

Análisis narrativo de la identidad laboral en contexto de emprendimiento social.

Francisco José Águila, Heriberto Ledesma, Christopher Octuvia, Álvaro Urtubia

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Palabras clave:

Emprendimiento Social, identidad laboral, psicología discursiva, repertorios interpretativos, narrativa.

Resumen

Esta investigación analizó las narrativas identitarias laborales de un grupo de emprendedoras que trabajó asesorado por una Incubadora Social durante el año 2017, en la ciudad de Valparaíso. La metodología utilizada fue el Estudio de Casos con una orientación narrativa, el tamaño de la muestra fueron seis mujeres de entre 25 a 55 años. La entrevista activo-reflexiva permitió una aproximación más cercana al contexto cotidiano en el que se realizan sus emprendimientos, y el posterior análisis de repertorios interpretativos guió la construcción de su identidad laboral en torno a dos pilares fundamentales: 'El emprendimiento como lucha' y 'el posicionamiento de la mujer'. Ambos justificados por una serie de organizaciones recurrentes, dando orden y sentido a sus discursos. Los resultados arrojan que el emprendimiento trasciende al trabajo propiamente tal, relacionándolo con la familia, el desarrollo personal y la independencia, lo cual abre puertas a nuevos cuestionamientos para futuras investigaciones.

Narrative analysis of work identity in the context of social entrepreneurship.

Abstract

This research analyzed the work identity narratives of a group of female entrepreneurs that worked advised by a Social Incubator during the year 2017, in the city of Valparaíso. The methodology used was case study with a narrative orientation, the sample size was six women between twenty-five to fifty years of age. The active interview allowed a more close approximation to the daily context in which their entrepreneurship takes place, and the subsequent interpretative repertoire analysis guided the construction of their work identity around two fundamental cornerstones: 'Entrepreneurship as a struggle' and 'the positioning of women'. Both of them justified by a series of recurring organizations, giving order and meaning to their discourses. Results show that entrepreneurs transcends work itself, relating it to family, personal growth and independence, this opens doors to new questions for future investigations.

Keywords:

Social entrepreneurship, work identity, discursive psychology, interpretative repertoires, narrative

Introducción:

Un emprendedor es visto como una persona independiente, autosuficiente y capaz. Existe vasta teoría sobre el emprendimiento (Corporación de Fomento de la Producción, 2014; Amorós & Poblete, 2013; Bargsted, 2013; De Viries y Shields Davison, 2005), pero apenas una pequeña fracción de ella habla sobre la emergente corriente del “emprendimiento social”, el cual le da un giro a la materia, poniendo al emprendimiento al servicio de un grupo o comunidad que lo necesita.

Al mismo tiempo que existen personas en situación de vulnerabilidad que desean mejorar su condición por medio de un trabajo nuevo y muchas veces innovador, existen aquellos que se desempeñan en el mundo de los negocios, pero no han renunciado a su compromiso con la comunidad. Es aquí donde nace el campo del emprendimiento social, un esfuerzo conjunto entre grupos de personas con aspiraciones de emprender, y otras (principalmente voluntarias) que quieren ayudar a la concreción de estas intenciones.

La información e investigaciones con las que se cuentan al día de hoy respecto de los

procesos, modelos de organización dentro del rubro del emprendimiento social y su competitividad dentro del mercado ha ido en aumento en los últimos años en nuestro país, sin embargo, el conocimiento que se ha generado sobre las personas asesoradas por estas organizaciones sociales es escasa. En este contexto, al momento de proponerse una investigación que busque generar conocimiento sobre dichos individuos, es de suma importancia atender al acto social del discurso, comprendiendo que las experiencias y significados que cada persona les otorga serán en todo momento diversas y situadas dentro de un contexto particular, emergiendo variabilidad lingüística al considerar narrativas de tiempos pasados y lo que dentro de la sociedad es validado al día de hoy.

A lo largo de este paper se buscará conocer y analizar cómo construyen su identidad laboral las emprendedoras que se asesoran con una incubadora social, ubicada en la Región de Valparaíso, mediante el análisis de discurso, específicamente utilizando los repertorios interpretativos, enmarcando la investigación dentro del diseño de Estudio de Casos. Para este propósito se realizaron entrevistas activo-

reflexivas individuales a cada una de las participantes con una duración aproximada de una hora.

A continuación se presenta la fundamentación y relevancia del problema descrito, la definición de los conceptos más relevantes, la metodología de investigación y herramienta de análisis utilizada, los principales resultados, y finalmente las conclusiones y discusiones a ser tomadas en consideración para futuras investigaciones en esta materia.

Planteamiento del problema:

El “emprendimiento social” ha generado cada vez más interés entre los diversos investigadores. Sus características lo diferencian claramente de la noción clásica de emprendimiento, ligado comúnmente al surgimiento de negocios rentables. El emprendimiento social busca, por su parte, la puesta de los negocios al servicio del impacto social, es una forma alternativa de buscar salida a las múltiples necesidades de los sectores más vulnerables de la población.

Aspectos interesantes para indagar serían aquellos relacionados con la caracterización del emprendedor social (aquel que emprende),

incluyendo dentro de esto elementos personales (historia), sociales y contextuales. Esto, puesto que no se conoce mucho sobre las personas asesoradas por organizaciones que impulsan procesos de emprendimiento en contextos donde los obstáculos sociales están más presentes. El tener una noción más cercana de la realidad de dichas personas permitirá conocer la manera en que construyen su identidad laboral, adentrándose en cómo ésta articula y mantiene sus relaciones sociales dentro del contexto en el que se desenvuelve cotidianamente y los procesos que la llevaron hacia donde se encuentra ahora, entre otros tópicos importantes; generando así la oportunidad de que, como organización, puedan ajustarse estratégicamente a las inquietudes y necesidades de quienes asesoran.

Marco Teórico:

Haciendo en un primer momento un acercamiento al contexto en donde se delimita la presente investigación, entenderemos el concepto de emprendimiento social, basándonos en Bargsted (2013) y la Escuela de Administración (2012), como *un proceso que implica el reconocimiento de un equilibrio inestable en el que un grupo se ve afectado de*

manera negativa, lo que supone la elaboración, ejecución y sustentación de iniciativas orientadas a superar dicha dificultad y al logro de un beneficio común dirigido a este grupo humano, ya sea a través de actividades empresariales o social-comunitarias. La empresa social, la cual impulsa el proceso de emprendimiento social, se define como “una organización privada autónoma, formalizada o no, que comercializa productos o servicios de forma regular y cuyo objetivo primario es la generación de valor social” (Galera, 2009; En Gatica, 2011; p. 4), comprobando así que el propósito de la formación de estas empresas se comparte con el proceso mismo de emprendimiento social que llevan a cabo.

Respecto de la figura del *emprendedor social*, Olsen (2004, En Guzmán y Trujillo, 2008) lo define como “la persona que toma las mismas herramientas que usualmente se ven en el sector privado y las aplica para resolver problemas sociales (...) no tienen deseos de enriquecerse sino de hacer a otros ricos en espíritu y realización” (p. 112), entendiéndose de esta definición que los emprendedores sociales son quienes trabajan como personal

perteneciente a la empresa social que moviliza el proceso en ayuda a personas o grupos afectados por dichos problemas sociales. Skoll (Dearlove, 2004; En Guzmán y Trujillo, 2008) identifica que “la gran diferencia está en que mientras los emprendedores de negocios abordan el problema desde un punto de vista puramente económico, los emprendedores sociales se enfocan en un tópico que desean resolver en el sector social y no actúan necesariamente motivados por remuneraciones materiales o monetarias para sí mismos” (p. 21), a pesar de que no se puede desplazar el posible hecho de que sea uno de sus propósitos al trabajar dentro de los procesos de emprendimiento social, mas (al igual que el proceso en sí impulsado por las empresas sociales) no el principal.

Un caso representativo de empresa social en la Región de Valparaíso es Gen-E, la incubadora social de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), la cual trabaja dentro de la región brindando “apoyo multidisciplinario, técnico y económico a quienes desean crear y transformar su idea o iniciativa, en un emprendimiento autosustentable y rentable”, actuando en colaboración con “voluntarios

pertenecientes a diversas carreras de pregrado de la PUCV, junto a profesionales de la Incubadora Social, [quienes] acompañan, capacitan, apoyan, motivan y fomentan el desarrollo de una mentalidad emprendedora, en personas que, en muchos casos, tienen todas las potencialidades para ser exitosas, pero carecen de las herramientas necesarias para lograrlo” (Gen-E Incubadora Social PUCV). Es por lo antedicho, que se ha optado por esta incubadora para esta investigación, como medio para acceder a las emprendedoras.

La incubadora trabaja con personas que llevan a cabo microemprendimientos que se caracterizan porque en ellos laboran una o dos personas, y cuya finalidad es generar ingresos para la subsistencia económica familiar. Las microempresas de subsistencia son aquellas que no tienen capacidad de ahorro, generan bajos ingresos, cuentan con escaso capital y tienden a una descapitalización continua. Se caracterizan por contar con establecimientos precarios, constituyen el principal sustento del dueño, utilizan principalmente el trabajo de familiares, y la mano de obra es poco calificada (Van Hemelryck, 1993; en Márquez, & Van Hemelryck, 1996, p. 33).

El Ministerio de Economía, a través de su cuarto informe sobre emprendimiento, define al microempendedor como el dueño (o socio) de una unidad económica que cuenta con uno a nueve trabajadores, diferenciándolos de los pequeños y medianos emprendedores según el número de trabajadores que participen en cada empresa respectiva. Las pequeñas empresas se consideran como tal cuando tienen entre 10 y 49 trabajadores; mientras que en la mediana empresa entre 50 y 199 trabajadores (Arellano & Schuster, 2016, p.5).

Este mismo informe señala la distribución de géneros dentro de los microemprendimientos y los pequeños y medianos emprendimientos (pyme), donde existiría una tendencia mayoritariamente masculina marcada con ciertos matices "mientras un 61,3% de los microempendedores son hombres y un 38,7% son mujeres, en la pyme esta diferencia es mayor, ya que los hombres representan al 84,5% y las mujeres tan sólo el restante 15,5%. Es decir, mientras en los pymes existen 5,4 veces más hombres empresarios que mujeres, en los microemprendimientos este número se reduce a 1,6 veces. Por lo que se puede indicar que el microempendedor tiene más rostro de

mujer que en las empresas de mayor tamaño" (Arellano & Schuster, 2016, p.5).

Para profundizar un poco más en esta caracterización del microemprendimiento, se presentan datos obtenidos por el Reporte Nacional de Chile 2016 elaborado por la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que clasifica a los emprendedores de 0-41 meses en etapas iniciales y de 42 meses o más como establecidos: la edad promedio de los emprendedores es de 39 años (en etapas iniciales) y 48 (establecidos); el 75,8% emprende motivado por una oportunidad, mientras el 22,7% lo hace motivado por una necesidad; el 53,4% de los emprendedores iniciales y el 41,7% de los establecidos poseen negocios en sectores de actividad relacionados con consumidores finales; el 59,9% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en los estratos socioeconómicos ABC1 y C2, para los establecidos la cifra sube al 66,1%; el 65,9% de los emprendedores en etapas iniciales tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria, mientras que para los establecidos esa cifra alcanza el 62,6% (Mandakovic & Serey, 2016, p. 14). Por último, Santander, Fernández, Yáñez y Camino

(2016) entregan una caracterización enfocada al contexto de los microemprendimientos realizados por mujeres en la Región de Valparaíso, en donde se pueden apreciar cómo las cifras varían en mayor o menor medida respecto al contexto nacional: el 22,3% de las mujeres de la región se encuentran involucradas en actividades emprendedoras iniciales y el 8,2% en actividades emprendedoras establecidas; la edad promedio de las emprendedoras en etapas iniciales es de 39 años, y de 45 años para las establecidas; un 30,2% de las emprendedoras en etapas iniciales y un 46,1% de las establecidas tiene nivel de educación superior completo; el 62,2% de las emprendedoras en etapas iniciales y el 65,4% de las establecidas emprende motivada por una oportunidad, mientras el 37,8% del grupo en etapas iniciales y el 34,6% de las establecidas emprende debido a una necesidad; el 78,9% de quienes están en etapas iniciales y el 65,4% de las establecidas realizan ventas directas a consumidores finales; el 18,4% de las emprendedoras iniciales y el 26,9% de las establecidas dedica tiempo completo a su emprendimiento (p.8 y 13).

Al interior de todo este contexto, surge el interés por la construcción de la identidad laboral de cada emprendedora en un rubro donde dicha identificación resulta difusa, sobre todo si se toma en consideración la gran influencia del entorno de donde se proviene, las condiciones laborales y las metas personales. Se entenderá, entonces, por identidad laboral mediante la definición de Soto, Stecher y Valenzuela (2017), según la cual su estudio no se enfoca en el modo en cómo una identidad, ya previamente construida del individuo, se expresaría en el ámbito laboral, sino del modo en que cada una de las emprendedoras van construyendo, al interior de su contexto de trabajo, una cierta narrativa identitaria a partir de la cual se posicionan y dotan de sentido su experiencia laboral. Se asume, por el contrario, que los procesos simbólicos de producción de sentido de estas emprendedoras son inseparables de sus experiencias, tanto de la vida cotidiana, como del ámbito laboral. Por eso a lo largo de este artículo se utilizará la noción de “identidades laborales” o procesos de construcción de las narrativas identitarias en el trabajo, evitando en el plano conceptual la noción de “identidad en el trabajo” (Soto, Stecher y Valenzuela, 2017).

Es posible afirmar, entonces, que las fuentes significativas de la subjetividad son múltiples, las que no se encuentran constituidas de manera armónica y estática, sino que, por el contrario, están cruzadas por prácticas y discursos muchas veces en contraposición. La identidad es un espacio de conflicto, superposición, restricción y oportunidades; una producción histórica continua entre el sujeto y su contexto (Becker et al, 2010).

Por su parte, en el contexto de la organización social moderna, el trabajo ha sido considerado como el principal mecanismo de vinculación social mediante el cual la acción de los sujetos es articulada, sirviendo como base y sustento de la producción social (Sisto & Fardella, 2006, p. 61). Mediante el trabajo, el sujeto pone su actividad en función de la producción social, a cambio de lo cual obtiene una parte de esa producción (a través de salario directo o indirecto), y a la vez, un lugar en la sociedad, adquiriendo una identidad socialmente reconocida (Gorz, 1991).

Al considerar entonces la identidad como una construcción que emerge significativamente desde el espacio social, y al trabajo como el lugar donde el sujeto pasa la mayor parte de su

tiempo, es que resulta apropiado retornar a la idea de que el ámbito laboral se constituye como espacio fundamental de la construcción dinámica de identidad, a partir del valor adquirido como principal mecanismo de integración social (Garay, 2001; Gorz 1991; Sisto, 2006; Hopenhayn 2001; en Becker et al, 2010). Es por esto que no es posible investigar las construcciones de identidad laboral independiente del contexto socio-histórico en el que se sitúan (Sisto, 2008).

Para finalmente acceder al análisis de dichas identidades laborales, nos sostenemos en esta investigación del concepto de identidad narrativa, el cual da cuenta de un proceso dinámico en el cual uno se reinterpreta a sí mismo, y se refiere al proceso de construcción de significados de la relación entre el sí mismo y el mundo, a través de la narración, en que la identidad personal se despliega en la acción y las obras ante otros (Sepúlveda, 2013) y cuya identidad no se separa en ningún momento del contexto social y cultural en donde el individuo se desenvuelve; ya que el sujeto, al narrarse a través de la acción y a través del reflejo que otros le dan, va reconociendo su identidad al expresarse y ser reconocido por

otros (Sepúlveda, 2006). De esta manera, la narrativa es la matriz para la organización de los significados, para dar sentido a las experiencias, el mundo, los otros y nosotros mismos, siendo concebidas las personas como narradores de sus propias historias (Bruner, 1994).

Sisto y Fardella (2008) conciben esta perspectiva narrativa-discursiva como un enfoque que puede ayudar a comprender cómo los relatos de la propia vida laboral contienen elementos estructurantes que revelan formas de inteligibilidad social contingentes, mostrando cómo las construcciones de sí se articulan con las formas validadas de ser.

Como concepto fundamental para el análisis de la identidad narrativa, el discurso se define como el “conjunto de prácticas lingüísticas que mantienen y promueven ciertas relaciones sociales” (Ibáñez e Iñiguez, 1996; p. 75), y su importancia radica en que el sujeto es producido mediante el discurso, por lo que se puede entender a éste como una práctica dirigida y a su vez social (Potter y Wetherell, 1987).

Esta práctica lingüística dirigida, la entenderemos desde Gubrium y Holstein

(1998) como práctica narrativa, quienes acuñan el término para caracterizar de manera simultánea las actividades de narración, los recursos utilizados para generar dichas narraciones, y los “cánones” bajo los cuales las historias son contadas.

Dicho vocabulario que es utilizado para analizar la práctica narrativa encarna una doble preocupación: por un lado, la actividad y espontaneidad de la performatividad (Bauman, 1986), mientras que por otro los recursos y cánones implicados en las narraciones (Mills, 1940).

Los recursos incluyen todas y cada una de las experiencias que pueden ser responsablemente incorporadas dentro de las historias personales, como también las formaciones discursivas que se encuentran localmente disponibles y se consideren comprensibles (Gubrium y Holstein, 1998). Los cánones narrativos o narrativas canónicas son los mandatos discursivos y sus restricciones, que caracterizan un escenario particular, grupo, organización o institución, entre otros, los cuales, dependiendo de la percepción experiencial de cercanía o distancia, influyen

mayor o menormente en la mediación y condición de las narraciones (Geertz, 1983).

Este considerar las historias personales y su coherencia como una práctica, es centrar la atención en la relación entre los “cómo” y los “qué” de la narración; en narradores que participan en el trabajo de construcción de coherencia bajo las circunstancias propias de cada narración. Esta orientación hacia la práctica permite ver el proceso de narración como activamente construido y localmente restringido (Gubrium y Holstein, 1998).

Pregunta de investigación:

¿Cuál es la identidad laboral que construyen las emprendedoras que son apoyadas por una incubadora social en la región de Valparaíso durante el 2017?

Objetivos de la investigación:

- *General: Conocer y analizar cómo construyen su identidad laboral las emprendedoras que se asesoran con una incubadora social, en la región de Valparaíso.*

- *Específicos:*
 - *Identificar qué narrativas identitarias laborales emergen de las emprendedoras en base a las actividades que realizan.*
 - *Reconocer la variabilidad lingüística presente en la narrativa de las emprendedoras.*
 - *Determinar cómo desde sus discursos las emprendedoras internalizan el aporte de esta incubadora social.*

Metodología:

El tipo de estudio utilizado en esta investigación fue el Estudio de Casos, de seis mujeres asesoradas por la incubadora Gen-E, el cual implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de entidades sociales (Castillo, Jiménez, López, Mohedano, Moreno y Sánchez, S/I, p. 2).

Muestra:

Fueron seleccionadas 6 emprendedoras asesoradas por esta incubadora, de entre 25 y 55 años de edad, cuyos procesos de emprendimiento se enmarcan dentro de la

producción y venta de bienes (lo que implica un mayor compromiso y tiempo de dedicación por parte de la emprendedora); con un mínimo de 1 año de dedicación a su emprendimiento. Esta muestra es Homogénea, lo cual consiste en la selección de una pequeña muestra muy uniforme con objeto de escudriñar y ahondar en la especificidad de un colectivo social muy específico. El propósito de elegir este tipo de muestreo es poder conocer factores psicosociales representativos que tengan las emprendedoras sociales de la Quinta Región.

Instrumentos de producción de información:

Para la producción de información fueron aplicadas entrevistas semi-estructuradas de naturaleza activo-reflexiva. Semi-estructurada, ya que se basará en una guía de asuntos o preguntas y (donde) el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (Grinnell, 1997; en Sampieri, 2006, p. 598); y activo-reflexiva puesto que se entiende como una interacción en la cual entrevistador y entrevistado interactúan abiertamente, aunque guiados temáticamente por una pauta flexible (Holstein y Gubrium, 2004; en Sisto, 2012, p.

39). Este tipo de entrevista permite generar mayor diversidad discursiva, en un encuentro distendido que más se asemeja a una conversación entre amigos o conocidos que a un interrogatorio policial (Holstein y Gubrium, 1995; Denzin, 2001; en Sisto & Fardella, 2008, p. 68)

Análisis de la Información:

La estrategia de análisis utilizada fue el *Análisis del Discurso*, definiendo dicha metodología “como un medio para llevar a la práctica el lenguaje a modo de eje de comprensión y estudio de los procesos sociales” (Iñiguez, 2006; en Campos, 2014, p. 50). El análisis de discurso viene respaldado por el movimiento socioconstruccionista, el cual desde finales de la década de 1960 ha propuesto que “el conocimiento no está en la mente de los individuos, las palabras no son reflejo de la mente, ni de una naturaleza preexistente” (Sisto, 2012; pp. 187-188), añadiendo sobre el concepto de conocimiento que “no es el producto de mentes individuales, sino del intercambio social (...) Estos procesos sociales que constituyen a la realidad toman el carácter de procesos históricos y se concretizan

en discursos acerca de la realidad” (Gergen, 1989; en Sisto, 2012, p. 188).

Dentro del modelo teórico que ofrece el análisis del discurso, optamos por conocer los repertorios interpretativos que emergieron en los relatos de nuestras entrevistadas, los cuales son entendidos como:

Grupos de términos, descripciones y figuras del discurso distinguibles, a menudo reunidas en torno a metáforas o tropos. En un lenguaje estructuralista podemos hablar de éstos como sistemas de significación y como bloques contruidos utilizados para elaborar versiones de acciones, de uno mismo y de las estructuras sociales. Son algunos de los recursos para evaluar, construir versiones reales y llevar a cabo acciones particulares (Wetherell y Potter, 1992; p. 90)

Estos repertorios interpretativos pueden ser entendidos como aquellos recursos socialmente compartidos, utilizados para elaborar producciones discursivas contextualizadas (Sánchez, 2014, p. 95).

Otro de los aspectos que surgieron en el discurso de las emprendedoras es la variabilidad lingüística, definida por Sánchez (2014, p. 95) como: el proporcionar perspectivas cambiantes, inconsistentes y variadas de nuestros mundos sociales.

Descripción operativa del procedimiento analítico:

1. Codificación Jefferson simplificada: Para facilitar la lectura y permitir que los investigadores puedan valerse de los elementos manifiestos del lenguaje en su análisis, se llevó a cabo una codificación simplificada del sistema, que se focalizó estratégicamente en los traslapamientos, subidas/bajadas del tono de voz, alargamiento y silencios.

2. Reconocimiento de organizaciones recurrentes y segmentos de interés (primera fase de análisis): Se realizó un análisis preliminar de las entrevistas, en donde el grupo destacó aquellas organizaciones recurrentes que aparecen de forma llamativa en distintas entrevistas. El criterio para definir una organización recurrente es que cierta temática se repitiera en momentos distintos dentro de

una misma entrevista (al menos dos veces) y también dentro de otras entrevistas (en por lo menos cuatro). Se destacan además las contradicciones llamativas en su interior.

- 3. Codificación de las organizaciones recurrentes:** A cada una de estas se le otorga un nombre que resume los elementos centrales de su contenido.
- 4. Segunda fase de análisis:** Fueron construidas breves definiciones de las organizaciones recurrentes y se buscaron las citas más representativas (aquellas que más elementos contienen de la definición tanto implícita como explícitamente) para su uso posterior.
- 5. Búsqueda de repertorios:** Se buscó establecer cuáles serían los posibles repertorios interpretativos que van dándole forma a la narrativa de las emprendedoras. Para esto, se focaliza el análisis en la citas seleccionadas y se discute sobre el posible trasfondo de lo que se está diciendo, es decir, se interpreta, mientras se tienen en cuenta los elementos más finos del lenguaje (por ejemplo, las risas forzadas, los alargamientos notorios, los silencios,

las metáforas), como puntos importantes que también aportan para acercarnos a lo que realmente se transmite en el intercambio entrevistador-entrevistado.

6. *Redacción final del análisis:* Se reorganizó la información buscando darle un orden lógico. Se articulan las organizaciones recurrentes alrededor de los repertorios interpretativos emergentes identificados por el equipo. Se procede a la redacción finalizada del análisis, incluyendo en las descripciones y discusiones análisis cruzados que permiten darle al lector un pequeño acercamiento a la intrincada red de relaciones que van creando una concepción de mundo particular.

Resultados:

El concepto de identidad aparece plasmado en las entrevistas en una interesante dinámica en la cual es construida por medio de varias organizaciones recurrentes, en apariencia independientes, pero con una relación mutua muy íntima que conforma los cimientos de lo que terminamos llamando “identidad laboral”. Se puede apreciar cómo aquello que estas mujeres expresan por medio de palabras, es una construcción discursiva atravesada por dos

potentes repertorios que engloban algunas de las características más fundamentales de su experiencia subjetiva, no solo en su calidad de emprendedoras, sino como personas.

Primer repertorio interpretativo: El emprendimiento como lucha.

Uno de los pilares fundamentales que nos permiten ir acercándonos a la relación existente entre identidad y emprendimiento, está en su notable ahínco por luchar para tener mejores condiciones de vida. Se habla repetidamente sobre la búsqueda de mejores condiciones laborales y personales, formando el primer eslabón que nos permite especular que el emprendimiento trasciende al mero hecho de emprender, sino que es además una forma de “ordenar sus vidas”.

Este repertorio interpretativo se compone por dos organizaciones recurrentes: la búsqueda de la independencia, y el desarrollo personal/laboral que el emprendimiento permite lograr. La lucha, el esfuerzo continuo por surgir y crecer en una sociedad que puede ser muy difícil, se convierte en una energía canalizadora potente, que caracteriza a estas personas y las mueve hacia la conquista de la independencia, la autonomía y la libertad.

Estos esfuerzos, al mismo tiempo rinden frutos e inyectan mayor confianza y mejores posibilidades de desenvolverse en futuras iniciativas, gracias a las experiencias que se adquieren.

E. 2: “No. Porque es lo que yo elegí poh. Y es el camino que yo elegí, y sabía que iba a tener escollos y todo eso pero, pero emprender no es nada, la vida la vida de uno de repente es difícil ¿Entendís? Pero esto no poh, emprender es emprender, es buscar lo que tú quieres, lograr y todo eso, claro me encantaría tener dinero para yo poder para que mi emprendimiento ya fuera grande ya ¿Entendís? Pero hay que seguirla no más poh.”

Podemos apreciar, además, cómo la lucha es narrada como un continuo que atraviesa a la vida misma. Cuando la emprendedora señala “sabía que iba a tener escollos y todo eso”, inmediatamente crea una relación, analogando la actividad con su vida diciendo “la vida de uno de repente es difícil”. El emprendimiento es difícil porque es la vida misma es difícil.

E. 2: “Mira, lo mejor de emprender ha sido de que tienes tú tu propia libertad, sí, es

impagable, la libertad es impagable. Yyy, y emprender, eh, es justamente lo que te decía, si te apasiona, es algo que tú vas no más, tú vas a buscar lo que tú quieres, nada más (...) si yo tengo que ayudar a alguien, ayudo, pero ese es el mundo propio mío, propio mío, pero en realidad mi mundo de emprendimiento es seguir, seguir hasta conseguir el éxito, nada más, el éxito de tener mi financiamiento y de que y de que mis proyectos lo pesquen”.

Se destacan puntos como el “Yo elegí” y “Tu propia libertad”. Es interesante cómo las emprendedoras utilizan un discurso situado normalmente en primera persona, destacando la autonomía que han ido obteniendo. Nuevamente, al decir “ese es el mundo propio mío”, separa a esta mujer de la influencia del entorno, es ella quien se hace cargo de su propio devenir. Sin embargo, a medida que avancemos podremos ir develando que sus motivaciones no son realmente egoístas, y que su entorno tiene una influencia muchas veces sutil, pero siempre presente.

Continuando con esta misma línea, el acercamiento hacia la independencia y las nuevas experiencias que deben enfrentar al dar un paso hacia territorios inexplorados,

significa para ellas la posibilidad de “crecer como personas”. Es especialmente llamativo como el emprendimiento, en esta organización recurrente, gana una calidad que se escapa claramente de la simple ganancia económica, para convertirse prácticamente en una lección de vida.

E. 3: *“Porque esa es la realidad, todo lo que aquí uno aprende es una herramienta que te va a servir ahora y- y para más adelante, pa seguir surgiendo y pa seguir luchando. Yo he sido una luchadora desde siempre, siempre... nunca me... me he dado por vencida, siempre he salido... de muchas cosas. Superé la muerte de mis dos hijos y aquí me ven, superé el enojo de mi marido... jajajaja”.*

Cuando nuestra tercera entrevistada señala que las herramientas le servirán *“pa seguir luchando”*, y que *“he sido una luchadora desde siempre”* se está destacando la continuidad del emprendimiento a través del tiempo. Una vez iniciadas en este proceso, en esta lucha, van a continuar valiéndose de sus recursos para seguir luchando. La relación con la muerte de su hijo en este caso particular, nos da la idea de que lo que ha aprendido, ha sido

interiorizado como un aporte importante en su vida.

Luego, E. 1 señala *“De principio no me creía el cuento, de principio dije “ya, vamos a ver lo que resulta” y siempre con miedo, pero como te van dando apoyo en los talleres, yo al menos tomé la seguridad, ¿cachai? (...) claro veo las cosas de otra manera ahora, yo antes estaba muy insegura de mi misma, entonces digo “no poh, lo logré y pude poh” y pude seguir haciendo cosas, ¿cachai? Sea corto sea largo tanto tiempo pase puedo hacerlo soy capaz”.*

Articulando ideas, observamos que la independencia sería, de acuerdo a ellas, una especie de precursora de la autonomía. Es aquello que las moviliza, se convierte en autonomía y libertad una vez ha sido alcanzada. El logro de la independencia es importante en términos de la lucha que estas emprendedoras deben dar, pues se convierte en piedra angular de una resignificación identitaria que las moverá de su lugar de mujeres precarizadas por un sistema, a emprendedoras creadoras de su propio destino. Sin embargo, este esfuerzo que las lleva a “crecer” y “transformarse”, se vuelve un tema

continuo. Al principio cuesta creer “*el cuento*”, pero con el paso del tiempo arman una nueva imagen de sí mismas, mucho más seguras e independientes, donde con orgullo pueden decir “*lo logré y pude*”.

Se podría hablar del emprendimiento ligado a la lucha en el sentido de surgir, salir adelante y hacer aquello que realmente quieren. El emprendimiento para ellas comienza desde la búsqueda de mejores condiciones económicas, pero termina impactando sus vidas en un grado mucho mayor. Al final, pareciera ser que se termina rescatando más lo que se aprendió que lo que se ganó, emergiendo en el discurso bastante más aquellas libertades reconquistadas, que lo material.

Es por esto que la lucha, junto con sus organizaciones recurrentes, usualmente tiene un carácter positivo en sus discursos. Es el camino y lo que se quiere lograr, una vez que se comienzan a mover hacia allá, no muestran querer volver a donde se encontraban antes. Es interesante preguntarse, en estos casos, por qué se detecta variabilidad lingüística, comprendida desde Sánchez (2014). Se habla en ocasiones de momentos difíciles o aspectos “no tan buenos” del emprendimiento, ya que es

un esfuerzo que supone asumir ciertos riesgos, pero sin embargo regresan rápidamente a la narrativa canónica, entendida desde Geertz, (1983), desde la cual extraen los recursos, que incluyen todas y cada una de las experiencias que pueden ser responsablemente incorporadas dentro de las historias personales, como también las formaciones discursivas que se encuentran localmente disponibles y se consideren comprensibles (Gubrium y Holstein, 1998). En este sentido, se pone de manifiesto cómo las emprendedoras hacen uso de discursos culturalmente disponibles que las posicionan en un contexto determinado y que las orientan estratégicamente y legitiman sus formas de acción (Potter & Wetherell, 1987), lo cual hace recobrar el sentido de lo que se está expresando y conservar su connotación “positiva”. Dicho intento de mantener la coherencia, a pesar de las variabilidades lingüísticas presentes, pone en juego el control narrativo en el discurso de estas emprendedoras, el cual aparece cuando la narración se presenta problematizada, manifestando ciertas fisuras que por momentos hacen ver a los diversos recursos como irreconciliables entre sí (Taylor y Littleton, 2006).

La forma en que su discurso se va ordenando y aquellas características positivas que son destacadas va cobrando sentido si pensamos en el entorno en que se desenvuelven. El emprendimiento en sí ya trae un carácter identitario muy marcado, el cual se refuerza al trabajar con personas que se dedican a ese rubro.

E. 1 *“Habla del gen emprendedor que tiene cada persona, que nos ayudan a desarrollar un poco más el gen emprendedor en sí. Ayudar a la gente que ha sido un poco más vulnerable, le da herramientas para... para que aprendan a defender y a guiar su propio emprendimiento, para que sean independientes, para que se desarrollen también”*

También vemos como el trabajo de la incubadora, de cierta forma, va permeando sus discursos. El “gen emprendedor” se asienta en su forma de relatar sus experiencias, tanto dentro como fuera de la incubadora. Estos recursos nuevos, junto a la influencia siempre vigente de las narrativas canónicas, van moldeando el posicionamiento que estas mujeres toman frente al dilema del ámbito laboral.

*Segundo repertorio interpretativo:
Posicionamiento de la Mujer*

En segundo lugar, tenemos la noción de ser mujer (¿Qué implica ser mujer?) y su posicionamiento (¿Qué puedo/debo hacer?), otra importante figura que canaliza los esfuerzos de estas emprendedoras e influye en la conformación de sus identidades laborales. Si bien antes hablábamos de crecimiento y aprendizajes, el posicionamiento de la mujer sitúa estos elementos en un contexto determinado. La mujer, de acuerdo a lo que emerge de sus propios discursos, se encuentra en una situación evidentemente desventajosa, alcanzar el éxito se vuelve para ellas una tarea complicada. Como los canales usuales resultan desventajosos, el emprendimiento resalta como una alternativa atractiva. Con este repertorio interpretativo aparecen tres organizaciones recurrentes: La relación mujer-familia (con énfasis en los hijos), la necesidad de emprender como movilizador y las condiciones laborales del sistema formal, las cuales refuerzan todavía más su afán por buscar otra salida a sus dificultades.

La necesidad de conciliar los horarios de trabajo con las necesidades del hogar aparecen

frecuentemente, especialmente cuando se trata de los hijos. Para las emprendedoras, tanto o más importante que trabajar es el tener tiempo para estar con sus hijos y velar por su seguridad, lo cual resulta paradójico si pensamos en cómo esto une el “Yo” del emprendedor, el foco individualista de este tipo de trabajo, con el “Nosotros”, cuyo bienestar vendría siendo el objetivo explícitamente manifestado por estas emprendedoras.

E. 1: *“mi garra como mujer (...) como mamá, porque yo siempre pienso como mujer o como mamá, y después como pareja, así porque las parejas van y vienen, entonces elijo el lazo más estrecho, digamos, que es más, es más para siempre poh”*.

El lazo que se entabla con la familia, es reforzado por la “garra de mujer”. Es el impulso luchador que las saca adelante en situaciones adversas, incluso cuando tienen que responder a complejas demandas. El ser mamá es un tema más que recurrente, se desarrolla de modo transversal durante las entrevistas y condiciona en una medida importante aquello que consideran apropiado o no para sus vidas. Primero siempre están los

hijos, condición que según vemos en la entrevistada número seis, vendría siendo compartida por muchas de ellas.

E. 6: *“su principal actividad es ser mamá (...) y estudiar se está abriendo también otro, pero generalmente, no todas sí, pero muchas estudian y en el camino la familia consume ese estudio que hubo ¿Cachai? Y se queda con la experiencia nada más (...) muy pocas nacen como con la convicción de que “No, yo voy a trabajar, voy a estudiar para trabajar, y mi familia va a quedar después, después que desarrolle esto”*.

Se destaca, además, como el ser madre y dedicarse a la familia sería lo más común para las mujeres, son pocas las que se planifican para otra cosa, estas mujeres “*se consumen*” frente a lo difícil que resulta poder decir “*mi familia va a quedar después*”. Como ya comenzamos a desarrollar, estas mujeres principalmente destacan el valor del emprendimiento como una herramienta que permite tener mayor control de su propio tiempo. Pero este tiempo no parece ser para ellas, es para el resto de la familia. El trabajo asalariado restrictivo deja de ser una

alternativa viable cuando las carencias del hogar se vuelven urgentes y el tiempo escaso.

Cuando llegan a ese punto, surge el emprendimiento:

E. 2, al consultarle sobre por qué inició con el emprendimiento: *“Bueno, mis inicios fueron de que yo me separé, no tenía donde irme, y me pasaron este lugar. Aquí yo no tenía nada, yo me separé sin venirme con nada, me vine con tres hijos, (...) La cosa es que yo llegué acá y como no tenía nada, (...) Resulta que como empezó mi emprendimiento, a través de que encontré botellas aquí, porque esta casa es antigua, botellas y cuestiones así que yo podía darle uso y hacerlos como más decorativo mi hogar empezó mi proyecto. Entonces ¿Qué comencé haciendo? pescando las botellas y haciendo los vitro mosaico”.*

E. 3, al preguntarle por qué empezó a emprender: *“Empecé con una necesidad propia, como dice mi historia, eh, fue que en ese tiempo yo trabajaba de asesora de hogar, y mi hijo se confirmaba y necesitaba yo hacerle un recuerdito, algo. Entonces decidí ver qué materiales tenía, (...) decían “Qué bonito, qué bonito, qué bonito” “Los hice yo misma” “Oh,*

que te quedaron bonitos” y total que les di a mis vecinas, a todos los que fueron al este, y me decían “¿Por qué no me haces a mí, por qué no me haces a mí? Para bautizo, para casamiento” (...) Así que empecé a trabajar ahí mismo en mi casa, trabajaba como asesora del hogar hasta las 3, después en la tarde me ponía a hacer las cosas que me mandaban a hacer, yo pedía al tiro el 50% porque en esos tiempo yo no tenía recursos como para tener una cierta cantidad de materiales.”

La creatividad e inventiva para realizar el emprendimiento no surge, para ellas, necesariamente por la búsqueda de obtener grandes ganancias. Utilizan lo que esté a la mano, pueden trabajar *“ahí mismo en mi casa”* (nuevamente la relación con el hogar) y se valen de sus propias experiencias, buscando cómo aprovecharlas para que éstas contribuyan a la subsistencia del grupo familiar, su principal preocupación. Un proyecto puede surgir de algo tan simple, como botellas vacías encontradas en su nueva casa.

La mujer sería víctima de pobres condiciones laborales con frecuencia. Aparece por medio de esta organización recurrente la crítica hacia el sistema, donde priman los salarios

miserables, abusos y; especialmente, la escasa o nula flexibilidad laboral, necesaria para poder trabajar y hacerse cargo de sus hijos al mismo tiempo. La siguiente cita es bastante gráfica al respecto:

E. 3 *“Yo no hubiera estado aquí po, hoy día con ustedes po, me hubiera quedado en mi casa, y hoy día a lo mejor seguiría siendo empleada doméstica, que me pagaban, un un un poco, un poquito y me sacaban el jugo, porque yo, me contrataron pa ir ayudar y al final hacía, todo po, lavaba los vidrios, lavaba, alfombras, lavaba este, todo, por un sueldo miserable, porque yo ganaba 40 mil pesos mensuales”*.

Sin embargo, para estas emprendedoras no todo es precariedad y desesperanza. En múltiples ocasiones destacan aquellos aspectos positivos del emprendimiento que las han ido potenciando como personas, complementando lo que vimos en lucha, pero esta vez enfocado en cómo esta oportunidad forma mujeres que se desenvuelven en contextos poco comunes en la sociedad chilena:

E. 3 *“Fue súper engrandecedor, porque me di cuenta de que... ¿Cómo les dijera yo?, de que*

uno es capaz de muchas cosas, a una muchas veces, bueno, a uno antes la educaban para ser mamá no más, para ser dueña de casa y mamá, no te educaban para soñar ¿Cachai? Tú tenías que estudiar hasta cuarto medio y te casaste, tuviste hijos, y te quedabas en la casa. Y yo nunca quise eso, entonces cuando yo vi esa oportunidad y vi que tenía el potencial, por decirlo así, decidí arriesgarme y me ha servido inmensamente”

Podemos ir viendo, también, cómo se le va dando al emprendimiento un rostro de mujer, expresando que el hombre “está más encasillado” como proveedor, mientras que la mujer, pese a sus responsabilidades, puede romper con lo tradicional debido a que no tiene el peso de esas expectativas.

E. 6: *“Yo creo que hay más mujeres emprendedoras, o quizá se evidencia más por el hecho de que la sociedad al niño al hombre desde pequeño ya lo encasilla en que es un trabajador, como que es la fuerza de trabajo que hay, y la mujer no, (...) ella ve, cuando grande, si quiere estudiar, si quiere trabajar, si quiere casarse, o ser mamá solamente, y como que surge que las mujeres siempre son dueñas de casa, mamá”*

Sin embargo, a lo largo de este análisis podemos apreciar que ellas mismas han asumido una serie de responsabilidades, que sin lugar a dudas pesan y van determinando la posición que ellas pueden tomar dentro de la sociedad. Estas demandas y responsabilidades, sumado a las características que se le atribuyen a estas mujeres adultas trabajadoras (tanto por ellas mismas como otros), tales como el ingenio y la creatividad, van creando un “rol de la mujer” particular, el cual va definiendo en qué lugares pueden o no posicionarse, para no perder la coherencia en sus discursos ni la legitimidad en los ojos de la sociedad que las rodea.

Para iniciar la articulación de las ideas que han ido surgiendo, es necesario establecer qué entendemos por “rol”, en este sentido Durstewist (2000) plantea que un rol es un “modelo de comportamiento que un grupo social imprime a las personas que lo forman” (p.5) Así mismo, estos roles de género no son neutrales, sino que implican diferentes derechos, obligaciones, opciones y poder de decisión para las mujeres y los hombres (Durstewist, 2000). Este juego de los roles emergió en nuestra investigación de una

manera muy notable, según la cual podríamos decir que estas emprendedoras se ven a sí mismas como “cuidadoras”. La conciliación entre el trabajo y la familia se convierte en la meta, el eje central en torno al cual todo lo demás se articula. Una tarea que si bien puede parecer “simple”, entraña en el caso de estas emprendedoras una doble dificultad que muchas veces se pasa por alto o se esconde, cuando consideramos que diversos estudios han mostrado que la jornada femenina es más larga que la masculina, si en ella se incluye el trabajo doméstico no remunerado que realizan las mujeres en sus hogares. [Incluyendo] no solo labores domésticas, (...) sino también el cuidado de los hijos y de otras personas en el hogar (Valdés, 2005). Nuestra investigación ha evidenciado que los hijos representan el catalizador principal que lleva a las mujeres a ser “más busquillas”, a ingeniárselas para buscar soluciones a sus problemas de formas que muchas veces, a los hombres, nos resultan poco convencionales.

Al mismo tiempo, el refuerzo negativo de las condiciones laborales adversas (como el caso de la empleada doméstica mal remunerada) las arrincona, las acerca a ese momento detonante

desde donde nace la idea de emprender. Si bien es cierto, hoy en día las mujeres están mejor integradas al mundo laboral, a pesar de todo ello, persiste la inequidad. En ella, podemos ver la relación existente entre estas desigualdades (hombre vs. mujer) y las diferencias entre los estereotipos tradicionales de género, aludiendo con éste último “a las creencias culturalmente compartidas sobre las características psicosociales que se consideran prototípicas de estas dos categorías [percibidas como] excluyentes” (REDES, s/i, p.3). La mujer, con menores oportunidades y relegada principalmente al cuidado de otros, bien podría llegar más fácilmente a buscar una salida fuera del trabajo tradicional.

Cuando la situación se vuelve insostenible, llegamos a lo que aquí se manifestó. No sorprende entonces, que como íbamos explorando cuando hablábamos de lucha, que la mayor parte del emprendimiento sea recordado de forma positiva, independientemente de los contratiempos que se hayan vivido. Es llamativo cómo aquí la influencia de las narrativas canónicas (Geertz, 1983) permea de una forma todavía más

profunda, casi indetectable, el discurso de las emprendedoras.

Sumando a lo anterior los factores externos a los que hicimos mención en el párrafo precedente, se termina por construir una imagen legitimada socialmente que considera a las mujeres principalmente como las “dueñas” del ámbito doméstico. Resulta llamativo que las emprendedoras no pongan en duda ni se cuestionen el posicionamiento de la mujer de hacerse cargo de los hijos o de la casa. Al contrario, se intentan hacer cargo, pero minimizando los sacrificios que deben hacerse. La mujer tiene que cumplir una multiplicidad de roles: el ser madre, mujer, y además trabajadora. Eso sin contar todos los demás sub-roles que deberá ir cumpliendo, de acuerdo a las necesidades del momento, y los problemas que deberán enfrentar (como los casos de separación). Aun así, son incansables y sacan a relucir su lado creativo, se valen de lo que tienen a la mano en el momento para crear algo nuevo, con un nivel de convicción que nos invita a reflexionar.

Discusiones y Conclusiones:

Conviene recordar que nuestra perspectiva comparte la visión entregada por Soto, Stecher y Valenzuela (2017), según la cual, el estudio de las identidades laborales - entendidas en su carácter narrativo, procesual y situado - no es un estudio del modo como una identidad, ya previamente construida del individuo, se expresaría en el ámbito laboral.

Analizando la identidad laboral plasmada en los discursos de estas emprendedoras, nos encontramos con que los repertorios utilizados dan señales referentes a dos aspectos interrelacionados que son clave para dar un orden y sentido a sus experiencias. Por un lado, la lucha nos lleva hacia una mirada más bien interna: lo que ellas quieren lograr, aquello que han hecho y qué es lo que han obtenido con estos esfuerzos, a medida que corre el tiempo. Descubrimos así que su identidad de “emprendedoras” está marcada por la búsqueda de conseguir nuevas alturas, alcanzar metas y seguir solventándose como mujeres independientes, si bien esto es presentado como un elemento innato e intrínseco de cada una, parece estar permeado más de lo que uno podría sospechar a primera

vista, por algunos de los elementos contextuales más cercanos a su vida cotidiana. Mientras que, por otro lado, el posicionamiento de la mujer nos conduce a una mirada más fuertemente externa, a través de la cual se fueron formando una imagen más clara de ellas mismas como emprendedoras y trabajadoras. Se vieron más allá de lo que hasta entonces se habían permitido apreciar, construyendo en sus discursos sus identidades laborales con más “claridad” que lo manifestado en el repertorio anterior. Además, se puso sobre la mesa el papel que juegan los discursos dominantes o narraciones canónicas, que surgen desde nuestra sociedad, y en contra de los cuales intentan dar un paso afuera (Geertz, 1983), pero terminan por regresar a estos en un intento de mantener la coherencia de su relato.

Hemos observado que la identidad laboral de estas emprendedoras, termina siendo un complejo conjunto de relaciones que, como se ha mostrado de forma evidente, va mucho más allá del trabajo en sí. Como hemos analizado, los discursos operan como bases de identificación, proyectos y códigos morales que se proponen a las emprendedoras y que

compiten entre sí (Watson, 2008). Por tanto, la construcción y reconstrucción de la identidad laboral utiliza simultáneamente los discursos sociales o narrativas culturales disponibles y socialmente legitimados, al mismo tiempo que crea nuevas narrativas basadas en pequeñas historias, biografías y experiencias locales de las emprendedoras (Watson, 2009). Es posible, de este modo, entender su identidad laboral como el encuentro entre el “decirse” a sí misma y los discursos sociales que intentan definirlas e interpelarlas, de lo que resultan disposiciones subjetivas a las que adhieren temporalmente y que ejercen como puntos de anclaje o suturas dentro del trabajo narrativo (Hall, 2003). Esos modos de categorización que reciben las emprendedoras en sus interacciones cotidianas llevan también las marcas de aquellos anclajes socioestructurales que exceden, al mismo tiempo que atraviesan, el mundo del trabajo (clase, género, etnia, generación, etc.). Ello se expresó en trayectorias desiguales dentro del ámbito del emprendimiento, actividad de por sí heterogénea y desigual. Mostrando cómo las emprendedoras han ido buscando posicionarse entre sí, estableciendo, manteniendo, cambiando o rechazando las diferentes

posiciones identitarias laborales (McInnes & Corlett, 2012).

Finalmente, el enfocarnos en la práctica narrativa nos permitió ver más claramente las formas en que tanto la coherencia y la contradicción, incluso la autenticidad, que fueron emergiendo en sus relatos, están social y localmente construidos (Gubrium y Holstein, 1998). Para efectos de esta investigación, se organizó la temática colocando a la familia como núcleo del asunto, donde el trabajo se convierte en el contexto que envuelve esta micro-realidad y que la contiene, por otro lado, el emprendimiento vendría siendo un quiebre entre estos dos círculos, una vía de escape que les permite a estas mujeres, ante situaciones adversas, “escapar” de un sistema poco amigable, y muchas veces hostil, por medio del trabajo independiente, donde las relaciones con otras mujeres en situaciones similares van conformando un círculo de protección potente, reforzando la conformación de una nueva forma de trabajo cuyos resultados son capaces de satisfacer aquellos vacíos que otras partes del sistema que conocemos como sociedad, en sus políticas públicas, simplemente no fueron

capaces de llenar y que les brinda la libertad que las motiva a seguir adelante.

Limitaciones y futuras investigaciones:

Los resultados y cuestionamientos que se exponen a continuación escaparon al alcance actual de esta investigación, pero dada su relevancia, se considera acertado el continuar investigándolos en futuros estudios.

Es interesante que esta investigación haya encontrado que las mujeres emprenden principalmente por necesidad, contemplando al 100% de la muestra, cuando estudios de gran envergadura, como los realizados por la Global Entrepreneurship Monitor, han reportado desde su primera edición del 2005-2006, hasta la más reciente del 2015-2016, estadísticas que indican que las mujeres, tanto en Chile como específicamente en Valparaíso, emprenderían principalmente por oportunidad (60% a 70%), siendo el 65% según su último estudio. Ahora bien, quizás se deba a la diferencia entre el número de muestras, el enfoque de ambas investigaciones y la subsecuente metodología de producción de datos, sin embargo, es este último el que más llama a la atención: ¿Puede ser que la metodología y los instrumentos estén, de cierta forma, guiando algunos

resultados que encontramos en las investigaciones? Pregunta que al parecer es compartida por los autores del último estudio de GEM (2016), dado que Santander, Fernández, Yáñez y Camino se cuestionan si su instrumento de medición estaría de cierta forma inclinando la balanza hacia un lado más que el otro, mencionando que:

Hay que tener en consideración que es posible que el GEM esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. Esto porque la pregunta relevante del cuestionario del GEM fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Frente a esto, las personas tienen poco espacio para elegir una opción entre ambos extremos y aquellos que se encuentran en un punto intermedio tienden a optar por la última opción más frecuentemente, aun cuando pudieran estar más cercanos a emprender por necesidad (p. 19-20).

El caso de GEM es utilizado solo para la ilustrar la interrogante y no intenta en ningún

caso invalidar sus hallazgos, en especial considerando que ellos mismos se cuestionan en pos del desarrollo continuo, solo mostrar un aspecto que sería interesante de investigar más a fondo, quizás proponiendo una investigación que contenga un número de muestra superior, pero con la misma metodología que la presente en este estudio, para constatar si en efecto podría haber un papel del azar en la muestra o los instrumentos de producción, en los datos que frecuentemente usamos. Un caso similar se encontró cuando comparamos el intento de emprender luego de un fracaso, puesto que nuestra investigación entrega un 100% de constante reintento, mientras que el estudio de Arellano & Peralta (2016) para el Ministerio de Economía arroja sólo un 17,7% de re-emprendimiento luego del primer fracaso. Lo que nuevamente plantea el cuestionamiento de: ¿Será el azar en la muestra? ¿Los instrumentos de producción? ¿A qué se deben estas diferencias? Entendiendo que este estudio es de carácter específico, sin intención de generalizar sus resultados, es que no pretendemos presuntuosamente concluir que un lado este bien o mal, solo instar a la realización de nuevas investigaciones que

contemplan entre sus variables lo aquí expuesto.

Por otra parte, el mismo estudio de Arellano & Peralta (2016) indica que el 53,5 % de los emprendimientos de mujeres no están formalizados, sin embargo, la revisión teórica de este estudio muestra que la mayor parte de las investigaciones, si bien, usa dichos indicadores estadísticos, se enfoca principalmente en conocer más sobre los negocios formalizados, ¿No se estará en esta práctica invisibilizando a los emprendimientos no formalizados? En el caso de Gen-E, ellos propiciaban y alentaban a sus participantes a formalizarse, dado que era necesario para sus etapas avanzadas, más la respuesta era una negativa general (20 en el ciclo, del cual obtuvimos la muestra de este estudio) ¿Por qué? Quizás se debería trabajar más en tratar de comprender qué las lleva a no querer formalizarse, antes que darlo como un paso más en el camino al éxito.

Por último, mencionar que, ante la relación que establecen las emprendedoras entrevistadas entre trabajo-familia, ocurre un fenómeno interesante de analizar de manera más honda, esto ya que en nuestra investigación emerge

dicha relación como la búsqueda de conciliar ambas partes, “a pesar” de las “dificultades” que esto pueda conllevar. Lo que luego de realizado el análisis y compartiendo la postura de Pérez (2011), nos da cuenta de que la multiplicidad de roles tensiona a la mujer y la sobrecarga, por lo cual le deja poco tiempo para sí misma. Además, en algunos contextos específicos, la maternidad en sí puede ser un conflicto, y que el conflicto familia-trabajo adquiere matices más devastadores en contextos de pobreza y de trabajo precario (p.22). De, en efecto, haber un trasfondo de vivencia como conflicto, cabe preguntarse ¿Por qué quieren aspirar a ser estas “súper mujeres” mientras que al mismo tiempo sus relatos hablan del agotamiento y lo insostenible de este rol? Pareciera ser que hay más en juego de lo que vemos a primera vista, donde el papel de la sociedad pudiera estar jugando un rol importante, dando “direcciones” o “guiando” ciertos andares y modelando aspectos identitarios, terminando por perpetuar un ciclo que encasillaría a estas emprendedoras. Aunque lo precedente es meramente una reflexión que no intenta cosechar certezas, sí pretende sembrar interrogantes para futuras investigaciones.

Observación:

- Todas las traducciones de los textos originales en inglés son de autoría propia.

Referencias Bibliográficas:

- Amorós, J. & Poblete, C. (2013). *Actividad Emprendedora en Chile y el Mundo 2012*. Global Entrepreneurship Monitor.
- Arellano, P. & Peralta, S. (2016). *Informe de Resultados: Emprendimiento y Género - Cuarta Encuesta de Microemprendimiento*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo - División de Política Comercial e Industrial.
- Arellano, P. & Schuster, T. (2016). Informe de Resultados: El microempendedor en Chile - Cuarta Encuesta de Microemprendimiento 2015. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo - División de Política Comercial e Industrial.
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, XIII(25), 121-132.
- Bauman, R. (1986). *Story, Performance, and Event: Contextual Studies of Oral Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Becker, A., De Sarratea, A., Laport, N. & Ocampo, G. (2010) *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, Vol. 9, No. 1 Págs.: 138-157doi:10.5027/psicoperspectivas-Vol9-Issue1-fulltext-91
- Campos, H. (2014). Orígenes de la Psicología Discursiva y su desarrollo hacia una psicología cultural postmoderna. *Cuhso. Cultura-Hombre-Sociedad*, XXIV(2), 43-57.
- Castillo, I., Jiménez, J., López, E., Mohedano, I. & Moreno, L. (s.f). *El estudio de Casos*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Corporación de Fomento de la Producción (2014). *Emprendimiento en Chile: Hacia un modelo de segmentación*. Chile: Unidad de Estudios, Gerencia de Estrategia y Estudios, Corfo.
- Escuela de Administración. (2012). *La innovación social en Chile y el rol del Estado en su desarrollo*. Santiago, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Fernández, C., Santander, P., Yáñez, D., Cea, J. & Camino, T. (2015) *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR Mujer y Actividad emprendedora, Región de Valparaíso*. Departamento de Industrias, UTFSM. Chile, Santiago.
- Geertz, C. (1983). *Local Knowledge*. New York: Basic Books.

- Gen-E Incubadora Social PUCV. (s.f.). *Ciclo Emprendedor*. Recuperado el 12 de Abril de 2017, de Sitio web de Gen-E: <http://www.gen-e.cl/emprendimiento.html>
- Gorz, A. (1991). *Metamorfosis del Trabajo. Búsqueda de Sentido. Crítica de la Razón Económica*. Madrid: Ed. Sistema 1997.
- Gubrium, J. & Holstein, J.A. (1998). Narrative practice and the coherence of personal stories. *The Sociological Quarterly*, Vol 39, N°1: 163-87.
- Hall, S. (2003). *Introducción: ¿Quién necesita "Identidad"?* En S. Hall & P. Du Gay (Coords.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp.13-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Ibáñez, T. & Iñiguez, L. (1996). Aspectos metodológicos de la psicología social aplicada. En Álvaro, J. L., Torregrosa, J. R. & Garrido, A. (Eds.), *Psicología Social Aplicada* (pp.57-82). Madrid: McGraw-Hill.
- Mandakovic, V. & Serey, T. (2016). *Reporte Nacional de Chile 2016*. Universidad del Desarrollo. Santiago: Chile.
- Márquez, F. & Van Hemelryck, L. (1996). Fenomenología y génesis de un concepto: La microempresa en América Latina. *SUR, Centro de Estudios Sociales y Educación*.
- McInnes, P. & Corlett, S. (2012). Conversational identity work in everyday interaction. *Scandinavian Journal of Management*, 28(1), 27-38. <http://dx.doi.org/10.1016/j.scaman.2011.12.004>
- Mills, C. (1940). "Situating Actions and Vocabularies of Motive". *American Sociological Review* 5:904-913.
- Pérez, Y. (2011). *"Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación": Tesis presentada a la Escuela de Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al grado académico de Magíster en Psicología Mención Social-Comunitaria*. Santiago, Chile: Autor.
- Potter, J. & Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behavior*. London: Sage.
- Redes. (s/i). *Diferencias de género y Socialización. Los estereotipos de género y su transmisión a través del proceso de socialización*. 1-11.

- Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill, cuarta edición Interamericana.
- Sánchez, J. (2014). Repertorios interpretativos de un espacio en transformación: el caso de Armas-Casta Álvarez en Zaragoza. *Revista de estudios urbanos y Ciencias Sociales*, V5-N1. Página 7. España, Cataluña.
- Santander, P., Fernández, C., Yáñez, D. & Camino, T. (2016). *Mujer y actividad emprendedora de la Región de Valparaíso 2015-2016* (Primera ed.). Santiago, Chile: Edición Departamento de Industrias Universidad Técnica Federico Santa María.
- Sisto, V. & Fardella, C. (2008). Narrándose en la flexibilidad. Un análisis narrativo discursivo de la identidad en tiempos de flexibilidad laboral. *Revista de Psicología Universidad de Chile*, 17(2), 59-80. doi:10.5354/0719-0581.2008.17137
- Sisto, V. (2012). Identidades Desafiadas: Individualización, Managerialismo y Trabajo Docente en el Chile Actual. *Psykhé*, 21(Nº2), 35-46.
- Sisto, V. (2012). Análisis del Discurso y Psicología: A veinte años de la revolución discursiva. *Revista de Psicología*, XXI(1), 185-208.
- Soto, A., Stecher, A. & Valenzuela, A. (2017). “La construcción de identidades laborales en escenarios de trabajo heterogéneos: estudio en el sector público” (Proyecto Fondecyt n° 1140602, Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, Chile) y “Procesos de construcción de identidad en el trabajo en el Chile actual: el caso de los trabajadores de tiendas de grandes empresas del retail. Aportes empíricos y conceptuales al debate sobre trabajo e identidad en América Latina” (Proyecto Fondecyt n° 11130095, Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, Chile).
- Taylor, S. & Littleton, K. (2006). Biographies in talk: A narrative-discursive research approach. *Qualitative Sociology Review*. Vol II Nº 1: 22-38.
- Valdés, M. (2005). La feminización de la pobreza: Un problema global. *Revista Mujer Salud. Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe (RSMLAC)*, 4, 72-80.

Watson, T. J. (2008). Managing identity: Identity work, personal predicaments and structural circumstances. *Organization*, *15*(1), 121-143.

<http://dx.doi.org/10.1177/1350508407084488>

Watson, T. J. (2009). Narrative, life story and manager identity: A case study in autobiographical identity work. *Human Relations*, *62*(3), 425-452.

<http://dx.doi.org/10.1177/0018726708101044>