

APORTES A LA COMPRENSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE LA AUTOETNOGRAFÍA

Ivani Escalona Aguiar

Ingeniero Agrónomo

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA)

Barquisimeto. Edo. Lara, Venezuela

Email: ivaniescdv@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7982-7315>

Victoria Jiménez de Najul

Dra. en Ciencias Gerenciales

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA)

Barquisimeto. Edo. Lara, Venezuela

Email: victoria.jimenez@ucla.edu.ve

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3337-5437>

DOI: 10.5281/zenodo.7489407

RESUMEN

El emprendimiento es una actividad dinamizadora de la sociedad al aportar beneficios económicos y sociales. Su estudio tiene múltiples aristas al igual que orientaciones teóricas y metodológicas. Por ello, se presenta este estudio que persigue generar aportaciones para la comprensión del emprendimiento desde la autoetnografía. Este último, método cualitativo que permite brindar un producto investigativo donde se comprenda el contexto espacial y temporal en el que las informantes del estudio han vivido su experiencia como emprendedoras, abarcando las dimensiones cultural, social, económica y política. Todo ello, para describir y comprender sus vivencias desde una concepción de naturaleza interpretativa. Para la recolección de datos, se utilizó la entrevista en profundidad y observación participante. Para la generación de categorías se recurrió al análisis de contenido, reducción e integración de códigos hasta obtener las categorías finales. Todo ello, un proceso que hace concurrir en una misma investigación ciencia y arte. Este último, como proceso creativo junto a la narrativa con visos de expresión literaria. Las categorías finales emergieron de los testimonios y mi interpretación: El emprendedor y su esencia, El emprendimiento y su verdad, por último, Emprender y sus consecuencias. Con ellas estas categorías busco un todo organizado que aporte a la comprensión del objeto de estudio.

Palabras Clave: Emprendimiento, autoetnografía, Investigación cualitativa

CONTRIBUTIONS TO THE UNDERSTANDING OF ENTREPRENEURSHIP FROM AUTOETNOGRAPHY

ABSTRACT

Entrepreneurship is a dynamic activity of society by providing economic and social benefits. Its study has multiple edges as well as theoretical and methodological orientations. For this reason, this study is presented, which seeks to generate contributions for the understanding of entrepreneurship from autoethnography. The latter, a qualitative method that allows providing a research product where the spatial and temporal context in which the study informants have lived their experience as entrepreneurs is understood, covering the cultural, social, economic and political dimensions. All this, to describe and understand their experiences from a conception of an interpretive nature. For data collection, an in-depth interview and participant observation were used. For the generation of categories, content analysis, reduction and integration of codes were used until the final categories were obtained. All this, a process that makes science and art concur in the same investigation. The latter, as a creative process together with the narrative with overtones of literary expression. The latter, as a creative process together with the narrative with overtones of literary expression. The final categories emerged from the testimonials and my interpretation: The entrepreneur and its essence, Entrepreneurship and its truth, and finally, Entrepreneurship and its consequences. With these categories I look for an organized whole that contributes to the understanding of the object of study.

Keywords: Entrepreneurship, autoethnography, qualitative research.

INTRODUCCIÓN

El estudio del emprendimiento, clásicamente está enmarcado dentro de las ciencias económicas y empresariales. Al abordarlo desde otras perspectivas, no se pueden olvidar las múltiples dimensiones de esta actividad. Entre ellas, las que tienen que ver con el ser humano en un contexto específico, donde interactúa con otros y comparte significados y sentidos propios de su cultura. Estos hombres y mujeres poseen una dimensión particular intrincada, condicionada por el entorno, pero, específica que les hace dar respuesta al emprender y que marca la diferencia entre el éxito y el fracaso en esta actividad.

De allí, que estudiar este aspecto dinamizador, multivariado y transdisciplinario, sea un desafío por las múltiples aristas que configuran su dimensión teórica, empíricas y las también múltiples orientaciones metodológicas utilizadas para generar conocimiento sobre este fenómeno. Por ello, este estudio toma una orientación que persigue generar aportaciones para la comprensión del emprendimiento desde una controversial apuesta metodológica; la autoetnografía. Metodología cualitativa que permite brindar un producto investigativo donde se comprenda el contexto espacial y temporal en el que las informantes del estudio han vivido su experiencia como emprendedoras abarcando las dimensiones: cultural, social, y política. Todo ello, para describir y entender sus vivencias.

El Contexto De La Investigación

Al estudiar el papel del ser humano dentro del hacer social se debe tener presente que ninguna disciplina puede hablar de este sin recurrir a las otras disciplinas. Por ello, nada relacionado con el emprendimiento viene

en bloques de conocimiento. Es así, como se considera esta área del saber. Al igual que Leite et al., (2015) se asume, “El ser emprendedor como una actitud frente a la vida aplicable a todas las profesiones” (p.288). Con esta afirmación se aborda lo relevante de estudiar el emprendimiento como actividad dinamizada por quien la ejerce con efecto en los diferentes ámbitos del accionar humano, tal como el social, económico, político, cultural, entre otros. Desde diferentes actividades productivas entre las que está el hacer del agrónomo, veterinario, economista y cientos de profesiones y oficios.

Esta, es parte de las razones por las que se desarrolló esta investigación como requisito parcial para ser Ingeniero Agrónomo. Al momento de evaluar los posibles temas de investigación y la posibilidad de ser desarrollados, mi tutora y yo consideramos la realidad del entorno marcado por la pandemia, mi realidad como migrante, experiencia laboral e iniciativas de emprendimiento, las diferentes perspectivas metodológicas y el emprendimiento como tema transdisciplinario. Así, llegamos al emprendimiento, como objeto de estudio y la autoetnografía como método para sistematizar mi experiencia al permitirme un papel activo en la generación de conocimiento.

Considero, el agrónomo en el siglo XXI debe estar sensibilizado ante la creciente necesidad de ampliar su campo de acción más allá de las ciencias básicas y enfoques disciplinares tradicionales para dar respuestas efectivas a la compleja realidad de los tiempos que corren y los que vendrán.

El agrónomo es un ser social con responsabilidades que cumplir e iniciativas por desarrollar. El conocimiento técnico producto de su formación es un eslabón que junto a su capacidad emprendedora marcarán diferencia como actor social productivo. Por ello, los aportes generados en esta

investigación considero son pertinentes como tema de investigación.

Por ello, iniciamos este proceso investigativo desde mi experiencia, con sus éxitos y fracasos, llena de aprendizajes derivados de los muchos intentos que desarrollé buscando crear valor y dejar atrás la falta de dinero y de autonomía en mi vida. Mis experiencias, me enseñaron que, al momento de emprender, la sostenibilidad de la idea proyectada en la acción, es factor importante para evitar pérdidas de esfuerzos, dinero, tiempo y lo más nocivo para cualquier persona, el desaliento que puede dejar la experiencia.

Desde mi yo: joven, migrante, emprendedora

He aprendido con los años, que todos nos movemos buscando ratificar nuestro deseo de vivir, cómo logramos satisfacer este, depende en mayor parte de aspectos de índole personal. En mi caso, persiguiendo sueños y oportunidades salgo de mi país. Migrar, no es una moda, la vida retirada de lo que conoces, de los tuyos puede ser muy difícil. Sé que no soy la primera ni la última y que a lo largo de la historia han existido hombres y mujeres que marcaron y marcan la diferencia, pasaron de soñar y pensar a hacer, dejando una obra, un legado. Todos ellos, emprendedores. Si revisamos qué es un emprendedor, nos daremos cuenta que somos más de los que imaginamos.

Existe, mucha y variada información sobre el tema. Por ello, inicio destacando que un emprendedor, es una persona que identifica una necesidad y conociendo los riesgos, inicia la acción de organizar los recursos necesarios para convertirse en creador o fundador de una empresa o negocio (individual o colectivamente) con la finalidad de solventar la necesidad que lo impulsa, obteniendo una respectiva ganancia. Schumpeter, (1936) citado por Hidalgo (2014), de este notable economista, quiero tomar la palabra acción, no como movimiento

corporal, sino la del conjunto de movimientos coordinados e intencionados que llevan al cambio, al logro de objetivos, a la consolidación de cosas. En mi caso de sueños. Tal vez, por mi juventud no escatimé en riesgo, moví mis hilos y me puse en acción con altos y bajos, a veces con más pérdidas que ganancias materiales, pero todo rico en aprendizaje hoy puedo decir que entendí a plenitud la frase que reza lo que no mata fortalece.

En el mismo orden de ideas, un poco más contemporáneo, pero tan vigente como el anterior autor tenemos a Stevenson en la década de los 80 del siglo pasado quien “interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Este análisis ha servido para apoyar el emprendimiento tanto a empresarios como a empleados de compañías de todo tipo” citado por Castillo (1999, p.7).

También según Hidalgo (2014) “quien entiende el emprendimiento, como tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada” (p.47). Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere visión, pasión y el compromiso para guiarse y guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados.

Entiendo los planteamientos del autor, materializar una idea necesita un carburante tangible que hay que ubicar, dinero y/o garantías. Planificar abrirse camino requiere de concentración y un conocimiento del entorno donde se ubica tu idea semilla para trabajar con la mente puesta en el proceso de desarrollo y en los frutos, nada se puede perder de vista. Todas las fortalezas en pro de la idea, esquivando los posibles embates por

medio del fijarnos en, qué tenemos y no en lo que hace falta. Sin perder contacto con la realidad.

Es aquí, donde además recorro siempre a lo que considero mi motor que impulsa el logro de mis deseos y no es más que la visualización, recorro el proceso de principio a fin, pensando siempre que lo he obtenido. Esto me da un aporte adicional que me llena de energía y la confianza que da la certeza de que puedo alcanzar mis metas, pues en mi mente lo he recreado muchas veces, para este ejercicio se necesita lo mismo que requiero como emprendedora, constancia y disciplina y atención para no desviar mis pensamientos ni energía.

Por ello, coincido con Schumpeter (1934) referido por Teran-Yepey (2019) quien “describió la iniciativa emprendedora como un motor de los sistemas basados en el mercado. Además, explicó que la innovación abarca la resolución de problemas y enfatizó al emprendedor, como un solucionador de problemas” (p. 12). Es hacer, es crear vías que no existen, maximizando la oportunidad y los recursos, sean estos dinero, energía humana o no. Cuando esto es así, al evaluar nuestro desempeño como creador emprendedor, todo se potencia desde la ganancia hasta la fe en ti mismo.

Por ello, cuando estudiamos qué es el emprendimiento, debe considerarse que consiste en un modelo que abarca desde el proceso de emprender hasta su ejecución. Crear nuevas empresas es el resultado de la interacción de varios factores: situacionales sociales, psicológicos, culturales, económicos, etc. Cada aspecto ocurre en un espacio físico y de tiempo determinado que impacta sobre los agentes, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias, herencia cultural y social.

Es así como, ser venezolana, mujer y emprendedora en Ecuador, es una experiencia que me permitió comparar las dinámicas sociales, económicas,

jurídicas, culturales, también los gustos y preferencias que exigen al emprendedor foráneo recurrir a asesorías, y apoyo de los locales en busca de consolidar tu sueño. Entiendes en esa búsqueda, que las dificultades a veces son reales propias del contexto, pero la gran mayoría tienen que ver con aspectos de tipo personal y descubres que la mayor limitante a veces es el miedo, que no reconoces que tiene, y te hacer ver peros donde otros ven oportunidades.

Entonces, emprender es saber evaluar y aprovechar las oportunidades que se presentan. En este sentido Querejazu (2020) explica al emprendedor como “aquellos que rastrean las oportunidades económicas enfrentando la incertidumbre” (p.76). Particularmente, los malos momentos económicos son los que nos impulsan a salir de nuestra zona de confort y comenzar con un emprendimiento, en mi caso, desde pequeña pude ver cómo mi papá tenía un espíritu emprendedor, él tenía su microempresa de máquina de loterías, yo podía ver cómo él era dueño de su horario y de su tiempo, mientras veía como otras personas se regían de un horario y aun así no tenían un poder adquisitivo alto como el de mi padre, es por eso, que desde niña grabé en mi mente que si mi papá hacia eso, de lógica yo también tenía que ser así.

Recuerdo que de niña tomaba el dinero de mi merienda escolar y compraba cualquier cosa que pudiera revender en el colegio, a medida que fue pasando el tiempo mi papá se alejó de mi casa y mi mamá solo limpiaba unas oficinas y peluquería con eso nos ayudábamos un poco, fue entonces cuando decidí emprender y salir a la calle a vender empanadas en los mercados. Cuando comencé a ver el dinero que ganaba siendo mi propio jefe declare que esta sería mi vida, me planteé emprender en mi país Venezuela, pero fue entonces que la situación no me lo permitió, así que

emigre a otro país y fue allí donde emprendí, dónde jamás me imaginé ni de lo que me imaginé, ya que siempre quise emprender en mi área de agronomía, fertilización y abonos orgánicos, pues termine emprendiendo en el área de alimentación. Para ello, inauguré una microempresa de alimentos e innové para poder atrapar a una sociedad no acostumbrada a comer alimentos venezolanos. Mi panadería responde a las necesidades y gusto de compatriotas y ecuatorianos en Quito.

Por todo lo expuesto, y con la intención de sistematizar mi experiencia y la de quienes comparten en estos momentos la construcción de una aspiración, de un deseo de vivir, ser y hacer, me atrevo a construir un conocimiento “vivo” desde las prácticas del emprender.

Por esta razón recorro a la autoetnografía por su poder sistematizador de conocimientos, donde lo social y cultural son foco de interés y donde también puedo ser voz activa dentro del proceso de investigación. Aportando desde mis reflexiones que sume a la comprensión de una actividad motor de la sociedad desde mis vivencias y la de mis informantes claves.

En consecuencia y guardando una paridad con el camino metodológico, es decir, el método, se tiene como intencionalidad de la investigación, generar aportes para la comprensión del emprendimiento desde la autoetnografía.

Distinciones Teóricas del Estudio

Emprendedor

Iniciar con las distinciones teóricas exige ir a la etimología de la palabra según Rojas (2020) el término emprendedor tiene su origen en el idioma francés “entrepreneur” cuyo significado es “pionero” este derivado del latín “imprenderere” que significa hacer, cometer, realizar, entre otras. Su uso se remonta al siglo

XVI estaba más ligado a la aventura, la odisea, a un proyecto cargado de incertidumbre. En el ámbito de los negocios se comienza a utilizar para designar a empresas originales, innovadoras, distinguibles de otras.

Las investigaciones de percepciones de los ejecutivos describen el espíritu emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Para Hidalgo, (2014).

“Cuando estudiamos qué es el emprendimiento debe considerarse que consiste en un modelo que abarca desde el proceso de emprender hasta su ejecución. El proceso de formación de nuevas empresas y de empresarios es el resultado de la interacción de varios factores: situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, etc.; y cada elemento ocurre en un espacio físico y de tiempo determinado que impacta sobre los agentes, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias y herencias culturales y sociales”. (p.48)

Queda claro el conjunto de atributos y capacidades que debe tener un emprendedor quien junto a ellas debe apostar por una constante actualización, en lo personal, capacidad relacionadas con el ser, el saber, el hacer, es decir sus competencias.

De allí que hay que destacar algunas de las exigencias/cualidades que requiere la atención de emprendedores: disposición para el trabajo en equipo junto a un trato cortés y construcción de ambientes de trabajo. Además, capacidad de líder, en consecuencia, empático, que sabe escuchar y dirigirse a las personas de su entorno. Junto a lo dicho, estratega, planificador nato y visualizador de procesos y posibles escenarios.

Características del emprendedor

En este aspecto Alcaraz (2011) plantea al hacer una revisión de fuentes bibliográficas en que un emprendedor posee características que los distinguen de

otras personas. Según el autor, estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas. Al citar a Kao (1989), dice que el emprendedor es una persona con: Compromiso total, determinación y perseverancia, capacidad para alcanzar metas, orientación a las metas y oportunidades, iniciativa y responsabilidad, persistencia en la solución de problemas, realismo, autoconfianza, altos niveles de energía, busca de realimentación, control interno alto, toma de riesgos calculados, baja necesidad de estatus y poder, integridad y confiabilidad, tolerancia al cambio.

Continuando con Alcaraz (2011) quien divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

El **emprendedor administrativo**. No se conforma con lo superficial, investiga y sustenta debidamente nuevas formas y vías para que las cosas sean posibles.

El **emprendedor oportunista**. Está constantemente imbuido en el entorno para distinguir oportunidades. Este, es capaz de clasificarlas visualizando sus fortalezas y debilidades. Además, puede como estrategia direccionar la acción para hacerlas efectivas y rentables.

El **emprendedor adquisitivo**. Constantemente recurre al poder de la innovación como estrategia segura para garantizar crecimiento con base en mejoras continuas.

El **emprendedor incubador**. Al igual que los anteriores los motiva el crecer, obtener oportunidades y ser autónomo. Para ello, va creando nuevos negocios independientes de los existentes como sinónimo de expansión. Sus ideas de emprendimiento pueden ser nuevas o derivar de un emprendimiento ya existente.

El **emprendedor imitador**. Al igual que el imitador está constantemente inmerso en el entorno en el que se ocupa de observar qué hacen otros emprendedores exitosos para

así, replicar la idea pero con las mejoras que él considera le aportaran mayores éxitos a la idea.

Emprendimiento

Una idea original y con proyecciones de éxito tienen en algún momento que ser ejecutadas. Suele denominarse proyecto en desarrollo, en definitivas es una idea direccionada por un fin que la mayoría de las veces es de tipo económico, pero todo lo que el hombre hace con una intención clara es un emprendimiento. A este le acompaña ciertos niveles de incertidumbre y es lógico y sabemos que vivimos en un mundo complejo y dinámico, nada en él es estativo y mucho menos certero en un cien por ciento.

Al revisar las fuentes bibliográficas se pudo notar que no existe consenso sobre qué es el emprendimiento. Lo que lo convierte en un vocablo polisémico. No existe consenso sobre la definición de emprendedor y los límites de sus enfoques. (Formichella, 2004). Es un fenómeno, multidimensional y para la elaboración de una teoría de la pequeña empresa, debe ser indagado teniendo el emprendedor un papel destacado, debido a que es éste quien dinamiza y hace particular sus dimensiones.

Pueden distinguirse dos categorías de emprendedores: los emprendedores voluntarios y los involuntarios. Conde y Saleme, (2003). Los involuntarios, se ven forzados a crear su propio empleo y tienden a auto-emplearse, pero en realidad esto los aparta de calzar en la definición de emprendedor. Contrario caso es el de los emprendedores voluntarios que buscan desarrollar sus capacidades.

En este sentido, Aragón y Severi (2002) los emprendedores son independientes, enérgicos, soñadores, tomadores de decisión, realizadores, activos, entusiastas y se sienten responsables de su destino. Para ello, se plantean equilibrio en lo personal. Separando la

dimensión humana de la económica en balance, ganar-ganar. Todo lo dicho busca adecuarse a una definición. Cabe hacer la salvedad, que el emprendimiento y el emprendedor no están separados y cada caso debe ser estudiado en contexto para así rescatar del entorno y del individuo que emprende una aproximación de esta condición del hombre productivo que vive en sociedad.

Para cerrar se recurre a la siguiente definición “el emprendedor es quien detecta una oportunidad, posee las habilidades necesarias para llevar adelante su proyecto, y de esta manera alcanzar sus objetivos” (Aragón & Severi, 2002, p. 38). No es tan simple, aunque si valida pues recoge la esencia. Se insiste en el estudio de las particularidades del fenómeno como recursivo por las particularidades como ya se dijo del contexto y del individuo que emprende o de los emprendedores actuando en conjunto, situación que otorga un plus adicional.

Estrategias Metodológicas

En esta fase el abordaje del estudio está dirigido a diseñar las líneas rectoras del proceso investigativo, con la intención de generar aportes para la comprensión del emprendimiento desde la autoetnografía, se asume la naturaleza de la investigación desde la perspectiva metodológica cualitativa.

La investigación cualitativa, según Sandín (2003), está encaminada a la comprensión profunda de los fenómenos. Esta signada por decisiones que pretenden el descubrimiento y desarrollo organizado de conocimientos. Es así como la realidad social en un movimiento inductivo se funda en los testimonios y vivencias aportadas por los versionantes de la investigación. El investigador se adentra en el contexto social que estudia, sin procurar construcciones a priori; la observa tal cual son, en su ambiente natural, sin modificarla.

Asimismo, el estudio se ubica en el paradigma interpretativo, por cuanto, expresa Folgueiras (2009), que toma como sustrato generador de conocimiento la vida cotidiana y la intersubjetividad. Las múltiples realidades son construidas por las informantes claves representadas por las emprendedoras quienes, por medio de su testimonio focalizado compartieron sus experiencias, vivencias e interpretaciones desde su perspectiva; por lo cual la realidad emerge como una ordenación de los diversos significados dados por ellas; es una interacción dialógica entre el investigador y el objeto de la investigación.

La Autoetnografía como Método

El espectro de métodos para investigar en ciencias sociales cada vez se amplía debido a lo complejo e intrincado que es el mundo de la vida donde el investigador irrumpe en busca de conocimiento. Entre las propuestas tenemos la autoetnografía, método por el que se apuesta, aunque está rodeado de polémicas por lo audaz de su enfoque, al sacar del anonimato al etnógrafo y darle protagonismo activo como actor social y referente del estudio.

La autoetnografía, es definida como un método de investigación cualitativa, proceso creativo donde según Cáceres (2019) el estudio parte de la autorreflexión combinada con las experiencias y reflexiones de informantes que comparten una cultura. Se apoya en la descripción, aunque remonta a la interpretación comprensiva como producción final. Inquietantemente, reta la ciencia tradicional al introducir una narrativa con matices literarios donde se reconoce la legitimidad de los otros como creadores y co-creadores de la realidad compartida en un determinado espacio social y cultural.

Ellis, et. al., (2015), define la autoetnografía como “un género autobiográfico de escritura e investigación que muestra múltiples capas de conocimiento” (2004,

p.37). Esto la tiñe de una profunda subjetividad desde el yo del investigador en relación con los otros en un entorno sociocultural con la intención de generar conocimiento desde lo multidimensional del ser humano, de allí lo profundo de sus aportes.

Con este fin me incluyo como versionante del estudio (Ivani), miro desde el amplio panorama que es la realidad de lo vivido y lo que está por venir como emprendedora para validar desde los otros, mis colegas Karen y Mónica. El estudiar el emprendimiento y darle esta perspectiva, arroja el fenómeno desde lo que es, una actividad productiva, donde somos creadoras de sueños, y transformadoras de la sociedad al producir un servicio que va más allá de lo económico al tener profundas repercusiones en nuestra dimensión individual humana. La gran bondad de la autoetnografía es que ofrece la posibilidad de reflexionar y esto da pie al cambio personal y colectivo, desde la experiencia en contexto. El discursar dialógico entre pares semejantes y opuesto como lo individual y colectivo, lo interno y externo, da la base para conocer en profundidad, damos al blanco de la diana, donde la superficialidad, es desatino.

En sintonía con lo dicho, considero que la autoetnografía es un método de investigación cualitativa que permite reflexionar y analizar los fenómenos sociales y personales. Desde una perspectiva subjetiva, donde uno el rigor de la ciencia con mi perspectiva creadora a veces como interpretación, entretejida con mi vivencia queriendo articular una narrativa que recoja mi sueño y verdad.

Técnicas de Captura de Significados

El tema que me ocupa es el emprendimiento fenómeno de estudio socialmente construido, dinámico y contextualizado por las entrevistadas, quienes le atribuyen sus propios significados de acuerdo a la interacción de sus experiencias en contextos. Por tanto, el

camino para generar conocimiento inicia con la investigación cualitativa como un proceso que involucra la comprensión del sentido que los sujetos dan a sus experiencias; es por ello que la comprensión del hecho social hay que razonarla en el marco de una interpretación en contexto determinado.

Asumidos los planteamientos anteriores, el método de este estudio tiene que ver con la ciencia como arte de interpretar, precisa que este proceso es natural en el ser humano en todo intento de conocer las realidades con que convive, bien sea utilizando textos orales, escritos, analizando sus conductas o estudiando los gestos de cualquier naturaleza que expresan su vida.

Así, una vez ubicados los versionantes de la investigación pasamos a un momento relacionado con las técnicas de investigación social, representadas por la entrevista en profundidad, que implica un dialogo entre iguales. La entrevista según Folgueiras (ob.cit), es la técnica orientada a obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de los informantes en relación a la situación que se está estudiando.

Técnicas para la Interpretación de Significados.

Este momento viene dado por el análisis y generación de categorías, fue realizado mediante interacción constante entre el investigador y los datos. A estos se le hizo un minucioso análisis de contenido que implicó la comparación de los datos, es decir, comparar incidentes aplicables a cada categoría de información. Para ello, se buscaron significados atribuidos por los informantes e identificados por la investigadora en aras de comprender el fenómeno del emprendimiento desde las entrevistadas donde se capturó la experiencia.

Posteriormente se ubicaron las categorías; este ordenamiento pone en evidencia mis condiciones para establecer relación productiva y artística al buscar un

sentido a los datos cualitativos que con la intención de cumplir con los supuestos de la autoetnografía me sumerjo para hacer que aflore la intención última del estudio, es decir, aportes desde la ciencia no convencional de conceptos que enlazados como unidad aporten mi contribución sobre el emprendimiento desde mi visión recursiva puesta en función de mi yo como mujer, migrante y emprendedora.

Aportaciones para la comprensión del emprendimiento desde la autoetnografía

Las categorías emergentes del análisis, comparación e integración, son: El emprendedor y su esencia, El emprendimiento y su Verdad, El emprender y su consecuencia. Cabe destacar, que la relación entre categorías y subcategorías emergentes de la codificación, es decir, el proceso de reagrupar los datos que se fracturaron durante el análisis y relacionarlas con sus subcategorías para formar una comprensión más precisas y completas. De allí, la gráfica donde relaciono el hacer de mis informantes y el mío al ubicarnos dentro de nuestras áreas, alimentos, Karen y yo, en construcción, Mónica. Todo hallazgo que emergió fue producto de mi interpretación desde mis conocimientos sobre el tema y vivencias. Apegada desde luego al método y su poder sistematizador. Así queda claro para mí, con la investigación cualitativa, el nivel de abstracción del investigador se pone de manifiesto cuando se abordan de forma acuciosa las conceptualizaciones, desde las categorías, pasando por las subcategorías hasta la identificación de las consecuencias, constituye en sí expresión de sistematicidad.

Una construcción comprensiva de un tema que ha sido abordado tradicionalmente desde las ciencias económicas y admirativas de forma más reciente. El tema de investigación en el campo de la psicología, representa un desafío, un intento en el que deseo organizar conocimiento desde mi vivencia y las de mis colegas.

Poder hacerlo y compartirlo es un acto liberador debido a que me permite contribuir con su ampliación y redimensionarlo desde la particularidad de mi enfoque. A continuación, la ampliación y contrastación de las categorías emergentes y sus subcategorías representadas en los conceptos: El emprendedor y su esencia, El emprendimiento y su verdad, por último, Emprender y sus consecuencias.

El Emprendedor y su Esencia:

La esencia considero es aquello que sintetiza, lo que es el ser humano. Según el Diccionario de la Real Academia Española “la esencia es aquello que constituye la naturaleza de las cosas, lo permanente, lo invariable de ellas (s/p)”. Mi experiencia me lleva a creer que un emprendedor debe ser un ser humano, si bien, no superdotado, sí, poseer un sello distintivo, cualidades que a veces se sienten y observar al compartir con ellos y ellas. Al conversar con mis colaboradoras y reflexionando sobre mi particular esencia. Los aspectos comunes en alguien que se impulsa, que quiere una vida mejor según mi análisis, interpretación y comprensión, parte de querer cosas mejores para nuestras vidas.

Autopercepción positiva: En mi caso particular parte de un aspecto que te hace querer moverte y es un amor propio, aspecto declarado por una de las informantes al sostener que “me considero una persona detallista, emprendedora, enfocada, ansiosa muy asertiva y positiva, siento que soy diferente a otras personas en cuanto a que sé que puedo obtener todo lo que yo quiero solo con atraerlo mentalmente”. A esto se suma el tener objetivos claros, luchar por lo que se quiere. Son dos aspectos esenciales que direccionan y focalizan la acción para evitar desviaciones, en el caso de un emprendimiento del tipo que sea de recursos materiales, financieros y fuerza humana. Respecto a estas afirmaciones, Núñez y et al., (2016) al estudiar el tema

encontraron que hay asociación entre, cómo se percibe el emprendedor y sus habilidades para emprender exitosamente.

Formación y educación: considero que la educación y formación no son un aspecto del todo determinante. Desde mi experiencia puedo decir que suma a la cristalización y logro de objetivos para que la idea semilla crezca y se convierta en realidad tangible. En mi caso tengo formación en gerencia, sé lo importante desde el punto de vista teórico y práctico de planificar, organizar dirigir y controlar. En los testimonios de las compañeras podemos apreciar que son especialistas del área contable. En definitiva, puedo decir que la esencia del emprendedor es aprendizaje continuo proveniente de la educación formal, informal y de la formación que viene de la reflexión.

Es recomendable, partir de un diagnóstico sincero sobre los puntos fuertes y débiles que se poseen como emprendedor. Además, de formar parte de un equipo, también extenderlo hasta ello, con la intención de potenciar lo bueno y solventar las debilidades por medio de un realista programa de formación. El momento adecuado para ello, es un continuo en el tiempo, pues en la medida que se crece, así crecen las demandas del entorno en cuanto a aptitudes y capacidades.

En este sentido, Rico et al. (2015) concluye al estudiar el impacto de la educación sobre el emprendimiento que “Como conocimientos necesarios para emprender se muestran la gestión de empresas, conocimientos técnicos y nuevas tecnologías, así como los conocimientos transversales sobre autoempleo” (p. 245). Es por ello, que hoy por hoy emprender demanda de quien lo hace múltiples conocimientos para que el producto que ofrece cumpla con los estándares de forma eficaz y se distinga de los otros. Esto no se logra solo con impulso vital, hace falta saber.

Visión estratégica: Este es un aspecto recurrente dentro de nuestros testimonios, no es solo emprender, es también tener la capacidad que tu empresa se mantenga en el tiempo. Este es uno de los aspectos más difíciles del emprender. Por ello, debe ser parte esencial del emprendedor para poder definirse como tal. En el campo gerencial se considera que la visión estratégica es todo lo que se aspira ser en un futuro. En palabras de Lado (2001), “visión estratégica deja claramente expuesto el conjunto de acciones que la empresa debe ejecutar para sostener su valor económico en el futuro, avalando y explorando sus ventajas competitivas”. (p.8). Para un emprendedor, es saber, direccionar el crecimiento de sus actividad en pos de objetivos. Es visualizar, qué lugar ocupar frente a los competidores. En nuestro caso, este último aspecto es un punto álgido, pues de ello depende nuestro ingreso. Estas habilidades de no tenerse deben ser desarrolladas, por ello, esenciales.

El emprendedor y su verdad

Emprender es una tarea que no se puede llevar a la ligera. La actividad de emprendedora con miras a hacerte un camino y constituirse en una forma de vida para la manutención propia y de otros tiene en sí, aspectos para la reflexión. Si bien es cierto, como ya se dijo, sobre el emprendedor descansa el éxito y fracaso de la actividad no es menos cierto que la actividad como tal tiene unas constantes que emergen como muy presentes y que ningún estudioso o emprendedor puede perder de vista.

Comenzar es difícil: inicio con la afirmación “Si estás pensando en emprender, debes tener claro que montar un negocio no es un camino de rosas” (Emprendedores, 2021, s/p). Así lo creo desde mi experiencia y la de mis colaboradoras. En el camino podemos sufrir muchas decepciones producto de nuestra falta de pericia en el área que se emprende. Hay que estar preparado mentalmente para lo inesperado en mi caso

enfrenté aspectos personales que como fue “que mi papá me dio la espalda, incluso se alejó de mí y eso golpeó fuerte mi entusiasmo y mi ánimo, creo que comencé con los ánimos muy bajos y eso hizo que de allí se desencadenara una serie de cosas negativas, no me fue bien en el local que estaba inicialmente, mi prima quien me traje de Venezuela para que trabajará conmigo termino fallándome y dejándome sola, nos robaron en el local donde estaba, hasta que tuve que cerrar ese sitio, reinventarme y empezar de nuevo en otro lugar” (Ivani, 2021). Somos seres emocionales y a veces no sabemos dar respuesta a estas para superar el nudo crítico que producen en nosotros. Como se puede apreciar en mi testimonio revela una pobre capacidad de gestión de mi empresa, así como de mis emociones, factor que llevo al fracaso. Pero mis fuerzas y empuje no dejaron que esto defiera mi futuro. Por lo ello, me reinventé, persistí y la historia hoy es otra y me dejó ver que de los errores se aprende.

Por su parte Karen vivió lo que muchos emprendedores tienen que sufrir al inicio y es la falta de un equipo adecuado tal como nos relata “una de las dificultades que he tenido es que yo comencé con mis productos de mi casa, o sea tenía un horno que me regaló mi tía, yo amasaba el producto a mano, entonces para mí sí fue duro y sacrificado, pero bueno siempre estuvieron ahí las ganas de independizarme, de ser mi propio jefe” (2021). Esta situación, exige estar muy motivado y claro en el qué y para qué de la actividad con la que emprendes. Para Mónica por las características de su emprendimiento le tocó iniciar capacitando y promoviendo las bondades de su producto. En definitiva, debemos prepararnos mental y físicamente para hacer frente a los desafíos emocionales, posibles reveses económicos, los grandes volúmenes de trabajo y la capacitación propia y de otros.

Oportunidad de negocio: Esta subcategoría es medular por eso forma parte de lo que llamo el emprender y su verdad. Aprendí de forma ruda, esta característica del emprender, queriendo independizarme y ganar dinero, cometí muchos errores. En principio con esta ilusión en algún momento antes de tener mi panadería fui subempleada en este ramo. Revendía pan en una comunidad al norte de Quito, al sacar mis cuentas no había saldo positivo para mí por lo que esta actividad termino.

Sin saber nada sobre hacer panes, pero sí que tenía frente a mí la necesidad del producto por las personas de la comunidad, procedí a buscar dinero para acondicionar el local que ya tenía. Conté con mucho apoyo de paisanos y locales. Hoy ofrezco el mismo producto, pero mejorado respondiendo al gusto de los locales y mis coterráneos. Me especialicé en panes y galletas al gusto venezolano y ecuatoriano.

Con lo dicho quiero destacar, que la oportunidad de un negocio implica la posibilidad de ofrecer productos o servicios a determinado público, a un precio que permita obtener algún beneficio. Para Ruiz, et, al. (2009) “la identificación y la selección de oportunidades correctas para la creación de nuevos negocios es casi la más importante habilidad de un emprendedor con éxito” (p.1). De esta manera, la explicación del descubrimiento de Karen y Mónica mis informantes. la primera nos comentó “Mi emprendimiento surgió de la necesidad de tener pan por aquí por el sector donde yo vivo, la verdad que no contábamos con una panadería y ese fue el impulso que a mí me dio para que yo pueda poner mi panadería aquí en mi barrio. (2021). Vemos como identificó una necesidad, evaluó y ejecutó por medio de ofrecer un producto que no existía en una localidad. Igual pasó con Karen dentro del sector de la Construcción.

Confianza en el producto: Esta es la base sobre la cual desarrollamos nuestra actividad, es decir, el bien que ofrecemos, por el que recibimos remuneración y que satisface a nuestros vecinos que lo consumen. Nos esmeramos en su calidad la que tiene como valor agregado el trato al cliente y el precio, ya que sabemos que un cliente satisfecho con el producto y el trato, es un cliente que regresará, se tornará continuo y aunque la competencia aumente estará cautivo. Aunado a ello, buscamos manejarnos como sello distintivo entre calidad, trato al cliente y precio. Esto como estrategia para hacer frente a la competencia. Tenemos confianza en todo lo que compartimos con nuestra clientela que va desde espacios limpios y dignos hasta trato cordial y respetuoso ese es un sello que nos distingue como emprendedoras y nótese que, aunque Mónica está en un ramo diferente al de Karen y el mío, lo dicho aplica para su emprendimiento. Sabemos que lo que intercambiamos por un valor su calidad es importante.

Expansión: la, expansión es el crecimiento que creemos lógico debe tener todo emprendimiento. Aunque esto no es lo que siempre ocurre con estas iniciativas. Pero sí, lo que ha pasado y deseamos siga pasando con nuestras empresas. Pasamos de trabajar rudimentariamente con todo lo que implica en términos de consumo de energía humana. El crecimiento nos dice cómo vamos, que debemos hacer para que se mantenga, que tan acertadas han sido nuestras decisiones. El negocio crece y junto a él nosotras como propietarias al incorporar producto de la vivencia y reflexión, aprendizaje sobre una actividad económica donde nos desempeñamos. Entonces, la expansión no solo es en la dimensión económica, lo es en todas las esferas de nuestra vida individual y como seres que hacemos vida en sociedad.

Emprender y sus consecuencias

Toda acción tiene una consecuencia, esta te lleva siempre a un lugar diferente. En el caso del emprendimiento bien direccionado, es decir, si has estudiado tu entorno, si tu producto cubre una necesidad, has recurrido a la planificación realista, flexible, orientada, has organizado, controlado, reflexionado sobre el proceso, tratado a tus clientes como lo que son lo primero y además vives en un país que te brinda estabilidad y seguridad jurídica, tu emprendimiento seguro rindió sus frutos tal como mi caso, y el de mis amigas. En este punto cabe mencionar que “El empoderamiento se relaciona, (...), con el poder, cambiando las relaciones de poder en favor de aquellos que con anterioridad tenían escasa autoridad sobre sus propias vidas” (Romano, citado por Crespo 2007, p. 3). Es decir, nosotras.

Por ello, el trabajo con objetivos claros nos ha retribuido sus frutos y dado una sensación buena. Poder responder por nosotras, familia y ofrecer a otros, parte de lo logrado. También, poder decidir, estar solventes, ser trabajadoras productivas, tener capacidad para seguir impactando nuestras vidas y la de otro positivamente, la resumo, en una palabra, empoderamiento. Podemos ver, que lo dicho guarda relación con los planteamientos de Silva y Loreto, 2004, quienes apoyándose en Rappaport (1984), refiere que el empoderamiento implica un proceso y mecanismos mediante los cuales las personas, las organizaciones y las comunidades ganan control sobre sus vidas. Definitivamente, así nos sentimos. Esto no quiere decir que la vida y nuestro trabajo están libres de altos y bajos, quiere decir, que ahora tenemos mayor capacidad de respuesta.

Empoderamiento personal: Todo parte de un deseo, un anhelo. Salgo de Venezuela buscando oportunidades, un paso que cuesta dar, dejar todo lo conocido atrás, es difícil. Ecuador, específicamente Quito

es la ciudad testigo de mis aprendizajes. El primero, el valor de la esperanza, los objetivos claros, la fe en mí y el trabajo como dinamizador de mis logros. Aunado a ello, afianzo firmemente creer en el poder de una mente enfocada. Esta sensación derivada del logro, es el poder que surge de la autovaloración, del confiar en mis capacidades pues no ha existido nada que no haya podido alcanzar, a pesar de las dificultades. Sé que esto es empoderarse. Emprender tiene ese efecto, que crece con la reflexión y el aprendizaje como una espiral que crece según el tamaño de tus sueños.

Empoderamiento material: Está relacionado con esa esfera de poder donde las ganancias de tu trabajo te permiten acceder a mejoras para ti, tu familia, la sociedad y por supuesto mejorará las condiciones de trabajo. Es una dimensión externa debido a que no viene del logro y del bienestar que produce el trabajo por el trabajo, pero es muy importante pues te ofrece la posibilidad de la materialidad. Es la retribución esperada para el poder hacer. Este tipo de empoderamiento, te coloca en una relación con los otros. El dinero y lo que puedes hacer con él, es una escala de ese poder. En este punto cito a Crespo, (2007) quien hace mención de la postura de Sen, (2005) quien afirma, “Si el poder significa control, el empoderamiento, por tanto, es el proceso de ganar control por parte de la gente” (p. 9). El empoderamiento material es reflejo externo de ese poder, el dinero su escala. Cuánto tienes, puede ser reflejo de cuanto puedes en términos de control.

Empoderamiento Social: No estamos solas en lo que hacemos. Trabajamos y vivimos junto a otros con quienes hacemos vida en común. Al emprender y convertir nuestros emprendimientos en fuente de ingresos y trabajo aportamos a la economía local y nacional, retribuimos y permitimos la reproducción de la sociedad en términos de bienestar, esa es nuestra intención.

Empoderar al colectivo accediendo junto a nosotras al bienestar construido que nos lleva a mayor participación económica y política. Esta última tiene que ver con la posibilidad de decidir el rumbo de nuestra sociedad al irradiar el bienestar que construimos con nuestro trabajo, fruto de nuestro emprendimiento.

De allí que nunca sabes al vivir en sociedad el rumbo que tomará la energía que empleaste produciendo un bien junto a otros. En este punto aplica lo dicho por Crespo, (2007) para quienes “el empoderamiento social es un proceso multidimensional que incluye a la persona, la pareja, la familia, el grupo, la comunidad, la organización social, las instituciones públicas y privadas, el sistema de redes y alianzas que vertebran el tejido social, y el contexto institucional y cultural” (p.7) Nuestro rol es definitorio de esa realidad, de allí que el emprender tenga una dimensión solapada con lo personal y material, esta puede decirse las absorbe pero todas se dinamizan, mueven, impulsan como una colmena de seres vivos que no deben perder de vista que es unidad.

Reflexiones Finales

La vida es un fluir, un oscilar a cuyo ritmo debemos movernos, hoy en esta ciudad, ya no tan ajena, florezco. Busco constantemente, la forma de expresar mi potencial y alcanzar mis metas. Entre ellas, se encuentra el ser ingeniero agrónomo. Razón por la que inicio este trabajo de investigación. Debo confesar que me ha dejado muchas inquietudes, producto de todas las reflexiones y recuerdos revividos.

Encontrarme con la autoetnografía significó, ordenar mi mente y comenzar a ver lo obvio. Fue un proceso donde por momentos necesite separarme de las emociones de la obviedad de la vivencia, fue buscar en mi interior y desde lo vivido, el valor de la teoría, para ampliarla con lo que mi capacidad me permitiera. Este no es un proceso fácil, exige unir realidades abstractas y

concretas para sumar a lo abstracto y mejorar la realidad una vez conocida.

Así, entiendo la importancia de mi investigación para la ciencia y para mi vida. Esta, no sólo me permite cerrar un ciclo y obtener mi grado académico, también me hace una mejor persona al ver el valor de lo que hago y la importancia para la sociedad. Puedo decir con orgullo, que soy una emprendedora, creo en mí y en mis capacidades, en el poder de mi mente al focalizarse. Con esto entiendo que doy fuerza a lo planificado y evalúo a la par.

Del proceso investigativo, me queda producto de la búsqueda de comprensión, que el emprendimiento tiene tres aristas muy amplias, que se solapan en una danza a veces, con una coreografía conocida, otras veces, más exótica e inquietante. Lo digo así pues me gusta bailar y es una imagen que viene a mi mente con la que quiero percibir, el oscilar de la realidad, del día a día de quien emprende, sea lo que sea, su iniciativa o empresa por la que espera una retribución. Entonces, para mí el emprendimiento tiene una dimensión individual, otra propia del emprendimiento, es decir, del bien que se ofrece y la tercera, lo que pasa cuando emprendes y tomas de él lo mejor. Con esto no quiero decir, que solo el éxito te empodera. Un revés en la empresa puede significar un gran aprendizaje. Aprender siempre da poder.

Es así, como hice abstracción o categoricé. Para cada concepto generado desde la autoetnografía partí de mi experiencia, me observé y observe a otros emprendedores, conversé y construí desde los relatos buscados validar cultural y socialmente los hallazgos que en un principio trataban sobre mí y el rumbo de la investigación que me llevó a comprender que el entorno y la cultura, nos hace comunes y singulares a la vez. Lo dialógico, es decir, esa conversación que se tiene entre lo

opuesto y complementario de la vida, de la realidad me hace más profunda. La investigación desde las metodologías cualitativa así lo exigen.

Al validar los hallazgos con mi experiencia y la de otros emprendedores entiendo que mi modesto aporte para la comprensión del emprendimiento desde la autoetnografía tiene cierto poder explicativo. Es como cuando algo engrana. Los hallazgos, pueden ser utilizados en lo personal y para comprender el éxito o fracaso al emprender.

Me hago consiente a un mayor nivel de la importancia del emprendimiento y particularmente, del poder potencial que tiene. El emprender, empodera a las personas y a la sociedad. Al emprender, apuntando al éxito colectivo, desde el bienestar personal.

Queda como tarea estudiar el emprendimiento no como generador de bienestar, hay que ir más allá y estudiarlo para el “bienestar”. Ello debido a que hay que partir del bien ser para que éste nos lleve al bienestar, es decir, la conciencia de lo importante de la individualidad en la construcción colectiva del mundo mejor desde el reconocer a nuestro prójimo.

Por último, el emprendedor no nace, se hace producto de su aprendizaje ya sea dentro del sistema educativo o la vida. Acá quiero más que reflexionar expresar una inquietud, un anhelo que parte del vacío que se tiene al egresar de nuestra universidad como agrónomos debido a que no se nos forma para la realidad de los nuevos tiempos donde no hay espacio para todos dentro de empresas u organismos públicos. Razón por la que ofertar una asignatura que convine lo teórico, práctico y vivencias sobre el emprender contribuiría con el país y con los egresados en la búsqueda de su realización como profesionales.

REFERENCIAS

- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de Éxito*. Cuarta edición. Editorial McGraw- Hill. México. <https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/pdf>
- Aragón F. & Severi M. (2002). *Características personales de los emprendedores. Diferencias con los ejecutivos de corporaciones*. Tesis de maestría no publicada, Universidad del Cema, Argentina. 1-49.
- Cáceres, J. (2019). *En busca de mi identidad como maestra: una visión desde la autoetnografía*. Universidad de Valladolid. Facultad De Educación De Segovia grado En Educación Infantil. <https://hdl.handle.net/11162/198497>
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. First Public Inc Chile S.A. En: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalin/inos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenazadelemprendimiento.pdf>
- Conde, R. & Salem M. (2003). Reconsideraciones de dos actores claves del desarrollo económico. La pequeña empresa y el emprendedor. Administración y organizaciones <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/articulo/view/297>
- Crespo, P., Rham, P., Gonzáles, G., Iturralde, P., Jaramillo B., & Mancero L., Moncada, M., Pérez Artemio, & Soria, C. (2007). Empoderamiento: conceptos y orientaciones. Serie Reflexiones y Aprendizajes ASOCAM. <https://www.shareweb.ch/site/Poverty-Wellbeing/resources/Archive%20files/Empoderamiento%20-%20Conceptos%20y%20Orientaciones%202007.pdf>
- Ellis, C; Adams, & T; Bochner, A. (2015). Autoetnografía: un Panorama. Revista Astrolabio. (2) 2015. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/articulo/download/11626/12041/0>
- Emprendedores, (2021). Estos son todos los problemas a los que se enfrenta un emprendedor <https://www.emprendedores.es/gestion/principales-problemas-emprender/#:~:text=Problemas%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20Incapacidad,toma%20de%20decisiones%20y%20la>
- Folgueiras, P. (2009). *Métodos y técnicas de recogida y análisis de información cualitativa*. Buenos Aires. <https://silo.tips/download/metodos-y-tecnicas-de-recogida-y-analisis-de-informacion-cualitativa>
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*. Conference: VII Congreso Nacional e internacional de Administración, y XI CONAMERCO (Congreso de Administración del MERCOSUR). https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local
- Hidalgo, F. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*. Rev. Alternativas UCSG. 2014; 15(1). <https://docplayer.es/21771578-La-cultura-del-emprendimiento-y-su-formacion.html>
- Lado, A. (2001). Universidad del Cema, Maestría en Dirección de Empresas Tesis: “Desarrollo de una Visión Estratégica” Autores: Adriana Lado Pose Estela Razzano Lorena Nerina Faccini Florencia Tiscornia. <https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2001/Faccini-MADE.pdf>
- Leite, E., Correia, Eb, Sánchez-Fernández, Md, Leite, E. (2015). *El Espíritu Emprendedor: Condicionantes para la Innovación*. Holo, 5, 278-291. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481547288024>
- Núñez Ladeveze, Núñez, M. (2016): “Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.069 a 1.089 <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1135/55.es.html>
DOI: 10.4185/RLCS-2016-1135
- Querejazu, C. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía Teoría y Práctica*. Nueva Época, año 28, número 52, enero-junio 2020. <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n52/2448-7481-etp-52-69.pdf>
- Rico, L; Palmero, C; Escolar L; Camino, M. (2015). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making-of y análisis de tres grupos de discusión Pedagogía Social. *Revista Interuniversitaria*, núm. 25, 2015, pp. 221-250 Sociedad Iberoamericana de Pedagogía Social Sevilla, España <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135043709013.pdf>

- Rojas, N. (2020). ¿Qué es el emprendimiento? Fundación Axel.
<https://www.funax.org/fs/blog/emprendimiento/12-9-que-es-el-emprendimiento>
- Ruiz, et. al. (2009). ¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso andaluz. Universidad de Granada.
https://www.researchgate.net/publication/41091653_Como_identifican_las_oportunidades_de_negocio_los_emprendedores_Una_aproximacion_descriptiva_al_caso_andaluz
- Sandín, M. (2003). *Investigación Cualitativa en Educación*. Fundamentos y Tradiciones. Editorial McGraw-Hill. México.
- Silva, C. & Loreto, M. (2004). Empoderamiento: Proceso, Nivel y Contexto. *Psykhe*, 13 (2),29-39
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96713203>
- Teran-Yepez, F. & Guerrero-Mora, A. (2019). ¿Emprendimiento Por Oportunidad O Por Necesidad? Estudio Comparativo Entre Países. *Revista Científica Multidisciplinaria Mikarimin*. Vol. 5, Núm. 2 (2019).
<http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1275/1174>