

Ser Emprendedor en la sociedad 4.0

La implicancia de la regulación emocional, estudio de campo de emprendedores en la provincia de Córdoba, Argentina

Being an Entrepreneur in Society 4.0
The Implication of Emotional Regulation, a field study of entrepreneurs in the province of Córdoba, Argentina

Heidi de Lourdes Raimondo

heidi.raimondo94@gmail.com

Universidad Nacional de Villa María, Instituto A. P. de Ciencias Sociales, Argentina

Andrea Palma Isla

andrea.palma.isla@mi.unc.edu.ar

Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Psicología, CEA-UNC, Argentina

Resumen

El emprendedurismo en Argentina ha crecido exponencialmente desde la crisis de 2001. En los últimos meses con la llegada de la Libertad Avanza al gobierno y las políticas de ajustes que se vienen sucediendo, se ha visto un incremento en el campo del emprendedurismo, este incremento, incluye a personas que trabajan bajo dependencia y no logran llegar a fin de mes, el estudio se ha centrado en emprendimientos que se realizan utilizando herramientas digitales y el uso de IA. La necesidad de emprender y ser competitivos en un mercado “en línea” ha llevado a que cada vez más personas deban adaptarse a las condiciones estructurales del trabajo digital en la sociedad 4.0.

La sociedad 4.0 se caracteriza por la digitalización y la automatización de los procesos productivos. Esto ha generado una transformación del tiempo y el espacio del trabajo. Como resultado, han aparecido nuevos saberes prácticos para el desarrollo de tareas generales. Esta nueva corporalidad ha dado lugar a habilidades que permitan adaptarse a las exigencias de la sociedad actual (Scribano y Lisdero, 2019).

Este trabajo busca profundizar acerca de la relación que se da entre los emprendedores y emprendedoras que han debido adaptarse a las condiciones estructurales del trabajo digital en la sociedad 4.0 y visibilizar las herramientas de regulación emocional observadas.

Palabras claves: emprendedurismo; regulación emocional; sociedad 4.0; herramientas digitales; redes sociales; inteligencia artificial; IA

Abstract

Entrepreneurship in Argentina has been growing exponentially since the 2001 crisis. In recent months, with the arrival of Libertad Avanza to the government and the adjustment policies that have been taking place, there has been an increase in the field of entrepreneurship, which includes people who work under dependency and cannot make ends meet, ventures that they carry out using digital tools. This situation has led to more and more people having to adapt to the structural conditions of digital work in society 4.0.

Society 4.0 is characterized by the digitalization and automation of production processes. This has generated a transformation of the time and space of work, which has led to the emergence of new practical knowledge for the development of general tasks. This new corporality has given rise to the need to acquire skills that allow us to adapt to the demands of today's society (Scribano and Lisdero, 2019).

This paper seeks to delve into the relationship between entrepreneurs who have had to adapt to the structural conditions of digital work in society 4.0 and to make visible the emotional regulation tools observed.

Keywords: entrepreneurship; emotional regulation; society 4.0; digital tools; social networks; artificial intelligence; IA.

Ser Emprendedor en la sociedad 4.0

La implicancia de la regulación emocional, estudio de campo de emprendedores en la provincia de Córdoba, Argentina

Introducción

En el siguiente trabajo se busca comprender el concepto de emprendedurismo, desde dónde surge el sujeto emprendedor, que lo conforma y cómo puede sostenerse a lo largo del tiempo y de las adversidades, entrecruzando los conceptos de fragilidad laboral y el surgimiento de la nueva sociedad del rendimiento.

A mediados de los noventa surgió una teoría que, derivada de la del fin del trabajo de la década anterior y de la postmodernidad, planteó en términos sociológicos - supuestamente demostrable empíricamente que la inestabilidad de las ocupaciones en la Nueva Economía se traducía en trayectorias laborales fragmentarias, ocupaciones desvinculadas y fugaces, como nueva característica del mercado laboral y que la decadencia del Estado benefactor junto con sus sistemas de relaciones industriales, implicaría una pérdida de identidad con el Trabajo (Dubar, 2001; Dubar 2002). En esta medida ya no sería concebible la conformación de sujetos laborales amplios, ni organizaciones ni proyectos de transformación de la sociedad (Geiser, 1997; Kirk y Wall, 2011 en De la Garza, 2013), en este contexto, podemos observar como la ausencia de seguridad laboral y la necesidad de generar recursos que sustenten la vida familiar, ha impactado en las últimas dos décadas, produciéndose el surgimiento de lo que llamamos hoy en día: "Sujeto Emprendedor", sujeto que se ve a sí mismo inserto en un mundo laboral de hiper segmentación, en este contexto, el emprendedurismo funciona como un horizonte aspiracional que desborda los ámbitos empresariales y se transforma en una filosofía de vida de autosuperación. Así, se convierte en un mecanismo cultural que construye sentidos (Quattrini, 2017), sentidos que brindan al emprendedor la motivación necesaria para abrirse paso en el mundo digital de la oferta y la demanda. Esto nos lleva a considerar cómo se construye esta nueva sociedad, que promueve y propicia el surgimiento de nuevos emprendedores que se lanzan al mercado laboral usando las herramientas digitales y las redes sociales para visibilizar y comercializar aquel producto o servicio que ofrecen al mercado.

Un vuelco en las sociedades actuales propicia el surgimiento del emprendedurismo, observamos un cambio en la sociedad del Siglo XXI, estamos frente a una sociedad que ya no es disciplinaria, sino una sociedad de rendimiento. Tampoco sus habitantes se llaman ya "sujetos de obediencia", sino "sujetos de rendimiento". Estos sujetos son emprendedores de sí mismos (Byung- Chul Han, 2010).

En este contexto, se espera que cada persona se autorregule y optimice constantemente su rendimiento, tanto en el ámbito laboral como en el personal. Este cambio refleja la creciente importancia del emprendimiento individual y la optimización en la regulación de los estados emocionales del sujeto emprendedor en la sociedad contemporánea.

La regulación emocional se convierte así en una herramienta crucial, ya que hace que los emprendedores y emprendedoras busquen el equilibrio emocional que les permita enfrentar los desafíos.

Uno de los aspectos fundamentales de estas habilidades es la regulación emocional. Según Quattrini (2017), la regulación emocional implica "la capacidad para manejar las emociones de forma apropiada", lo que permite a los emprendedores enfrentar de manera efectiva situaciones de incertidumbre, estrés y presión en el entorno laboral. La regulación emocional no solo implica el

control de las emociones negativas, sino también la capacidad de canalizar las emociones positivas en una dirección que promueva la productividad.

Tal es así, que los emprendedores y emprendedoras que han debido adaptarse a las condiciones estructurales del trabajo digital en la sociedad 4.0, han tenido que desarrollar una serie de herramientas y habilidades para hacer frente a las demandas del mercado. En este sentido, la regulación emocional se ha convertido en un aspecto fundamental para poder adaptarse a las exigencias de la sociedad actual.

En este sentido, se puede afirmar que el trabajo digital en la sociedad 4.0 implica una serie de desafíos para los emprendedores y emprendedoras, no sólo en términos técnicos sino también emocionales. La regulación emocional se ha convertido en una habilidad crucial para poder enfrentar situaciones de incertidumbre y estrés propias del entorno laboral digital.

Estas habilidades incluyen el manejo de plataformas digitales, la programación, el diseño de sitios web, la utilización de herramientas de marketing digital y chats de IA como chat GPT que ayudan al emprendedor digital en la organización y diseño de las publicaciones, alcance de público objetivo, generar nuevas ventas, como también en la organización de la agenda del emprendedor entre otras asistencias que brinda el mundo digital (Maresca y Graña, 2020).

Metodología

La metodología de esta investigación consistió en la realización de entrevistas semiestructuradas a más de 20 emprendedores y emprendedoras de la Provincia de Córdoba, realizadas en el periodo enero 2021 a febrero 2024.

Los criterios de selección para los participantes fueron haber iniciado un emprendimiento en el ámbito digital, estar activos durante el período de estudio y haber tenido que adaptarse a las condiciones del trabajo digital en la sociedad 4.0.

Para la recopilación de datos, se utilizó una guía semiestructurada que abordaba temas clave relacionados con la experiencia de los emprendedores en el ámbito digital, las herramientas utilizadas para su emprendimiento, los desafíos enfrentados y las estrategias de regulación emocional empleadas. Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento previo de los participantes para asegurar la precisión de los datos.

El análisis de los datos se realizó mediante el enfoque de análisis de contenido. Se establecieron categorías de análisis a partir de la literatura revisada y se compararon con las respuestas de los entrevistados para identificar similitudes y diferencias en las experiencias y percepciones de los emprendedores. Este proceso permitió identificar los temas principales relacionados con la adaptación al trabajo digital en la sociedad 4.0 y la importancia de la regulación emocional en el mundo del emprendedurismo.

Emprendimiento y Subjetividad, el emprendedor como empresario de corporalidad

La sujeción social produce un deseo individuado cuya forma paradigmática en el capitalismo neoliberal es la del emprendedor de sí mismo” (Lazzarato, 2010 en González García, 2015).

Esto implica que la sociedad y las estructuras de poder promueven activamente la idea de que cada individuo debe ser responsable de su propio desarrollo.

En este sentido, se espera que los individuos se autogestionen, busquen oportunidades y asuman riesgos con el fin de alcanzar sus metas y aspiraciones. Este concepto refleja la influencia del neoliberalismo en la configuración de la subjetividad contemporánea, donde se valora y promueve la iniciativa individual y la autorrealización a través del emprendimiento personal.

Las implicaciones de esta política para el sujeto contemporáneo no han de ser pocas, para el sujeto emprendedor, su vida es su propio capital; sus acciones son sus propias estrategias; y sus

decisiones, representarán la fuente de sus ingresos. (González García, 2015)

Pensar en la constitución del sujeto contemporáneo como empresario de sí, implica reconocer que ya no es el propio individuo el “objeto” a estudiar, sino sus acciones y/o los múltiples elementos que confluyen para que este sujeto se comporte de cierta manera y no de otra. Se trata de la constitución de un sujeto que ya no pasa por los designios de un superior que lo objetiviza, sino que se efectúa en un escenario que requiere como correlato la autonomía y la libertad. (González García, 2015)

En este contexto, la vida del individuo se concibe como un capital que debe ser gestionado de manera estratégica, donde cada acción y decisión se percibe como una inversión en su futuro financiero. El adecuado uso del tiempo que administra el sujeto emprendedor, debiendo capacitarse constantemente sobre el uso de nuevas tecnologías, que le permitan emprender con éxito en un mundo donde la oferta y la demanda se traza en plataformas digitales, con un público inserto en una vidriera digital al que el algoritmo debe lograr llegar.

Este enfoque resalta la responsabilidad individual y la presión para optimizar constantemente el rendimiento personal, lo que puede generar un aumento en la competencia y la incertidumbre en la búsqueda del éxito económico.

Emprendedurismo y regulación emocional, la importancia de gestionar las emociones

Las emociones son reacciones psicofisiológicas que experimentan las personas ante determinados estímulos. Para Howard Gardner la emoción es la habilidad de una persona para gestionar las competencias y actitudes (1983), para Freud las emociones comprenden dos elementos distintos, una parte implica la descarga de energía física y otra parte implica ciertos sentimientos de placer o desagrado que dan a la emoción su carga afectiva. Daniel Goleman en 1995 acuña el concepto de inteligencia emocional, en el cual no es la inteligencia intelectual lo que garantiza el éxito o fracaso de un individuo, sino su inteligencia emocional, esto es la capacidad para adaptarse a los desafíos del día a día. Su función principal es ayudarnos a sobrevivir, actuar y adaptarnos a nuestro entorno. En el 2011 se presenta una teoría general de la motivación humana, la teoría de los sistemas motivacionales. La motivación implica un proceso intersubjetivo complejo pues los motivos surgen en el individuo, pero son construidos y co-creados en la red de relaciones con otros individuos. Los sistemas motivacionales no se derivan de las necesidades ni de las pulsiones, sino que son sistemas auto-organizados y auto-estabilizados (Lichtenberg y colaboradores, 2011). Son un termómetro interno que nos va dando una importante fuente de información sobre cómo estamos, cómo nos impactan las cosas que vivimos. Además, las emociones regulan nuestras conductas ya que nos impulsan para actuar en una u otra dirección.

Las emociones son universales y comunes a todas las culturas y se manifiestan en las personas en tres áreas.¹

Las emociones aparecen y se perciben en el cuerpo. Ante la presencia de una emoción se desencadenan una serie de cambios corporales involuntarios. Por ejemplo, cambios en la sudoración, en las sensaciones viscerales, aumento o disminución del ritmo cardíaco, cambios en el sueño, sensaciones en el pecho, los músculos, cambios en la coloración de la cara, entre otros.

Las emociones producen cambios en los pensamientos. Cuando aparece, una emoción puede alterar el tipo de pensamientos que tenemos, su intensidad, su frecuencia. También puede alterar otros procesos cognitivos, como la memoria y el nivel de atención.

Las emociones tienen un impacto en nuestro comportamiento. Por lo general las emociones nos proporcionan un determinado impulso para actuar en una u otra dirección. Por ejemplo, mientras el asco nos lleva a alejarnos, la tristeza nos invita a recogernos.

¹ <https://alceapsicologia.com/blog/que-son-las-emociones-basicas/>

En el caso de los emprendedores de la sociedad 4.0, se ha podido observar en las distintas entrevistas realizadas a emprendedores de la provincia de Córdoba, la importancia del autoconocimiento y de su implicación en esto ha generado dado que, para llevar a cabo esta tarea de emprendimiento el sujeto emprendedor debe adaptarse a múltiples desafíos en su día a día, estos desafíos muchas veces pueden llegar a generar, malestar, frustración, enojo, emociones que pueden afectar tanto su productividad como su corporalidad, e incluso afectar su relación comercial con clientes y distribuidores. Estos desafíos pueden incluir tareas como lograr eficiencia en la gestión de su propio tiempo, realizar labores de contabilidad, planificación, marketing, fotografía, gestionar sus propias redes y perfeccionar los mecanismos de comunicación digital, tareas que, en la mayoría de las veces, se llevan a cabo sin contar con el apoyo de algún asistente, tareas que demandan gran parte del tiempo del emprendedor. Si a este uso de su corporalidad y energía agregamos el campo de la vida personal/ familiar, nos encontramos con un sujeto emprendedor que se encuentra 24/7 ocupado en las tareas de subsistencia tanto personal como de su negocio, de ahí la importancia del estudio de las técnicas de regulación emocional que utilizan habitualmente los emprendedores en su día a día.

Esta regulación emocional legitima la hegemonía en el mando en los procesos productivos, pero a su vez plantea la importancia del estudio de todas las relaciones y experiencias subjetivas y culturales que se construyen alrededor de los sentidos del trabajo, tarea que supone una redefinición constante de aspectos cognitivos, morales, estéticos, sentimentales del sujeto emprendedor no solo en los comienzos del siglo XXI como lo menciona De la Garza, (2011), sino del Sujeto Emprendedor de la Sociedad 4.0.

Para Sadin (2013), nos encontramos frente a la emergencia de una humanidad interconectada e hipermóvil, que hace del acceso un valor capital, que en el presente se encuentra en un estado de hibridación con sistemas que orientan y deciden comportamientos colectivos e individuales, destinados a extenderse hacia numerosos campos de la sociedad, tal como en el emprendedurismo, en el que con la ayuda de un smartphone ya se puede contar con acceso al mundo digital.

En las entrevistas realizadas a emprendedores digitales de la Provincia de Córdoba, se ha podido observar, en el caso de las mujeres emprendedoras, la regulación emocional cobra un significado primordial para poder mantener un equilibrio entre la vida familiar y las labores que se le demandan y la gestión del emprendimiento, poniendo cuerpo, mente y redes atencionales en ello, entendiendo a las redes atencionales como el conjunto de procesos que permite seleccionar de toda la información disponible, una parte relevante de estímulos.

Los emprendedores entrevistados destacaron la importancia de manejar adecuadamente las emociones para poder enfrentar situaciones de incertidumbre, estrés y presión en el entorno laboral:

“Me gustaría poder agregar que es muy importante que dentro de lo que tiene que ver con la gente, la comunidad de los emprendedores, poder formar ecosistemas de emprendedurismo, donde podamos cooperar y poder fortalecernos entre nosotros. Esto lo hemos visto con la UNVM que hemos tenido un acompañamiento personal, digamos, porque nos están contactando todos los días, o todas las semanas para ver cómo va el proyecto y también en la forma de comunidad porque cada proyecto que se está llevando adelante, cada vez que nos reunimos tiene un aporte que hace al resto que nos sirve y nos fortalece en cada una de nuestra actividad”. Cristian Caonia, Creador de Software para gestión de Tambos. VM

Este testimonio resalta la importancia de formar ecosistemas de emprendedurismo que fomenten la cooperación y el apoyo mutuo entre los emprendedores. En este sentido, se destaca el papel fundamental de la comunidad y el acompañamiento personal en el fortalecimiento de los emprendedores. La cooperación y el intercambio de experiencias entre pares no solo brindan un apoyo emocional, sino que también pueden contribuir a la regulación emocional de los emprendedores.

Además, el intercambio de conocimientos y recursos dentro de la comunidad puede servir como una fuente de inspiración y motivación, fortaleciendo así la resiliencia emocional de los emprendedores mientras enfrentan los desafíos.

Por otro lado, una de las emprendedoras expresó:

“O sea que el desafío es si tengo un mal día no voy, así, me levante mal, tuve que andar a las corridas, no voy a la feria porque sé que voy a estar mal, entonces eso sería uno de los desafíos, si yo sé que mañana tengo feria trato de levantarme con la buena gana, con la buena onda, si yo veo que va a haber una tormenta trato de decir no va a haber tormenta, no va a haber tormenta. Ese sería los únicos de mis desafíos, que no me arruinen el día” (Marcela, Emprendedora entrevistada 2021).

Aquí se refiere específicamente a la necesidad de manejar las emociones negativas y mantener una actitud positiva frente a las adversidades diarias. El emprendimiento conlleva una carga emocional considerable, ya que los altibajos son inevitables en el proceso de emprender.

Esta estrategia de “autocuidado” muestra una forma de regulación emocional donde el emprendedor reconoce la importancia de proteger su bienestar emocional y mental para poder enfrentar los desafíos de manera efectiva.

Al adoptar una mentalidad optimista, el emprendedor busca contrarrestar las emociones negativas y mantener una perspectiva constructiva.

La APA define el pensamiento mágico como la creencia en poder influir sobre la conducta de los demás o en eventos a distancia a través del pensamiento, los deseos o rituales (VandeBos, 2006). Los trabajos de las últimas décadas, que incluyen definiciones ofrecidas por las escalas más usadas de pensamiento mágico, permiten entenderlo como un conocimiento de la realidad que desafía los principios y causalidades básicas establecidos por la ciencia estándar, sosteniendo sus explicaciones en agentes o mecanismos sobrenaturales (Eckblad y Chapman, 1983; Kingdon, Egan y Rees, 2012; Moral, 2009; Tobacyk, 1984).

Siguiendo esta línea, otra emprendedora expresó: *“Nunca darse por vencido es algo fundamental, el emprendedor nunca se tiene que dar por vencido. Siempre tiene que ir para adelante”* (María Emprendedora, entrevistada 2021).

Este comentario enfatiza la importancia de la persistencia y la actitud proactiva en el contexto del emprendedurismo. Sugiere que, a pesar de los desafíos y contratiempos que puedan surgir, los emprendedores deben mantenerse firmes en su camino y continuar avanzando hacia sus objetivos.

Desde una perspectiva de regulación emocional, esta actitud implica la capacidad de gestionar las emociones negativas que puedan surgir frente a dificultades o fracasos, y mantener un enfoque positivo y determinado.

Tal es así, que otra emprendedora sostenía: *“Primero las ganas, si o si las ganas. Eso tiene que ser lo primero y principal, de nuevo que te apasione y una calificación sería el no bajar los brazos”* (Sandra, Emprendedora entrevistada en 2023)

El hecho de priorizar las ganas y la pasión sugiere que, para ser un emprendedor exitoso, es fundamental estar motivado y comprometido con el proyecto. Esta pasión no solo impulsa la creatividad y la innovación, sino que también ayuda a superar los obstáculos y desafíos que puedan surgir en el camino.

Por otro lado, la calificación de “no bajar los brazos” enfatiza la importancia de la resiliencia emocional. Significa mantenerse firme y perseverar incluso cuando se enfrentan dificultades o fracasos, lo cual requiere una habilidad para regular las emociones y mantener una actitud positiva frente a la adversidad.

Cabe destacar que el emprender en términos generales, conforme a Hidalgo (2015) es aquella persona que empieza una nueva actividad de cualquier rubro, muchos empiezan buscando la idea y después buscan el mercado.

Esto resalta la importancia de comenzar con una idea y luego buscar el mercado, lo que refleja la necesidad de identificar una oportunidad y luego “validarla” en el mercado.

Además, es crucial que la idea de emprender no solo sea viable en el mercado, sino que también genere entusiasmo, pasión y minimice el estrés para el emprendedor. En palabras de una de las

empendedoras participante de esta investigación: *“Primero lo que te tiene que surgir para hacer un emprendimiento es algo que te guste, que te apasione y que no te estrese”* (Mariana Emprendedora, entrevistada en 2021).

Este comentario subraya la importancia de la regulación emocional en el proceso de emprender, al hacer hincapié en la necesidad de elegir un proyecto que genere pasión y minimice el estrés.

La sugerencia de que el emprendimiento debe surgir de algo que guste y apasione al emprendedor refleja la relevancia de la conexión emocional con el proyecto. Cuando una persona se siente entusiasmada y motivada por su emprendimiento, es más probable que pueda regular emociones negativas como la ansiedad o la frustración, ya que la pasión actúa como un amortiguador contra el estrés y la presión.

Asimismo, la idea de evitar el estrés en el emprendimiento resalta la importancia de la salud emocional y mental del emprendedor. Elegir un proyecto que no genere un nivel excesivo de estrés puede contribuir a una mejor gestión emocional y a una mayor capacidad para enfrentar los desafíos de manera efectiva.

Otra emprendedora, en relación a la presencia de emociones mencionó: *“Primero porque trabajo con personas, entonces no todos tenemos un buen día. Ese comportamiento va y viene, sube y baja dependiendo las personas, entonces si hay que lidiar con las emociones de la gente. Hay gente que viene y a veces no tiene el mejor día y vos tenes que atenderlo igual, de buena manera, a veces haces de psicóloga. Hay gente que viene y se pone a contar su vida, hay veces que necesita que alguien lo escuche y bueno, vos estás ahí y escuchas, considero que es algo parte del oficio”* (Fátima, emprendedora entrevistada en el 2023)

Reconoce que las emociones pueden fluctuar y afectar las interacciones diarias, y enfatiza la necesidad de manejar estas situaciones de manera comprensiva y profesional. Se destaca el papel de escucha activa y apoyo emocional que a veces desempeña el individuo en su trabajo, describiéndolo como parte integral del oficio. Este análisis refleja la importancia del aspecto emocional en las relaciones laborales y subraya la habilidad de adaptación y empatía requerida en entornos laborales que involucran interacciones interpersonales frecuentes.

También agregó: *“Emociones, bueno uso mucho la empatía, es una emoción que manejo muchísimo, también la felicidad, la alegría, que es lo que intento transmitir siempre, a veces también un poco de ansiedad se maneja bastante, más que todo los días que voy a pagar. Me pasaba al principio, que no entendía cómo era la forma de pago o la forma en poner los precios, entonces ahora cambié. Las personas que vengan a traer la ropa tienen un folleto todo detallado, como un mini contrato para que esté todo ahí, mis términos de recibir ropa para venderla, entonces yo explico cómo me manejo a las nuevas personas que me traigan ropa para que les venda, porque muchas veces la ropa es una parte de una persona, entonces no cualquiera toma la decisión de dejarme su ropa. Me ha pasado que hay gente que viene y me ha dejado su ropa y al mes viene y me la pide de vuelta porque se arrepintieron, entonces ahora, algo que puse en el mini contrato, que mínimo la ropa me la tienen que dejar tres meses. Entonces a mí me dejan la ropa de paso cuento todas las prendas, les hago firmar y todo, después les armo una planilla con el número de teléfono y toda la información personal del cliente que me deja su ropa. Por otro lado, anoto todas las prendas que me dejan lo más detallada posible, después las reviso de nuevo, si hay algo sucio lo lavo, si hay que hacerle alguna costura se arregla, se plancha, se hace toda la preparación y se pone en el local para ser vendida. Entonces por esa preparación y ese trabajo previo a la venta de la ropa es que yo me pongo tres meses como mínimo para poder vender la prenda”* (Fátima, emprendedora entrevistada en 2023)

El comentario ilustra cómo la emprendedora maneja una variedad de emociones en su negocio, desde la empatía y la alegría hasta la ansiedad. Se observa cómo se pone en juego la puesta de su corporalidad, su capital de trabajo, aunado a que el uso de su capital de trabajo va de la mano de un recurso limitado que es el tiempo, el que se ve apoyado y/o sostenido por la asistencia de programas, softwares de uso libre y la asistencia de un CHAT de inteligencia artificial que es capaz de asistir al emprendedor con un paso a paso de cómo gestionar mejor los recursos digitales, esta asistencia de IA brindaría de alguna forma un apoyo a la carga individual en el correcto uso de sus recursos que lleva el emprendedor día a día y permitiendo de alguna forma subjetiva, una estrategia de autorregulación

emocional en la asistencia que el emprendedor encuentra en la IA, por ejemplo, al implementar un contrato detallado para establecer términos claros con sus clientes y garantizar un proceso de trabajo más fluido y menos estresante.

Demuestra cómo utiliza la organización y la planificación para gestionar mejor las situaciones potencialmente estresantes. Este análisis muestra cómo la regulación emocional juega un papel crucial en el emprendimiento, permitiendo a la emprendedora mantenerse enfocada, adaptarse a los desafíos y ofrecer un servicio más eficiente y profesional.

Se puede entonces observar cómo esta asistencia de la IA, por ejemplo, como el CHATGPT pasa a formar parte de una nueva corporalidad en la subjetividad del emprendedor digital, ya no es un sujeto emprendedor solo ante el mundo intentando emprender con su recurso finito y limitado (su corporalidad) sino que recibe ideas de una nueva corporalidad que lo asiste, con un bajo o nulo valor de intercambio, accesible para todos. De esta forma la IA se presenta en el mundo emprendedor como un nuevo capital que promete facilitar la tarea de emprender en la sociedad 4.0.

En este contexto la IA se convierte en un asistente indispensable en el día a día de los emprendedores que muchas veces solo cuentan con su propio cuerpo como capital de trabajo y un smartphone que les brinda el acceso al mundo digital. La IA abre un camino a estos procesos de automatización y cuidado en los detalles de las emprendedoras entrevistadas, ya que a lo largo de las entrevistas dan cuenta de haberse encontrado en distintas ocasiones faltas de creatividad en distintos ámbitos del proceso, ya sea para las publicaciones, la elección de que publicar, cuando publicar, tipo de publicación a elegir para mejorar el algoritmo, o consultas a CHAT GPT: “cómo mejorar mi emprendimiento”, “Cómo puedo llegar al público objetivo con mis publicaciones”, “tengo un emprendimiento de venta de ropa vintage, cómo puedo mejorar mis ventas” son ejemplos de consultas que hacen emprendedores día a día a Chats de IA para obtener asistencia en el desarrollo de sus emprendimientos, esta asistencia de la IA les aporta a las y los emprendedores mayor seguridad, eficiencia en el uso de su tiempo e incluso un alivio para cuando se encuentran con pocas ideas o sin una idea clara de cómo mejorar su interacción en el mundo digital.

En síntesis, la conexión emocional con el emprendimiento, impulsada por la pasión y el entusiasmo, desempeña un papel crucial en la capacidad del emprendedor para regular sus emociones. Cuando el emprendedor se siente genuinamente comprometido y motivado por su proyecto, su pasión actúa como un amortiguador contra el estrés y la presión, en este contexto la IA actúa como un apoyo que media de regulador ante estos estados de incertidumbre, estrés, o dificultad en el uso de herramientas de edición, facilitando las tareas que se llevan en el día a día del comercio digital, siendo un verdadero asistente virtual que guía y conduce en un camino que demanda múltiples desafíos en los emprendedores.

Esta conexión emocional no solo facilita la gestión de emociones negativas como la ansiedad o la frustración, sino que también promueve una mejor salud emocional y mental en general. Al elegir un proyecto que realmente les apasione y minimice el estrés, los emprendedores pueden enfrentar los desafíos con una mentalidad más positiva y resiliente, lo que contribuye significativamente a su éxito y bienestar en el camino del emprendimiento.

Desde la Digitalización al uso de redes y tecnología IA

El emprendedurismo como fenómeno global está siendo asociado en forma creciente al avance tecnológico sobre todo en la cuestión de ventas, ya sea desde redes sociales como páginas web o las capacitaciones que se les brinda actualmente a los emprendedores y emprendedoras. Este proceso de tecnologización se da en función de la digitalización de la sociedad, hablamos de una sociedad que normaliza las experiencias sociales y lenguajes digitalizados junto al trabajo, de acuerdo con la dialéctica que produce en el manejo de emociones en lo digital y de los cambios de las políticas de sensibilidades en el terreno productivo (Scribano y Lisdero, 2019).

Con relación a la tecnologización y el uso de redes una de las emprendedoras expresó: “Yo soy

defensora del papel, pero ya me he digitalizado toda, para mi manejarme en redes, plataformas me parece genial” (Mariana, Emprendedora entrevistada en el 2021).

La mención de haberse digitalizado sugiere que la emprendedora reconoce el valor y las ventajas de utilizar plataformas digitales y redes sociales para su negocio. Esto sugiere una adaptación al entorno digital, que es cada vez más relevante.

Este comentario refleja cómo la digitalización y la tecnología se han convertido en elementos clave para el éxito del emprendimiento, permitiendo a los emprendedores ampliar su alcance, mejorar la eficiencia y aprovechar nuevas oportunidades.

Un detalle relevante es que, en la actualidad, las redes sociales asociadas a Meta Business (WhatsApp, Instagram, Facebook) proporcionan a los emprendedores herramientas de medición. Estas herramientas permiten evaluar el alcance de las publicaciones, la interacción con clientes potenciales e incluso proporcionan estadísticas de ventas generadas a través de la interacción en las redes. Este avance es significativo, ya que hace apenas cinco años, esta tecnología requería el uso de software especializado que necesitaba ser adquirido con una licencia de compra.

Sin lugar a duda, las redes sociales son necesarias para emprender, debido a ello otra de las emprendedoras sostenía: *“Hay que abrirse a más redes sociales, no quedarse con las básicas porque los jóvenes últimamente salen con cada red social que vos quedas así wow, ¿hay otra más? Entonces e ir aprendiendo, ya sea desde WhatsApp, Instagram, Telegram, TikTok, Twitter, empezas a hacer una red social de cada una del emprendimiento y cuando publicas una si están conectadas mejor, hay que innovarse”* (Karina, Emprendedora entrevistada en el 2021).

Este comentario resalta la importancia de la digitalización y el uso de tecnología, especialmente en el ámbito de las redes sociales, para los emprendedores. La emprendedora sugiere que es crucial expandirse más allá de las redes sociales básicas y adaptarse a las nuevas plataformas que surgen, ya que esto permite alcanzar a una audiencia más amplia y diversa.

Además, el comentario enfatiza la necesidad de aprender y dominar el uso de estas diversas plataformas, desde WhatsApp hasta TikTok, para aprovechar al máximo su potencial en el ámbito del emprendimiento. Esto sugiere una mentalidad proactiva hacia la adopción de tecnología y una voluntad de innovar en la estrategia de marketing y promoción del emprendimiento y una comprensión de las redes sociales como un dispositivo de “vitrina virtual” o “vidriera virtual” que permite a los usuarios navegar por las redes, como si se tratase de un paseo por lo que sería en el mundo real las vitrinas del centro o del centro comercial.

Otro factor a considerar, en esta digitalización de los emprendimientos, es la importancia a la que aluden en las entrevistas acerca del aprendizaje que han debido realizar los emprendedores y emprendedoras en la gestión del tiempo, esto implica desde capacitarse en herramientas de planificación del emprendimiento utilizando para ello modelos como el Canva, aprendizajes de FODA, a capacitarse en el uso de redes sociales como Instagram, en cuyo caso dependiendo del funcionamiento del algoritmo (que va cambiando aleatoriamente a lo largo del tiempo) deben planificar el tiempo y el horario de trabajo respectivo que utilizarán en dicha tarea.

En cuanto a herramientas específicas de organización y elaboración de organigramas, no se observa que los emprendedores hayan adquirido conocimientos o habilidades en programas como Excel, Project o Metodologías Ágiles, entre otras.

Breve acercamiento a la conceptualización de IA en el mundo emprendedor

La Inteligencia Artificial está transformando radicalmente el mundo emprendedor al proporcionar herramientas, que anteriormente solo era posible acceder pagando elevados costos de suscripción o licencias de software.

La inteligencia artificial (IA) es una colección de tecnologías que permiten que las computadoras utilicen conjuntos de instrucciones, llamados algoritmos, para percibir, aprender, razonar y actuar. Un

algoritmo es un conjunto de instrucciones paso a paso para completar una tarea.

La inteligencia artificial aporta una serie de beneficios al mundo del emprendimiento, ya que puede aprender, tomar decisiones y resolver problemas como un humano. La IA funciona incorporando grandes conjuntos de datos con algoritmos inteligentes para aprender de los patrones de los datos que analizan. Cada vez que un sistema de IA se ejecuta, mide y prueba su rendimiento. Por lo tanto, a medida que la IA se ejecuta más, se vuelve más inteligente, tiene menos errores y se vuelve más rápida.

En el caso de Marcela, una emprendedora de Córdoba Capital nos comenta acerca de cómo utiliza las redes durante la semana para llegar a su público objetivo:

“Por ejemplo, qué sé yo el lunes yo pongo buen comienzo de semana, le pongo una historia a mis clientes, empezamos con todas las pilas, es como que yo los incentivo, que también sean motivadores ellos, eh y después ya subo foto de lo que yo hago o pongo frases motivadoras para ayudarme a mí o a los demás feriantes, entonces sí ha sido un día malo, bueno, levantemos energía, le pongo todo, siempre positivo, nunca nada negativo (ríe). E: ¿Y usas algún programa o aplicación en particular, para diseñar? Marcela: Sí, Cava y después otro que, si no me equivoco, post postro algo así. ¿Eh? Y después sí, creo que es a ver, ya te digo bien. E: ¿y eso te capacitaste como llegaste a eso? Marcela: Eh, de curiosa que soy (Se ríe)”

Otro ejemplo es el de Fátima emprendedora de las Varillas, provincia de Córdoba. Se le consultó sobre el uso de tecnologías y su respuesta fue la siguiente: *“Sí, utilizo Canva, Photoshop, estoy aprendiendo lo que es Illustrator, ahora Figma, que son todos programas que vos puedes hacer diseño, plantillas y bueno ahora está lo que es la tecnología digital, viste lo que es chat GPT inteligencia artificial”*

El comentario resalta la diversidad de herramientas de diseño que utiliza la emprendedora, incluyendo Canva (este programa incluye IA), Photoshop, Illustrator, Figma, y menciona específicamente la tecnología de inteligencia artificial representada por ChatGPT. Esto refleja, en parte también la creciente dependencia de las tecnologías digitales y la IA en el ámbito del diseño gráfico y la creación de contenido. La emprendedora reconoce la importancia de adaptarse a estas nuevas herramientas tecnológicas para mejorar su eficiencia y creatividad en su trabajo. Este comentario sugiere un reconocimiento y aceptación positiva de la influencia creciente de la inteligencia artificial en diversos campos profesionales.

E: ¿para qué usas la inteligencia artificial? o ¿qué buscas crear?

Fati: bien ¿para que la uso? bueno, por ejemplo, a veces digo hoy quiero hablar en Instagram sobre tres formas de que sean rentables ponerte un negocio, entonces me busca en chat GPT y me reúne información en todo Google, de todas las páginas, de todo y te lo resume, entonces lo leo ahí y lo resumo un poco más, es más fácil que buscar en Google por ejemplo, más rápido. Como yo manejo varias páginas, a mí me ayuda muchísimo, me hace que sea más ágil, pero bueno es eso, no tenes que hacer que lo haga la inteligencia por vos, sino bueno sentarte a pensar ¿qué puedo hacer hoy? y bueno ahí buscas.

El comentario de la emprendedora resalta la utilidad de la inteligencia artificial (IA), específicamente representada por ChatGPT, como una herramienta eficaz para agilizar la búsqueda y recopilación de información relevante en diversas áreas, como el emprendimiento. Destaca cómo la IA puede ayudar a simplificar y acelerar el proceso de investigación, lo que resulta beneficioso para aquellos que manejan múltiples tareas y páginas en línea. Sin embargo, también enfatiza la importancia de no depender exclusivamente de la IA y de dedicar tiempo al análisis y la reflexión personal. Esto subraya la necesidad de un enfoque equilibrado que combine el uso de la tecnología con la toma de decisiones consciente para obtener resultados efectivos y enriquecedores.

E: claro te da ideas para que vos sigas pensando

Fati: y hay inteligencia artificial para todo, ya sea para hacerte imágenes, ahora te crea sonidos, hay de todo un poco, yo la que más uso es chat GPT y las otras aplicaciones son de diseño gráfico.

El comentario destaca la omnipresencia y versatilidad de la inteligencia artificial (IA), que abarca una amplia gama de aplicaciones, desde la creación de imágenes hasta la generación de sonidos. Resalta la conveniencia de estas herramientas, especialmente mencionando el uso frecuente de ChatGPT y

otras aplicaciones de diseño gráfico.

La combinación de Inteligencia Artificial (IA) y redes sociales ofrece una gama de oportunidades para los emprendedores. La IA puede ser utilizada para analizar grandes volúmenes de datos generados en las redes sociales, lo que permite a los emprendedores comprender mejor a su audiencia, identificar tendencias y patrones de comportamiento, y ajustar sus estrategias de marketing y comunicación en consecuencia.

Por ejemplo, los algoritmos de IA pueden analizar el contenido generado por los usuarios en las redes sociales para identificar temas relevantes y oportunidades de conversación para las marcas. Esto permite a los emprendedores crear contenido más relevante y atractivo que resuena con su audiencia objetivo.

Otra aplicación de la IA en las redes sociales para emprendimientos es la automatización de la atención al cliente. Los chatbots impulsados por IA pueden interactuar con los usuarios en tiempo real, responder preguntas frecuentes y proporcionar asistencia básica, lo que ayuda a los emprendedores a gestionar de manera más eficiente sus interacciones en las redes sociales y mejorar la experiencia del cliente.

Las aplicaciones basadas en IA, como Blend y Canva, son herramientas fundamentales para los emprendedores que desean crear contenido visual atractivo y profesional para sus campañas en redes sociales.

Lo que distingue a estas aplicaciones es su capacidad para aprovechar la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para ofrecer funciones avanzadas de personalización y recomendación.

Por ejemplo, Blend utiliza algoritmos de IA para analizar las preferencias del usuario y sugerir combinaciones de colores, estilos de diseño y elementos visuales que se adapten al branding de la marca. Canva, por su parte, ofrece plantillas prediseñadas y herramientas de edición inteligentes que permiten a los emprendedores crear diseños profesionales con facilidad.

Otra plataforma que se destaca es CupCut, que combina la Inteligencia Artificial con la edición de vídeo, están democratizando la creación de contenido audiovisual para emprendedores. Esta herramienta ofrece funciones avanzadas de edición de vídeo impulsadas por IA, lo que permite a los emprendedores crear contenido visualmente atractivo y profesional sin necesidad de habilidades técnicas especializadas.

La accesibilidad de estas herramientas también significa que los emprendedores pueden iterar más rápidamente en sus estrategias de marketing y probar diferentes enfoques con mayor facilidad. Esto es especialmente beneficioso en dicho entorno altamente dinámico y competitivo de hoy en día, donde la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado puede marcar la diferencia.

En síntesis, esta convergencia promete transformar aún más el panorama emprendedor al permitir que los mismos de todos los ámbitos aprovechen al máximo las tecnologías para impulsar sus negocios.

Es crucial continuar investigando cómo la IA y otras tecnologías pueden seguir potenciando el emprendimiento, facilitando la innovación y creando oportunidades para el crecimiento emprendedor sostenible y centrado en el cliente.

Emprendedurismo y el apoyo de la IA aplicada a Marketing Digital

Algunas formas específicas en las que se puede aplicar la IA en el marketing digital:

Optimización de Contenidos y SEO (optimización en buscadores): Utilizar IA para analizar tendencias de búsqueda y preferencias de contenido, lo que puede guiar la creación de contenido relevante y optimizado para SEO.

Segmentación y Personalización de Audiencias: La IA puede ayudar a identificar segmentos de

audiencia basados en comportamientos y preferencias, permitiendo campañas de marketing más precisas y personalizadas.

Automatización de Publicidad: La IA puede gestionar la distribución de anuncios, asignar presupuestos y ajustar ofertas en tiempo real para maximizar el rendimiento de las campañas publicitarias.

Optimización de Conversiones y Embudos de Ventas: Utilizar algoritmos de aprendizaje automático para analizar y mejorar los procesos de conversión, identificando áreas de mejora y proponiendo soluciones.

Chatbots y Atención al Cliente: Implementar chatbots impulsados por IA para brindar respuestas rápidas y precisas a preguntas frecuentes de los clientes, mejorando la experiencia de usuario.

Análisis de Sentimientos y Feedback del Cliente: Utilizar técnicas de procesamiento de lenguaje natural (PLN) para analizar el sentimiento detrás de las interacciones de los clientes en redes sociales, comentarios y reseñas.

Pronóstico de Ventas y Demandas: La IA puede analizar datos históricos y tendencias del mercado para prever la demanda de productos o servicios, permitiendo una planificación más precisa.

Recomendaciones de Productos o Contenido: Utilizar algoritmos de filtrado colaborativo y sistemas de recomendación basados en el comportamiento del usuario para promocionar productos o contenido relevante.

Análisis de Competencia y Benchmarking: Utilizar herramientas de IA para rastrear y analizar las estrategias de marketing de la competencia, identificando oportunidades y amenazas.

Evaluación de Riesgos y Predicción de Resultados de Campañas: Utilizar modelos de IA para evaluar el riesgo y el potencial de las campañas antes de su lanzamiento.

Es importante destacar que la implementación de la IA en marketing digital requiere una comprensión profunda de los datos y un enfoque estratégico para garantizar que la tecnología se utilice de manera efectiva y ética, muchos emprendedores eligen utilizar herramientas básicas que les permita sin tanta preparación y estudio precios poder llegar a su público objetivo, existo un consenso en que el uso de la IA es un gran aporte en el día a día de los emprendedores digitales, como así también que su uso requiere de una preparación y formación previa para poder obtener todos los beneficios que la IA puede brindar en el mundo emprendedor, donde los recursos suelen ser limitados y no se dispone de un equipo de trabajo multidisciplinario para apoyar las estrategias que deben llevarse a cabo en el día a día.

Conclusiones

En conclusión, esta investigación ha resaltado la importancia crucial de la regulación emocional en el contexto del emprendimiento en la sociedad digitalizada del siglo XXI. Se ha evidenciado que la capacidad de gestionar las emociones se ha vuelto fundamental para adaptarse a las demandas cambiantes del entorno laboral y para impulsar el éxito de los emprendimientos en un mundo cada vez más competitivo y digital. Además, se ha subrayado que una adecuada gestión emocional no solo contribuye al bienestar personal del emprendedor, sino que también puede tener un impacto positivo en la viabilidad y la sostenibilidad a largo plazo de su negocio.

Asimismo, se destaca la necesidad de continuar investigando sobre la interacción entre el trabajo digital y la regulación emocional, así como sobre las estrategias específicas utilizadas por los emprendedores para enfrentar los desafíos emocionales en su entorno laboral. Esta investigación futura podría proporcionar insights valiosos para desarrollar programas de apoyo emocional y herramientas prácticas dirigidas a mejorar la resiliencia y el bienestar emocional de los emprendedores.

Por otro lado, es esencial seguir explorando el impacto de la Inteligencia Artificial en el emprendimiento. Se requiere una investigación más profunda para comprender cómo la IA puede optimizar aún más los procesos del emprendedurismo, facilitar la toma de decisiones estratégicas y fomentar la innovación en los mismos. Además, es imperativo garantizar un uso ético y responsable de la IA, protegiendo la equidad y la privacidad de los datos de los emprendedores y sus clientes.

Para futuras investigaciones sobre inteligencia artificial en el contexto emprendedor, se llevará a cabo una entrevista semiestructurada. Esta entrevista incluirá preguntas que explorarán el uso de la inteligencia artificial por parte de los emprendedores, abordando aspectos como las herramientas específicas utilizadas, los beneficios percibidos, los desafíos encontrados y las perspectivas futuras en relación con esta tecnología.

Finalmente, el emprendedurismo se posiciona como un dispositivo de transformación en la relación laboral del sujeto, que integra aspectos subjetivos, sociales, económicos y políticos. En este sentido, la energía y la capacidad de los emprendedores para resolver situaciones cotidianas se convierten en su capital de trabajo, que invierten y reinvierten continuamente para impulsar el crecimiento y la innovación en sus empresas. Esta comprensión más profunda del emprendedurismo como un fenómeno multidimensional proporciona una base sólida para futuras investigaciones que busquen promover un desarrollo emprendedor sostenible y centrado en el ser humano.

Bibliografía

- De la Garza, A. G. (2013). Trabajo atípico: Perspectivas globales y latinoamericanas. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.
- Dubar C, (2001). El trabajo y las identidades profesionales y personales. Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo, v.7, n. 13.
- Dubar C, (2002). La crisis de las identidades. Barcelona: Ed. Bellatorre, 2002.
- Geiser, Marcela. Identidad, subjetividad y sentido común en sociedades complejas. México, D.F.: Juan Pablos, 1997.
- Han, B.-C. (2010). La sociedad del cansancio. Barcelona, Herder Editorial.
- Hidalgo Proaño, L., (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 3(2), 1-8.
- Lazzarato, M. (2010). Conferencia internacional: capitalismo y producción de subjetividad. II Congreso internacional de investigación y práctica profesional en psicología. Universidad de Buenos Aires. Argentina. 24 de noviembre de 2010. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=5JNQ2pzOcnY>
- Kirk, J.; Wall, C. Work and Identity. London: MacMillan, 2011.
- Quattrini, D. (2017). Gestión emocional y competencias laborales en la empresa 4.0. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/317584908_Gestion_emocional_y_competencias_laborales_en_la_empresa_40
- Rodríguez Sutil (2013). Qué es una Emoción. Revista Electrónica de Psicoterapia. IARPP España.
- Sadín E. (2013). La humanidad Aumentada, La administración digital del mundo. Caja Negra Editora. Buenos Aires, Argentina
- Scribano, A. y Lisdero, P. (2019). Las prácticas de trabajo en la sociedad 4.0. Revista De La Facultad De Derecho De La Universidad Nacional De Córdoba, 47, 61-82.
- VandenBos, R. y American Psychological Association (2006). American Psychological Association Dictionary of Psychology. Washington, D. C.: American Psychological Association.

Sobre las autoras

Dra. Heidi de Lourdes Raimondo

heidi.raimondo94@gmail.com

Licenciada en Ciencia Política por la Universidad Nacional de Villa María (UNVM). Doctoranda en Estudios Internacionales por el CEA de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Docente adscripta del espacio curricular Opinión Pública y Periodismo de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social en la UNVM. Docente adscripta del espacio optativo curricular Comunicación Política y Campañas Electorales de la Licenciatura en Ciencia Política en la UNVM.

Ing. Andrea Palma Isla

andrea.palma.isla@mi.unc.edu.ar

Ingeniera en Administración de Empresas, Universidad de los Lagos, Chile; Diplomada en Capacidad Emprendedora, Doctoranda en Ciencia Política por el CEA-UNC. Estudiante avanzada de Licenciatura en Psicología, UNC. Investigadora y Ayudante Alumna en la Cátedra Introducción a la Psicología (UNC). Investigadora en Emociones en el Emprendedurismo (UNVM). Capacitación a Emprendedores en herramientas digitales a través de extensión de UNVM.