

“EMPREDIMIENTO”

En Tiempo de Crisis

“ENTREPRENEURSHIP”

In Time of Crisis

“EMPRENDEDORISMO”

Em tempo de crise

Alcimar García Velásquez

alcimargar@gmail.com

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, Punto Fijo-Venezuela

Cita APA: García-Velásquez, A. (2022). Emprendimiento en tiempo de crisis. *Mount Scopus Journal*. (2)4, 5-20.

Resumen

Actualmente, los emprendedores venezolanos han demostrado que el desarrollo de ideas creativas y rentables incrementa su determinación y resiliencia, de esta forma estos emprendedores son del tamaño de la crisis que se les presente. Así mismo se considera el emprendimiento como una herramienta poderosa para la educación, la lucha contra la pobreza y el comienzo de una posible independencia económica. El presente artículo “Emprendimiento” en tiempos de crisis, se origina a través del enfoque hermenéutico crítico de Ricoeur, (2010) fundamentado en el describir, explicar y comprender. En cuanto a sus resultados emergieron cinco hallazgos: Visión-Imaginación, Conciencia de ser Independiente, Manejo de las emociones, dialéctica problemas-soluciones, dialéctica producir-sostener. Estos hallazgos están vinculados con los discursos de la vida cotidiana de los emprendedores. Proporcionan un importante sustento teórico en la investigación de emprendimientos en contextos adversos, basado en una forma distinta de abordar la realidad y conferirle la importancia que posee, para encontrar en la complejidad humana respuestas para mejorar la calidad de vida de las personas.

Palabras claves: Emprendimiento, tiempo de crisis, contexto, hermenéutica, hallazgos.

Abstract

Currently, Venezuelan entrepreneurs have shown that the development of creative and profitable ideas increases their determination and resilience, in this way these entrepreneurs are the size of the crisis that is presented to them. Likewise, entrepreneurship is considered a powerful tool for education, the fight against poverty and the beginning of a possible economic independence. This article "Entrepreneurship" in times of

crisis, originates through Ricouer's critical hermeneutic approach, (2010) based on describing, explaining and understanding. Regarding its results, five findings emerged: Vision-Imagination, Awareness of being Independent, Management of emotions, dialectic problems-solutions, dialectic produce-sustain. These findings are linked to the discourses of the daily life of entrepreneurs. They provide an important theoretical support in the investigation of ventures in adverse contexts, based on a different way of approaching reality and giving it the importance, it possesses, to find answers in human complexity to improve people's quality of life.

Keywords: Entrepreneurship, time of crisis, context, hermeneutics, findings.

Resumo

Atualmente, os empresários venezuelanos têm mostrado que o desenvolvimento de ideias criativas e lucrativas aumenta sua determinação e resiliência, dessa forma esses empreendedores estão do tamanho da crise que se apresenta a eles. Da mesma forma, o empreendedorismo é considerado uma ferramenta poderosa para a educação, o combate à pobreza e o início de uma possível independência econômica. Este artigo "Empreendedorismo" em tempos de crise, tem origem na abordagem hermenêutica crítica de Ricouer, (2010) baseada em descrever, explicar e compreender. Dos seus resultados emergiram cinco achados: Visão-Imaginação, Consciência de ser Independente, Gestão das emoções, dialética problemas-soluções, dialética produzir-sustentar. Esses achados estão ligados aos discursos do cotidiano dos empreendedores. Eles fornecem um importante suporte teórico na investigação de empreendimentos em contextos adversos, baseados em uma forma diferente de abordar a realidade e dar-lhe a importância que ela possui, para encontrar respostas na complexidade humana para melhorar a qualidade de vida das pessoas.

Palavras-chave: Empreendedorismo, tempo de crise, contexto, hermenêutica, constatações.

1. Introducción

Que las dificultades son solo oportunidades no es un cliché, es una verdad indiscutible porque los desafíos y necesidades que vive el país no solo alentaron, sino que movilizaron a una enorme cantidad de emprendedores inconformes con su situación, a no esperar a que las cosas sucedieran por generación espontánea, sino que precisamente se movilizaron para hacer que sucedieran, a pesar de la adversidad del contexto. Cada día nacen diferentes emprendimientos en Venezuela que ayudan a mejorar su calidad de vida personal y familiar, como sucede con todos los empresarios exitosos del mundo.

Actualmente, los emprendedores venezolanos tienen más que demostrado que el desarrollo de ideas creativas y rentables incrementan la determinación y la resiliencia de forma infinita, así como el tamaño de la crisis que se les presente por diferentes razones, el emprendedor venezolano está convencido de que el emprendimiento a pesar de todo. Es una herramienta poderosa para la educación, la lucha contra la pobreza y el comienzo de una posible independencia financiera.

En esta investigación se demuestra que indistintamente el negocio que puede ir desde una emisora radial, hasta una venta de hamburguesas, una idea bien concebida merece el empuje necesario y compromiso para hacerla no sólo realidad, sino también sustentable y sostenible en el tiempo sobre pasando los obstáculos políticos, económicos, tributarios, legales, de suministros de servicios existentes en Venezuela. Y es que ante cada necesidad y adversidad surge una nueva iniciativa venezolana con un plan de negocio, que no sólo retrata un sueño, sino también demuestra la ruta a seguir para llevarla a cabo. Ser emprendedor en Venezuela, implica una búsqueda constante de superación de obstáculos, de crear, innovar y aceptar cada día nuevos retos.

Según el Instituto Nacional de Estadística, el índice Gini de Venezuela se ha mantenido en 0,38 desde 2014. Sin embargo, si se compara este número con el informe de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), Venezuela sería el país con menor desigualdad que algunos países de América Latina. Sin embargo, la encuestadora Encovi de la UCAB, (2021) muestra que el país tiene una cifra de 0.56. Esto incluso estaría por debajo del promedio latinoamericano de 0,60. Es importante señalar que el documento de la CEPAL no incluye el coeficiente de Venezuela para 2020, sino para 2014.

Por su parte también, las cifras conocidas de proyectos venezolanos están desactualizadas, por la falta de información pública oportuna que evidencie la realidad social y económica del país. Según los datos del Monitor Global del Emprendimiento de hace diez años muestran que, por ejemplo, el ambiente de negocios en el país recibía una valoración de 1,6 (en una escala con una puntuación máxima de 5). Al menos 3,2 millones de personas eran emprendedores en la fase inicial. Si bien no existen datos oficiales sobre el crecimiento o declive de empresas y proyectos en el país, esta actividad no se ha detenido. Al respecto, LexLatin entrevistó a los bilbaínos Joaquín Núñez Landáez y Karen Incera, socios junior de la empresa venezolana Hoet Pelaez Castillo y Duque. Ambos expertos coinciden en que es posible hacer negocios a pesar de la atípica economía del país. Uno de los mayores obstáculos es la inexistencia de un marco legal idóneo para favorecer el emprendimiento en Venezuela.

Si bien Venezuela es un país con una economía atípica, existen muchos puestos que se pueden cubrir brindando bienes y servicios. El consumidor venezolano reconoce cada vez más el esfuerzo y la creatividad de los emprendedores, especialmente de aquellos cuyas propuestas tienen un valor humano inherente. Según las entrevistas realizadas, los emprendedores venezolanos se enfocan más en las oportunidades que en las limitaciones que se les presenta.

2. Base conceptual

Según el diccionario de la lengua española (2014), la palabra emprendedor deriva de la voz castellana emprender, que se origina del latín in, en y prendere coger o tomar. Muy relacionado con el vocablo francés entrepreneur, que a principios del siglo XVI se hacía referencia a los aventureros que emprendían viajes para expediciones en búsqueda de oportunidades. En el siglo XVIII, el significado del término se refería a quienes se dedicaban a la arquitectura, construcción de puentes, caminos. Más tarde en el año (1755), Richard Cantillón lo relaciona como el proceso de enfrentar a la incertidumbre.

Es conveniente destacar que desde la significación etimológica el emprendimiento ha estado asociado a la aventura, las oportunidades, el riesgo, la incertidumbre. Esto hace pensar que desde su origen es posible reconocer su naturaleza humana. Que se expresa en la voluntad, capacidades, necesidades, libertad, responsabilidad, y la esperanza.

Algunos teóricos como: Veciana (1999): Plantea la función empresarial desde varias dimensiones: económico, psicológico, sociocultural, y gerencial; Knight (1964): comprende el riesgo y la incertidumbre que enfrentan los agentes económicos; Marshall (1980): agrega un nuevo factor de producción a los ya conocidos tierra, trabajo y capital. Este nuevo concepto es la organización. Por otra parte, está Schumpeter: (1961), quien identifica el emprendedor como la persona que pone en movimiento el negocio.

Estas teorías de Knight, Marshall, Schumpeter referidas sobre al emprendimiento, son las más populares, porque no implican ningún conflicto con el contexto. Los autores se ubican en el campo de producción de las ciencias económicas. Así lo afirma Pfeilstetter (2011) quien las denomina “Teorías de la acción racional”, fundamentadas ontológicamente en el

libre albedrío sobre los condicionantes ambientales, interpretando la actitud de los individuos como la consecuencia de cálculos racionales o utilitaristas, con la intención de valorar las ventajas e inconvenientes de cualquier acción en el ámbito del emprendimiento, que se ven más como el resultado de acciones aisladas de agentes capacitados, independientemente del entorno o contexto en que se desarrollen.

Siendo un estudio fenomenológico no se interpela, la postura teórica de los autores que presentan teorías utilitaristas, aisladas de la naturaleza humana de quien emprende. Es importante referir que Orrego, aunque estudia la voluntad del sujeto emprendedor a través del sentido humano, se apoya epistémicamente en teorías racionales promovidas por la economía neoclásica, reduciendo o simplificando las motivaciones humanas, obviando al individuo como emprendedor, como la persona que promueve acciones necesarias para iniciar, materializar y mantener un proyecto de negocio como iniciativa propia. Es indispensable buscar el contexto conceptual, de los sujetos que protagonizan el emprendimiento, donde la subjetividad, la intersubjetividad, la reflexión y lenguaje están presentes.

Es claro, que la investigación propuesta tiene un enfoque subjetivo, que estudia la voluntad como autodeterminación para emprender, las teorías que fundamentan el estudio son asociadas al enfoque administrativo, gerencial, utilitarista de las ideas de negocios. Es allí donde está el espacio para abordar estos vacíos epistemológicos. Por otra parte, se estudia la voluntad del sujeto de manera anticipada, como esencia del emprendimiento, expresada en la autodeterminación del emprendedor para desarrollar la idea de negocio. Es un estudio fenomenológico, que describe la realidad, tal cual se presenta, es decir no se hace visible lo oculto. En una investigación con carácter interpretativo, se va de la comprensión a la explicación, según Ricouer (2010), es por ello que existe una valiosa potencialidad, para buscar datos amplios, que expandieron y otorgaron profundidad a la investigación.

Aun cuando, hay una búsqueda del sentido humano que rescata el carácter subjetivo que revela la naturaleza de la investigación, los instrumentos de recolección de datos utilizados, fueron un tanto sesgados, por cuanto las entrevistas semiestructuradas, aunque tuvieron cierta flexibilidad dieron poca libertad al sujeto para expresar lo que realmente sentían,

para ser identificado por estudio fenomenológico. Por otra parte, se levanta la información, sólo en el contexto académico, como generación teórica en la Tesis Doctoral. Sin embargo se acerca al tema de estudio “Emprendimiento en Tiempos de Crisis”, por la visión distinta a la tradicional que envuelve el fenómeno del emprendimiento, generalmente se observan las investigaciones sobre el emprendimiento donde la dimensión humana queda implícita en el acto de emprender obviando su complejidad.

Se reconoce que el trabajo es una orientación relevante en el contexto Latinoamericano, para profundizar en la búsqueda de elementos subjetivos y significativos en el orden ontológico, que permitan estudiar “Emprendimiento en Tiempos de Crisis” desde una perspectiva del emprendimiento individual en Venezuela, es decir de lo subjetivo a lo intersubjetivo porque el emprendimiento va más allá de ser un acto de voluntad, de decisión propia. Para su realización amerita también de otras personas, de sus experiencias, sensibilización, conocimientos, se requiere desde su entorno erigir las bases que sustenten la idea de negocio.

El general este artículo, permite comprender que la investigación se hizo desde un enfoque cualitativo, mirando la dimensión subjetiva, humana del emprendedor, se abordaron aspectos amplios que incluyen no sólo la voluntad, sino también: la superación, las decisiones, aspiraciones, los valores, capacidades, la responsabilidad, la libertad. La superación de los grandes desafíos que implica emprender en Venezuela donde existe una prolongada recesión económica, dificultades con los servicios públicos, normativas fiscales y tributarias complicadas. Se destacaron dimensiones relevantes que por lo general se omiten cuando se habla del emprendimiento únicamente desde una sola dimensión, se destacó también la creatividad, innovación, organización, los problemas estructurales y contextuales.

Hay una variedad de enfoques para describir el aspecto individual del emprendedor, algunos centrados en sus rasgos, que han sido criticados y en general han arrojado resultados decepcionantes así lo manifiestan (Low y MacMillan, 1988). Hay otros estudios que se enfoca más en la conducta del emprendedor, en su psicología analizando las

características psicológicas distintivas (Chell, Haworth y Brearley, 1989; Gartner, Bird y Starr, 1992 Lumpkin y Dess, 1996).

Estas características se han correlacionado con el espíritu emprendedor, como un intento anticipado, de predecir quienes se convertirán en emprendedores. Tienen una visión amplia de la psicología. Los tres factores más estudiados en relación con el aspecto individual son: Influencias psicológicas, características personales, efectos de las experiencias previas, en el individuo (Hurley, 1999, P55). A partir de los rasgos y características individuales del emprendedor, se desarrolló un modelo de investigación para ilustrar la interacción crítica de varias actividades en lugar de eventos que ocurren en forma aislada. El cuadro Nro. 1, ilustra los elementos claves de este proceso.

Cuadro 1. Características Individuales de un emprendedor.

1.Confianza	22. Previsión
2.Perseverancia, determinación	23. Exactitud, minuciosidad
3. Energía, diligencia	24. Cooperatividad
4. Ingenio	25. Orientación de los beneficios
5. Capacidad de tomar riesgos calculados	26. Capacidad de aprender de los errores
6. Dinamismo, errores de liderazgo	27. Sentido del poder
7. Optimismo	28. Personalidad agradable
8. Necesidad de lograr	29 Egotismo
9. Versatilidad, conocimiento del productos	30. Coraje
10. Creatividad	31. Imaginación
11. Capacidad de influenciar a los demás	32. Perceptividad
12. Capacidad de llevarse bien con las personas	33.Toleración por ambigüedad
13. Iniciativa	34. Agresividad
14. Flexibilidad	35. Capacidad para el disfruta
15. Inteligencia	36. Eficacia
16. Orientación para objetivos claros	37. Compromiso
17. Respuesta positiva a los desafíos	38. Capacidad de confiar en los trabajadores
18. Independencia	39. Sensibilidad a los demás
19. Capacidad de respuesta a las sugerencias	40. Honestidad, integridad
20. Competencia de tiempo, eficiencia	41 Madurez, equilibrio
21. Capacidad de tomar decisiones rápidamente	

Fuente: Hurley, 1999.

Las personas son muy diversas y sus expresiones discursivas son una ventana que permite mirar de forma más humana el emprendimiento, como decisión individual. Cada historia revela aciertos y errores. Sin embargo, algo en común en todos ellos es: la habilidad para identificar una oportunidad y la posterior consecución de los recursos necesarios para el desarrollo de su proyecto. Las iniciativas emprendedoras buscan una forma diferente de

pensar y de hacer las cosas en función de lograr sus sueños, objetivos y metas en la búsqueda de la superación de la desigualdad social, económica que se vive en Venezuela.

Los emprendedores que relatan sus experiencias son personas sencillas, comunes que no están en el marketing publicitario como empresarios reconocidos y establecidos, son si se quiere historias cercanas, conocidas afines a nuestro diario vivir que toman la decisión de desarrollar un emprendimiento sin patrocinio alguno, es decir sin créditos gubernamentales, ni bancarios, por muchas razones, una de ellas es por lo burocrático y difícil para cumplir con los requisitos exigidos para ello. Tampoco cuentan con formación profesional en el área del emprendimiento y sin embargo se suben en la travesía riesgosa de iniciar una idea de negocio en Venezuela. La interpretación de estos emprendimientos individuales, en tiempo de crisis permite acercarse también a la realidad actual del contexto venezolano, resumida en la expresión. ... *“Nos presentamos al cliente no solamente con problemas, nos presentamos al cliente también con soluciones”*. (2017), (L: 54-55) de Casa Grande. Cada iniciativa emprendedora tiene una gerencia vinculada a la perspectiva y naturaleza de su emprendimiento.

En consecuencia, el contexto y el emprendimiento están íntimamente relacionados. El emprendedor tiene frente a sí mismo, muchos cambios incontrolables, que ocurren con tal rapidez que modifican los escenarios sociales, económicos, políticos, tributarios convirtiendo el contexto en un terreno inestable y difícil para emprender, por la incertidumbre en materia económica, social y por la prolongada recesión económica.

Los venezolanos, a través del desarrollo de emprendimientos, buscan generar ingresos propios, ser su propio jefe, tener independencia económica, obtener estabilidad financiera y emocional. A pesar de las dificultades del contexto, desarrollan su proyecto de negocio con: pasión, voluntad, optimismo y con instinto miran el entorno para el hacer, detectando las necesidades que no están satisfechas. De esta manera obtienen ventaja de los cambios que se pueden llegar a percibir como difíciles o complicados por la mayoría. Esta actitud del venezolano es reconocida por el (Monitor Global de Emprendimiento por sus siglas en inglés) GEM (2012) cuando refiere que Venezuela es uno de los países con mayor número de emprendedores a nivel mundial.

Pero, aún en medio del entorno adverso, no dejan de surgir nuevas iniciativas. Entre el 18 y el 20 % de los venezolanos están comenzando un emprendimiento. Las cifras son aportadas por Global Entrepreneurship Monitor – GEM. Se trata del más prestigioso estudio de la materia a nivel mundial. La investigación fue instaurada en 1999 en más de 100 países. Es idea de la institución estadounidense Babson College y de The London Business School, de Reino Unido. Tal índice mide los niveles de emprendimiento y prueba la relación con el desarrollo económico local. Refiere que en Venezuela se abren paso los emprendimientos innovadores y creativos.

De hecho, en el año 2020, más de 2.000 emprendedores venezolanos se sumaron en el mes de noviembre en plena pandemia, por medio de la tecnología, traspasando fronteras los estados participantes fueron: Anzoátegui, Aragua, Bolívar, Carabobo, Área Metropolitana, Mérida, Miranda, Nueva Esparta, Trujillo, Vargas y Zulia como plazas activas en esa edición a la Semana Global del Emprendimiento (GEW 2020) bajo el lema #VenezuelaEmprende.

El objetivo es mostrar la realidad de un país donde hay emprendedores que han sabido afrontar los retos y siguen haciendo propuestas innovadoras, sostenibles y necesarias para apoyar su desarrollo propio y el de su país. Se sumaron a aquellas actividades enfocadas a la gestión empresarial durante y después de la pandemia: uso de nuevas tecnologías, nuevos métodos de mercadeo, servicio y venta, adaptación de modelos de negocios, triple impacto, oportunidades globales, ética y propósito empresarial, talento, finanzas. Este año, los temas principales giran en torno a los ejes marcados por Global Enterprise Network (GEN): #educación #ecosistemas #conexión o #políticaspúblicas.

3. Metodología

Utilizando la metodología cualitativa, a través de la hermenéutica crítica de Paul Ricouer, se realizó una categorización a las entrevistas de los emprendedores, organizadas por tramos textuales. Seleccionando las categorías que emergieron de los temas más relevantes, dada la recurrencia presente en ellos. Tomando en cuenta que la intención del texto no es la intencionalidad del emprendedor, sino lo que el texto mismo quiere decir. Mediante una semántica profunda de carácter dinámico, a partir de la estructura revelada

por la explicación, el lector proceda a realizar la interpretación no como acto subjetivo sobre el texto sino como una operación objetiva que sería el acto del texto.

En cuanto a los criterios de validez subjetiva. La orientación epistemológica cualitativa, de esta investigación fenomenológica hermenéutica, fue interpretar la realidad específica del emprendimiento individual en tiempos de crisis, su dificultad fue reproducir las condiciones de un comportamiento determinado, por tanto, afirma Rusque (2010) *“la confiabilidad debe orientarse al nivel de concordancia interpretativa entre diferentes observadores, evaluadores y jueces”*

4. Resultados

La dialéctica general los emprendedores con respecto a las perspectivas gerenciales, se destacan en primer lugar en lo que es el acontecimiento: oportunidad para emprender y el sentido como referencia, que éste tiene sobre lo que hace el emprendedor para llenar el vacío de necesidades creadas existentes en el país, en la actualidad y conseguir algo, relacionado con el “potencial”, que se pueda desarrollar en el emprendimiento, y que de allí pueda surgir la “organización”, que comienza con una “visión”, de lo que se quiere ser, lo que se necesita para lograrlo, y de cómo se va hacer, representada por la “misión”.

El fenómeno del emprendimiento sucede como un hecho de naturaleza humana, de personas que sienten, se inspiran y sacan un propósito para salir adelante, donde las decisiones van a depender de la actitud, que tenga y vaya forjando el emprendedor, en relación cómo gerencia las dificultades, si éstas son interpretadas como un aprendizaje que fortalece el músculo de la voluntad para alcanzar el: sueño de ser independiente, sus deseos, metas.

Que comienzan siendo primero una idea pequeña y que luego con trabajo, constancia, actitud positiva, perseverancia, preparación, creatividad. También tomando en cuenta las herramientas a su alcance, hacen uso de la tecnología van creciendo poco a poco ensayando, cometiendo errores y aprendiendo. Se enfrentan a los diferentes desafíos de manera creativa, para lograr mantener y hacer crecer su emprendimiento. Sin detenerse a pensar muchas veces en sus triunfos o fracasos, se trata del reto cotidiano de avanzar, pese

a los obstáculos, de continuar en la carrera manteniendo la esencia que da forma y sentido al mundo de vida del emprendedor.

Desde la semántica se pone en evidencia las perspectivas gerenciales del emprendimiento de una forma integral, como entidad de la existencia que posee, contradicciones, conflictos, matices propios de los problemas sociales en la perspectiva gerencial, en la dialéctica entre el explicar y el comprender, no como la captación de la vida psíquica o emocional de los emprendedores, es comprender a través de estos procedimientos explicativos que la preceden y la acompañan, los cuales actúan como mediadores. En tal sentido, como fuentes de información claves la discusión de los resultados se tienen los siguientes hallazgos: conciencia de independencia, la dialéctica problema-soluciones, dialéctica producir-sostener, visión-Imaginación, manejo de las emociones, emprendimiento en la vida cotidiana.

Figura 1: Hallazgos



Fuente: García, 2018

4.1 Subsección de resultados

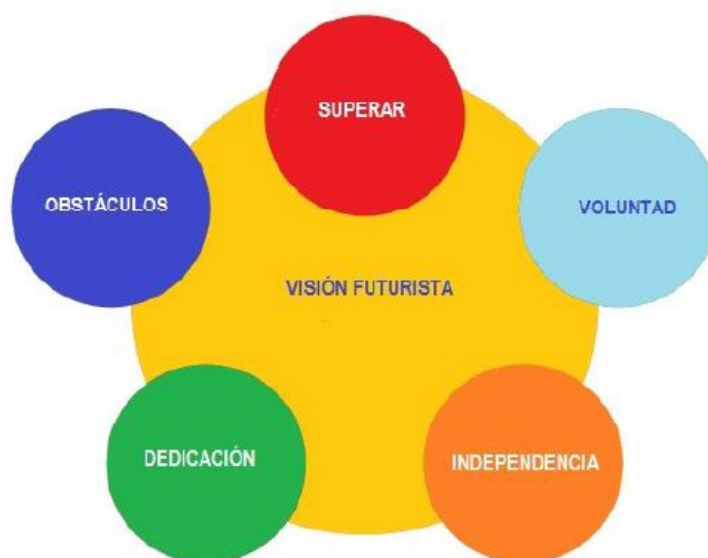
La conciencia de ser independiente, el manejo de las emociones, como elementos esenciales para iniciar, mantener y evolucionar en el emprendimiento, en la vida cotidiana que demanda continuos retos que deben ser superados. Emergen de las expresiones de sentido vinculadas a: (Reabrir el camino, el primer paso es ya, avanzar, crecer, nació en mí, no es algo que tú de repente sacas, es algo de repente sucede en ti, aprendiendo,

involucramiento). Confrontando con alguna literatura referida en el marco conceptual, se tiene que ciertamente existen muchos estudios de los rasgos de la personalidad y de las capacidades de las personas como son los de: Morrison (2001), Ayllon (2001), Nussbaum (2006), Max-Neff, (1.998).

Las visiones presentadas por estos autores revelan la importancia que tiene el estudio de los rasgos de la personalidad, entre ellos se encuentra la independencia, las necesidades, las prácticas de responsabilidad y libertad, el enfoque de las capacidades que deben ser respetados y aplicados por todas las sociedades. Sin embargo, a pesar de la amplitud y de cierta afinidad en estos estudios no se acompaña el elemento conciencia al término de ser independiente, por otra parte, se obvia el manejo de las emociones, en la perspectiva gerencial con una visión latinoamericana, que no han sido contempladas desde el análisis interpretativo y explicativo en otros estudios.

En cuanto a la Imaginación-visión, concebida de esta manera (como una imagen que se visualiza), no como el concepto empresarial, organizacional de visión, normativo que indica el objetivo de una empresa constituida. Al contrario, se trata de imaginarse el sueño antes que este se consolide, sustentados en algunas expresiones de sentido tales como: (ví el potencial, imaginas, visión, futurista, visualizaba, inventar)

Figura 2: Categorías semánticas de Emprendedores en tiempos de crisis.



Fuente: García, 2018.

5. Discusión

Es proyectar la perspectiva que se imagina, de acuerdo con el punto de vista del emprendedor, que también está permeado por el contexto, acerca de cómo llega la idea de negocio, aunque es algo intangible y hasta etéreo, es un proceso que puede darse de múltiples maneras: por el ejemplo de algunos de los padres, o tal vez por el legado que se le quiera dejar a los hijos, por ese deseo de independencia, por inspiración de un emprendimiento ya existente. Vinculado a las necesidades del hombre desde las materiales hasta las más altas como puede ser las de autorrealización personal.

En las teorías sobre los emprendimientos organizacionales (enfocadas en lo empresarial, economicista únicamente) se omite, se ignora este elemento, que para esta investigación es un hallazgo, por ser tal vez lo primero que pasa por la mente de un emprendedor antes de dar el primer paso. La realidad de la gerencia del emprendimiento existe en función del lenguaje, por lo tanto, el emprendedor primero imagina, después actúa en consecuencia. En la vida cotidiana está cuando se imagina la idea, está presente la esperanza, por obtener aquello que siempre se ha soñado. La vida cotidiana, sostenida en algunas expresiones tales como: (aprendiendo, experiencias, su casa, vida, trato, empatía, agradecer, civismo,

recomendar, aventura, vivir mejor, nos conocen, nuestra gente, obstáculos, superarme, Impetú, voluntad, familia, felicidad, tradición, trascender, perdonar, hijos).

Las expresiones de sentido señaladas conforman lo que se denomina la vida cotidiana del emprendedor, es decir sus vivencias, experiencias, su ambiente familiar, contexto, actitudes, acontecimientos que integran, propician, motivan e influyen en la perspectivas gerenciales del emprendimiento, porque los seres humanos somos seres de necesidades sociales de independencia. La dialéctica producir-sostener de los emprendedores afines en las expresiones de sentido: (credibilidad, siendo creativos, gustar a un cliente, atrevimos, artistas, trabajamos, se quería hacer, precios accesibles, conciencia ciudadana, hacemos realidad, aportar, buenas personas, referente afuera, estamos en capacidad, valor agregado, meta, pertenecen, riesgo, patrimonio, responsable, darle la vuelta, vamos a estar mejor, producir, resistir, economía, funcionamiento, mantener, plazos aceptable, mejorando, solventar, cambiar, crédito, mercado, resguardado, enfoque, cambiar, decisiones, preferencias, limitaciones, precios, situación país, temor).

6. Conclusión

La dialéctica presentada en el texto, según Ricouer plantea que el discurso se produce como acontecimiento, pero se comprende como sentido. La realidad experimentada por los emprendedores, expresadas en los acontecimientos del habla, son superados por la idealidad del sentido. Es decir, en las mismas narrativas de los emprendedores es constatable esa separación, se trata de comprender lo que quiere decir el emprendedor, que no significa intuir sus vivencias psíquicas, sino participar con él en la misma esfera del sentido.

En la gerencia del emprendimiento, la realidad, el acontecimiento es poder desarrollar un negocio en condiciones adversas, que permitan no sólo iniciarlo, mantenerlo sino también hacerlo crecer. Se exterioriza en el sentido, de sus expresiones expuestas con la realización del discurso escrito, como la unidad intencional del discurso, para captarlo como un todo, la explicación desentraña la estructura analítica del texto donde está presente el hallazgo producir-sostener.

Como la respuesta de los emprendedores ante situaciones críticas que en la actualidad vive Venezuela, donde los individuos tienen que resolver no sólo las dificultades de orden personal, sino también hacer frente al reto de sostener un negocio, mediante la producción del bien o servicio que prestan, pareciera que el reto de no contar a plenitud con recursos hace aflorar la creatividad en los emprendedores, para mantenerse y no desaparecer. El mayor compromiso, tiene que ver con la producción de conocimiento generado desde la realidad de las experiencias de quienes viven el reto todos los días.

7. Referencias bibliográficas

Ayllion (2001). *Luces en la Caverna Historia y Fundamentos de la ética*. Madrid: Martínez Roca editors. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=214787>

Chell, E, Haworth, JM, Brearley, SA (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. London: Routledge.

Diccionario de la lengua española (2014). Vigésimotercera edición 2014 real academia española edición del Tricentenario.

Encuesta Nacional de Condiciones de Vida. (Encovi). <https://www.proyectoencovi.com/>

Finol, A. (2017). *Texto, interpretabilidad e interpretación: límites y alcances*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N. ° 135, agosto-noviembre 2017 (Sección Ensayo, pp. 217-232) ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X.

Hurley, A. (1999). “Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship”, *Women in Manage. Rev.* 14(2): 54-62.

Low, MB, MacMillan, IC (1988). *Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges*. J. Manage. 35: 139-161.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. <http://www.ine.gov.ve/>

Marshall, A. (1980). *Principios de economía*, Madrid. Márquez, E. (2008) “Reflexiones sobre cómo construir el proyecto de tesis doctoral desde la perspectiva cualitativa”. Instituto Pedagógico de Caracas. Tierra Firme, Caracas-Venezuela. Nro. 103, Año 26-Vol. XXVI, pp. 387-405, 2008.

Max-Neef, M. (1998). *Desarrollo a escala Humana*. Santiago de Chile: CEPASUR. https://www.daghammarskjold.se/wp-content/uploads/1986/08/86_especial.pdf

Messina, M. (2015) *Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnica de data mining*. Escuela de Administración de Empresas Revista Digital: http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/2206/2006.

Morrison Alison (2001). "Entrepreneurs transcend time: A biographical analysis", Management Decision, Vol.39, N.9, PP.784-791

Nussbaum (2007). "El enfoque de las capacidades de M. "Un análisis comparado con nuestras teorías de las capacidades humanas" Publicado en: Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global, nº 100, CIP-Ecosocial/Icaria, invierno 2007/08.

LexLatin, (2020)."Emprendimientos en Venezuela: posibles y necesarios"
<https://lexlatin.com/entrevistas/emprendimientos-venezuela-posibles-necesarios>

Lumpkin, GT, Dess, GG (1996). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance*. Acad. Manage. Rev. 21: 135-172.

Orrego, C. (2014). *Descripción fenomenológica del emprendimiento: formación de la voluntad*". Tesis Doctoral de la Universidad de Medellín. Colombia. Revista electrónica; Estrategias. <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/es/article/view/959>

Pfeilstetter, Richard. (2011). *El Emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto*. Revista electrónica Gazeta de Antropología. <http://hdl.handle.net/10481/15684>.

Ricouer, P. (2010). *Del texto a la acción. Ensayos de hermenéutica II*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires

Schumpeter, J. (1965). *Entrepreneurial profit. In The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.

Veciana, J. M. (1999). *Creación de empresas como programa de investigación científica*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 8(3), 11-36.