

# EL EMPRENDIMIENTO COMO OBJETO REPRESENTACIONAL DE ADULTOS DEL AMBA: RESULTADOS PRELIMINARES

Rusak, Roxana; Bruno, Daniela Silvana  
Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

## RESUMEN

En los últimos años, el fenómeno social del emprendimiento ha ido adquiriendo notable visibilidad y relevancia interactuando con el desarrollo económico del país en el que el mismo tiene lugar. Asimismo, tanto las características del nuevo marco laboral como los cambios en las orientaciones personales hacia el trabajo sugieren que el autoempleo y las pequeñas empresas van a ser una realidad cada vez más extendida en nuestro contexto. En este escenario, se exponen los resultados preliminares de un estudio en el que se describen las representaciones sociales del emprendimiento de adultos (N=200) con edades entre 20 y 45 años de CABA y GBA. Como instrumento de recolección de datos se aplicó la técnica de asociación de palabras. Los resultados obtenidos muestran que el núcleo central de la representación social del emprendimiento en los participantes se encuentra compuesto por: creatividad, dedicación, desafío, energía, esfuerzo, idea, independencia, inversión, progreso, riesgo y trabajo. De esta manera, los participantes piensan el emprendimiento en términos empresariales y personales. Esto último podría interpretarse como una concepción que se limita a atributos individuales y económicos, en los que no se consideran dimensiones colectivas tales como cultura, educación, valores y condiciones sociales.

## Palabras clave

Representaciones sociales - Emprendimiento - Adultos - Asociación de palabras

## ABSTRACT

ENTREPRENEURSHIP AS A REPRESENTATIONAL OBJECT OF ADULTS FROM THE AMBA: PRELIMINARY RESULTS

In recent years, the social phenomenon of entrepreneurship has acquired notable visibility and relevance interacting with the economic development of the country in which it takes place. Likewise, both the characteristics of the new labor framework and the changes in personal orientations towards work suggest that self-employment and small businesses are going to be an increasingly widespread reality in our context. In this scenario, the preliminary results of a study that describe the social representations of entrepreneurship of adults (N = 200) with ages between 20 and 45 years of CABA and GBA are presented. As a data collection instrument, the word association technique was applied. The results obtained show that the central nucleus of

the social representation of entrepreneurship in the participants is composed of: creativity, dedication, challenge, energy, effort, idea, independence, investment, progress, risk and work. In this way, participants think about entrepreneurship in business and personal terms. The latter could be interpreted as a conception that is limited to individual and economic attributes, in which collective dimensions such as culture, education, values and social conditions are not considered.

## Keywords

Social representations - Entrepreneurship - Adults - Word association technique

## BIBLIOGRAFÍA

- Abric, J.C. (2001) *Prácticas sociales y representaciones*. México: Cooyoacán.
- Audrestch, D., Keilbach, M. & Lehmann, E. (2006) *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.
- Del Solar Sepúlveda, S. (2010). *Emprendedores en el aula*. Organización de los Estados Iberoamericanos. Santiago de Chile: Fundar y Bid.
- Durán-Aponte, E. & Arias-Gómez, D. (2015). *Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales*. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 6(2), 320-340.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici. (Ed.). *Psicología social II: pensamiento y vida social* (pp. 469-493). España: Paidós.
- Jodelet, D. (2005). *Loucuras e representações sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Kantis, H. (2008). *Aportes para el diseño de Programas Nacionales de Desarrollo Emprendedor en América Latina*. Vicepresidencia de Sectores y Conocimiento, Sector Social División Ciencia y Tecnología. Notas técnicas # IDB -TN-132. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantis, H., Federico, J. & Ibarra, S. (2016). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico: Novedades y tendencias para fortalecer e integrar los ecosistemas de la región*. 1a ed. - Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.
- Montero, I. & Orfelio, G. L. (2007). *Guía para nombrar los estudios de investigación en Psicología*. International Journal of Clinical and Health Psychology, 7(3), 847-862.
- Moscovici, S. (1961/1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Argentina: Huemul.



- Orrego, C.I. (2008). *La dimensión humana del emprendimiento. Revista Ciencias Estratégicas*. Vol. 16- No 20 pág. 225-235. Medellín-Colombia. Jul-Dic 2008 ISSN: 1974-8347.
- Vélez-Romero, X. A., Ortiz Restrepo, S. (2016). *Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica*. Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Manta, Ecuador. Dom. Cien., ISSN: 2477-8818 Vol. 2, núm. 4, oct., 2016, pp. 346-369.
- Wagner, W. & Hayes, N. (2011). *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. España: Anthropos.
- Zamora-Boza, C. S. (2018). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. Revista Espacios Vol. 39. No 7, 1-12. ISSN: 0798-1015.