por el territorio y sus condiciones socioculturales. Pese a la dificultad de saber si los emprendedores se comportarían de la misma manera en otro lugar, sus características e ideas los sitúan como individuos en constante búsqueda de asociatividad, que asumo como una característica permanente y permeable, ganada por las interacciones “naturales” del diario vivir.

c) Trabajo y cultura del emprendimiento en Chile

Ahora la discusión se centra en el emprendimiento y su característica como un modelo cultural. En algunos casos, la conceptualización de cultura sigue siendo la misma que se utiliza para la cultura del trabajo, a pesar de que el emprendimiento puede entenderse como un fenómeno cultural, y como tal, “encierra conductas, valores, creencias y modos de actuación, con la intencionalidad de generar bienestar social en una comunidad”, mientras la cultura toma una importancia “tanto para el proceso de desarrollo de la idea emprendedora como para la acción o puesta en marcha” (Correas, 2009). Estas construcciones de prácticas culturales se reflejan en el diario vivir del individuo, ya sea que se manifiesten en lo social, lo laboral, etc. Cuando se manifiestan en lo laboral, las prácticas culturales se ven influenciadas por la institucionalidad, sobre todo cuando el modelo de gobierno quiere reflejar al emprendimiento como un pilar económico y laboral. Organizaciones como la ASECH⁶⁹, se plantean mostrar y generar una cultura emprendedora en todos los niveles de la sociedad, con tal de “forjar un país con estructuras proclives al emprendimiento” (ASECH, 2014). ¿Cómo es posible eso? En ese discurso se sobre entiende que la cultura es vista como una forma de operar mediante el traspaso de cosas o como si la cultura fuera un objeto cultivable (independiente de la etimología del término). Se nota un aire de otorgar un ambiente emprendedor que se adecue al nuevo trabajador que busca emprender, sumado al extraño sentimiento de que cualquiera (aunque no sepa o no tenga las competencias) puede emprender. Es bueno recordar que desde la implantación del modelo liberal y las crisis económico-laborales desde los años ochenta, el trabajo por cuenta propia ha tenido un aumento y actualmente un auge sin detenimiento y con todas las herramientas posibles para que las personas se arriesguen, de tal manera que “todos tenemos iguales posibilidades de tener éxito al realizar un emprendimiento” (Aravena et al, 2019). CORFO también se apropia del discurso emprendedor asociando la cultura, señalando que:

⁶⁹ Asociación de Emprendedores de Chile.

“el gobierno también puede jugar un rol en la formación de valores y aptitudes emprendedoras, mediante la introducción de elementos empresariales en el sistema educacional y el posicionamiento de esta temática en los medios de comunicación masiva” (CORFO, 2014).

El problema es que al unir este discurso con el de la ASECH, lo único que se puede encontrar son frases sobre el emprendimiento y donde prácticamente todo tipo de trabajo por cuenta propia que signifique formalización y venta de producto/servicio es un emprendimiento, sumando que el emprendedor debe ser creativo e innovador. La mirada es como si existiere un espíritu genuino y natural en los trabajadores, que se verá premiado por la perseverancia y la meritocracia. El detalle es que la idealización del personaje emprendedor debe sustentarse en un emprendimiento por oportunidades, aun cuando el emprendimiento por necesidad esté bordeando la mitad de estos (ya sea por necesidad de aumentar ingresos o por estar desempleado). Cerca del 45% de los emprendimientos son por necesidad (GEM 2016; Universia, 2017), y dentro del restante, el emprendimiento por oportunidad, ubico al emprendimiento por competencias⁷⁰ que es el asumido para los emprendedores rancagüinos de esta investigación. Esta idealización que comienza en el discurso público decanta como falsas expectativas de emprendedores que terminan viviendo de ferias, concursos y apoyos esporádicos en tiempos de crisis. De ahí este modelo emprendedor o “cultura” de emprendimiento entendido por las autoridades; como el resultado de una cierta cantidad de individuos que por necesidad deben recurrir a trabajos atípicos e independientes, divagando entre un posible éxito y una precariedad laboral (Aravena et al, 2019; Moya & Molina, 2017; Zúñiga et al, 2015).

Es bueno visualizar como las instituciones a cargo del emprendimiento en Chile, terminan definiendo (¿entendiendo?) la cultura del emprendimiento. Para la ASECH, el emprendimiento “es el motor de la economía, fuente de movilidad social

⁷⁰ Correspondiente a una denominación que propongo en esta investigación.

y de desarrollo personal y colectivo⁷¹". La formación de cultura emprendedora incorpora el rol de un Estado que reconozca el trabajo emprendedor y una ciudadanía que valore el riesgo implicado en el emprendimiento. Por su parte, el emprendimiento se define para CORFO como una expresión de libertad para las personas que les permite desplegar sus talentos, donde el Estado se orienta a permitirlo optimizando las condiciones del entorno. De forma textual, "el emprendimiento es la actividad que involucra la detección, evaluación y explotación de oportunidades para introducir productos, procesos y crear organizaciones". Es llamativo que para CORFO⁷² la valoración del emprendimiento como un motor del crecimiento (al igual que la ASECH, generando ingresos en las personas al establecer nuevos negocios y motivando la competencia. Así, para CORFO, la cultura del emprendimiento no está definida, sino que se considera el factor cultural como una variable del entorno que afecta el desarrollo emprendedor (CORFO, 2014). Finalmente, para la Global Entrepreneurship Monitor⁷³ (GEM) la valoración social hacia el emprendimiento depende de la percepción de la población adulta del emprendimiento como una opción de carrera, del estatus social que tienen aquellos emprendedores exitosos y de la atención que reciben de los medios de comunicación. En paralelo, las capacidades personales dependen de la percepción de la población adulta sobre las oportunidades, capacidades individuales, intención de emprender y miedo al fracaso sobre emprender. De esta manera, la valoración social y las capacidades personales conforman (junto al entorno institucional) la cultura del emprendimiento (GEM, 2016).

Los emprendedores de la muestra (ver tabla 2) para esta tesis dominan su producto/servicio y tienen un colchón económico para aminorar el riesgo de inversión. Corresponden a personas con formación académica de pregrado (al menos) y saben diversificar, compartir y optimizar sus conocimientos. Si bien es la

⁷¹ <https://home.asech.cl/pagina-estatica/nosotros>

⁷² Destaco que la referencia de SERCOTEC para "emprendimiento" es la misma de CORFO.

⁷³ La GEM provee de información relevante sobre las múltiples dimensiones del proceso emprendedor y de sus actores a nivel regional, nacional y global.

oportunidad lo que los define al momento de emprender, yo los categorizo bajo el emprendimiento por competencias, dado los recursos que dominan y usan.

d) *Dimensiones del emprendimiento en Rancagua y la comprensión del trabajo.*

El reconocimiento de las creencias de los emprendedores (1er objetivo específico⁷⁴) se ha centrado en gran medida en el entendimiento o el significado que los propios emprendedores tienen del trabajo. La diversidad de respuestas encontradas entre los entrevistados en cuanto a sus quehaceres y las formas de cómo el trabajo toma relevancia en sus propios negocios, permite observar el valor intrínseco que dan a sus emprendimientos como trabajadores, lo cual podría tomarse como un orgullo de ejercer en tal formato. Existe una estrecha relación entre lo que se ejecuta y el bienestar o la alegría que provoca hacerlo. También es notorio el concepto de la obligatoriedad, donde el *no sentir* la obligación en el quehacer, implica mayores grados de satisfacción.

(respecto al trabajo) “la voluntad del querer hacerlo y no estar dentro de la obligación... a mí me genera algo bastante positivo porque... cuando estoy trabajando en algo que a mí me satisface y que lo hago de manera voluntaria, estoy como... como que el trabajo está sacando lo mejor de mí, me entiende”. (A37⁷⁵)

La satisfacción puede ser interpretada como felicidad y desarrollo personal. La primera valoración de la cultura del emprendimiento en Rancagua asociaría distinciones de valor y libertad, sumando la interpretación anterior. Esto no se daría en el trabajo asalariado (asumido como lo contrario a emprender) que se caracteriza por la obligatoriedad, grados de insatisfacción y mediocridad profesional.

⁷⁴ Identificar y reconocer las creencias sobre el trabajo y el no trabajo dentro de la cultura emprendedora por parte de los emprendedores de Rancagua.

⁷⁵ Emprendimiento de bazar que promueve a otros emprendedores. Mujer. Trabajó antes como profesora.

Se produce en el trabajador una tensión entre obligación y satisfacción, la cual parece ser mejor llevada en el modelo independiente del emprendimiento⁷⁶, pues el sujeto emprendedor se siente satisfecho con una libertad en dimensiones del horario, el autoaprendizaje y la revaloración de las relaciones sociales. Aduzco que el nivel de identificación con el trabajo y ver frutos de la preparación para el desarrollo emprendedor son aristas para producir este bienestar. Para tomar la comparativa respecto a este tema, se ha visto en el trabajo dependiente que si la identificación psicológica con el trabajo es elevada (se trabaja en lo esperado y en lo que se preparó), pero la obligación al cumplimiento es alta, la satisfacción no se afecta de manera significativa y cuando el nivel de identificación es baja, mezclado a un sentimiento de obligatoriedad, la satisfacción es elevada, incluso si se presenta alto estrés (López et al, 2007). En el trabajo independiente del emprendedor, existe alta identificación psicológica con el trabajo y que la obligación no es un sentimiento en los sujetos, por tanto, el grado de satisfacción sería elevado con baja frustración por el quehacer laboral. Es una mejora continua que estimula el crecimiento de la persona en sus prácticas emprendedoras y por ende estimula el negocio, como se puede observar en el *“está sacando lo mejor de mí”*.

Uno de los conceptos más asociados en el ámbito de cultura emprendedora (como también en la cultura del trabajo en general) es la gestión⁷⁷. Esta es impulsada como un carácter propio del ambiente laboral y su desarrollo a gran escala, permite que los individuos generen una capacidad de autogestión, que sería clave para las decisiones de emprendimiento y para generar prácticas de trabajo acordes al objetivo de la organización, de tal forma que la expectativa para el trabajador es cumplir con los niveles de gestión esperados, los cuales se contienen por la capacidad propia de elevar las competencias de trabajo y por la intención de la organización por implementar modelos de gestión que se internen en las ideas y prácticas de los trabajadores (Zangaro, 2011).

⁷⁶ Si bien forma parte del imaginario social del emprendimiento, es cierto que forma parte también del discurso del emprendedor.

⁷⁷ En administración está fuertemente asociada a la mejora continua y la calidad.

Hasta aquí la visión general del trabajo se toma como elemento de la praxis diaria emprendedores, con tal de entregarle una importancia a este o para otorgarle un valor más allá de lo económico. Por ello, la satisfacción y libertad se acompañó de la responsabilidad del trabajo:

“...el trabajo desde lo personal es la capacidad de desarrollarse en lo que eres bueno, así lo considero y eso genera la... como consecuencia... el pago por esto o la remuneración o la compensación del por qué estoy siendo útil, tiene que ver con el concepto del ser útil, del servir”. (D37⁷⁸)

(respecto al trabajo) “Significa hacerme cargo de mis tiempos... significa ser responsable también de mis libertades”. (P37⁷⁹)

Dentro de la economía social de mercado el trabajo es el medio para obtener capital, sin componentes de libertad de acción a menos que la meta de capital se logre. El trabajo baja su prioridad social sólo en la medida que dispongamos del medio capital para ejecutar otras acciones. Con la interpretación capitalista del trabajo, cabe preguntarse si la responsabilidad en este tipo de sistema está asociada a cumplir con el cometido o está ligada a alivianar la carga de cumplir con lo laboral (Alvarado, 2010). Se genera otro conflicto entre ser responsable o sentir “libertad” al completar la jornada o los objetivos de trabajo. El trabajo asalariado no es liberador y se sostiene en la premisa de disminuir la incertidumbre del capital disponible en cada pago mensual. La responsabilidad en los emprendedores se basaría en arriesgar una rutina de ganancia segura, fija y constante. Esta misma responsabilidad se validaría con la necesidad de sentirse útil. Con esta concepción del trabajo en los emprendedores de la muestra, el sentimiento de utilidad está ganado desde el

⁷⁸ Empresa gráfica con altos y bajos desde hace ocho años. Trabaja en paralelo como director de carrera en Inacap.

⁷⁹ Cafetería con local establecido. Se desempeñó antes como diseñadora gráfica asalariada.

mismo momento en que se genera ganancia por la actividad, permitiendo que la satisfacción de la responsabilidad esté enmarcada en el desarrollo personal.

La interpretación cultural que se le da al trabajo puede estar centrada en el intercambio, entendiendo que el valor que se le entrega a un servicio o producto es intercambiado por dinero. Se visualiza la noción de un tiempo “ocupado” para esto y cómo la carga mensual está implícita en la respuesta, aun cuando la emprendedora P37 llevaba casi dos años dedicándose exclusivamente a su negocio.

Lo cultural permea desde el entorno hacia el trabajador, que se leería como un aspecto de la cultura del emprendimiento insertándose en el modo de producción de la persona⁸⁰.

“El trabajo como actividad en general, para mí trabajo es una forma de adquirir tu... salario o tu renta o tus cantidades monetarias mensuales o en un periodo X para poder tener cubiertos tus gastos o tus necesidades... y trabajo en sí lo puedes ir aplicando en distintas áreas, distintas actividades o distintos formatos de obtener ese recurso, básicamente eso sería para mí el trabajo”. (A35⁸¹)

El trabajo es visto como la utilidad del acto ejercido, bajo la premisa de ser una *creencia* clásica del trabajo como método de obtención de capital. Se recalca el trabajo que toma un *valor* dentro de “ser útil para otros” (2do objetivo específico⁸²). ¿Cambia la visión del trabajo al emprender? Esta pregunta está canalizada desde el hecho de que cada uno de los entrevistados provenía del mundo asalariado y su entendimiento del trabajo puede estar definida o asumida desde la cultura general del trabajo. Para la muestra estudiada, a mayor tiempo de desempeño laboral, existe una posibilidad de que el trabajo sea asumido como una forma de valorización de la persona, sobre todo en un trabajo independiente, sumándose el alejamiento

⁸⁰ Insistiendo que la cultura es una sola, aquí sería la interacción de una práctica en un ambiente distinto.

⁸¹ Emprendimiento textil. Mujer. Trabajó antes como ingeniera informática (7 años).

⁸² Describir los valores (económicos, sociales, culturales) otorgados al trabajo emprendedor, según los emprendedores rancagüinos, observando las prioridades dentro del entorno laboral.

del sentimiento de obligación y el dominio del horario de ejecución del trabajo (como una libertad restringida, pero más “liberal” que los formatos clásicos del trabajo dependiente).

¿Esta libertad está ligada a las expectativas y/o a “ser feliz” trabajando?

La felicidad o bienestar subjetivo, está asociada a la expectativa que genera el trabajo. La expectativa positiva en la disposición del trabajo eleva el desempeño laboral y viceversa. Esta disposición optimista es clave en cómo se espera que la expectativa sea cubierta en la práctica. Si lo económico mejora, la felicidad está típicamente afectada, mientras que las pérdidas económicas tienen un fuerte remezón en lo que a felicidad se refiere (Ahn & Mochón, 2010). Si bien estos resultados se vieron en trabajadores asalariados, cabe indicar que los entrevistados en Rancagua no destacaron en demasía lo económico, salvo lo mencionado como un carácter cultural del trabajo: la programación de las ganancias no rutinarias⁸³ y la dificultosa diferenciación entre los recursos del emprendimiento y del hogar. Si lo analizamos desde el imaginario social de los emprendedores y el dominio de su tiempo/espacio, esto es medianamente visible en el emprendimiento rancagüino, pues el dominio del tiempo⁸⁴ de trabajo es sólo una forma de no tener ataduras horarias, pudiendo formarse nuevas ataduras desde la dependencia del horario de los clientes o de los proveedores. Se espera que en cualquier trabajo (dependiente o independiente) uno sea capaz de ser juez de su propio bienestar y satisfacción. Una dimensión de este punto es lo que la institucionalidad deja para los trabajadores en cuanto a legislación y derechos, que en el emprendedor se traduce a las políticas de emprendimiento que se generan para su desempeño. Las urgencias o estados de catástrofe pueden mostrar si el camino del emprendimiento va en la dirección que espera la autoridad, el cual se enmarca en la formalidad y la generación de impuestos. Pero en casos como el de México, la respuesta ha sido contraria a esto, pues el emprendimiento “puede tener características destructivas, es decir, que no contribuye a la innovación y la generación de fuentes formales de empleo que

⁸³ Aunque igual buscan “mensualizarse” con tal de coordinar mejor con su entorno.

⁸⁴ Se analizará al detalle en un capítulo III.

fortalezcan la competitividad” (Charles et al, 2019). De esta manera, la explosión del emprendimiento se da en negocios informales, situación que en Chile⁸⁵ es de esperar si es que las políticas de emprendimiento se mantienen bajo la lógica del discurso bonito y conciliador. La construcción de políticas a favor del emprendimiento que consideren las características del entorno local, estarían centradas en

“el análisis de la persistencia temporal de los clústeres de emprendedores, especialmente los que presentan características menos favorables; la estimación de los determinantes tanto locales como individuales de la elección de ocupación por parte de los trabajadores; la evaluación de efectos sectoriales en los distintos entornos emprendedores; y la evaluación del impacto espacial de los programas actuales de creación de nuevos negocios” (Atienza et al, 2016).

Surge la duda de si la mirada institucional del emprendimiento guarda relación con la realidad local y se hace cargo del emprendimiento como una medida de subsistencia (necesidad) más que por oportunidad. La defensa del emprendimiento como un pilar económico de la oportunidad de surgir, genera una contradicción entre la expectativa de “escapar” de los males del trabajo asalariado, debido a que el discurso público emprendimiento se entiende como un concepto que no distingue entre un vendedor de dulces en un puesto en la calle con un empresario de capital de inversión propio⁸⁶. Pedro Sáez asegura que el emprendimiento individual traería consigo menores oportunidades de levantamiento económico. Dentro de los propios emprendedores, considera a los independientes encadenados⁸⁷ como los que presentan condiciones menos desfavorables, mostrando en su análisis que un 40%

⁸⁵ Ya se está viendo en la pandemia actual (2020), un estado similar al descrito en México.

⁸⁶ Y como se remarcó en la introducción, para el SII sólo existen empresas, no emprendimientos.

⁸⁷ Trabajadores que no venden su fuerza de trabajo, pero que presentan algún grado de subordinación al capital.

de los hogares con proveedor principal percibe ingresos de hasta 2 salarios mínimos (datos 2013⁸⁸) y donde un 21% logra sobrepasar los 8 salarios mínimos. Asume que, pese a la dependencia del capital, evitan de buena forma la precariedad, lo cual es contrario al compararlo con los cuentapropistas (no encadenados a empresas). Más aun, Sáez considera también que los mismos emprendedores generan subempleos de informalidad/formalidad, dependiendo exclusivamente de las variables del capital generado (Sáez, 2013), conduciendo a un alto grado de autonomía en los emprendedores, la cual no se exime de trabajar en demasía o en tener un dominio auténtico del horario.

“la autonomía... no es algo que funcione de forma positiva automáticamente. Es algo que exige un trabajo y un esfuerzo: La autonomía tiene sus propias dificultades. No se solucionan todos los problemas de la realización de la autonomía entregando mejoras pensadas desde la situación del asalariado, sin hacerse cargo de la generación de un espacio para la autonomía”. (Jiménez, 2016)

Los emprendedores entrevistados en esta investigación asociaron el bienestar por encima de la institucionalidad, tomando esta última como una herramienta para cumplir sus objetivos de forma autónoma:

“Bueno es... es una oportunidad que genera un bienestar, ya sea individual o familiar. Estar inmerso en el sistema”. (F38⁸⁹)

(respecto a la ventaja de emprender) “...porque tiene una componente que para mí ha sido una eficiencia... manejo de mi tiempo y metas mías, no metas ajenas. Cuando tú trabajas para una empresa, tú tienes que seguir las metas que te pone la empresa y ahí no importa mucho tu iniciativa versus a lo que tú le pongas más

⁸⁸ \$210.000 al 01 de agosto.

⁸⁹ Cafetería móvil (carro). Se desempeñaba antes como profesor de música.

color y más trabajo que otros, porque da lo mismo es como todo igualito cuando tú eres emprendedor o cuando tú trabajas solo tu tiene una meta, tienes el tiempo...” (P64⁹⁰)

Los entrevistados asumieron el trabajo como una oportunidad que entrega felicidad (bienestar subjetivo) y lo eleva (sin quitar lo personal) dentro del marco social de la familia. Para P64 las metas dirigen el camino emprendedor (más allá del capital) y estas podrían mutar sin problema si no está en conformidad con la satisfacción. En F38, lo llamativo es la frase posterior, pues el emprendimiento como un acto laboral cae dentro de las oportunidades de estar en el sistema como de servir socialmente:

(sobre lo que es el trabajo) “Ejercer alguna labor, dentro de una sociedad en la cual uno podría entregar un bien o un servicio al público”. (C42⁹¹)

Se refuerza el hecho de ver el emprendimiento como que fuera un elemento más para cumplir con la sociedad (en cuanto al trabajo), al mismo tiempo que satisface necesidades individuales de ganancia. Tenemos que volver a mirar la relación de reciprocidad de la cultura del trabajo permeando hacia la vida doméstica y viceversa, si es que acaso esto se repitiera en la cultura del emprendimiento, de modo que, si bien el trabajo es parte del emprendedor como un “todo”, más que la diferenciación entre vida laboral y doméstica, se visualiza una integración entre las dimensiones culturales.

Dado que la cultura opera como un conjunto de valores, creencias y comportamientos, es preciso destacar que las subculturas (culturas dentro de la cultura) poseen la misma heterogeneidad de componentes. Esta cultura del emprendimiento se destacaría porque sus actores poseen un conjunto de valores, creencias y comportamientos que están basados o se producen en consecuencia

⁹⁰ Productora de galletas. Antes se desempeñaba como diseñadora gráfica.

⁹¹ Trabajó antes como técnico en alimentos para una multinacional.

de una inserción económica social⁹², producida por la capacidad de corroborar esos valores propios con los de su entorno emprendedor (Álvarez & Urbano, 2013).

En cuanto a la cultura y su interpretación territorial, no parece potente el valor asociado a la pertenencia local, por cuanto atribuyo el hecho de que el impulso emprendedor no se arraiga en una necesidad zonal o porque las características del territorio obliguen emprender (u otras formas de trabajo), como se ha visto en localidades extremas subyugadas a una cesantía difícil de sobrellevar, por cuanto el emprendimiento es por subsistencia más que por oportunidad, como el caso de la Patagonia (Uribe & Leatherbee, 2017; Zúñiga, 2015).

El emprendimiento rancagüino es por competencias⁹³ y se destaca por la búsqueda de una satisfacción laboral conducente o dirigida por la libertad. En el caso de la sexta región, se ha utilizado el concepto de *aceptación cultural* como medida de una variable emprendedora (junto a la capacidad de innovación, tolerancia al riesgo, capacidad tecnológica, entre otras), la cual resulta entre la apreciación de los emprendedores por su negocio (valor cultural, si acaso) y la valoración social de este, en que se utiliza el estatus del tipo de emprendimiento. Es en zonas extremas donde esto es bajo y en función de que la zona sea cercana a la capital (región metropolitana), más valor social se da al emprendimiento, ligado principalmente a las oportunidades de mostrar y difundir el negocio. (Uribe & Leatherbee, 2017). En el informe de Uribe y Leatherbee, la región de O'Higgins mostró altos niveles de aceptación cultural. En esta investigación no se encontraron referencias a este punto más allá de otorgar esa valorización al "estatus", aunque fuera referenciado desde el trabajo asalariado.

Con tal de determinar algunas dimensiones del emprendimiento rancagüino, primero se debió interiorizar en la cultura del trabajo (en su definición temprana según el apartado anterior) del emprendedor, lo cual se hizo metodológicamente

⁹² Thévenot (2016), lo analiza desde la propuesta de John Elster sobre el *Homo Sociologicus* vs *Homo Economicus*.

⁹³ Insisto que esta categorización la propongo dentro del emprendimiento por oportunidad.

con la identificación de este como un trabajador parcial o totalmente dependiente del emprendimiento. Los valores personales que permiten la integración de los saberes emprendedores fueron mostrando como la creencia de la libertad horaria y de aprendizaje lograba la obtención de resultados en lo laboral. Los emprendedores rancagüinos (y de otras latitudes, según bibliografía) parecen otorgarle más valor al trabajo o al menos otros grados de importancia en paralelo a la obtención de capital de sobrevivencia:

“(sobre lo que es el trabajo) Un quehacer, una forma de... chuta, una forma de vida que entre otras cosas permite pagar gastos... en fin, es una forma de vida, es parte de la vida, es una entretención, a veces es una preocupación, a veces es vida... jaja es vida” (C51⁹⁴).

“...todo este tiempo que estoy viviendo de emprendedor en realidad estoy viajando, este es mi viaje y un viaje más entretenido que la cresta” (C51).

Lo indicado como entretención y viaje, lo asocio a la felicidad. Destaco otra vez lo de forma de vida porque refleja al trabajo como una práctica cultural que envuelve el pago a cambio del trabajo ejercido, señalado antes por los otros emprendedores. En cuanto a los valores otorgados al trabajo, debido a ejercer el emprendimiento, los entrevistados destacan la libertad, el dominio de horario y el rompimiento del paradigma asalariado (como la dependencia de jefaturas).

Estos valores pueden ser tomados de forma temprana como parte de una cultura emprendedora o cultura de emprendimiento. Al igual que la culturización del trabajo, la culturización del emprendimiento se ha tomado como concepto explicativo e incluso causal de las conductas y formas de interacción de los individuos emprendedores (CORFO, 2012, GEM, 2016, Zúñiga, 2015). Es la creación de

⁹⁴ Fue subgerente con oficina internacional para una empresa agrícola. El cambio al emprendimiento fue drástico y cortante, sin ejercerlo en paralelo.

empresas el interés de la autoridad, que contrasta con la búsqueda de nuevos caminos por parte de los trabajadores, sin dar crédito al éxito monetario o la posición social.

“...yo creo que en general eso es uno de los grandes peligros también de los emprendimientos, la pérdida de estatus o la creencia de la pérdida de estatus... ni siquiera sé si se pierde estatus... es nada esa wea’... tú estai’ arriesgando una wea que es nada... ahora desde este lugar lo digo, pero en ese momento pesa (al trabajar para una empresa), pesa... socialmente pesa, pero no sé si es una pérdida... es el sentimiento interno... es una valorización interna” (C51).

Basándome en el impulso para crear una empresa (que en su estado inicial es emprendimiento), dependería de atreverse y tomar decisiones. Una de ellas es la de romper el statu quo; es decir, buscar un cambio, lo cual no es fácil de hacer en un estilo de vida inserto dentro de los modelos de capitalismo liviano. La otra decisión es la de iniciar efectivamente un emprendimiento. Los valores de la persona le moldearían a tomar al menos una de estas decisiones, que son sinérgicas y complementarias (Marulanda et al, 2014).

Si hablamos de vocación y motivación, los emprendedores se ven influenciados por su contexto sociocultural, los valores familiares (fuertemente endosados por la endocultura) y las creencias, que pueden impulsar el interés hacia emprender⁹⁵ (Carmen & Viveros, 2011; Sánchez et al, 2017). El valor implícito que se le da al emprendimiento se enriquece con la toma de decisiones, la aceptación de los riesgos y la voluntad de pasar por etapas de prueba (Sánchez et al, 2017).

⁹⁵ Al menos cuatro de los ocho entrevistados venía de un nicho donde emprender era posible y se estimulaba.

Resumo que se han visto diferentes representaciones del trabajo como un carácter cultural, centralizadas en la tensión satisfacción/obligación y en el intercambio de valores entre lo producido y lo ganado. No es ánimo de esta investigación centrar los análisis en la felicidad respecto del trabajo, pero a través de esta interpretación se pueden ver aspectos que mostrarían que la cultura del trabajo, ampliamente estudiada en los formatos dependientes asalariados, no es aplicable en un ciento por ciento para el emprendimiento. Existiría una cultura del trabajo propia por cada ambiente o nicho, como en el caso de Rancagua. Arteaga y colaboradores encontraron dentro de la relación de posicionamiento social y trabajo, tres formas de discurso asociadas a su interpretación: una para moverse en el estrato social (no presente en el discurso emprendedor de los entrevistados en Rancagua), una para la construcción de un proyecto de vida social y diferenciado de lo clásico (esto sí coincidiría con los entrevistados) y otra donde el trabajo sólo es un medio de subsistencia que te mantiene en una posición social, sin generar aspiraciones (Arteaga et al, 2016), lo cual difiere de los discursos de los emprendedores entrevistados.

Los emprendedores rancagüinos revaloran el trabajo como una búsqueda constante de oportunidades, ganancia de satisfacción personal y capacidad de desempeñarse con libertad, todo bajo el prisma de la creencia que el emprendimiento presenta sus propias prácticas, saberes y quehaceres, tomando principios de libertad individual, mejoramiento de lazos sociales y por qué no, la diversión de ejecutar un trabajo.

III. TIEMPO

Si bien el tiempo es un recurso definido socialmente por la cultura⁹⁶, no fue tomado como una dimensión propia del análisis desde su comienzo, más allá de asociarlo como una idea que necesite patrones para su cálculo operacional individual. Se observó la mención del concepto *tiempo* bajo la arista del uso horario⁹⁷, lo cual en su contexto incluyeron: *tener más, gestionar, manejar, ser responsable de, controlar, ocupar mejor*, entre otras. Llamó la atención el uso del tiempo bajo la arista del dominio o la apropiación, razón por la cual se creó este capítulo, sin olvidar que el tiempo es una dimensión cultural.

a) *El tiempo como dimensión cultural*⁹⁸

La definición del tiempo es propia de cada sociedad, además de ser una categoría social basada en la experiencia (Castoriadis, 1989; Durkheim, 1986). Los límites culturales del tiempo son casi siempre distintos a los límites individuales del tiempo en la interpretación o percepción de las personas. Se produce un desajuste entre tiempo cronológico⁹⁹ (cultural) y tiempo subjetivo (individual). Esto desencadena varias maneras de observar cómo el individuo se inserta en la sociedad a través de sus percepciones temporales y como a su vez genera sus pautas de conducta como consecuencia del “avance” del tiempo (Evans, 2004; Torre, 2007). Este avance puede ser una visión de largo plazo, recogida en ejemplos como las pensiones, las preocupaciones medioambientales, la dirección política de nación o la continuación del buen pasar familiar (Cladellas, 2009; Evans, 1994).

⁹⁶ Por ejemplo, los acuerdos para segmentar 1 minutos en 60 segundos.

⁹⁷ El horario como segmentación de “horas” sigue la misma diferencia respecto al tiempo, esto es, que el horario es una fragmentación del tiempo que se mide entre la ocurrencia de fenómenos naturales que puedan guiar el “avance” del tiempo.

⁹⁸ Esta parte se consideró desde el hallazgo de la importancia del tiempo en la investigación.

⁹⁹ Cabe señalar que los análisis del tiempo en la historia tienen su propia categoría de *tiempo histórico*, el cual debe ser considerado a la hora de evaluar la actuación de una sociedad.

De igual forma se reconoce que la interpretación del tiempo se guía por estándares “objetivos”, como la cronología por astros, la cual es similar para todos los miembros de una sociedad, así como también por estándares subjetivos, dotados de una percepción diferenciada por cada individuo. El primero corresponde, justamente, al tiempo cronológico y el segundo tiene varios matices, desde tiempo psicológico, tiempo histórico, cualitativo (asociando que su contraparte, el cronológico, es cuantitativo), entre otros, dejando incluso espacio para el tiempo efectivo, que es el interpretado por el individuo dentro de los propios límites del tiempo cronológico, a la vez que las temporadas de actividad social, como las cosechas, siembras o festines, son otro tipo también de tiempo que particularmente puede ser resumido como tiempo ambiental o natural (Blázquez, 2015; Elias, 1989; Torre, 2007).

En cuanto a las ideas y la interpretación del tiempo por parte de los individuos, estas son creadas en el desarrollo de la persona, lo cual iría en conjunción con la madurez o la toma de responsabilidades (pauta de conducta) en las etapas de la vida. Esto haría notar la subjetividad de la interpretación del tiempo cronológico en cada persona y que a su misma vez tiene diferentes formas de la idea del tiempo en diferentes edades (Piaget, 1969). Además, la conceptualización del tiempo puede cambiar según el tema tratado. La religión o los modos de reflexión tienen sus formas de significado del tiempo que varían respecto al aspecto económico, sin dejar de lado el carácter ambiental/entorno, del tiempo respecto a las variaciones del clima (Elias, 1989; Evans, 1994).

El tiempo ha tomado su forma más cronológica en la actualidad al evolucionar como concepto a la par del capitalismo, pasando desde nociones religiosas hasta interpretar el valor de tiempo máximo, pero sin la pertenencia (dominio) del mismo por el sujeto¹⁰⁰. Básicamente es depender del capital y este se logra por la dependencia del tiempo, dado que el tiempo de los seres humanos se debe ajustar a la producción (Cladellas, 2009; Foucault, 2003).

¹⁰⁰ Recalcando que algunas entrevistadas señalaron lo contrario, esto es, manejar y controlar el tiempo.

En el sentido de la propiedad o del tiempo propio, los emprendedores pueden generar su propia estructura temporal. Desde lo social, un discurso sobre el emprendedor; como un imaginario social de los externos a él, corresponde a una ventaja sobre el “libre albedrío” del horario. Esto se corroboró como una idea según las entrevistas analizadas y quedó como una percepción en la práctica, incluso si no es coincidente con el tiempo cronológico. Pareciera ser que la libertad horaria fuese interpretada como control o manejo del tiempo lo que a su vez se identifica como uso libre del tiempo. El emprendedor va estructurando su propio tiempo social (subjetivo), donde el actor compara sus propias temporalidades con otros actores y en donde lo estático/dinámico¹⁰¹ se racionaliza funcionalmente en el aprovechamiento máximo del tiempo (Berain, 2009; Torre, 2007). El tiempo; junto al espacio, son dimensiones donde ocurren las experiencias y en donde en particular el tiempo parece irremediamente caer en una categoría social (Durkheim, 1986). Es en ese espacio de dominio donde el tiempo se ejecuta con libertad. Berain propone esto como un *habitus* liberador de continuidad (Berain, 2009), mientras que Ramos, reivindicándolo como un recurso, lo señala como una politización que permite ejecutar *poder* para administrar el tiempo (Ramos, 2007). La forma clásica del tiempo en la sociedad moderna puede plantearse de la siguiente manera, restando el tercio del día correspondiente al *sujeto dormido*:

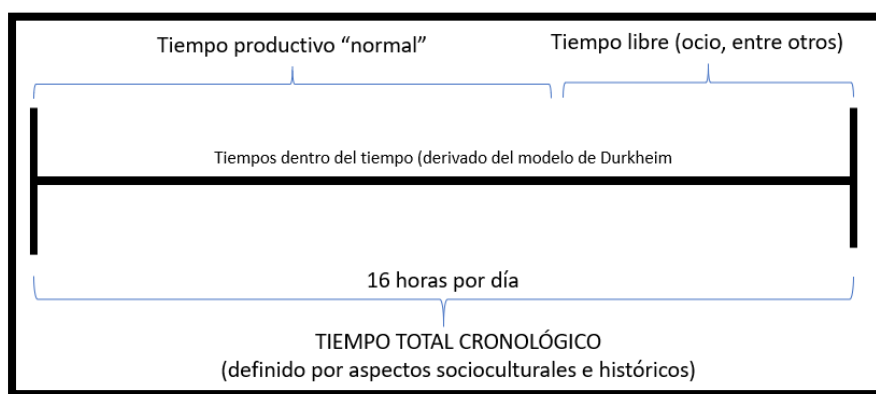


Figura 2.- Proyección diaria de los momentos productivos y libres.

¹⁰¹ Particularmente, Berain asume que existe un entorno estático que corre a distinta velocidad (tiempo entorno) y que el sujeto presupone un ritmo sobre eso (dinámico).

De acuerdo con esto, ocupar el tiempo (un tiempo cedido, prestado) dentro de un tiempo total, asociaría un manejo cambiante en su connotación dada las transformaciones según la utilidad.

b) Tiempo de trabajo y emprendimiento

Existe una constante idea de que una gran y casi única ventaja de trabajar por cuenta propia es el aporte temporal que da la independencia laboral; como en el caso del emprendimiento; y el manejo de esta independencia desde los tiempos productivos. Sin embargo, se entiende la independencia como un cambio en la forma de establecer los tiempos. Por ejemplo, el dueño de Café Alegre (un carrito de plaza), al abordarlo con una consulta sobre cómo la familia tomó el hecho de decidir emprender:

“Algo que se asumió y sabían que iba a ser así y yo también; por lo tanto, tratamos de adaptarnos y acomodarnos al sistema nuevo, todos los tiempos tienen otra... hay otros tiempos ahora”. (F38)

“Otros tiempos”. ¿Son tiempos dentro de un gran tiempo? Es curioso lo de “ahora” hay otros tiempos, porque reflejaría la ganancia de tipos de tiempo que pueden (o no) ser usados con cierto grado de libertad. De las distintas percepciones sobre el tiempo, me gustaría tomar el tiempo dentro de las ideas¹⁰², dado el imaginario social sobre la libertad horaria de los emprendedores; clave en la decisión de emprender en comparación al trabajo asalariado, para optimizar el tiempo productivo (Boltanski & Chiapello, 2002; Cladellas, 2009).

Si miramos en un contexto histórico, ya se atribuye que, dentro del capitalismo el tiempo es el símbolo máximo de intercambio como recurso, pero sin ningún grado

¹⁰² Las ideas están expresadas bajo el objetivo específico “Estudiar los conocimientos e ideas de los emprendedores rancagüinos, a través del análisis de las prácticas y conductas de estos”.

de pertenencia (Foucault, 2003), lo cual implicaría esta búsqueda interior del sujeto que desea independizarse laboralmente, con tal de satisfacer la distribución horaria. También el tiempo pareciera un bien fijo en nuestra sociedad, repartido de distintas maneras por los actores. En el marco de los emprendedores, serían ocupantes de cierta parte de un tiempo “económico” cronológico. Esto fue señalado hace mucho tiempo de forma directa por Weber como “el tiempo es dinero”, provocando una escasez crónica de tiempo libre ya que se entregaba al tiempo de trabajo (Weber, 2001); sin olvidar lo asociado por Marx del tiempo cedido como capital de trabajo. Adam consideró al tiempo cronológico como una dimensión que permite orientar, regular y controlar al actor, de tal forma de establecer el tiempo como algo indisociable del individuo. El trabajo entonces se traduce en dinero y cualquier incertidumbre asociada al riesgo, se transforma en seguros, ahorros, planes de salud, etc. El no trabajo¹⁰³, debe ser un complemento del “tiempo vivido, donado y generado, con un componente difícilmente cuantificable y, por tanto, no traducible en dinero” (Adam, 2001). Ramos asume esto como el valor y tiempo empleado como recurso, donde moralmente se hace un “sacrificio a cambio de”, mientras Beriain interpela al tiempo capitalista-métrico y cualitativo, de manera que la racionalización sociocultural del tiempo cae en diferentes hitos que pueden ser visto como pautas de conducta. Estos hitos son el tiempo sagrado, el tiempo como ritmo diario de actividad omnipresente, el tiempo impreso/plasmado y el tiempo como trabajo y disciplina (Beriain, 1997). Este último se considera como el que rige las pautas de conducta actualmente en nuestra sociedad, dejando de lado los tiempos sagrados y centrándose más en el cumplimiento de metas y objetivos. A este símbolo de eficiencia, Ramos lo considera bajo el tiempo como recurso, el cual es un bien escaso pero satisfactorio, pues la escasez es interpretada en forma diferente a la metáfora mercantil; esto es, la escasez impide más desarrollo, variantes y aprendizajes en lugar de “menos dinero.”

¹⁰³ Trabajo/no trabajo, entendido como (trabajo pago y no pago/ocio).

De esta manera, el tiempo económico formaría parte del tiempo social (Durkheim, 1986), donde, además, en el formato diario se debe tomar en cuenta el tiempo de ocio, que para los emprendedores está expresado en el tiempo libre disponible para actividades sociales, el tiempo de desarrollo de la idea (que no es tajantemente considerado laboral) y el tiempo de reflexión personal¹⁰⁴.

En este mismo sentido, los cambios en el tiempo son funciones de la experiencia en el aprendizaje humano que resultan de la interacción de la agencia y el agente (Blázquez, 2015; Elias, 1989). Hasta aquí sería el *cambio* el concepto clave en esta dimensión de las ideas referente al tiempo. La vida rutinaria que se ensalza con el trabajo de horario fijo supondría mostrar ser un aliciente en las decisiones tomadas por los emprendedores, siempre y cuando exista una forma de controlar esos cambios. Dentro de toda esta conceptualización sobre el tiempo, me gustaría exponer como se tomó el tiempo como un recurso que se puede fragmentar libremente (invertir tiempo es invertir capital):

“el respaldo que digo para poder avanzar con la idea y seguir colocándole recursos dedicándole tiempo... sobre todo mucho tiempo y buscando opciones de mercado...”. (A35)

El tiempo es un recurso percibido como tiempo donado, el cual se considera propio, resaltando de nuevo el hecho de la satisfacción de dominio (Ramos, 2007). Un ejemplo de esto es el recalco constante del tiempo productivo en exceso (reemplazante de tiempos domésticos o sociales) como un tiempo que “no duele”, sino que cumpliría con los objetivos del trabajo en sí.

Esto supondría una apropiación del tiempo por parte del modelo capitalista y en particular por el emprendimiento, visto como tiempo de mercantilización, donde se

¹⁰⁴ Cabe señalar que ninguno de los entrevistados mencionó en forma literal el concepto de ocio, el cual tiene acepciones dependiendo de su interpretación: Ocio neto (hacer nada); ocio en desarrollo (pasatiempos, artes, etc.); ocio social, etc. En rigor se toma como el uso del tiempo cronológico fuera de los estándares normativos (horario de trabajo, familiar, etc.).

reparte el día entre vivir y ganar dinero, lo cual, como se dijo, es una aseveración que ha acompañado desde siempre al capitalismo y sus cambios históricos (Ramos, 2007; Marx, 2011).

La interpretación del tiempo que se guía por estándares “objetivos”, como la cronología por astros, es una forma de asentar el tiempo cronológico, la cual es similar para todos los miembros de una sociedad. Se subraya nuevamente que el estándar subjetivo está dotado de una percepción diferenciada por cada individuo. Para A35, el tiempo es un recurso que satisface la necesidad de un consumidor (cliente). La dedicación del tiempo para lograr una idea que se traduce inmediatamente en un cálculo de entrega de tiempo, que de seguro involucra los momentos de creación, de diseño y la búsqueda de clientes. El trabajo intelectual (la idea para algo) goza de un libertad que la práctica no entregaría con eficiencia en el trabajo asalariado, pero sí (tal vez) en el formato emprendedor. En el tiempo como recurso no importaría el proceso, sino el resultado, obligado por el objeto que debe crearse, sin valorar la creación de este y donde el tiempo libre no genera productividad. El “trabajo y no trabajo... se encuentran en una oposición dada e irreductible, natural y eterna” (Rieznik, 2001). Barajaría que en los emprendedores no se ha perdido el tiempo como un recurso, pero quizás no es tan absolutista como la interpretación de Rieznik, pues una práctica para recalcularse ese recurso y aprovecharlo de mejor manera, sería romper el estereotipo del horario fijo, volcándose a un horario de domino propio.

c) Apropiación del tiempo¹⁰⁵

En el caso de A37(emprendimiento de bazar), el tiempo está asociado a otras dimensiones como la responsabilidad y la libertad, donde este último concepto se repitió en otros emprendedores (P37, cafetería).

¹⁰⁵ Dentro de los análisis que se hicieron en esta investigación, se obtuvieron resultados que estuvieron acorde a la construcción de una pauta de entrevistas basadas operacionalmente en los objetivos específicos propuestos (ver anexo 1).

“Estábamos hablando de lo que era la libertad, la responsabilidad y el agobio... entonces la libertad (de) que yo podía manejar mis tiempos... De repente que está enfermo el niño y tení' que faltar al trabajo. Yo dispongo de mis tiempos y coordinamos con mi socia para aquello”. (A37)

(sobre significado del emprendimiento) “Significa hacerme cargo de mis tiempos... de mi tiempo y ser responsable también de mis libertades”. (P37)

“...el manejo del tiempo, cuánto tiempo tienes que trabajar, cuánto tiempo no tienes que trabajar, cuándo te puedes ir de vacaciones, cuando no te puedes ir de vacaciones, esa cuestión para mí es de vivir la vida... yo trabajo para vivir no vivo para trabajar...” (P64)

Bajo la premisa de “*m*” tiempo, visto como una posesión absoluta, este se consideró perteneciente al individuo. ¿Podría entonces entenderse el préstamo del tiempo a entidades superiores que disponen de este o justamente al revés? Esta pregunta la planteo en virtud de que, según el sistema de trabajo, el tiempo podría manejarse (controlarse) más o menos. Ante lo mismo, P37 estimó que es responsable de sus libertades junto con el tiempo, poniendo de manifiesto la posesión de este en función de la libertad. A la vez, P64 (galletas veganas) toma el manejo del tiempo como el control de los momentos y la libertad de sobrecargar la balanza del trabajo y la calidad de vida dependiente del tiempo. Esto sería, ¿libertad para controlar el tiempo o libertad para seleccionar acciones dentro de un patrón obligado dentro de un tiempo¹⁰⁶ total establecido? Es interesante ver que, si conscientemente registráramos nuestras actividades diarias, veríamos un sinfín de anotaciones que

¹⁰⁶ Dos acepciones de la palabra tiempo en la RAE: 1) Duración de las cosas sujetas a mudanza. 2) Época durante la cual vive alguien o sucede algo. La significancia aquí estaría centrada en el tiempo como patrón donde selecciono acciones, pero a su vez, este “tiempo” es creado durante el evento.

nos parecerían engorrosas y difíciles de seguir. De hecho, las actividades diarias realizadas nos distinguen como personas mientras seamos *sujetos despiertos*¹⁰⁷ (Heras, 2010). Estas actividades ocupan *tiempos* dentro del *tiempo*¹⁰⁸, siendo este último resultado de un intento pragmático de control por parte de una autoridad, mostrando la ilusión del control (asociando el “manejar mi tiempo”). Históricamente es en el trabajo (lo laboral) donde se ha intentado un mayor control global del tiempo, en donde los sujetos pueden ocupar los espacios sobrantes. Este control dejaría espacios propios para el tiempo libre de un trabajador, en virtud de que “se trata de un control más difuso, que no se establece en base a líneas de mando y a jerarquías formalmente establecidas, con sus tiempos rutinarios y previsibles, sino a través de una cooperación más autónoma y participativa... Pero que exigen también una vigilancia y una supervisión continua de los trabajadores, a veces incluso por parte de los propios compañeros de los equipos en los que se integran” (Vázquez & Duque, 2019).

La institucionalidad no se queda fuera de la discusión, pues existe una tendencia proveniente de países europeos a reducir el horario de trabajo para otorgar más empleo a más cantidad de personas¹⁰⁹. Si bien la sociedad lo considera positivo, la problemática estaría en la real aplicación de esto y las posibles implicancias sociales. Es lo remanente del tiempo de trabajo (primario en el tiempo total) lo que aumentaría su horario, pero sería usado bajo los mismos parámetros de quienes controlan el tiempo (se imponen; por ejemplo, pautas de consumo). Entonces cambiarían las percepciones del trabajo/no trabajo al cambiar las condiciones materiales de estos. Y dado que “el tiempo y el espacio son los dos parámetros en los que se mueve la vida personal y colectiva. De ahí la importancia de quién los controle” (Blanco, 1999).

¹⁰⁷ Heras distingue entre *sujetos despiertos* y *sujetos dormidos*, aduciendo que estos últimos son una categoría única para todos.

¹⁰⁸ Entiéndase como tiempos subjetivos dentro del tiempo cronológico macro.

¹⁰⁹ Trabajar menos para trabajar todos.

Es la experiencia vivida en los trabajos asalariados la que podría interpretarse como una acumulación de prácticas que condicionan y dirigen la decisión de emprender. O sea, los turnos de trabajo, la dependencia de jefaturas y el salario solamente aceptable por su rutina pagadora, no son suficientes ni eficientes en otorgar grados de libertad a la persona, entonces se tendría un “culpable” que usurpa el tiempo, el cual serviría para acumular experiencia y fomentar habilidades. Por cuanto lo mínimo es tener flexibilidad en las condiciones laborales. De esta manera, la incertidumbre laboral decae mientras se envejece, y ejercer una actividad productiva pasa a ser una responsabilidad de control propio del emprendedor (Manzano, 2017). Se produciría así, una apropiación del tiempo¹¹⁰, la cual significaría a su vez, un imaginario de libertad respecto a la imposición capitalista del trabajo. La libertad dentro del modelo capitalista asume dos razones principales según Amartya Sen: una de evaluación donde “el progreso ha de evaluarse principalmente en función del aumento que hayan experimentado o no las libertades de los individuos”; y otra de eficacia, en donde “el desarrollo depende totalmente de la libre agencia de los individuos”. El autor propone que es el progreso industrial y la modernización lo que contribuye a “expandir la libertad del hombre” (Han, 2000: citado en Pico, 2017). La apropiación del tiempo no toma estas causales y gracias a estas razones propuestas, el imaginario de libertad sería interpretado fuera del canon capitalista, pese a seguir siendo “prisionero” de las temporalidades de los otros actores que comparten con el sujeto, donde en el emprendedor puede significar familia, amigos, clientes, proveedores, etc., es decir, afecta sus vínculos. Si nos centramos en el tiempo productivo, podríamos considerar que se pasa el control del tiempo total de trabajo al sujeto, pero como se señaló, este nuevo tiempo de control pasa a ser dependiente o demandante de otros individuos. A35 señaló esto en la comparación asalariado dependiente-emprendedor independiente:

¹¹⁰ Aquí parece prudente asociar que esto es independiente de toda categorización, es simplemente tomarse el tiempo.

“...el tiempo, el manejar tu tiempo, el poder hacer rendir, quizás, tu tiempo de una forma más eficiente que cuando estás con un trabajo dependiente, (en el) que entras a un horario fijo y no necesariamente sales a tu horario establecido en el contrato. Puede ser una o dos horas después, horas extras, que problemas de último minuto...” (A35)

Como en nuestro sistema socioeconómico se considera el tiempo como escaso, este debe ser eficiente para satisfacer las necesidades capitales que generen equilibrio físico y psicológico, logrando estabilidad en el individuo, lo cual significaría un aumento del bienestar social. A nivel general, habría una implicancia en los países con mayores productividades como significado de personas más felices (por ende, que usaron bien su tiempo), lo cual no es totalmente cierto por las contradicciones entre productividad y felicidad en los países (Padrón & Ruiz, 2019). El control del tiempo sería una necesidad para construir y generar prácticas para la optimización, generación de capital, formación de lazos sociales, etc., que a priori, el emprendedor tendría como ventaja respecto a un trabajador asalariado, comúnmente con horario fijo.

El manejo del tiempo se asoció en este caso a imaginar que en ese mismo tiempo perdido (aunque productivamente no tenga sustento de acuerdo con el tipo de actividad) se harían otras cosas aprovechando mejor el espacio temporal. Esto implicaría que la disposición a utilizar mayormente el tiempo en el negocio no presentaría problemas en el modelo emprendedor, aun cuando las prácticas del sean otras que solamente eviten su categoría fija. Al respecto, Byung-Chul Han señala: “El neoliberalismo... convierte al trabajador en empresario... elimina la clase trabajadora sometida a la explotación ajena. Hoy cada uno es un trabajador que se explota a sí mismo en su propia empresa. Cada uno es amo y esclavo en una persona. También la lucha de clases se transforma en una lucha interna consigo mismo” (Han, 2014). Si bien el párrafo de Han hace referencia a esta capacidad de utilizar el sueldo como una inversión y la disposición absoluta y libre del tiempo de

ocio, claramente es entendible; y con más razón, a una persona que ejerza como emprendedor. También sobre esto, Muñoz señala que “... *vida, trabajo y tiempo son recursos necesarios y fundamentales en la transformación hacia la vida líquida*¹¹¹”. También la revolución industrial evolucionando a la revolución digital, ha decantado en una era de rendimiento continuo (Muñoz, 2017). Esta nueva exigencia de una capacidad laboral de alta vorágine e ímpetu parece quedar evidente en los emprendedores rancagüinos, mostrando que la libertad y el control del tiempo corresponden al mayor uso de temporalidades predefinidas en la sociedad. Sería probable que la libertad antes mencionada pudiera ser una redistribución dominante. Por ejemplo:

“...manejar el tiempo... a mí antojo, porque si tuviera una agenda, así como muy estructurada de entrega, de pedido, de todo, lo puedo decidir yo, es más flexible”. (A35)

Esa flexibilidad me permite considerar la distribución del tiempo y cómo se entiende eso bajo el imperativo dominante (mi tiempo, mi distribución, mi decisión), realizando el espíritu de autonomía de los emprendedores. La flexibilidad puede tomarse como la arista de construcción propia de la vida, donde la autorrealización individual; realizada por el capitalismo, se sobrepone a la precariedad laboral bajo la forma del trabajo independiente emprendedor (Prestifilippo & Wegelin, 2019). Y esto se evidenció como un aspecto de manejo del tiempo en función del negocio, más allá de la dependencia de los “tiempos de compra” del cliente, ya estructurados por los horarios de los negocios establecidos.

En nuestra sociedad, la flexibilidad laboral se manifiesta dentro del tiempo social y toma las veces de un indicador productivo, el cual actúa de manera progresiva y bajo máximo aprovechamiento. Pareciera que nos acercamos a una producción ininterrumpida. Sin embargo, “se produce una desincronización evidente para aquellos/as trabajadores/as que deben cubrir los turnos nocturnos o trabajar durante

¹¹¹ La referencia a la modernidad líquida de Bauman es del propio autor.

el fin de semana, puesto que la organización social del tiempo continúa desarrollándose en torno a unos horarios establecidos¹¹² (Lozares & Verd, 2004). En esto es donde la flexibilidad ganada por **la apropiación del tiempo genera la libertad necesaria para dar más valor al trabajo emprendedor**, porque ocurre en la medida que otros beneficios sean palpables por el emprendedor, siempre y cuando exista **capacidad de distribuir y controlar el tiempo**.

La responsabilidad del emprendedor pareciera traducirse en saber manejar el tiempo:

“yo siento que cuando manejo mi tiempo, vivo. Es mi vida, no estoy viviendo la vida que otros quieren que yo viva. Estoy viviendo mi vida a mi manera, a mi forma”. (P64)

Se puede ver un **sentido de no alienación del tiempo**. Al parecer debe darse una forma menos común que el trabajo asalariado para lograr la desalienación. Lo más cercano para los emprendedores fue el derecho a cambiarse de trabajo negociando mejores salarios, **creando el espacio necesario para el riesgo de la independencia**. Aun así,

“pareciese que hasta los menos afortunados en términos de ingreso estuviesen convencidos de las enormes ventajas de la competencia en el trabajo, pues permite cambiarse rápidamente de empleador si la paga es mejor” (Díaz, 1999).

Tal aliciente suena perfecto para arriesgarse a emprender.

¹¹² Los autores citan a Boulin sobre el punto de la organización social. *Boulin, J.-Y. (1997) "From working time to city time: the case for a single approach to time policies". Transfer, 4/97: 723-736.*

d) *El valor del tiempo emprendedor.*

Observar cómo C51 (Galletas del mundo), estimó que la propia definición de un emprendedor está en la valorización del tiempo a un nivel donde asocia mayor libertad personal al contratar tiempos ajenos (Bauman, por ejemplo, siempre ha hablado de tiempo invertido como recurso monetario en el capitalismo), sin hacerlo sentir como una forma de coartar a otros, sino más bien como una derivación del tiempo productivo.

“Bueno para mí un emprendedor, un emprendedor como genuino, es una persona que conoce el valor del tiempo por tanto lo que está buscando siempre lo que busca que uno de sus objetivos o metas es lograr contratar tiempos de otros, para liberar tiempo de él”. (C51)

Esta valorización del tiempo es bajo la premisa de que el tiempo productivo involucra más de ocho horas (comúnmente aceptado para culturas como la nuestra¹¹³), pues sumamos tiempo de viaje desde y hacia, más los tiempos cronológicos de preparación para el trabajo.

Me atrevo a establecer que el tiempo productivo total puede ser 24 horas como una alegoría de que el tiempo de descanso (*sujeto dormido*), está desligado de la acepción clásica de 8 horas continuas nocturnas¹¹⁴.

La segmentación de los “*subtiempos*” está en indeterminados¹¹⁵ números de **clústeres** de actividades, donde lo productivo es mayoritario, pero con una constante decisión (y usabilidad) en aspectos sociales y de ocio. En la figura 3 aparece una representación de esta propuesta.

¹¹³ Aceptado y en rigor, regulado por el código del trabajo.

¹¹⁴ Si bien se entiende que igualmente se duermen horas continuas en la noche-madrugada, es más imprudente estimar ese tiempo que no se consultó.

¹¹⁵ Coloco cuatro clústeres sólo como referencia.

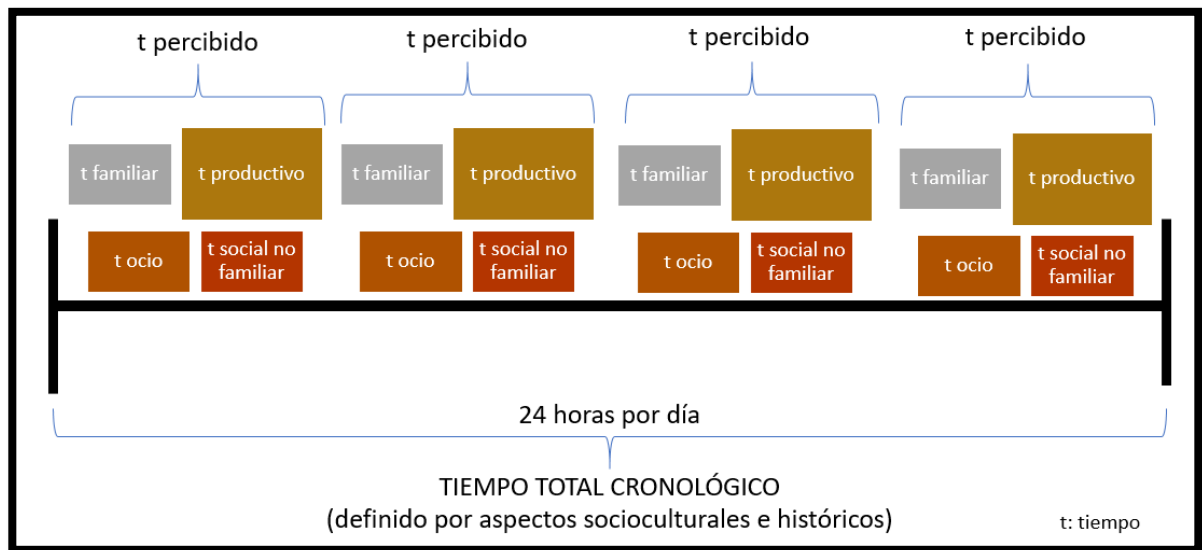


Figura 3. – Modelo de percepción y manejo del tiempo por parte de los emprendedores de Rancagua.

El tiempo social lo he dividido en lo familiar y lo no familiar, con tal de mostrar las diferencias entre las prioridades del tiempo otorgado a las actividades. Por ejemplo, la dedicación a los hijos resulta importante a la hora de gestionar el tiempo productivo dentro del cronológico, curiosamente con un significado no cronológico del lazo afectivo:

“Lo que pasa es que por cada hijo es un tiempo en gestión que cronológicamente se va sumando, digamos un tiempo de gestión que tenía que hacer por cada niño... Básicamente, cómo haces la magia”. (A37)

A37 cuenta con apoyo económico de su marido y sentía mayor grado de responsabilidad sobre la formación de los hijos. El hecho de emprender, si bien le exigía más tiempo de dedicación, le permitió atribuir un grado de libertad con el que puede “jugar” para mejorar la dedicación temporal a estos. El sentimiento de libertad

queda plasmado como una forma de rechazar el horario fijo de los formatos dependientes asalariados:

“tenemos más libertad para ocupar el tiempo en las cosas que realmente nos importan, en este caso los niños, para ver películas con ellos. Antes cuando tenía el horario... ese horario weón'... no veía películas con ellos y cuando veía me cagaba de sueño... ahora vemos películas... hacemos cosas entretenidas igual. Probablemente ellos quisieran más; yo también quisiera más tiempo... esos tiempos que tenemos, igual hacemos cosas”. (C51)

Entre ambas opiniones se visualiza que mejoran las condiciones para causas distintas. En un caso es aprender el uso del tiempo como mejora de la gestión y en otro es la libertad ganada (que toma sentido con lo discutido en el apartado anterior). Pero también se observa una incompatibilidad si asociamos ganancia neta de algo positivo. Para A37 el tiempo nuevo escasea y para C51 el tiempo nuevo permite nuevas actividades. Es potente observar que en ambos casos se producen nuevas prácticas y nuevos aprendizajes, lo cual queda en línea con el cambio cultural, o dicho directamente, formaría parte de la cultura del emprendimiento¹¹⁶. La incompatibilidad se refleja, a mi juicio, porque **el tiempo ganado de libertad por sobre el sistema capitalista de trabajo, tiene distintas formas de expresión**. Si aceptamos que la satisfacción laboral depende, entre cosas, del manejo de los tiempos, el sentimiento del logro de objetivos sería clave en los emprendedores para esta aceptación más allá de lo económico, incluyendo que mayores niveles de satisfacción generan mayor productividad y, por tanto, en estos trabajadores ya viene implícito un sentimiento de logro dado que son dueños de las decisiones (Saldarriaga & Vargas, 2018). Si a nivel general el manejo del tiempo es parte del beneficio, el cómo se ocupa muestra un grado de independencia entre los

¹¹⁶ De paso, se topan tópicos de los 3 objetivos específicos, ya sea asociando creencias sobre el trabajo y el no trabajo, las prioridades dentro del entorno laboral y los aprendizajes e ideas del emprendimiento.

individuos, lo cual es un carácter identificatorio y marca al emprendimiento como una actividad difícil de estandarizar desde la mirada del actor.

En los emprendedores rancagüinos el tiempo productivo y el tiempo libre están mezclados y se transforman en varios momentos de elección diarios que juegan entre la producción, el aprendizaje, la gestión familiar y el negocio. Esto mismo da una pequeña luz sobre la forma de percibir el tiempo. Tal vez sabiendo que no hay un peso de control externo sobre el horario, el sujeto emprendedor se empodera del mismo, como si pudiera manejarlo por fuera del sistema o, mejor dicho, como si usara el tiempo en diversos “subtiempos” continuos del día. Usando la relación del tiempo y la responsabilidad, se habla de la temporalidad como una *“aprehensión o interiorización de una forma del tiempo en torno a la cual se tejen todos los elementos que conforman las representaciones de individuos y colectivos acerca de nuestra realidad próxima”* (Jiménez, 2009).

Si volvemos a la discusión sobre el tiempo prestado por la sociedad o si bien, cada uno de nosotros construye sus patrones de tiempo, el rol de la cultura se hace importante, pues justamente el tiempo responde a interpretaciones culturales que dejarían un espacio interpretativo donde el sujeto genera un sentimiento de dominio sobre el tiempo, tangible para su persona y sin necesidad de tener una lectura “objetiva” por parte de la sociedad. El imaginario de libertad es potente para el individuo y se siente dueño del tiempo, se apropia de este (“mi tiempo”).

“la cultura convierte la experiencia total del tiempo en el núcleo en torno al cual se entretajan en tensión continua los elementos de configuración de la representación mental intersubjetiva de lo que una sociedad percibe de sí misma con pleno sentido: sistemas de relación-dominación, conflictos, deseos y perspectivas” (Vidal, 2000).

Al conectar estas experiencias temporales de la producción y el ocio con el tiempo de interacción social, se observa que el emprendedor rancagüino está

constantemente entremezclando estas aristas en sus prácticas, logrando que la conceptualización de la felicidad o el bienestar subjetivo dependa de las distintas interacciones sociales. Basado en las ideas de Chul Han, Muñoz estima sobre el tiempo de ocio (entendido como sobrante del tiempo productivo) que es un

“tiempo de encuentro con los otros y otras, un tiempo comunitario que permita ir más allá del encantamiento del tiempo muerto del narciso y ególatra capital. El tiempo del otro, que nos tensiona en la mismidad y nos exige la complicidad, la relación, el conflicto” (Muñoz, 2017).

En el próximo capítulo se discute la fuerza, el interés e importancia de las interacciones del emprendedor con su entorno, pero visualizar el tiempo prestado socialmente en el quehacer del emprendedor, ayuda a comprender como el manejo del tiempo y la percepción de dominio y aprehensión es dependiente ya no de una entidad demandante de autoridad (como una jefatura) sino de entidad demandante de interacción, bajo la premisa del tiempo social.

C51¹¹⁷ declaró en parte de la entrevista que siempre quiso dedicar más tiempo a sus hijos, pero irremediablemente debía dedicar tiempo productivo a su negocio. Queda latente la duda sobre el dominio del tiempo o el dominio de la libertad o el tiempo de libertad. Recalcó lo de realizar más cosas, donde lo importante se ejerce como libertad dentro del tiempo cronológico, pero bajo el prisma de libertad del tiempo gestionado en forma individual. No se canaliza íntegramente en tiempo cronológico la ganancia por cambiar de sistema dependiente a independiente, sino que se generan más espacios de tiempo donde seguir creando clústeres (asociando mi propuesta).

Tomándome de un estudio de Pedro Güell y Martina Yopo; para los individuos el tiempo que sirve de orientación subjetiva, posee un sistema cualitativo y valórico de significados, que varían desde la percepción propia como personas hasta la

¹¹⁷ Emprendimiento compartido con su pareja.

exceptiva de vida generada por las experiencias. Este sistema de significados sería una construcción social, lo cual apoyaría mi propuesta sobre el tiempo construido entre percepciones de los sujetos de la interacción del negocio emprendedor. Igualmente se presume una importancia a la agencia del individuo sobre esta misma percepción temporal, por cuanto el estudio marcaba diferencias generacionales en la forma de interpretar eventos presentes y futuros. Así,

“independiente de otras variables, las etapas de la vida intermedias asociadas a las obligaciones laborales y económicas tienden a correlacionar con la perspectiva hacia el Futuro¹¹⁸” (Güell & Yopo, 2017).

La importancia del tiempo radica en una dimensión productiva.

Si devolvemos la discusión respecto a cómo el tiempo cronológico afecta al sujeto emprendedor y su familia; acorde a un estudio general sobre ocupación del tiempo, se pueden establecer tres tipos de relaciones afectivas¹¹⁹: la familia, los amigos y la pareja. La mixtura de la pareja como familia cambiaría el tiempo cronológico ocupado en ellas. Según los datos del barómetro del CIS¹²⁰, evaluado en los días laborales¹²¹ de la semana (en España), prácticamente todos dedican algo de tiempo a estar con la familia. Llamativo es que el *presente* se tomó de forma ampliada, sin que los entrevistados hicieran referencia del día anterior (o anteriores). En el mismo estudio contraponen que gran parte de los entrevistados declararon que viven solos o sin familiares directos, sin hacer o recibir visitas, por cuanto la importancia de la familia radicaría en una idea más que un comportamiento (Heras, 2010).

¹¹⁸ La mayúscula es propia de los autores en el estudio original. Futuro (F): denota una orientación hacia la planificación y el desplazamiento de gratificaciones en función del logro de objetivos, y la evaluación de las consecuencias futuras de las acciones en el presente.

¹¹⁹ Las cuales resumo en su contexto del “tiempo invertido en” como lo social.

¹²⁰ Centro de Investigaciones Sociológicas de Madrid. El barómetro del uso del tiempo es una encuesta del año 2008, que evaluó las nuevas formas de redistribución del tiempo diario.

¹²¹ No se diferenciaron en el estudio tipos de trabajo, pero la mayoría fue asalariado dependiente.

¿Es una ilusión o un imaginario el nuevo tiempo conseguido desde el horario creado socioculturalmente? La respuesta no es sencilla, pues se debe tomar en cuenta las percepciones del otro interactuante con el emprendedor. Socialmente, todos los demás sujetos ajenos al individuo generan y perturban el espacio y tiempo, en dependencia del tipo de actividad o comportamiento. Por ejemplo, si bien el tiempo de trabajo ya no es dependiente de un horario asignado, el cliente del emprendimiento podría estar al mismo tiempo, reemplazando esa necesidad de *cuadrar* la temporalidad. Pienso que se producen percepciones en ambos sentidos; es decir, el emprendedor percibe de una manera el tiempo en la cual se desprende de lo cronológico, pero a su vez interactúa con sus vínculos, regido en mayor estado por el tiempo cronológico. El siguiente esquema muestra esto desde el acercamiento a un clúster temporal:

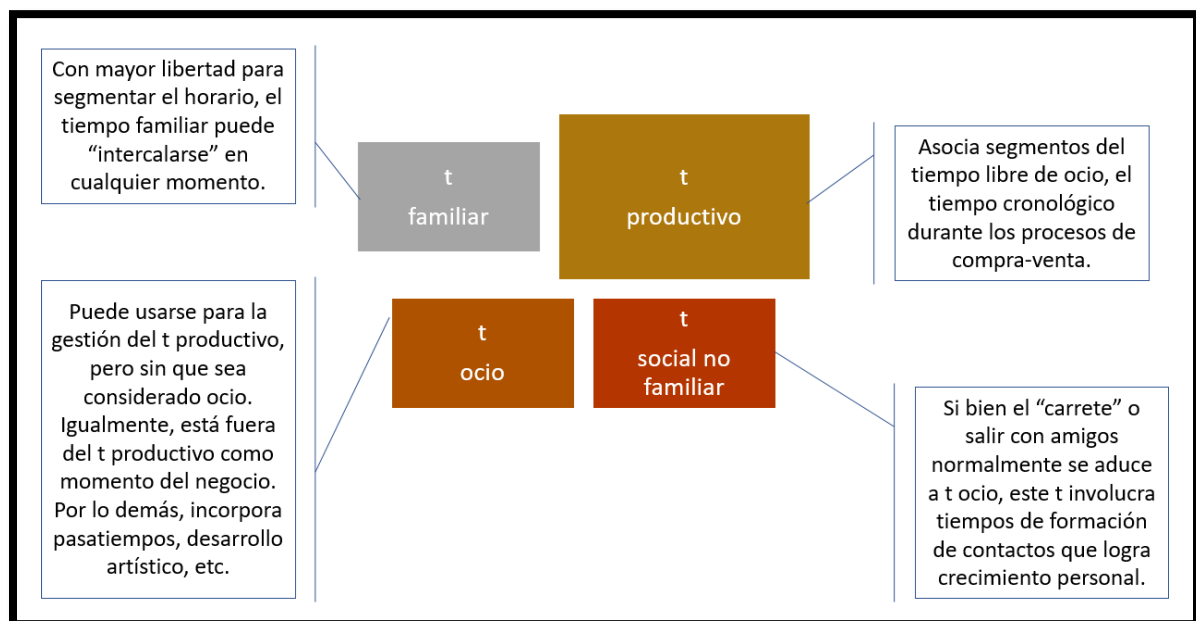


Figura 4.- Los *subtiempos* del tiempo.

La pluralidad del tiempo da una primera señal de lo metafórico de su interpretación. Pese a que la dedicación horaria se vio importante en su negocio, F38 asumió que su entorno familiar aceptaba sin problemas eso, teniendo como consecuencia la

pérdida del recurso del tiempo. Si sumamos otro ente social como los amigos o la gente externa a la familia, se puede ver lo siguiente:

“... en lo social, tay’ metió’ acá todo el día entonces no te queda mucho tiempo para hacer vida social. La única vida social es compartir con otros cerveceros cuando hay eventos, pero al final tay inmerso en lo mismo, no te queda mucho tiempo para salir de vacaciones... La idea es tener un poquito más de tiempo para hacer algunas cosas diferentes.” (C42)

La vida social se consideró escasa y redundante (sin dar una connotación negativa a esta palabra). La subjetividad de la estimación horaria da al tiempo un carácter posesivo y resultante de lo cronológico. Se observa una variable sobre el poder del tiempo o del manejo del tiempo, lo cual se transforma literalmente en un tiempo metafórico, imposible de estimar, pero rápidamente idealizado en una necesidad de control:

“... pa’ disponer del tiempo... tenemos que trabajar doce horas porque hay que hacer mil weas’... pero ya dentro de esas doce horas podemos redistribuir lo que es más o menos...”. (C51)

No es discutible lo del “*mil weas*” porque sabemos que es una exageración, pero es interesante ver que las doce horas parecen una estimación más concreta, reivindicada en la misma opinión y luego usado como una base redistributiva. Ramos hace una observación sobre esto:

“Que el tiempo se diga en metáforas... no debería sorprendernos. Ocurre con todos aquellos objetos dotados de la suficiente complejidad e instalados en los pliegues más dispares de la experiencia que se resisten a ser expresados en un lenguaje lógico-conceptual y sólo se abren a su apropiación metafórica” (Ramos, 2009).

Se verifica la incertidumbre contemporánea que asume su complejidad en la *escasez del tiempo controlado*¹²². Otro ejemplo es el dueño de Piola Estudio, en donde al aclarar sobre el uso del tiempo en su emprendimiento, comentó sobre la escasez del tiempo cronológico promocional, relacionado a algo tan básico como mostrar un portafolio¹²³ en medios como redes sociales o páginas oficiales:

“Claro, no hay otra fórmula, de hecho, tenemos cubierto todo entonces no nos queda tiempo pa’ decir esto es lo hicimos, esto es lo que hacemos”. (D37)

Nuevamente, el tiempo metaforizado bajo la premisa de la escasez o derechamente no poseerlo, implicaría que todo el resto del tiempo es de carácter productivo o libre, aun considerando que fuera una elección con total dominio del sujeto y de la cual no se arrepiente. Por esta razón encuentro una valoración distinta del tiempo, moldeable, ajustable, pero nunca perdiéndose como posesión. La valoración del tiempo se da en aspectos que no premian precisamente en más o *mejor* tiempo, sino que intercambia su valor como herramienta del mismo negocio:

“...teníamos una empresa de propiedades que le dijimos: saben que nosotros ya no tenemos el mismo tiempo. (Recomendó a otro emprendedor) ...no funcionó con los otros y ahora volvieron con nosotros, porque también hay procesos donde tú como emprendedor vai’ quebrando relaciones con los clientes”. (D37)

Bajo el riesgo de la pérdida del cliente, es este último que asume una calidad de servicio sin importar el tiempo cronológico extra que deba suponer en el sujeto emprendedor. Si bien faltarían estudiar otras variables como la negociación misma

¹²² Y esta pareciera una paradoja que suena bastante asertiva si se reflexiona la frase.

¹²³ Portafolio es algo normal en el mundo del diseño. Corresponde al catálogo de trabajos realizados en algún formato de fácil visualización. Actualmente se usa la misma página web del negocio o las RRSS.

o las condiciones del trato, recalco la figura del “no tiempo” y como en la interacción con el cliente, la dependencia temporal adquiere otros matices. Otro ejemplo:

“...eso para mí es emprender, no abrir a las diez de la mañana porque soy dueño de mi tiempo, sino que yo tengo que estar antes que los trabajadores entren a su horario laboral y tengo que irme después salgan de su horario laboral”. (F38)

No desconociendo el carácter posesivo del tiempo, F38 lo deriva en una dependencia (no de jefaturas como se aclaró en apartados anteriores) del cliente, por cuanto adquiere algún grado de fuerza la suposición de una **percepción de libertad del tiempo versus la interpretación objetiva del cliente que está dependiendo de su propio horario**. Quiera o no, el sujeto emprendedor ve sus actividades u objetivos del negocio interceptados por el estilo del cliente, pero, insisto, sin perder la noción de la ganancia temporal al cambiar del formato asalariado al independiente. Le Goff toma esto como el tiempo espacial, donde los objetivos de vida o personales forzarían el tiempo cronológico, reduciendo la percepción propia del mismo (Le Goff, 2004). Digo que la ventaja implicada en el acto de emprender sirve para aumentar la temporalidad percibida, quebrando o dislocando el tiempo cronológico¹²⁴. Estos quiebres son una explosión contraria a la repetición, que evita el camino rutinario del ejercicio productivo (Ramos, 2007).

Finalmente, quiero resumir los aspectos analizados en una metáfora temporal que muestra la relación de lo productivo con la posesión del tiempo:

“Sentí que toda la parte productiva de hacer cerveza, la parte pesada me la estaba llevando yo y no tenía tiempo para nada”.
(C42)

¹²⁴ O también podría tomarse como un manejo más libre del tiempo social.

IV. COOPERATIVISMO Y COLABORACIÓN

La investigación mostró la consideración de que la agrupación y la colaboración es una dimensión importante en el desarrollo emprendedor, sobre todo en las etapas nacientes del negocio. La necesidad de colaboración como apoyo e incluso la colaboración con la competencia se dan en la construcción natural entre emprendedores y se intentan favorecer desde la institucionalidad. Los proyectos requieren de apoyo familiar, sociopolítico y de amistades cercanas en el ámbito de los emprendedores, incluyendo a otros emprendedores, sean del mismo rubro o no. Estas interacciones forman parte de los procesos alteradores del emprendimiento junto a las condiciones socioeconómicas, el nivel educacional, características personales, regulaciones legales y estabilidad del mercado, entre otras (Paredes & Díaz, 2019). A su vez, las formas de interacción muestran tantas facetas distintas que pueden tomar perfectamente el aporte internacional¹²⁵ y hacerlo palpable dentro de la escena local, sea esto como adaptaciones de negocios a nuestra realidad cultural o bien al establecimiento de modelos de negocios extendidos (tipo franquicia). El concepto clave es la innovación, que, si bien no es sinónimo de emprendimiento, van siempre juntas en los análisis de los emprendedores que logran estabilizar un negocio y mantenerse en el tiempo, trascendiendo sus marcas (Guimón et al, 2019).

En este capítulo se destaca la inferencia de las relaciones cercanas del emprendedor, evidenciando la importancia otorgada a la cooperación, la colaboración y las interacciones con la competencia. En una primera parte se visualiza al emprendedor como un ser social que, amparado en el cooperativismo, se aleja de la individuación competitiva del capitalismo. Luego se estudia si estas interacciones pudieran estar formando una red social, materializando su instrumentación a través de los medios digitales (redes sociales digitales). El uso de la red social (como si fuera un recurso, como el tiempo) toma en cuenta la integración en el entorno emprendedor y las comunicaciones en ambos sentidos

¹²⁵ Como una red global de información.

con actores del vínculo del negocio¹²⁶. No es lejano asociar esto como instrumento o bien como una forma metodológica de actuación, dado que un emprendedor puede “utilizar las redes sociales como vehículo para obtener legitimidad (y aceptación social)” y además “usará su posición en la red con el propósito de derribar las barreras que le impiden ganar la legitimidad necesaria para obtener dicha aceptación social” (Herrera, 2009). Al final el capítulo se inmiscuye en la relación con la competencia mediante la cooperación, un punto clave para remover las prácticas de los emprendedores, aumentando el conocimiento, la experiencia y permitiendo mejores cálculos operacionales en las interacciones sociales.

a) *Dos son mejores que uno*

Si bien es conocida la importancia de asociarse (formal o informalmente) entre empresas, el rol de asociatividad entre emprendedores fue considerado como un aspecto importante dentro de la cultura emprendedora rancagüina.

“...tenemos la fortuna hoy día de pertenecer a un mercado que es incipiente en la región, que existen contadas agencias y oficinas que hacemos lo mismo y que incluso hoy día funcionamos de forma cooperativa, entonces como que el tema, de emprender desde la asociatividad, al menos en este rubro es bastante óptimo, como que la asociatividad funciona todavía”. (D37)

Lo *cooperativo* es mencionado como una forma de funcionamiento adquirido desde su raíz. Sería una forma de práctica constante en el actuar emprendedor. El funcionamiento cooperativo es un colectivo integrado como unidad estructurada, el cual tiene propiedades que se pueden denominar poderes causales¹²⁷ y donde

¹²⁶ Clientes, proveedores, familiares y amigos.

¹²⁷ Los autores citan a Elder-Vass como los que explican lo de los poderes causales mediante una analogía del agua. “Se puede por ejemplo apagar el fuego con el agua, sin embargo, el resultado sería muy diferente si utilizáramos el hidrógeno y el oxígeno por separado porque avivarían el fuego.

estas “no son las propiedades arrastradas de los miembros del colectivo, aunque sean puestas a disposición del mismo”. Para el colectivo cooperativo, el aporte de los individuos se denomina propiedad resultante (Supervielle, 2017). El poder causal, visto como “*algo que se ejerce*” y entendido como propiedad de actuación, posee más persistencia que el poder resultante individual. Esto depende de la mirada del análisis, pues la sinergia de operaciones es en el nivel de operatividad del colectivo o de la cooperación específica entre los emprendimientos. Puede que no sea tangible o visible el poder causal en el negocio emprendedor propiamente tal (en su actividad de venta). Las prácticas útiles de un negocio, al saberse útiles para cualquiera del rubro, serían compartidas como un intercambio recíproco de experiencias y aprendizajes¹²⁸.

En segundo plano, se aduce el tema de la *asociatividad* como otro aspecto importante de emprender “al menos en ese rubro”, el cual corresponde al diseño gráfico. En mi experiencia de investigador y como líder de proyectos en paralelo a mis actividades, no vi un tema de asociatividad entre agencias grandes, establecidas y con experiencia, por lo menos como un discurso propio. La referencia de D37 está en el contacto, la recomendación y el apoyo mutuo de trabajos comunes. Es importante considerar que exista reciprocidad entre los participantes de estas asociatividades, donde la forma de ver la calidad responda al largo plazo y el nivel de colaboración entre las partes. Se da una reciprocidad basada en la confianza, escapando de lo netamente económico, para lo cual, el capital social será aprovechado y reivindicado (Gordon, 2006). Estas nuevas formas de interacción permitirían institucionalizar el emprendimiento, donde la asociatividad corresponderá al

“conjunto de transacciones para las cuales se requiere obtener y verificar la información acerca de la calidad y cantidad de los recursos a intercambiar, la reputación y antecedentes de cada

De igual manera, el agua se congela a cero grados Celsius, sin embargo, tanto el oxígeno como el hidrógeno son gases a esa temperatura.

¹²⁸ Esto tributaría el objetivo específico 3: Estudiar los aprendizajes e ideas del emprendimiento de los emprendedores rancagüinos, a través del análisis de las prácticas y conductas de estos.

contraparte y la calidad de los derechos de propiedad que se están intercambiando; así como establecer el contrato de transferencia y prever la ocurrencia de diferencias y resolución de altercados” (Viego, 2004).

Esta búsqueda de la asociatividad también debe su causa a equiparar la cancha en relación con las oportunidades, transferencia de conocimientos, asimetría de información y la búsqueda de oportunidades.

(Sobre la colaboración y su efecto) “Totalmente... es que siento que si no te ayudai’... uno sabe lo difícil que es, si yo no tengo la empatía de al menos... de hacer un espacio que yo lo tengo... siento que no podís’ ser egoísta, no podís’ ser egoísta”. (P37)

La confianza en el otro se expresa para esta emprendedora en la capacidad de transmitir los conocimientos y las experiencias puntuales de sobrellevar un negocio. Sumo el concepto de empatía, lo cual muestra que el nivel de comunicación con otros emprendedores debe estar supeditado al interés recíproco de recibirlo, fenómeno que se encuentra ausente en las ayudas para redes¹²⁹ de emprendedores formales. **La asociatividad aseguraría un éxito que sería más complicado de forma individual**, pero siempre considerando el aporte sinérgico de sus participantes, por cuanto su fruto es equivalente y dependiente de quienes forman la asociatividad, desmarcándose de las ayudas “de espera” estatales (como las redes formales). Otra ventaja radica en el mejor posicionamiento en el mercado, pues existen **aspectos comunes de los emprendedores sin importar el tipo de producto**, como la capacidad de negociación, la autoformación, la educación financiera, entre otros.

¹²⁹ Aquí la red es desde la mirada institucional.

*b) La expresión de las redes sociales*¹³⁰

A medida que van desarrollándose, los emprendedores van agregando este pensamiento de bazar que suelen tener los clientes, remarcado por el placer de elegir y obtener. Para eso es que buscan colaboraciones fuera de lo que se consideraría su rubro.

“Con ellos (otros emprendedores del rubro) nos pasa que es como bien colaborativo nuestra forma de trabajar... no ando sólo pensando en mí negocio, sino que es una cuestión como... una red media espontánea de la gente que voy conociendo ... creo que la colaboración entre emprendedores de este tamaño, del tamaño nuestro, es fundamental y se pueden hacer mil cosas así”. (C51)

“...falta mayor asociatividad. Bueno, aquí tenía otro emprendedor (alguien llega). De la charcutería de aquí al lado y con él estamos trabajando cosas asociados. Estamos trabajando no se poh, longanizas con cerveza y a futuro la idea del bar”. (C42)

Si bien para el rubro de los comestibles (C51) las combinaciones con otros productos son mayores que los imaginados para la cerveza (C42), me gustaría reconocer la existencia del interés de colaboración dentro o fuera del rubro, pues en el ejemplo de C42, generar un trabajo conjunto con embutidos, si bien no es descabellado ni poco frecuente, la interacción se busca desde la producción misma¹³¹, no desde la venta; es decir, se asumen riesgos inherentes de probar (aumentando la incertidumbre) productos o servicios para el complejo campo económico de la oferta-demanda.

¹³⁰ “Incluir la conceptualización de sistemas para hablar de redes es necesario, ya que solo tomando en cuenta la interacción constante de los individuos y su interconexión con sistemas mayores; así como, el manejo de sus propios subsistemas hace entender la necesidad de encontrarse inmerso en redes, las cuales en muchos casos surgen de forma natural o espontánea como el caso de las relaciones familiares, mientras que otras se van creando y fomentando con el tiempo en el medio donde se desenvuelva el individuo” (Granadillo, 2015).

¹³¹ Charcutería cocinada en la cerveza del emprendedor y ofrecidas con ambos logos.

Los emprendedores, como trabajadores independientes, no están sujetos a realizar sus actividades en solitario, sino que forman parte de una o más agrupaciones de las cuales se nutren con información, conocimiento, recursos capitales, influencias de poder, etc. Estas agrupaciones colaborativas, son asociaciones informales o podrían ser a su vez, redes de contacto, con las cuales, lo integral es pertenecer y ser parte de ellas, pues podrían definir (en alta probabilidad) el éxito del negocio. De esta manera, “un emprendedor que participa de una red más desarrollada (en términos del número y la calidad de los lazos creados), tendrá mayor posibilidad de acceder a recursos escasos, incrementando la probabilidad de éxito del emprendimiento” (Herrera, 2009).

“eso fue como una especie de asociatividad entre dos emprendedores que taban por caminos diferentes y decidieron unirse y sacar adelante un concepto”. (C42)

Si establecemos a la asociatividad como un proceso que permite la asociación y a la vez es la actitud que asume un individuo para aceptar ser parte de una agrupación, se puede tomar en cuenta que la consolidación de esa asociación se cimienta como resultado de diversas transformaciones, donde se forman redes de trabajo en la búsqueda de metas en común. Entonces, la asociatividad genera redes de expresión, las cuales son importantes para fomentar la autogestión, compartir información, intercambiar recursos y en la especificidad de los emprendedores, incrementar la productividad y hacer surgir las economías de escala¹³². Así, la relación entre asociatividad y reciprocidad; basadas en la confianza, atraviesa las relaciones económicas. Esa misma confianza ha sido clave para la construcción de ejes de comunicación entre emprendedores, que se potencian para marcar hitos económicos, como la formalización del negocio, los convenios con grandes

¹³² La economía de escala es un modelo empresarial que se emplea en diversas áreas o sectores de la industria, principalmente si la apuesta estratégica de una compañía es la producción masiva o de muchas piezas a la vez.

proveedores, acuerdos con grandes clientes, etc., donde el individualismo pudiera demostrar resultados ineficientes e incapacidades de reflexión respecto a lo que se debería mejorar en la gestión. Existe una búsqueda de realización individual mediante el aporte a estas redes informales y la revaloración de la asociatividad se fortalecería por las ganancias capitales (más allá de lo económico, sin dejar de ser vital), y en la complicidad no arbitraria de los individuos, pues eso retribuye el comportamiento asociativo y disminuye la aflicción de la incertidumbre (Molina, 2010; Savall et al, 2020). Con todo, pudiera no ser suficiente para considerarlo una red formal porque se necesita, más allá de las relaciones culturales de los individuos emprendedores, la generación de estructuras de apoyo institucionalizadas, las cuales “trascienden las acciones de los sujetos” y sus “formas de integración, que se entienden como los marcos contextuales en los que se realizan los intercambios de bienes, servicios y personas...” (Molina, 2010).

En estos niveles, son las redes sociales de tipo personal las conducentes a redes económicas y a la posterior generación de redes de empresarios fundamentadas en la asociatividad. De esa manera, las relaciones socioeconómicas levantarían la formación de una red social general. (Dubini & Aldrich, 1991). Estas redes no son fijas y mutan con el contexto sociocultural de los emprendimientos dada las necesidades locales, donde la asociatividad, expresada en redes económicas, se adaptará a esas necesidades, teniendo presente el beneficio colectivo por sobre el individual y dominando las interacciones con la institucionalidad. Estos aspectos definen al sujeto emprendedor como un actor socioeconómico que optimiza los recursos en virtud de las redes que forme (Ostrom, 2000). Si adosamos la característica de la zona donde opera la actividad emprendedora y cómo se desarrollan estas interacciones recíprocas, se puede inferir que

“el desarrollo local implica, pues, la formación de asociaciones de todo tipo que den respuesta a la organización productiva, a la gestión empresarial, a las necesidades de consumos productivos, sociales o infraestructurales. Y, consecuentemente, todas esas

asociaciones tenderán espontáneamente a formar redes productivas, de intercambio o sociales, estableciendo sistemas productivos locales que luego se interrelacionarán en niveles superiores con otros circuitos y sistemas, formando redes micro o regionales” (Salazar, 2007).

Ante esto, la contingencia requiere que más que ver las redes como organizaciones jerárquicas, deben ser analizadas en su sentido práctico, el cual muestra que las redes articulan el territorio mediante una activa interacción, incluso evitando a la institucionalidad. De esta manera, las redes como núcleos de sistemas en una ciudad se caracterizan por “el permanente intercambio de actividades, materiales, energía, etc.” (Mascareño, 2013). En otra perspectiva al concepto red está la teoría del actor-red, la cual, sin la intención de profundizar en una conceptualización basada en ella, sirve para entender el acercamiento hacia las redes de emprendimiento o, mejor dicho, redes del emprendedor rancagüino. La teoría del actor-red proviene en parte desde los postulados de Bruno Latour dentro de una sociología de asociaciones, que relaciona en el mismo nivel de participación a los individuos, su entorno y la tecnología. El orden social depende de los propios actores y no de un observador secundario.

“la teoría actor-red no procura sustituir los actores ni brindar una interpretación de las acciones encarnadas por ellos; en su lugar propone seguir los actores en su movimiento para crear y develar las relaciones generadas entre sí” (Prestel, 2006).

En esta teoría se permite hablar de una simetría del actuar de los seres humanos, las tecnologías, los artefactos y los objetos; por tanto, la red se comporta como un accionar redistribuido. Esta teoría es una visión que privilegia las acciones de los individuos por sobre el actuar conjunto de la sociedad la red misma, en un juego de sujeto-entorno constante donde se fortalece el entramado de los componentes de la red (Day, 2019). Como última arista y en una contraposición a Latour, aparece

Castells situando a la red como un conjunto interconectado de nodos, que muta y varía dependiendo de la red y esta misma tiene tantos niveles como interacciones puedan crearse, generando su propio lenguaje. Para Castells, la red opera como un modelo de resistencia de la agencia respecto a las estructuras sociales¹³³, si bien para el autor tanto la agencia como la estructura se construyen como red en sí mismas (Day, 2019). Se formaría una red que evoluciona desde una red asociativa de crecimiento a una red de relaciones socioeconómicas (Granadillo, 2015). En un contrapunto sobre la red como forma de expresión de la asociatividad, son las relaciones constantes del emprendedor las que se mezclan en su operatividad diaria. Por ejemplo, los factores familiares, pueden presentarse positiva o negativamente (bajo visión emic), significando en beneficios o ventajas para el negocio:

“Es que siempre me están llamando (trabajo antiguo, profesora) pero no estoy como cerrada a esto por el momento... sabí que igual a mí ha sido duro porque, yo no tengo redes de apoyo acá, soy de... somos de Talca, está toda nuestra familia, allá mi mamá falleció, la mamá de Víctor también, ta' toa' la gente ocupada allá, entonces no es como “oye sabí que... ven quedarte con mi hijo hoy día porque tengo que ir trabajar”. No tengo quien me los cuide, eso es imposible...” (A37)

Tomando en cuenta la opinión de A37, se ha descrito que la mujer requiere opciones de autoempleo mediante el emprendimiento (principalmente en zonas rurales) y que durante la evolución del negocio e incluso con crisis económicas entremedio, las redes de apoyo se diferencian entre redes formales de empresarias femeninas y redes informales asociadas a liderazgos locales. Esta última red es la que prolifera,

¹³³ Vale considerar que, en Chile, la CORFO tiene un fondo regional denominado Red Asociativa, en donde se prometen estas mejoras, basadas en la transferencia de tecnologías, la innovación y el mercadeo.

pues durante el período poscrisis (o en cambios de gobierno) las redes de apoyo formal suelen reestructurarse o mutar dependiendo del enfoque de la ayuda. La trascendencia de la red informal es la que determina la continuidad de los negocios (Savall et al, 2020). Más aún, pareciera que la no valoración de una red por parte de A37 (pese a que la resume en sólo un concepto) radica en un aspecto de confianza sobre otras personas.

El asunto de determinar si hay una red específica o algún grado de asociatividad, debe romper las causales deterministas de que los lazos fortalecidos por el tiempo son los únicos beneficiosos para la persona. Se producen lazos débiles y fuertes en el emprendedor que le permitirían determinar (en realidad decantar parecería más adecuado) si el vínculo genera un puente necesario para interactuar con su propio rubro, con otros rubros y confiar en los terceros que se conozcan entre los conocidos del emprendedor original¹³⁴ (Granovetter, 2003). Si asumimos a la vez que un emprendedor cambia de un trabajo dependiente X a un trabajo independiente Z, se forman nuevos vínculos, nuevos puentes¹³⁵ y nuevas formas de interacción que tendrán un constante análisis práctico de conveniencia. Desde la perspectiva de los emprendedores, los vínculos débiles son un “*recurso para hacer posible la oportunidad de movilidad*”, rompiendo el nivel basal, obligándolos a la colaboración recíproca constante y en paralelo, generando una agrupación de emprendedores que independiente del rubro generan una cultura, dado que “*la información y las ideas se mueven más fácilmente por medio de la especialidad*” (Granovetter, 2003). La especialidad emprendedora radicaría en la conjunción de los valores, creencias

¹³⁴ “Un vínculo fuerte puede ser un puente, por tanto, sólo si ninguna de sus partes tiene otros vínculos fuertes, poco probable en un sistema social de cualquier tamaño (pero pequeño en un pequeño grupo). Los vínculos débiles no sufren tanta restricción, aunque ciertamente no son automáticamente puentes. Lo que es importante, más bien, es que todos los puentes son vínculos débiles” (Granovetter, 2003).

¹³⁵ Un puente proporciona la ruta donde la información o influencia transcurre en doble sentido entre un sujeto A y un sujeto B, y en ese mismo puente se interconectan otros sujetos actuando indirectamente.

y prácticas que operan en cada individuo y ante lo cual, la competencia es mirada como una oportunidad y la colaboración como una responsabilidad (Salazar, 2007).

Una forma de instrumentalizar los vínculos y dar cabida a la transferencia de información y experiencias como un reflejo de una práctica cultural es el uso de las redes sociales digitales o medios digitales (RRSS).

i. Instrumentación mediante medios digitales

Las redes sociales digitales, en adelante RRSS, son unas herramientas incorporadas en los nativos digitales y que para otras generaciones pudieran ser elementos vitales para desempeñarse tanto en lo académico como en lo laboral. Este desempeño, para los trabajadores independientes, significa mostrarse y aumentar la potencial captación de clientes y dentro de los emprendedores, puede ser el todo o nada respecto a una venta, pues los métodos antiguos o clásicos para mostrar sus productos o servicios no están acorde a la vanguardia acelerada del mercado actual (Villacis et al, 2018). En relación con los emprendedores rancagüinos, todos ellos poseen al menos una RRSS para sus negocios. La mitad posee una página web como tienda, pero no remarcaron uso específico de la misma, pues la venta por contacto mediante RRSS (incluyendo WhatsApp) es la más favorecida. Particularmente, dos de los negocios son estáticos y dependen de la visualización del cliente con el mismo (A37 con su bazar y P37 con su cafetería), aunque la vigencia y necesidad de las RRSS para sus locales es evidente. Lejos de ser un adorno o un intento de verse *geek*¹³⁶, las RRSS son una necesidad “ya que tener presencia en las plataformas digitales conlleva a obtener seguidores que son definidos mediante el producto o servicio que se ofrece en el mercado”, de tal forma

¹³⁶ Una especie de “élite” cultural que posee grandes conocimientos y dominio del mundo tecnológico.

que “la comunicación ha cambiado nuestra forma de producir, consumir, gestionar, informar y pensar. Las actividades estratégicamente dominantes están organizadas en redes globales de decisión e intercambio” (Villacis et al, 2018). Estas redes sociales interpretan o usan como instrumento de comunicación las plataformas digitales que consideramos como RRSS. Las RRSS son, al mismo tiempo que una ventaja competitiva, complicaciones por el estrecho tiempo de respuesta mensaje/receptor entre los clientes y los emprendedores.

“Inicialmente tuvimos sí, mala onda en redes sociales porque nos instalamos al lado de la cafetería que está... Coffee Street y lleva un par de años y los amigos de ellos en redes sociales, pero a lo que no respondimos porque nosotros dijimos sigamos trabajando bien... Es parte de, estamos ya en la cancha y hay que jugar, hay gente a favor y en contra”. (F38)

En esta frase quise mostrar la relación entre las Redes Sociales (RRSS) y las redes sociales en general. El emprendedor abordó una desventaja en función de recibir lo que llamaríamos *funa*¹³⁷ o la discriminación del producto ofrecido. Lo tomé desde la desventaja en un comienzo, pero luego, el mismo emprendedor fue viendo las ventajas asociadas a la expansión de la red de contactos, clientes y proveedores; es decir, el aumento de relaciones sociales tuvo un aumento gracias al puntapié inicial de del instrumento digital de comunicación (Facebook, Instagram). El detalle radica en el trabajo extra que puede significar esto, más allá de las ventajas, pues “las redes sociales muestran sus bondades de impactos para los emprendimientos y esto abre el campo a los Community Managers¹³⁸ quienes son responsables de

¹³⁷ De moda hoy por hoy, las funas corresponden a descalificación subjetiva principalmente de un personaje, pero también puede ser de un producto, servicio o institución. Es algo característico de las RRSS, aprovechando su velocidad de difusión y efecto. Se considera subjetiva porque puede iniciar como una red en el mar, sin todos los antecedentes y tomando como mal menor equivocarse.

¹³⁸ Son los responsables de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes (iebschool.com).

manejar adecuadamente los recursos de información interna como ofertas de productos o servicios proporcionados por los emprendimientos y la información externa generada por las plataformas de comunicación en línea o Social Media donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0¹³⁹ (Villacis et al, 2018). Este trabajo de mánager digital no necesita ser expresado por un algún agente externo, más bien, siempre comienza como un nuevo desdoblamiento profesional para los propios emprendedores.

“el tema de las redes sociales se transformaron en un re emprender, porque también nosotros le teníamos como mucho recelo el tema, pero que el community manager... esta cuestión no deja y resulta que hoy día nos llegó un tapadón de boca porque al final estamos generando contenido y estamos entrando al tema de animaciones, estamos metiéndonos en el tema de las pantallas, entonces como que, yo recuerdo perfecto que yo quería diseñar portadas de discos cachay, pa’ mi esa era como la punta del iceberg y en catorce años no he hecho ninguna, entonces como, como que al final uno tiene que aprender a... a tranzar un poco sus dogmas...” (D37)

Se destaca el hecho del aprendizaje que le significó entender el rol del manejo de las RRSS para su negocio y como ese impulso le llevó de un pensamiento abstracto del trabajo a un pensamiento centrado en la rentabilidad y estabilidad. Lo referente a “*tranzar un poco sus dogmas*” me pareció interesante por la relación vocacional del trabajo, pues su emprendimiento está íntimamente ligado a su profesión, lo cual se dio sólo en tres de los ocho emprendedores entrevistados, siendo su caso el más notorio (Agencia de diseño-diseñador gráfico). Esta responsabilidad no es ajena de

¹³⁹ Históricamente, se ha pasado de unas primeras páginas estáticas en HTML (Web 1.0) a un segundo nivel más elaborado (Web 1.5), caracterizado por la creación de documentos dinámicos. Los cambios que se sucedieron eran más profundos y complejos, este nuevo estadio de la Web es el que se dio a conocer como Web 2.0, donde las webs se enfocan a los usuarios finales (ceupe.com).

los negocios estáticos que dependen del paseo de un cliente, como se observó en la siguiente opinión:

“Yo no tenía Facebook, con suerte, WhatsApp y correo, no me gustaba mucho el tema de andar metida en las redes sociales, pero cuando hicimos la tienda, tuvimos que hacer un Facebook y tenía que administrarlo”. (A37)

Esa necesidad del recurso digital acá se destaca como una necesidad o como un tiempo extra de administración y que requiere también un esfuerzo extra de aprendizaje. Ante esto, es interesante la siguiente declaración:

“muevo mucho en redes sociales, entonces subo la foto o de un pedido de una clienta... lo subo una vez que lo entrego y después empiezas a ver la retroalimentación o los comentarios que te empiezan a postear, yo también quiero uno, quiero algo como ése y empiezan”. (A35)

Por su formación (ingeniera informática), parece ser más dócil ante el hecho de adecuarse a estas formas de marketing digital¹⁴⁰, pero se notó como la presencia en la red social extendió la captación del cliente y genera un vínculo que hasta ahora no podríamos diferenciar desde otras formas de clientela como la cartera de clientes o el compartir experiencias en directo con estos. Por esto es por lo que me llamó la atención analizar lo de las RRSS como instrumento, porque dentro de la muestra existen emprendedores que dependen en forma directa del contacto con el cliente y las plataformas digitales pudieran significar una ganancia de valor del negocio emprendedor, como una especie de validación.

¹⁴⁰ Marketing digital no es precisamente marketing para los entendidos clásicos del concepto y prefieren denominarlo “difusión”.

“...después de tres años de trabajar en ferias y tener seguidores, las redes sociales en estos tiempos me sirvieron mucho, al ver la cantidad de seguidores que se seguían sumando sin estar presente en un lugar fijo, me llevó a tomar la decisión de dejar lo establecido, renunciar y tomar mi propio contrato, mi propio rumbo económico”.
(F38)

Una experiencia de interacción a través de las redes sociales permitió validar una decisión con tal de probar un sistema estático de venta (café en carro) luego de ver positividad en la aceptación del producto y posterior al inicio quisquilloso de la opinión por la competencia. Este período de prueba del negocio es común en las construcciones de empresas para emprendedores que dependen en paralelo de otro sustento (sea este un trabajo formal, dinero acumulado, por convención de la pareja, etc.). Si bien el riesgo es una consecuencia inherente de emprender, mantener estos recursos de sustento paralelo aliviana el riesgo, pero a mi juicio también entrega un espacio suficiente para analizar las consecuencias y decidir sobre el negocio a ejercer. Sería un *pre-momento* de emprendimiento que, endosado en los paradigmas actuales, se corresponde en gran medida con los análisis de comportamiento del negocio en RRSS. De esta manera, el uso de las plataformas digitales se transforma en un recurso fundamental. Hernán Herrera expone sobre este punto:

“Uno de los más difíciles (obstáculos) es la obtención de los recursos necesarios, los cuales incluyen desde información y capital financiero, hasta el respaldo simbólico que otorga la legitimación social de su actuación. Obtener dichos recursos dependerá de la habilidad del emprendedor para crear relaciones sostenibles de intercambio con las fuentes de recursos, hecho que implica una naturaleza relacional en el emprendedor y otorga un carácter social, además del económico, al proceso de emprendimiento” (Herrera, 2009).

Si el dominio de un tipo de recurso digital es clave en el emprendimiento rancagüino, asimilando las experiencias con los entrevistados, me inclinaría por un sí, pero me es llamativo que, si bien es correcta la consideración como un recurso para ellos, es el uso por parte de los clientes (como individuos captados y prisioneros de las RRSS) lo que finalmente permite la construcción de la interacción, la cual más allá de generar una esperanza de venta, permitiría la creación de un vínculo de comunicación con oportunidades espontáneas y no instantáneas de compra. Por otro lado, al tomar las dimensiones culturales de un emprendedor, fue interesante notar que las RRSS también cumplirían un rol de suplencia de vínculos sociales, aunque pudiera ser que esto sólo signifique que las RRSS funcionan como vehículo de una red social general.

“Sí, sigo los fines de semana juntándome con amigos, ni un problema... Las redes sociales ayudan mucho a estar en contacto con el emprendimiento, así que no es necesario estar físicamente”.
(F38)

Insistiendo con la suplencia, este asunto ocurre dentro del plano de complementar las relaciones sociales y facilitarlas, de tal forma que todo el tiempo disponible¹⁴¹ quede para el emprendimiento y su contexto. El reemplazo de la interacción física ocurre tanto individual como colectivamente. Pareciera ser que aun cuando implique más trabajo en la interacción misma, ya sea por escribir, aprender nuevos recursos digitales o generar multi cuentas de acceso, la masificación del medio de contacto como una RRSS radica en la inmediatez o la aceleración del mensaje. Esto está asumido con un nuevo entorno de relación “donde existen canales (Web, e-mail, voz IP, vídeo) y soportes (sitios webs, blogs, wikis, comunidades, banners, etc.) ...Nunca había habido un medio capaz de integrar al resto” (Rosales, 2010). La integración es una referencia necesaria, pues las habilidades de manejo en RRSS, consideradas vitales para establecer relaciones de compra/venta, se deben sumar

¹⁴¹ Y entonces vuelvo a hacer una referenciación al capítulo del tiempo.

a una multitud de competencias digitales y que en su conjunto forman parte de la nueva forma de ver a un emprendedor, llegando incluso a inmiscuirse en la definición misma del término, asociando esto al primer capítulo sobre dimensiones. La siguiente frase me permite cerrar este apartado:

“...tengo una reflexión ahí en red social¹⁴², sobre un desencanto que sufría sobre el concepto emprendedor que está, que siento, siento que ya debería empezar a tener categoría, incluso a lo mejor mención, emprendedor creativo, emprendedor innovador, emprendedor alimentario... Como que debería empezar a tener categorías que son muy distintas, que están en el mismo saco, pero son muy distintas y tienen pesos específicos distinto, hoy creo que efectivamente falta desarrollar este, este como nuevo sistema, clasificar, instrumentalizar, cachay, porque no sé, yo voy al médico y voy a un médico general, pero el hueón me manda al compadre a hacer exámenes, al tecnólogo ¿cachay?”. (D37)

ii. Colaboración con la competencia, integración del cliente.

En los emprendimientos se da una relación de colaboración con la competencia¹⁴³ proveniente de la agrupación de empresas como mínimo pequeñas, donde ya no se les considera emprendimiento. Esta colaboración se manifiesta en el sobreentendido en el cual la competencia permite mantener el nivel de calidad de los productos/servicios y estimularía la innovación (Rodríguez et al, 2019). Se produciría aquí un intercambio de prácticas y aprendizajes como una integración socioeconómica, primero con la ganancia de capital humano y luego económica, pues los beneficios pueden darse a largo plazo. Según los autores de un estudio de

¹⁴² Refiriéndose a la red social digital o RRSS.

¹⁴³ En algún momento se habló (a nivel del mercado) del concepto *coopetencia* para esta relación.

modelos socioeconómicos para agricultores, el factor individual “pierde cada día valor de acuerdo con las necesidades propias del individuo por agruparse para lograr obtener confianza, ideas productivas, poder de negociación, generación de nuevos emprendimientos e ingresos y ser competitivos en el campo empresarial, donde la asociatividad es un acto voluntario y con objetivos comunes entre sus socios, compañeros o comuneros” (Alburquerque & Rodríguez, 2016). Por tanto, es prudente que dentro de la discusión se establezca la relación socioeconómica entre los emprendedores, que parecieran tener la capacidad para interactuar con su entorno social (proveedores, asociados de negocio, etc.) y en la relación específica con sus clientes, siempre bajo la óptica del manejo de la empresa.

La percepción del cliente por parte del emprendedor también radica en qué se está mostrando a este, pues la calidad del producto será un vínculo esencial para generar un lazo de fidelidad, si bien también se habló sobre la generación inicial de interacción mediante medios de comunicación en redes sociales. Una forma de red que está íntimamente relacionada a la interacción de emprendedores (pero no es exclusiva de estos) es el trabajo entre profesionales de áreas diversas, lo cual en el emprendimiento se radica en asociaciones temporales no formales de negocios de distinto rubro. Se denominan Coworking, y han explotado como usabilidad casi obligatoria para los negocios que tengan pretensiones de crecimiento acelerado. La relación construida con el entorno emprendedor radicaría en el aumento del capital social¹⁴⁴. En una investigación realizada sobre la relación entre capital social y el coworking en la región de Valparaíso, se estableció que el capital social genera espacios de trabajo colaborativo el cual fue proporcional a las mismas variables del capital social, lo que significa “que en la medida que dentro de estos espacios de trabajo colaborativos (coworking) se genere más confianza, se establezca más comunicación y se creen más redes sociales, el capital social aumentará

¹⁴⁴ “El capital social sería diferente al financiero y al de recursos materiales, donde la diferencia pareciera estribar en que este capital social tendría una existencia etérea mientras que los otros una "concreta" y, en aras de un realismo empírico pareciera ser adecuado darle la concreción del capital a las asociaciones humanas” (Bolívar & Elizalde, 2011).

proporcionalmente al aumento de estas variables” (Zamora et al, 2017). ¿Es el capital social un concepto entendido por los propios emprendedores de Rancagua como algo crucial para ejercer su negocio y relacionarse con el entorno? No. Al menos en su forma integrada de varias dimensiones¹⁴⁵, no es visualizado, pero la importancia de las formas de interacción estaría por sobre los beneficios económicos y de posicionamiento de marca del coworking y bordearían los aspectos que trascienden en un negocio. Así, el “coworking no sólo es compartir gastos y romper con el aislamiento, también se trata de pertenecer a una comunidad de individuos que están abiertos a intercambiar ideas, proyectos, conocimiento, comunicarse, generar confianza crear redes y trabajar colaborativamente, generándose así, capital social” (Zamora et al, 2017). Si bien no fue mi intención abordar el tema de la relación coworking-capital social, ambos conceptos son utilizados en los estudios del entorno emprendedor y me pareció importante para interpretar las necesidades y los esfuerzos realizados por los emprendedores.

“Claro, el reconocimiento de tus más cercanos nomás, de tus más amigos, pero viejito que pasaba por aquí afuera no tenía idea que es lo que pasaba aquí adentro. Y volvemos al punto que te decía, como es una empresa chica no tiene los recursos para hacer publicidad de que “te ganaste un premio”, aparte de las redes sociales que son gratis, no hay mucho más que podai’ hacer sin, sin recursos. Todo tení’ que pagar para poder hacer un buen marketing”. (C42)

En el paradigma antiguo del marketing y relacionando los conceptos al apartado anterior, la única forma de hacer masificación era por anuncios pagados en medios masivos, mientras el actual paradigma todavía mantiene esa realidad, las RRSS agilizan el acceso y “democratizan” el uso de estas como referentes de difusión. El

¹⁴⁵ En el estudio de Zamora et al se nombran tres: confianza, comunicación y formación de redes sociales.

trasfondo del asunto asociado a la búsqueda de visualización es la pertinencia de contar con los medios capitales tradicionales (dinero, derechamente) aun cuando en la propia respuesta se verificó la calidad y presencia del producto, algo que tal vez los clientes no verán de forma sencilla a menos que el emprendedor trabaje más de lo normal y, por cierto, con más recursos que su propia experiencia con tal de generar ese vínculo con el cliente. C42 aclaró en algunos puntos que ya tenía recorrido distintos negocios de la ciudad para ofrecer su producto, lo que en otros emprendedores se traduce como las distintas maneras de buscar interacción:

“No, no, no siempre, siempre tengo un horario igual fijo, más porque la gente se acostumbra también a respetar un horario... Cuando cierro siempre es organizado, entonces tiendo a avisar en las redes sociales o acá, tampoco pa’ que se genere una incertidumbre a la gente, porque uno también tiene esa responsabilidad”. (P37)

Y su vez, el mismo C42 mostró su visión sobre ese tipo de relacionamiento:

“...uno ofrece un servicio, ofrece un bien, pero no toda la gente está dispuesta a pagarte por él y si bien a veces tú entregas ese bien y después que no te paguen, eso me empelota. Porque yo soy súper leal, yo trabajo con otros emprendedores... son empresas un poco más grandes y todo, pero yo les pago todo al contado, porque ellos te dan un producto y lo necesito”. (C42)

Es el cliente el que genera expectativas, modifica rutinas y estimula el crecimiento mediante la capacidad de análisis que tenga el emprendedor (y en el apartado anterior se vio esto en el aporte de las RRSS). Esto mismo compromete una intención de compra que necesita una venta matizada en el “cómo te vendo”; esto es, que no es sólo recibir dinero y entregar algo, sino que la venta necesita toda una ceremonia que comienza con la elección del cliente (entendiendo las opciones de un producto), la visualización del punto de venta y el vínculo que se podría generar para mantener una fidelidad. Un matiz de esta fidelidad radica en la educación del

cliente respecto al producto que consume. Esto significa un tiempo de enseñanza-aprendizaje con el cliente, pero que se relaciona con una estrategia de gestión de relaciones con el cliente¹⁴⁶ enfocado en otorgar una experiencia de consumo al transmitir los saberes, quehaceres y experiencias de generación del producto. La razón de asociar este tipo de marketing educativo, como se le denomina, es que el emprendedor domina su producto y es capaz de transmitir la calidad con este, pero se suma la capacidad de interactuar con su consumidor y mejorar las propias percepciones del producto con tal de que sea ahora el cliente quien valore en mayor grado lo que consume. Si bien ya entra de lleno al tema económico, esta educación al cliente sirve de trampolín para un marketing en cadena, pues el cliente se empodera del producto y lo retransmite con la mayor parte de sus características. Para esto, el llamado marketing educativo corresponde al “proceso de investigación de necesidades sociales, tendientes a desarrollar y llevar a cabo proyectos educacionales que satisfagan a las mismas, produciendo un crecimiento integral del individuo mediante del desarrollo de servicios académicos ajustados a su valor percibido, disponibles en tiempo y lugar...” (Sanz et al, 2017). El concepto me resulta útil pues los emprendedores señalaron casi en unanimidad que es importante educar a sus clientes sobre el producto y que eso misma genera mejores relaciones con el entorno. Hablaríamos de una estrategia como práctica cultural de estos emprendedores, de tal manera que les permite una mejor interacción, respuesta y retroalimentación.

“Sí me encuentro si hay diferencias tanto táctiles sensoriales digamos y también de gustos, ahora yo voy por un camino en el cual necesito que la... cómo educar a la gente; necesito enseñarle, decirle si hay gente que vende galletas y vende no más y le pone chocolatito y le pone guifita’ a la cosa es que sean diferentes de las que tú comes en un paquete en el supermercado, pero yo por lo menos, necesito que vaya más allá porque en la medida que vaya

¹⁴⁶ Customer Relationship Management (C.R.M.) por sus siglas en inglés.

más allá la gente se hace más culta... más culta en lo que come, en cómo aprovecha los nutrientes que le están otorgando. Yo siempre hablo de nutrientes porque no puedo hablar de sabor. Para mí está implícito eso en el nutriente, pero necesito que las personas entiendan mejor que tiene que cambiar... que no puede comerse cualquier cosa porque sí". (P64)

Se genera un desafío para el emprendedor respecto a su rol con el cliente, el cual requiere que la fidelidad se establezca en valores¹⁴⁷ relacionales (adherencia a la marca/empresa), objetivos (percepciones del producto) y subjetivos (vínculos). Esto generaría una motivación donde el cliente se sienta casi un socio del negocio, por lo tanto, sin la percepción económica del éxito, el cliente contribuirá en la propuesta de valor, aportará en las innovaciones y mejora la imagen de la empresa, logrando aumentar las rentas futuras, mejorar la ventaja competitiva y establecer la trascendencia de la marca (Cabana et al, 2017). Es desde aquí donde la competencia vuelve a aparecer como una dimensión, pues está en estrecha relación a la calidad de lo ofrecido al cliente. Existe algo así como un tiraje de calidad en la relación de la constante competencia que permite sistemáticamente crecer a los emprendimientos. Los factores de competitividad¹⁴⁸ logran estandarizar los indicadores de crecimiento para un negocio incipiente y "actúan de forma directa dentro de las organizaciones", de tal manera que un emprendimiento "debe tener estrategias competitivas en alianzas con sus proveedores y empleados para ver cómo llegar a los clientes de una manera distinta y peculiar" (Villacis, 2018).

Por supuesto, la discusión de la competencia no está exenta en el discurso emprendedor rancagüino:

¹⁴⁷ La relación entre los valores mencionados se puede resumir en que "el cliente adquiere productos y servicios sobre una base emocional más que científica, al menos, en la mayoría de los casos. Es decir, existe en toda venta, un involucramiento emocional que es el factor dinamizador en la adquisición o no de un producto o servicio. Si un representante de ventas provee nombres y números de teléfonos, estaría personalizando la relación comercial y eso es apreciado por el cliente" (Cabana et al, 2017).

¹⁴⁸ Recursos humanos, innovación, Tecnologías de información y comunicación (TICs), aspectos contables y financieros y certificaciones de calidad, entre otros.

“Es super necesario... que haya competidores es super necesario, eso hace que el mercado se alimente más, porque claro hay gente que te van a elegir por precio, otros te van a elegir porque eres muy bueno, otros van a competir porque puta, le dieron más facilidades de pago, entonces te va desafiando la competencia todo el rato... nosotros tenemos hartos competidores”. (D37)

La competencia estandariza la calidad de los productos y a su vez, estimularía colaborar con mi “enemigo” para conocer otras cartas del mercado, compartir experiencias y reducir el tiempo de recolección de datos para tomar decisiones. Una forma de conceptualizar esto es mediante la *coopetencia*¹⁴⁹. Me parece interesante este tipo de paradoja entre competir y colaborar. Para el emprendimiento la colaboración es algo tanto innato como necesario. Dado que la competencia alimenta el mercado, la colaboración sería la forma de compartir las cucharas para comer de este. En eso se centra la *coopetencia*¹⁵⁰, que corresponde a un paradigma que aborda “la conjunción de dos elementos importantes en las relaciones con los públicos de interés, bien sean los clientes, los proveedores e incluso los competidores”. Por tanto, se sostiene en los vínculos del emprendedor y “se fundamenta en la cooperación y las competencias; desarrollado desde el punto de vista de las fortalezas de los actores mencionados, dentro de la cadena de valor de la organización, concretando alianzas estratégicas temporales o permanentes entre los actores” (Alcalá, 2013).

No veo una competencia descarnada en los emprendedores, sino más bien un posicionamiento o un *saber* referido a “dónde” y “cuánto” le corresponde en el mercado. Tal vez, sin la malversación de rebajar o acabar con el competidor, la

¹⁴⁹ El término lo acuñó Ray Noorda: “*Uno tiene que competir y cooperar al mismo tiempo*”.

¹⁵⁰ La *coopetencia* pertenece a las tendencias del análisis estratégico, que en su conjunto son paradigmas estratégicos orientados a la competitividad, que son la base para lograr la diferenciación en el mercado por medio de la identificación eficiente de los elementos contribuyentes al éxito o fracaso de una empresa.

competencia es necesaria para mantenerse a flote, mientras que la colaboración¹⁵¹ permitiría conocer mejor a esa competencia y obtener los beneficios de una red socioeconómica destacada por la espontaneidad más que por la obligación. Con estas consideraciones, pondría a la cooepetencia como una estrategia para cimentar el ecosistema emprendedor a nivel del intercambio económico local, en donde estos emprendimientos logran competir en mercados de la zona y donde la “innovación es fundamental para la generación de acciones conjuntas, trabajo en equipo y establecimiento de alianzas, las cuales buscan captar nuevos mercados para mejorar la rentabilidad e incrementar la productividad” (García et al, 2018). Igualmente, la comparación entre los negocios atraviesa ambos conceptos (competencia y colaboración), de tal forma que deberíamos agregar la comparación como una posible herramienta; por ejemplo, en el reconocimiento de la competencia y la comparación del nivel de los emprendimientos:

“...partimos como emprendedores y fuimos a la feria y conocimos emprendedores que ya venían con algo de distancia con sus emprendimientos, que venían ya trabajando y resulta que después de dos años y medio nosotros tenemos resolución sanitaria, tenemos algunos puntos de distribución, han aumentado las ventas, estamos aquí... Nos ganamos este espacio sin ser Rancagüinos...que podría resumen... creo que hemos conquistado espacios... que si miramos pa’ tras’ y hay muchos de esos emprendedores que siguen en ese mismo lugar” (C51).

Existe una valorización general del negocio, como un ecosistema (ganar un espacio) que apuntaría a la perfección y al mejoramiento continuo; o sea, el entorno emprendedor debe estar en un constante flujo de crecimiento, esperando que esa competencia les empuje. En una de sus opiniones, D37 (Piola Estudio) asoció a clientes y otros emprendedores dentro de un rubro, un comportamiento que habla

¹⁵¹ Más allá de las ventajas obvias de colaborar.

bien del entorno generado y las formas de interacción que generan círculos de confianza:

“hace poco teníamos una empresa de propiedades que le dijimos: <<saben que nosotros ya no tenemos el mismo tiempo y a ustedes no les está dando y lo recomendamos>> (a otro estudio). No funcionó con los otros y ahora volvieron con nosotros, porque también hay procesos donde tú como emprendedor vai’ quebrando relaciones con los clientes, cuando al cliente lo tení’ sentado en el comedor de tu casa tomando once, es difícil que vuelvan a trabajar con otra persona porque ya entraste a otras barreras... como que al final es importante, es importante lo que, vuelvo al punto inicial, lo que son las redes de contacto, que se sienten muy bien atendidos, que ya pasa a ser un trabajador para ti que te llaman y te dicen: <<mira te va a llamar esta persona, yo te recomendé pero no le digai’ que yo te dije algo, pero te va a llamar, contéstale, se llama tanto>>. Finalmente llega el contacto al WhatsApp y pasan quince minutos y te llama, he tenido la reunión y ese cliente lo hizo porque empatizó, porque creyó en tu trabajo nomas”. (D37)

Se aprecia el uso de las alianzas (derivado de la asociatividad) como una estrategia para crear un vínculo con el cliente, pero al mismo tiempo, se juegan otros posibles negocios futuros (ganaron fidelidad) y la relación de colaboración (con la competencia contractual) se mantiene en términos de sanidad de la relación socioeconómica. La potencia del discurso de D37 incorpora la creación de confianza desde el convencimiento de la calidad de un servicio, pero a la vez muestra compañerismo empresarial y una característica de evitar “rebajar” al otro incluso si la recomendación no resulta positiva en un primer momento. Lo potente es que esta característica se transforma en algo devorador en el paradigma antiguo de los negocios y si bien no es exclusivo de este ecosistema¹⁵² emprendedor, sin duda

¹⁵² Dos acepciones de ecosistema de emprendimiento se resumen en: A) conjunto de elementos individuales que apropiadamente combinados y apoyados conforman un entorno óptimo para la

forma parte de la cultura emprendedora, incorporándose como una **estrategia de alianza que utiliza herramientas de interacción de la coopectencia** e integra al **cliente en sus redes sociales como agente activo de mejora**.

innovación. B) conjunto de agentes interconectados (tanto existentes como potenciales), organizaciones, instituciones y procesos que formal e informalmente se unen para formar, mediar y determinar el desempeño dentro de un entorno emprendedor a nivel local (Cabello et al, 2018).

V. CONCLUSIONES

a) Resultados destacados

Primeramente, tomaré en cuenta que el gran objetivo de esta investigación fue analizar la cultura emprendedora de Rancagua a través de la observación de sus prácticas y del modo en que los propios observadores observan sus prácticas. A partir de ahí, los objetivos específicos se resumieron en las distintas dimensiones de la cultura, viajando entre la cultura del trabajo y una cultura del emprendimiento más allá del uso indiscriminado del concepto. La importancia del trabajo emprendedor está en un cumplimiento que, mediante el sentimiento de utilidad social, transita entre la obligación y la satisfacción. Es el hecho de alejarse de la obligatoriedad (remarcado por un trabajo asalariado), lo que radicaría en la decisión de jugar con el riesgo socioeconómico y aceptar la incertidumbre de una nueva fase laboral. No es liviano el hecho de jugar con el riesgo, pues el emprendimiento fue entendido como un juego/viaje en su intento de búsquedas de nuevas oportunidades, las cuales permitan la autorrealización y la mejora del capital de trabajo, todo bajo el alero de la libertad (sin jefaturas, sin horario). El sentido libertario de emprender es una creencia arraigada en los emprendedores rancagüinos, pero cabe destacar que todos provienen del trabajo dependiente, lo cual abriría una puerta para realizar estudios comparativos¹⁵³. Esta creencia nace de la idea de dominio de las prácticas laborales y está timbrada por la satisfacción del trabajo personal y la baja frustración por los posibles errores o pérdidas en el negocio.

La satisfacción se refleja como felicidad (sin perder su grado de subjetividad personal) en los emprendedores. La felicidad o el bienestar subjetivo se corresponde con una evaluación que las personas hacen de sus vidas que incluye una dimensión cognitiva; esto es, la satisfacción con la vida en su totalidad o por áreas específicas como la matrimonial, laboral, etc., y otra dimensión afectiva, que

¹⁵³ Se comentará en d).

se relaciona con la frecuencia e intensidad de emociones positivas y negativas, las cuales mediante una compleja interacción generan en el individuo percepciones que abarcan un espectro de vivencias que transita desde la agonía hasta el éxtasis. Un individuo posee un alto bienestar subjetivo si expresa satisfacción con su vida y frecuentes emociones positivas, y de vez en cuando, emociones negativas. Si, al contrario, la persona expresa insatisfacción con su vida y pocas emociones positivas y con más frecuencia las negativas, su bienestar subjetivo se considera bajo (Díaz, 2007). Si a esto sumamos que la calidad de vida laboral desde su arista de cultura organizacional toma a la productividad como un indicador propio del “buen quehacer” laboral, los emprendedores rancagüinos se sienten productivos y se presionan a sí mismos para mejorar constantemente, expresado en aprendizajes, compartir experiencias y la búsqueda de herramientas institucionales, pese a que esto último no fue unánime en esta investigación.

En esa misma presión por la mejora, los hallazgos mostraron que el tiempo es un recurso valioso en los emprendedores, aun sabiendo que **la dependencia cronológica de este está en una contraposición al sentimiento de dominio que estos individuos parecen demostrar**. Así, en el emprendimiento de Rancagua se da una ventaja de control del tiempo, pero está centralizada como una idea de la fragmentación del tiempo cronológico total. Es muy importante ese control porque quita el peso de la rutina de trabajo, uno de los elementos que causa mayor desilusión a nivel laboral. De hecho, la rutina es una especie de gatillo negativo que permite a un sujeto tomar la decisión de emprender, bajo la responsabilidad de entenderse a sí mismo en sus capacidades teórico-prácticas para levantar y sostener ese emprendimiento (Tarrats et al, 2015). Y el campo donde ocurrirá el cambio para evitar la rutina es el tiempo y las prácticas que se ejercen dentro de este. La sensación de dominio temporal parece una idea recurrente entre los emprendedores rancagüinos, pero se diferencia en el valor otorgado. Para algunos la escasez de tiempo es una realidad nueva y desafiante, mientras que, para otros, el valor del tiempo radica precisamente en el dominio horario, pero, aunque se tome

como desafío o se sienta como una carencia del tiempo, el emprendedor se apropia de este y lo moldea bajo sus apreciaciones de cómo fragmentarlo. La satisfacción vuelve a ser un aliciente del emprendimiento al darse la creencia del manejo de tiempo. Estos emprendedores saben que operan bajo denominaciones distintas el concepto temporal con sus vínculos, especialmente el de los clientes. Esa sensación de dominio estaría carente en los trabajos asalariados, especialmente si existe un horario fijo, culpable de la mala administración del tiempo (bajo la mirada del sujeto emprendedor). Es una primera búsqueda de flexibilidad laboral, la cual evita el aburrimiento de la rutina, pero requiere gran capacidad mental para buscarla, puesto que la mente se acostumbra rápido a la repetitividad de las actividades (Cárdenas & Stillerman, 2012). La libertad de emprender permite una apropiación del tiempo, donde adueñarse implica reestructurar, administrar, gestionar y actuar gracias a la independencia del horario estructurado.

Ya viendo los usos del tiempo, podríamos considerar que la formación de vínculos y la búsqueda de asociatividad estaría en algún grado de prioridad para la práctica diaria de los emprendedores. La decisión de emprender permite la no alienación del trabajo, evitando una fuente de sufrimiento por la obligatoriedad del trabajo asalariado, donde existe “un impedimento para la formación humana integral y para el fortalecimiento de los vínculos humanos sanos, provocando el aislamiento social del individuo” (Aranha, 2000). Veo que ese aislamiento no sólo es evitado, sino la convergencia social de las interacciones diarias del sujeto emprendedor estimula más colaboración, más intención de asociarse y genera redes informales de emprendimiento para sostenerse en un grado lo suficientemente cercano para el beneficio y lo suficientemente lejano para la operatividad personal. Por tal motivo, se ve que el emprendedor puede controlar el proceso de producción, manejar la propiedad de sus productos y en la libertad ganada por estas prácticas, el emprendedor se desarrollaría mejor como persona logrando la satisfacción personal del trabajo realizado (Gomes & Elizalde, 2009).

Para los hallazgos del entorno emprendedor y las interacciones con los cercanos al sujeto emprendedor, la investigación reveló la importancia de **generar asociatividad para el éxito**¹⁵⁴, mediante el acomodo de grupos de interés que se hacen independientes de las redes formales, pero que igualmente generan redes informales o pequeñas, operando bajo lineamientos de colaboración con un campo abierto para la competitividad no destructiva, que se denomina cooepetencia. Esta cooepetencia es **una estrategia que permite la inserción a mejores oportunidades de negocio en el mercado**, ampliar la búsqueda de clientes, conocer nuevos proveedores y en virtud de depender de la programación del tiempo por parte del emprendedor, **ayudaría a conocerse a sí mismo con tal de aumentar las competencias socioeconómicas.**

b) Un hallazgo en el tiempo

En los análisis realizados se destacó el factor del tiempo en su variabilidad de usos: como recurso, como variable a superar, como bien escaso. En la discusión al respecto se estableció cómo los emprendedores se apropian del tiempo y lo utilizan como un recurso de acción para sobrellevar sus diferentes prácticas diarias. Como esa gestión es resultante de la experiencia emprendedora, es la apropiación la que permite subdividir el tiempo total (pudiera entenderse como cronológico) en subtiempos. Estos fueron segmentados en cuatro tipos de tiempo, a su haber: familiar, productivo, de ocio y social no familiar. Todos estos subtiempos operan como un clúster que funciona durante el día en repetidas formas de dominio en paralelo al tiempo cronológico. Por esta razón, **la apropiación del tiempo es una idea en los emprendedores, la cual también favorece la satisfacción y libertad reflejado en un trabajo bien hecho.** También les refuerza la idea laboral de sentirse útil. Cualquier tiempo extra por sobre el tiempo total de estos clústeres, termina adaptándose a estos en lugar de reemplazarlos o desplazarlos.

¹⁵⁴ Entendido como satisfacción, independencia, felicidad, libertad y autorrealización

c) Un modelo para armar

El entorno emprendedor es un tendido de interacciones donde ocurren prácticas y se intercambian ideas entre los emprendedores y sus lazos. Este entorno genera una estructura donde se expresaría la cultura del emprendimiento rancagüino. Este resultado no es distante de otros asignados por entidades del emprendimiento (CORFO, GEM), pero tomo su peso en la direccionalidad del análisis. Generalmente los estudios se toman desde lo externo a lo interno, más en mi investigación el análisis comienza con el emprendedor como eje central y desde su propio discurso su encontraron los elementos que componen esa cultura. Igual es importante aclarar que los individuos operan bajo los límites culturales de la sociedad y desde ahí muestran sus propios valores, creencias y tradiciones. La intención fue establecer si estas prácticas culturales serían moldeadas por el ejercicio laboral de emprender. Al tomar la propuesta estructural de la figura 5, se entiende que el sujeto emprendedor opera con sus aprendizajes y conocimientos en su negocio e interactúa en primer orden con los colaboradores. Y aquí hay un primer atisbo de diferenciación: **el colaborador incluye no sólo a proveedores u otros emprendedores, sino que también a los familiares y/o amigos, pues el emprendedor utiliza (no de mala forma) los tiempos de los que se apropia para redistribuir sus quehaceres** y sacar el mejor provecho de esto, amparado siempre por la libertad y la mantención de la satisfacción laboral. ¿Todos son colaboradores? Existe un constante pensamiento del negocio durante el día, aprovechando los momentos de ocio para seguir aprendiendo. En la mente del emprendedor un colaborador es un vínculo o un lazo no obstruyente de sus prácticas. El uso del tiempo cronológico completo estaría diferenciado en los niveles de satisfacción, pues al comparar estudios sobre tiempos de trabajo asalariado con turno, se han visto mayores niveles de deterioro familiar y social, en estudios que estaban enmarcados en la cronología del tiempo y encontrar un momento estándar de producción (Curioso & Navarro, 2019). Hay una motivación extra al apropiarse del tiempo y generar los espacios necesarios para compartir con la primera línea del entorno emprendedor, es decir, los colaboradores. La fuerza de esta deducción es

la integralidad de los esfuerzos bajo la arista de los clústeres propuestos con anterioridad. Luego del nivel colaborador está el nivel de los clientes, los cuales también pueden ser considerados como colaboradores por la constante retroalimentación recibida y porque pueden actuar como un marketing encubierto, lo cual es una herramienta operacional en las prácticas emprendedoras. Están más “afuera” porque a menos que literalmente accedan al nivel colaborador, su lazo es débil. Como cliente la primera interacción es la de consumidor, pero los grados de fidelidad se valoran más que en otros negocios, y si bien no debería extrañarnos por la magnitud de la interacción entre marca/persona, el emprendedor pareciera entender el rol de la construcción de una red de negocio con vínculos incorporados del cliente, lo cual es un paradigma tardío en sectores industriales como el retail¹⁵⁵.

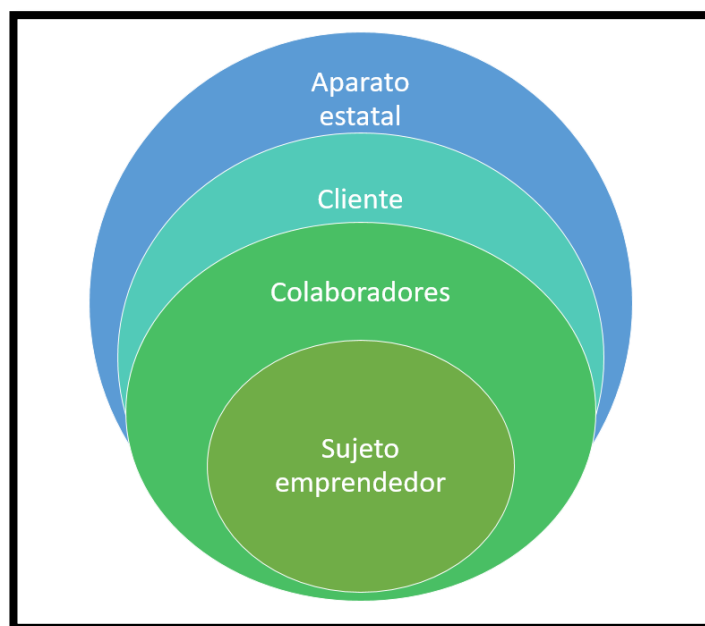


Figura 5.- Entorno emprendedor en la cultura del emprendimiento de Rancagua.

Por encima de todos y en lejanía “atmosférica” respecto al sujeto emprendedor está el aparato estatal, institucionalizado en diversos entes pro-emprendimiento, lo

¹⁵⁵ Entiéndase esto que el enfoque al cliente mediante comunicación directa data de no más de veinte años, dentro de toda la historia del comercio.

cuales tienden a estandarizar y generalizar todos los proyectos de apoyo y educación socioeconómica, incorporando talleres de diversas competencias y fortaleciendo en gran medida la red formal de emprendedores formalizados dispuestos a moverse en las aristas del gobierno de turno. En el capítulo de cooperativismo y colaboración se consideró que el aspecto de la trascendencia es fundamental para el camino emprendedor, y es esa trascendencia prevaleciendo más fuerte en las redes informales la exitosa en tal asunto. Los apoyos institucionalizados son lábiles a desaparecer, transformarse o cambiar de exigencias si el gobierno de turno cambia o se ve presionado por cambios socioculturales¹⁵⁶. A medida que el emprendedor incorpora conocimientos desde estos entes, valora más el apoyo económico, sobre todo al entender su rol como punto extra de buena gestión para la institucionalidad. A su vez, los apoyos del aparataje estatal pueden chocar con los valores de los emprendedores, principalmente en las categorizaciones de empresa y la formalización, además de ser un constante sentimiento de defraudación al no ganar postulaciones a concursos o solicitudes crediticias.

En sí, es difícil encontrar diferencias de prácticas laborales con prácticas sociales comunes en el sujeto emprendedor, por lo que todo se estima en el campo de la especulación de las acciones, de tal forma que las prácticas emprendedoras, pese a ser reiterativas en algunos casos, no significan directamente un aspecto cultural representativo.

Transversalmente en cada nivel, el sujeto emprendedor utiliza sus valores, creencias, ideas, estrategias y herramientas en las prácticas de interacción con los actores involucrados. Si hacemos un símil al modelo atómico clásico¹⁵⁷, a más lejanía del núcleo, los orbitales (cada actor del entorno) tienen menos energía de unión. En tal caso, la lejanía al sujeto emprendedor pierde capacidad de fortalecer

¹⁵⁶ Como el estallido social en Chile.

¹⁵⁷ El de Bohr, con los orbitales como circunferencias distintas alrededor del núcleo central.

un lazo, pero son los vínculos intermedios los que se aprovecharían para la asociatividad y la generación de redes informales.

d) Perspectivas y oportunidades

A mi entender y dado los hallazgos considerados, existirían dos grandes deudas o aportes para que la investigación tome una fuerza representativa mayor a nivel regional y sirva de insumo para el interés nacional.

Uno de ellos es la comparación con la realidad de la cultura emprendedora en otra ciudad, en lo posible de otra región. Así se podrían generar comparaciones y establecer el efecto del centralismo (dependiendo de la zona), la realidad cultural y socioeconómica de los bienes del lugar que limitarían los tipos de negocio y abriría la puerta para dar suposiciones como un colectivo emprendedor más que un sujeto emprendedor en particular de un sector específico.

La otra oportunidad se construiría en los análisis de efectos del estallido social de octubre de 2019 (fecha posterior a las entrevistas). Se podría evidenciar como cambiaron y seguirán cambiando las prácticas emprendedoras, pero sumando la inesperada variable (aunque menos que la otra) de la pandemia. No hay duda de los cambios en las prácticas, pero se debe evidenciar y recopilar esa información.

Hemos de suponer un levantamiento del mercado local a medida que se acerque la vacuna para el COVID-19, pues los emprendimientos analizados han mutado de diversas formas desde el estallido social hasta la fecha. Algunos cambiaron de locación, otros están en pausa, otros cambiaron su formato de venta y otros se adaptan a los constantes cambios por parte del aparato estatal, más que nada por la presión económica y el respeto a las condiciones de salud, que por un lineamiento con la red formal.

e) Sobre los aportes del tema en la esfera pública

Ya tomándome del comentario en el apartado anterior sobre complementar esta investigación para su representatividad nacional, me permito asociar que los aportes de la presente tesis radican en las políticas públicas que los gobiernos de turno podrían tomar para incrementar el emprendimiento y transformarlo en un pilar socioeconómico. Creo prudente remarcar el significado del emprendimiento en sus diferentes formatos, distinguirlo dentro del trabajo independiente y discutir sus implicancias legales en la formación de las empresas. Esto fue uno de los primeros incentivos para esta investigación; descubrir la razón de utilizar tanto el concepto de emprendimiento, como si por sí solo pudiera generar tranquilidad en el discurso público. Si bien es un mal dentro de toda la esfera político-partidista, radica su importancia en las alzas de cesantía pospandemia y la saturación de los trabajos profesionales con título. ¿Es una real opción el emprendimiento? La discusión coherente sobre el emprendimiento, amparada en las investigaciones, permitiría generar mejores planes de proyecto, concursos públicos, financiamiento y capacitaciones concretas, lo que disminuiría el gasto público y lograría el crecimiento de las competencias del emprendedor. La razón es la distinción de los tipos de emprendedores y la creación de beneficios específicos. En el mismo punto, la muestra de esta tesis resultó en emprendedores por competencias, que utilizan sus experiencias y aprendizajes realizándose como una variante de la cultura con sus propias prácticas, cálculos operacionales, valores y tradiciones. Se hizo evidente que la temática del emprendimiento debe comenzar en los sistemas educativos, mostrando las ventajas y comparativas con el trabajo dependiente, el cual sigue capturando el pensamiento clásico del quehacer contemporáneo respecto al trabajo. Las políticas públicas debieran incluir en el sistema educativo esto, puesto que los emprendedores desarrollan sus competencias desde que comienzan a trabajar y bajo la mirada regular, iniciaron en la dependencia. Esto significaría que si el emprendimiento quiere ser considerado un pilar socioeconómico, necesita su estímulo en las distintas esferas públicas, no solo en la urgencia económico y lejos de ser un salvataje mágico de la cesantía.

REFERENCIAS

Acuña, E., & Pérez, E. (2006). *Trayectorias laborales: el tránsito entre el trabajo asalariado y el empleo independiente*. Santiago: Departamento de Estudios de la Dirección del Trabajo.

Ahn, N. & Mochón, F. (2010) *La felicidad de los españoles: Factores explicativos*. Revista de Economía Aplicada, 18 (5 4), pp. 5-31.

Albuquerque, P., & Rodríguez, H. (2016). *Modelo de asociatividad para promover el desarrollo económico de pequeños productores de hortalizas en la provincia de Trujillo*. Revista Ciencia y Tecnología, 11(3), 169-185.

Alcalá, M. C., & García, J. G. (2013). *El enfoque de la planificación estratégica en empresas constructoras*. COEPTUM, 5(1), 24-40.

Aliaga, C., & Schalk, A. (2018). E2: *Empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile*. Calidad en la Educación, (33), 319-337.

Alvarado, D. (2010). *Lo Decente en el Trabajo: ¿Responsabilidad Social, Moral o Política de la Empresa?* Observatorio Laboral Revista Venezolana, 3(5), 111-141.

Álvarez, C., & Urbano, D. (2013). *Diversidad cultural y emprendimiento*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 19(1), 154-169.

Aranha, V.S. (2000), "*Alienação do trabalho*". En: Fidalgo, Fernando; Machado, Lucília R.S. (Org.). Dicionário da educação profissional. Belo Horizonte, SETASCAD/Ministério do Trabalho e Emprego

Araujo, K. & Martuccelli, D. (2012). *Desafíos comunes: Retrato de la sociedad chilena y sus individuos*. (Tomo II, pp15-58). LOM ediciones, Chile.

Aravena, D. S., Viscasillas, D. L. G., & Hurtado, V. C. U. (2019). *Organización del trabajo y emprendimiento en Chile: ¿el innovador creativo o legitimación del modelo?* Sociedad Global, 5(1-2), 21-33.

Arteaga, C., Greibe, A., Pérez, S., & González, R. (2016). *El significado del trabajo y el desafío del posicionamiento social en Chile*. Revista Austral de Ciencias Sociales, (31), 111-129.

Ascencio, O. (2014). *Centros de Emprendimiento en Zonas Pobres del País como una herramienta adicional para combatir la pobreza atacando la desigualdad de oportunidades*. Disponible en <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129902/>

Asech. (2014). *Memoria ASECH 2011, 2012, 2013*. Recuperado de: https://issuu.com/asech_ag/docs/memoriaasechimpresa_issu

Atienza, M. et al. (2016). *Un análisis espacial del emprendimiento en Chile: Más no siempre es mejor*. EURE (Santiago), 42(127), 111-135.

Atienza, M., Lufin, M., & Romaní, G. (2016). Un análisis espacial del emprendimiento en Chile: Más no siempre es mejor. *EURE (Santiago)*, 42(127), 111-135.

Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004): *Entrepreneurship and regional growth: An evolutionary interpretation*. Journal of Evolutionary Economics, vol. 14, nº 5, pp. 605-616.

Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. Fondo de cultura económica.

Belmar, C., Escobar, G., L'HUILLIER, G., & Marshall, J. (2017). Índice de Competitividad de Ciudades 2016.

Beriain, J. (1997). *El triunfo del tiempo (representaciones culturales de temporalidades sociales)*. Política y sociedad, (25), 101-118.

Blanco, A. R. (1999). *El tiempo es oro: reflexiones desde la historia acerca de la reducción de la jornada y el control del tiempo de trabajo*. Lan harremanak: Revista de relaciones laborales, (1), 19-36.

Blázquez, J. R. (2015). *Recuperar el concepto de tiempo en las Ciencias Sociales*. Revista San Gregorio, 2(8), 54-63.

Boletín. (2018). *Microemprendimiento en Chile*. Unidad de Estudios División de Política Comercial e Industrial. Disponible en: <https://www.economia.gob.cl/2018/09/24/boletin-el-microemprendimiento-en-chile-2.htm>

Bolívar A. & Elizalde, A. (2011). *Capital Social y Capital*. Polis (Santiago), 10(29), 7-16.)

Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo* (Vol. 13). Ediciones Akal.

Bustos, M. M., Villagrán, C. D. P., & Jiménez, A. (2019). *Equilibrio trabajo familia y apoyo social en mujeres emprendedoras de la región del Maule* (Doctoral dissertation, Universidad de Talca (Chile). Facultad de Psicología.

Cabana, S. R., Caroca, R., & López, A. (2017). *Desafíos en la industria inmobiliaria la serena-chile: variables claves del vínculo emocional*. *Dimensión Empresarial*, 15(1), 16-29.

Cárdenas, A.; Link, F. & Stillerman, J. (2012). *¿Qué significa el trabajo hoy? Cambios y continuidades en una sociedad global*. (pp. 267-280). Editorial Catalonia Ltda. Chile.

Carmen, C. T., & Viveros, H. F. (2011). *Los emprendedores evolucionan el concepto*. Recuperado el, 20.

Carrasco, A. A. (2018). *El devenir del trabajo en Chile: capitalismo neoliberal y flexibilidad laboral*. El Futuro del Trabajo, 10(15), 203.

Casal, I. I. (2003). *Construyendo la competencia intercultural: sobre creencias, conocimientos y destrezas*. Carabela n. 54, 05-28.

Castel, R. (1997). *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. (pp 325-351). Editorial Paidós Ibérica SA, Argentina.

Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional, 21.

Castoriadis, C. (1989). *La institución imaginaria de la sociedad*, Vol. 2, El imaginario, lo social y la institución. Barcelona, España: Tusquets.

Caviedes, S. (2014). *Desaceleración: ¿La lápida de la Nueva Concertación?* Cuadernos de Coyuntura (5), 36-45.

Chamorro, C. (2008). *Transformaciones en el mundo del trabajo: representación social del trabajo independiente en trabajadores atípicos*. Disponible en <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/106138>

Charles, H., Sánchez, R., Ramírez, A. L., & Aguirre, J. (2019). *Emprendedores en México, un acercamiento a su calidad de vida*. *Dimensión Empresarial*, 17(3), 37-50.

Chu, P. (1998). *The research for entrepreneurship*. In: *Internationalizing Entrepreneurship education and training 8th Annual Conference*, Schloss Reichartshausen Oestrich-Winkel, Germany, July 26-28.

Cladellas, R. (2009). *El tiempo como factor cultural y su importancia socioeconómica: Estado del arte y líneas futuras*. *Intangible Capital*, 5(2), 210-226.

CORFO (2012). *Perfil del emprendedor chileno y sus emprendimientos*. Disponible en: <http://repositoriodigital.corfo.cl>

CORFO (2014). *Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación*. *Unidad de Estudios, Corfo, 2014*. Disponible en <http://repositoriodigital.corfo.cl/>

CORFO (2018). *Evolución de la Política Pública de Emprendimiento*. Disponible en: <https://www.corfo.cl/sites/Satellite>

Correas, C. I. O. (2009). *La fenomenología y el emprendimiento*. *Revista Ciencias Estratégicas*, 17(21), 21-31.

Curioso, F., & Navarro, J. (2019). *Cambios horarios y diarios en la motivación laboral: ¿Influye el tiempo objetivo en la motivación en el trabajo?* *Psychologica*, 62(1), 253-272.

Dakduk, S., González, A., & Montilla, V. (2008). *Relación de variables sociodemográficas, psicológicas y la condición laboral con el significado del trabajo*. *Interamerican Journal of Psychology*, 42(2), 390-401.

Day, M. (2019). *El concepto de red en Manuel Castells y Bruno Latour*. *RevIISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 13(13), 69-76.

Del Carmen, M., García, J. M. Á., Monteoliva, A., & de Lecea, J. M. S. M. (2006). *El modelo del valor, las normas y las creencias hacia el medio ambiente en la predicción de la conducta ecológica*. Medio Ambiente y Comportamiento Humano, 7(2), 21-44.

Díaz, G. (2007). *El bienestar subjetivo. Actualidad y perspectivas*. Rev. Cubana Med. Gen Integr. 2001;17(6):572-9.

Díaz, S. R. J. (1999). *Alineación y valor del tiempo*. In Anales de la Universidad de Chile (No. 9).

Dubini P., & Aldrich H. 1991. *Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process*. Journal of Business Venturing,6: 305-313.

Dujarier, M. (2010). *El ideal en el trabajo*. Madrid, Modus Laborandi.

Durkheim, E. (1986). *Las reglas del método sociológico*. Madrid, España: Morata

Elías, N. (1989). *Sobre el tiempo*. México, México: FCE.

Estatuto de las pymes (2010) Biblioteca Congreso Nacional, Chile. Disponible en: <http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes>

Evans, V. (1994). *Percepción del riesgo y noción del tiempo*. Desastres y sociedad, 3(5), 7-140.

Evans-Pritchard, E. E. (1977). *Los Nuer, capítulo 3*. (1940). Anagrama, Barcelona, 151.

Feher, M. (2014). "La condición neoliberal. Crédito, autoestima y vínculo". La Maleta de PortBou. n° 6 julio-agosto 2014.

Feres, M. E. (2007). *El Trabajo y las Relaciones Laborales en los Programas de la Concertación. Chile en la Globalización. Relaciones laborales, tratados de libre comercio y cláusulas sociales*. Fundación Friedrich Ebert. Santiago de Chile.

Ffrench-Davis, R. (2012). *¿Qué ha fallado en la macroeconomía y finanzas suramericanas desde los años noventa?* El trimestre económico, 79(314), 263-286.

Foucault, M (2003). *La verdad y las formas jurídicas*. Madrid, España: Gedisa.

Gaete, T., & Soto, Á. (2012). *Esta es mi trayectoria, este es mi trabajo: narrativas e identidad en el trabajo en Chile*. Psykhe (Santiago), 21(2), 47-59.

Gaggi, M., & Narduzzi, E. (2008). *Pleno desempleo*. Lengua de Trapo.

García, M. C., Burgos, B. M. V., & Arévalo, J. D. J. C. (2018). *Coopetencia, modelo de Gestión Empresarial para Mipymes de Ocaña*. Respuestas, 23(1), 59-65.

Gindling, T. & Newhouse, D. (2012). *Self-employment in the developing world* (World Development 2013 Report, Background Paper). En <http://dx.doi.org/10.1596/1813-9450-6201>

Gintis, H. (1983). *La naturaleza del intercambio laboral y la teoría de la producción capitalista*. El mercado de trabajo: teoría y aplicaciones. Madrid: Alianza.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2016). *Executive Report: Chile. Graduate School of Management*. Disponible en http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2017/07/REPORTE-2016-UDD_baja.pdf

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2020). *Global report*. Disponible en <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>

Godelier, M. (1989). *Lo ideal y lo material: pensamiento, economía y sociedades*. Trad. AJ Desmont. Taurus Humanidades-Alfaguara. Madrid.

Gomes, C., & Elizalde, R. (2009). *Trabajo, tiempo libre y ocio en la contemporaneidad. Contradicciones y desafíos*. Polis. Revista Latinoamericana, (22).

González, P. (2019). La desigualdad que despertó a Chile. Nota de prensa Radio Uchile.

Goodenough, W. H. (2003). *In pursuit of culture*. Annual review of Anthropology, 32(1), 1-12.

Gordon, S. (2006). "Confianza, reciprocidad y asociatividad: ¿relación indispensable para el desempeño institucional?". Revista Estudios Sociológicos. XXIV, No. 002. Distrito Federal, México. Pp. 397- 421

Granadillo, F. T., & Artigas, W. (2015). *Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes*. Revista de ciencias sociales, 21(3), 429-441.

Granovetter, M. S. (2003). *La fuerza de los lazos débiles. Revisión de la teoría reticular*. Análisis de redes sociales. Orígenes, teoría y práctica. Colección monografía, 198, 196-230.

Güell, P & Yopo, M. (2017). *Las perspectivas temporales de los chilenos: Un estudio empírico sobre la dimensión subjetiva del tiempo*. Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, 32(1), 121-135.

Guerrero, N., & Vega, M. (2015). *Reflexiones teóricas sobre discurso político e ideología: un análisis preliminar de las políticas de emprendimiento del gobierno de Piñera (Chile 2010-2014)*. Revista Uruguay de Ciencia Política, 24(spe), 105-120.

Guimón, J., Cancino, C., López, A., & Miranda, J. (2019). *Nuevos modos de conexión con redes globales de innovación: el caso de Chile*. Perfiles latinoamericanos, 27(54).

Hamuy, S. C. (2014). ¿Innovadores y emprendedores o discurso ideológico del neoliberalismo chileno? Una aproximación desde las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). *Revista Némesis*, 12, 33-60.

Han, B. C. P. (2014). *Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder, 18.

Harris, M. (2004). *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. (1era ed. en español, pp 163-169). Editorial Biblioteca de bolsillo, España. (Trabajo original publicado en 1989).

Hart, M. (2003): "Entrepreneurship Policy: What It Is and Where It Came From." In M. Hart, (ed.), *The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Start-ups and Growth in the US Knowledge Economy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, pp. 3-19.

- Heras, M. Á. D. (2010). *Tiempo de vida y tiempo de trabajo*. Fundación BBVA.
- Herrera, H. (2009). *Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura*. *Innovar*, 19(33), 19-33.
- Iriberry (2019) *La fragilidad de las Pymes en Chile*. Columna de opinión. Disponible en: <https://www.uss.cl/blog/fragilidad-pymes-chile/>
- Jiménez, B. (2009). *Tiempo y responsabilidad en la constitución de la subjetividad moderna: claves para una discusión genealógica*. *Estudios de Psicología*, 30(2), 187-198.
- Jiménez, J. (2016). Más allá de la Observación Dual. Situación y trayectorias de los trabajadores por cuenta propia en Chile.
- Lalama Franco, R., & Bravo Lalama, A. (2017). *Capitalismo social: un vistazo a resultados macroeconómicos de Ecuador, Perú y Colombia*. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 7(13), 169-182.
- Le Goff, J. (2004). *El orden de la memoria*. Barcelona, España: Paidós.
- López-Araújo, B., Segovia, A. O., & Peiró, J. M. (2007). *El papel modulador de la implicación con el trabajo en la relación entre el estrés y la satisfacción laboral*. *Psicothema*, 19(1), 81-87.
- Lozares, C., & Verd, J. M. (2004). *Modelos de flexibilidad del trabajo y tiempo productivo: estudio de caso*.
- Mancilla, C., & Amorós, J. E. (2012). *La influencia de factores socioculturales en el emprendimiento, evidencia en Chile 2007-2010*. *Multidisciplinary Business Review*, 5(1), 15-25.
- Manzano, F. (2017). *La influencia de la edad en la inserción de trabajo como dependiente o independiente y su comportamiento a nivel espacial: Argentina (2001 y 2010)*.
- Marulanda, F. Á., Montoya, I. A. & Vélez, J. M. (2014). *Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento*. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 36.
- Marx, K. (2011). *Trabajo asalariado y capital (Vol. 749)*. NoBooks Editorial.
- Mascareño, G. (2013). De los sistemas de ciudades a las redes de ciudades. *Iciudades RED*, 1135.
- Mayol, A. (2012). *El derrumbe del modelo: La crisis de la economía de mercado en el Chile contemporáneo*. Editorial Catalonia.
- Millán, T. R. (2000). *Para comprender el concepto de cultura*. *UNAP Educación y desarrollo*, 1(1), 1-11.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383(1), 23-30.

Mitchell, R. K., Smith, J. B., Morse, E. A., Seawright, K. W., Peredo, A., & McKenzie, B. (2002). *Are Entrepreneurial Cognitions Universal? Assessing Entrepreneurial Cognitions across Cultures*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 26(4), 9-32.

Molina, E. C. (2010). *La construcción social de la confianza en los mercados informales*.

Molina, J.L. (2004). *Manual de Antropología Económica*. Universidad Autónoma de Barcelona, Disponible en <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/molina-j-l-2004-manual-de-antropologia-economica.pdf>

Moulian, T. (1998). *Chile actual. Anatomía de un mito*. Lom ediciones, Santiago.

Moya, P & Molina, F. (2017). *Innovación y Emprendimiento en el Discurso Político Chileno*. *Journal of technology management & innovation*, 12(1), 93-99.

Muñoz, D. (2017). La pregunta por la vida, el tiempo y el trabajo en el capitalismo: acercamientos entre Karl Marx y Byung-Chul Han. *Revista Kavilando*, 9(2), 436-445.

Nader, M. (2009). *Relación entre los estilos de liderazgo, valores y cultura organizacional: un estudio con líderes civiles y militares*. *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*, 40(2), 237-254.

Núñez, A., Arenas, F., Sánchez, R., & Urrutia, S. (2018). *Las "fronteras del desarrollo" en la producción capitalista del espacio en Chile*. *Si Somos Americanos*, 18(1), 184-213.

OCDE. (2013). *Estudios Económicos de la OCDE - Chile*. Santiago: OCDE

Ostrom, Elinor. (2000). *Social capital: A fador a fundamental concept?. Social Capital. A multifaceted perspective*. Partha Dasgupta e Ismael Serageldin (ed). USA. The World Bank. Pp. 424.

Padrón Pérez, F., & Ruiz Montalva, C. O. (2019). *Caso de emprendimiento: Identificando una necesidad real, un empleado feliz trae consigo mayor productividad*.

Paredes, Á. C. F., & Díaz, P. E. L. (2019) *Evolución de la actividad emprendedora en Chile y su impacto en el desarrollo del país periodo 2007-2017*.

Peralta, M. (2012). *Significados, cambios y contexto actual de trabajo. Estudio interpretativo*. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 8 (1), 165-182.

Pérez, A. M. (1996). *Los significados sociales en torno al trabajo*. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 28(1).

Pérez-Roa, L. (2019). *Emprendedores por necesidad: el emprendimiento como estrategia de pago de deudas en un contexto precariedad laboral*. *Aposta*, (83).

Pico, A. A., Del Rio, J., Trujillo, R. S., & Arias, C. R. (2017). *¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 107-123.

Polanyi, K. (2015). *La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Pag, 289-309. Fondo de Cultura Económica (Publicado en idioma original en 1944).

Ponce Mendoza, Ulises. (2001). *Reseña de Scott Lash y John Urry (ed. 1998); Economías de signos y espacios: Sobre el capitalismo de la posorganización*. *Región y sociedad*, 13(22), 185-191.

Prestel, C. (2006). *Reassembling the Social*. *Política y Sociedad*, 43

Prestifilippo, A., & Wegelin, L. (2019). *La libertad precarizada. Nuevas formas sociales del padecimiento en el mundo del trabajo*. *Argumentos. Revista de Crítica Social*, (21).

Ramos, R. (2007). *Metáforas sociales del tiempo en España: una investigación empírica*. En *Trabajo, género y tiempo social* (pp. 173-204). Hacer editorial.

Rieznik, P. (2001). *Trabajo, una definición antropológica*. *Razón y revolución*, 7, 1-21.

Rodriguez, A., Galaso, P., Argumedo, P., Goinheix, S., Martínez, C., Masi, F., ... & Servín, B. (2019). *Desarrollo económico regional, especializaciones productivas y cooperación empresarial: un estudio comparado de Chile, El Salvador, Paraguay y Uruguay*. Serie Documentos de Trabajo; 02/19.

Rodríguez, Gregorio; Gil Flores, Javier y García, Eduardo (1996) *Metodología de la investigación cualitativa* (Málaga: Ediciones Aljibe)

Rosales, P. (2010). *Estrategia digital: Cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia*. Barcelona: Deusto SA.

Ruiz, C., & Boccoardo, G. (2014). *Los chilenos bajo el neoliberalismo. Clases y conflicto social*. Santiago: Editorial El Desconcierto.

Sáez Rubilar, P. B. (2013). *Empleo informal y precariedad en el Chile actual*. Repositorio Uchile.

Sahlins, M. (1988). *Cultura y razón práctica. Contra el utilitarismo en la teoría antropológica*.

Salazar, H. Z. (2007). *Asociatividad, redes sociales y desarrollo local*. Índice· sumáριο· table des matières· contents, 5(1), 28.

Saldarriaga, S., & Vargas, S. (2018). *Satisfacción personal, satisfacción laboral, balance vida-trabajo y emprendimiento. Evidencias para economías emergentes*.

Sánchez, A. S., Soto, M. L. Q., Rosales, R. S., Moreno, E. F., & Lirios, C. G. (2017). *Gobernanza del emprendimiento social: especificación de un modelo para el estudio de la innovación local*. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 51(2).

Santibáñez, D. et al. (2018). *Modelos Culturales de Crianza: Castigo y ternura, una mirada desde los niños y niñas*. Resumen ejecutivo. World visión ediciones.

Santos, A., & Muñoz, D. (2018). *¿Qué es esa cosa llamada intraemprendedor? Gestión del trabajo en el capitalismo cognitivo y concepciones emprendedoras*. *Cuadernos de relaciones laborales*, 36(2), 285.

Sanz, D., Crissien, T., García, J., & Patiño, M. (2017). *Marketing educativo como estrategia de negocio en universidades privadas*. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 160-175.

Savall, N. V., Pizarro, J. E., & López, D. E. V. (2020). Redes de apoyo al emprendimiento femenino en territorios rurales. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 317-356.

Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. In *Joseph Alois Schumpeter* (pp. 61-116). Springer, Boston, MA.

Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative science quarterly*, 339-358.

Solís, N. S. (2017). Los emprendimientos familiares: una aproximación desde la antropología. *Revista Nicaragüense de Antropología Raíces*, 1(2).

Sotomayor, F. (2018). Modernización capitalista en Chile. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (marzo).

Steckerl Guerrero, V. (2011). *Modelo explicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado*. Revista científica Pensamiento y Gestión, (20).

Steckerl, V. (2011). Modelo explicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado. Revista científica Pensamiento y Gestión, (20).

Stevenson, H. H. y Jarillo, J. C. (1990). Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.

Subirats, J. (2019). *¿Del poscapitalismo al postrabajo?* Nueva Sociedad, 279, 34-48.

Supervielle, M. (2017). *Criterios para la evaluación de emprendimientos cooperativos y autogestionarios*. El Uruguay desde la sociología, 15, 229-241.

Supiot, A. (1999). *Trabajo asalariado y trabajo independiente*. En Informe para el XI Congreso Empleo de Derecho del Trabajo, Versoria.

Tarrats-Pons, E., Torras, M. M., & Hernández, X. F. (2015). *Del modelo del evento emprendedor al modelo sistémico de emprendimiento*.

Taylor, S. & Bogdan, R, 1986. *Introducción a los métodos cualitativos. La búsqueda de significados*. Paidós, Buenos Aires.

Teran, E., & Guerrero, A. M. (2020). *Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones*. Revista ESPACIOS, 41(07).

Uribe, J. G., & Leatherbee, M. (2017). Informe 2017. *Ecosistemas de emprendimiento regional y observatorio de emprendimiento regional*. Disponible en: <http://ober.udd.cl/files/2017/05/Informe-MIDECO-2017-1.pdf>

Universia (2017) "El 44% de los emprendimientos de Chile son por necesidad", asegura experto. Columna de opinión. Disponible en: <https://www.universia.net/cl/actualidad/empleo/44-emprendimientos-chile-son-necesidad-asegura-experto-1153917.html>

Varela, R. (1996). *Cultura política. Antropología Política, Enfoque contemporáneo*, Héctor Tejera Gaona (Coord.), inah, Plaza y Valdés, México.

Vázquez, J. D., & Duque, E. (2019). *Tiempo, legitimidad y trabajo. La metamorfosis del tiempo en la ética del trabajo*. *Sociedade e Estado*, 34(3), 787-810.

Veira, J. L., & Romay, J. (1998). *La cultura del trabajo y el cambio de valores*. *Revista de pensamiento social*, 3: 23-38.

Vidal, R. (2000). *Implicaciones historiográficas de la posmodernidad: la superación fenomenológica de los paradigmas finalísticos de la historia*. *Gazeta de Antropología*, 16.

Viego, V. (2004). *Empresarialidad e instituciones: dos nuevas perspectivas del análisis regional contemporáneo*. *Revista Eure*. Vol. XXX, Nº 90. Chile. Pp. 41-63.

Villacis, B. A. C., Figueroa, L. S. R., Arroyo, É., & Valdés, V. (2018). *La importancia de las TIC en la construcción de opinión pública de los emprendimientos*. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 147-160.

Villacis, J. (2018). *Factores de Competencia entre PYMES*. *Espirales revista multidisciplinaria de investigación*, 2(16).

Villalobos, C. L. R., Álvarez, N. G., & Antolín, M. N. (2007). *Oportunidades innovadoras y tecnológicas de la creación de empresas*. In *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (p. 87). Universidad de La Rioja.

Weber, M. (2001). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid, España: Alianza. Versión original de 1905.

Zamora, L.; Lay, N.; Guarda, D. (2017). *Medición del capital social en los principales espacios de Coworking de la Región de Valparaíso-Chile*. *GESTION & SOCIEDAD*, 1(1), 8-26.

Zangaro, M. (2011). *Subjetividad y trabajo: el management como dispositivo de gobierno*. *Trabajo y sociedad: Indagaciones sobre el empleo, la cultura y las prácticas políticas en sociedades segmentadas*, (16), 10-15.

Zúñiga et al. (2015). *Dinámica del emprendimiento y el desempleo en la Patagonia chilena*. *Magallania (Punta Arenas)*, 43(1), 103-115.

VI. ANEXOS

Tabla 1.- Operacionalización de objetivos. Propuesta inicial del proyecto.

	Dimensión	Ámbito/aspecto
O.E.1	Conceptualización del trabajo	El significado y la diferenciación entre emprender y trabajar asalariado. El riesgo de emprender.
	Valor del trabajo	La consideración propia y el reconocimiento como emprendedor. La comparación con otros del rubro. Factores positivos y negativos del emprender. Los obstáculos para emprender.
O.E.2	Prioridades	Evaluación sobre la experiencia de emprender. Relación con otros en los momentos de emprender. Apoyo familiar y social.
O.E.3	Aprendizajes	Las habilidades reconocidas como emprendedor de acuerdo al rubro. La diferenciación en las competencias.
	Ideas	La definición de emprendimiento por el mismo actor. La opinión sobre una supuesta "cultura de emprendimiento".
	Capacidad De aprendizaje, autoformación	Como se mejora en forma continua. Relación con las opciones públicas y privadas de capacitación. Proyección del emprendimiento.



Figura 1.- Diferenciación entre emprendedor naciente y propietario. Tomado de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016.

Tabla 2.- Ficha de identificación de los emprendedores.

<p><i>Ventas netas anuales:</i> 3 rangos de microempresa corresponderían al emprendimiento. Mayor a 2.400UF se pasa a categoría de pequeña empresa, por tanto ya se habla de empresario (definición que divide a la micro y pequeña según SII).</p>
<p><i>Tiempo en el negocio:</i> Superior a 3 años debiera ser empresario (Criterio según la GEM, 2016). No es excluyente para la muestra.</p>
<p><i>Rubro:</i> Según entrevistado seleccionado. Se procura diversificar la muestra (isomórfica).</p>
<p><i>Tipo de emprendedor:</i> Utilizando la descripción más general, serán categorizados dicotómicamente entre <u>asalariado</u> y <u>no asalariado</u>. La segunda dicotomía será entre <u>empleador</u> o <u>no empleador</u>.</p>
<p><i>Género:</i> No habrá selección acorde a este punto, pero se buscará equilibrio en el total de entrevistados.</p>
<p><i>Edad:</i> Sin distinciones de edad, pero todos sobre 18 años.</p>
<p><i>Formalización del negocio:</i> Boleta/factura o aún en proceso.</p>

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3.- Fichas con información identificatoria de la muestra.

(Las transcripciones y audios de las entrevistas están disponibles en este [enlace](#))

Nombre emprendimiento	CAFE AKOYE			Fecha entrevista	14/05/2019	
Nombre Emprendedor (a)	FRANCISCO TAVUÍN VERA			Edad	38	
Último curso aprobado	LIC. EN EDUCACIÓN					
Profesión u oficio	DOCENTE					
Rubro	ELABORACIÓN DE CAFÉ					
Tipo de emprendedor	Empleador	No empleador	Producto	Servicio		
	X CONTINÚO		X	X		
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	NO					
Género/seudónimo	M. F38					
Formalización del negocio (detallar)	S.L. RES. SANTI. P.M. SIF.					
Tiempo en el negocio	40 MESES	V e n t a s	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
				X		

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	CERVEZA GARDILLO			Fecha entrevista	17-05-2019	
Nombre Emprendedor (a)	CESAR FAUNDES			Edad	42	
Último curso aprobado	EGRESADO T.E.C. ALIMENTOS USACH					
Profesión u oficio	T.E.C. EN ALIMENTOS					
Rubro	MICRO CERVEZERA					
Tipo de emprendedor	Empleador	No empleador	Producto	Servicio		
	X		X	X		
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	NO					
Género/seudónimo	MASCUNO / C42					
Formalización del negocio (detallar)	F. P.M. -SAB- SII					
Tiempo en el negocio	14 AÑOS	V e n t a s	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
					X	

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	ARTAZA CAFÉ		Fecha entrevista	20/05/2019		
Nombre Emprendedor (a)	PIA ARTAZA		Edad	37		
Último curso aprobado	UNIVERSIDAD COMPLETA					
Profesión u oficio	DISEÑADORA					
Rubro	GASTRONOMIA / CAFETERIA					
Tipo de emprendedor	Empleado	No empleado	Producto	Servicio		
	X (PMA/TPE)		X	X		
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	NO					
Género/seudónimo	FEMENINO / P37					
Formalización del negocio (detallar)	SI / P.M.I.C.S.I.S.U.					
Tiempo en el negocio	2 AÑOS	V e n t a s	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
				X	X	

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	GALLETAS DEL MUNDO		Fecha entrevista	12/06/2019		
Nombre Emprendedor (a)	JUAN CLAUDIO HIGUANS		Edad	51		
Último curso aprobado	UNIVERSITARIO					
Profesión u oficio	AGRONOMO					
Rubro	REPASTERIA					
Tipo de emprendedor	Empleado	No empleado	Producto	Servicio		
	X		X			
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	NO					
Género/seudónimo	MASCULINO / J51					
Formalización del negocio (detallar)	SI / SII / S.S.					
Tiempo en el negocio	2 AÑOS X MEDIO	V e n t a s	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
				X		

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	TALERA TEXTIL CATDUEA			Fecha entrevista	18/06/2019	
Nombre Emprendedor (a)	ANDREA HUANACAMA			Edad	35	
Último curso aprobado	UNIVERSITARIO COMPLETO					
Profesión u oficio	ING. INFORMÁTICA					
Rubro	DISEÑO TEXTIL					
Tipo emprendedor de	Empleador	No empleador	Producto	Servicio		
		X	X			
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	SÍ; ESPARADICAMENTE					
Género/seudónimo	FEMENINO / A 35					
Formalización del negocio (detallar)	S.I. P.J. (E.I.R.L.); S.I.E.					
Tiempo en el negocio	4 años	V	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	MANZANA Y CANELA			Fecha entrevista	20/08/2019	
Nombre Emprendedor (a)	PATRICIA GONZALEZ SOLIS			Edad	64	
Último curso aprobado	Mg. EN EDUC. INF. EDUCATIVA					
Profesión u oficio	DISEÑADORA GRÁFICA					
Rubro	REPOSTERIA					
Tipo emprendedor de	Empleador	No empleador	Producto	Servicio		
		X	X			
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	NO					
Género/seudónimo	FEMENINO P64					
Formalización del negocio (detallar)	S.I. / P.M. / R.S. / S.I.I.					
Tiempo en el negocio	6 años	V	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
			X			

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	A MANCAY			Fecha entrevista	20/08/2019	
Nombre Emprendedor (a)	ANA MARÍA VALDES			Edad	37	
Último curso aprobado	UNIVERSIDAD					
Profesión u oficio	ED. DIF.					
Rubro	BAZAR					
Tipo de emprendedor	Empleador	No empleador	Producto	Servicio		
		X	X	X		
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	NO					
Género/seudónimo	FEMENINO / A37					
Formalización del negocio (detallar)	SI / S.P.A. / S.I.I.P.M.					
Tiempo en el negocio	1 AÑO	V	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
		e	X			
		n				
		t				
		a				
		s				

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.

Nombre emprendimiento	PIOLA ESTUDIO CREATIVO			Fecha entrevista	16/09/2019	
Nombre Emprendedor (a)	DANIEL OLGAÍN			Edad	37	
Último curso aprobado	DIPLOMAO SERVICIO UC.					
Profesión u oficio	DISEÑADOR					
Rubro	ECONOMÍA CREATIVA					
Tipo de emprendedor	Empleador	No empleador	Producto	Servicio		
	X		X	X		
Ejerce trabajo asalariado en paralelo (detallar)	SI (D.C. DISEÑO GRAF.)					
Género/seudónimo	MASCULINO // D37					
Formalización del negocio (detallar)	S.P. IRL					
Tiempo en el negocio	8 AÑOS	V	≤5.550 MM	≤16.630 MM	≤66.500 MM	PE
		e		X		
		n				
		t				
		a				
		s				

PE: Pequeña empresa, sobre 66.500MM (2400UF). Si no se marca este dato, el entrevistado no desea informar.