

SOSTENIBILIDAD Y EMPREDIMIENTO VENEZOLANO:

VISIÓN CONTEXTUALIZADA DESDE SUS ACTORES

Luis Alberto Villalobos Álvarez

Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

Maira Sánchez

Dennis Zavala

Universidad de Carabobo

RESUMEN

El propósito de la investigación fue develar las vivencias de los emprendedores en el marco de su emprendimiento y la sostenibilidad empresarial, en el contexto de una empresa procesadora de chocolate y sus derivados en el Estado Carabobo. La metodología, utilizada fue a partir de la investigación cualitativa con un carácter descriptivo, utilizando la técnica de la entrevista. Para ello, se utilizó la estructuración de unidades temáticas, resaltando las ca-

tegorías de emprendimiento a partir de la explotación de oportunidades y afianzamiento de redes, la sostenibilidad económica, social y ambiental, que fueron contrastadas con teóricos como: Kantin (2004), Shapero (1984), Schumpeter (1961), entre otros. Los hallazgos muestran un emprendimiento exitoso, contribuyendo al sistema productivo local, generador de bienestar a su entorno y equilibradamente sostenible.

Palabras clave: Emprendimiento; sostenibilidad empresarial; económica; social; ambiental.

RECIBIDO: 8 DE ABRIL DE 2019.

APROBADO: 18 DE JUNIO DE 2019.



SUMMARY

The purpose of the research is to unveil the experiences of entrepreneurs in the framework of their entrepreneurship and business sustainability, in the context of a chocolate processing company and its derivatives in the state of Carabobo. The method responds to a qualitative investigation of descriptive character; with support in the technique of the interview. For this, the structuring of thematic units was used, highlighting the entrepreneurship from the exploitation of opportunities and strengthening of networks, economic, social and environmental sustainability, which were contrasted with theorists such as: Kantin (2004), Shapero (1984), Schumpeter (1961) among others. The findings show a successful entrepreneurship contributing to the local productive system, generator of well-being to its environment and balanced in a sustainable way.

Keywords: Entrepreneurship; Business Sustainability; Economic; Social; Environmental

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento y la sostenibilidad empresarial son un proceso propio de las economías emergentes; si bien, los emprendedores, haciendo uso de su ingenio y tomando en consideración tanto el contexto, como los recursos, se apropian de una idea que les permita generar ganancias económicas; en otros casos, evalúan las condiciones de un proceso, servicio o producto existente, agregando valor para reinventarlo. Estos vienen a formar parte de los sistemas productivo y económico, puesto que generan recursos para los emprendedores, los grupos de interés, la localidad y el país en general.

Respecto al caso venezolano, el emprendimiento ha sido el recurso utilizado por la mayoría de los emprendedores, quienes apuestan en el marco de una economía emergente. A partir de ello, alinean sus esfuerzos y recursos, para motorizar ideas que les permitan ofrecer productos y servicios a los consumidores, sin dejar de lado la creación de valor, sin embargo, diversos emprendimientos no cris-

talizan y se quedan en su fase inicial. Otros se consolidan y se mantienen sostenibles en el tiempo, creando el valor económico, además de incorporar el valor medioambiental y social, para contribuir en el bienestar y progreso del entorno en el que se desenvuelven. Tal es el caso, de una empresa fabricante de chocolates y sus derivados, ubicada en el estado Carabobo, la cual nace como un emprendimiento hace aproximadamente ocho años, alcanzando su sostenibilidad.

El propósito de la presente investigación es develar las vivencias de los emprendedores en el marco de su emprendimiento y la sostenibilidad empresarial, en el contexto de una empresa procesadora de chocolate y sus derivados en Carabobo, todo ello, con fundamento en que los emprendedores deban considerar elementos que contribuyan a la sostenibilidad como un proceso socioecológico integrado por aspectos de índole económico, social y ambiental.

Respecto a los hallazgos, es posible señalar que la empresa que se estudió, forma parte de un emprendimiento con vin-



culaciones socioeconómicas, que ha sido exitosa gracias a la efectividad operativa de sus socios gerentes, quienes también han apostado por el aspecto social y así lo demuestran a través de las actividades ejecutadas por la empresa para sus trabajadores y la comunidad en general.

De este modo, se podrán encontrar los siguientes apartados que se atienden en el presente texto: Los presupuestos teóricos, considerando los aportes bibliográficos y documentales referentes a la teoría y conceptos pertinentes con los ejes temáticos, dentro de los cuales se aborda el emprendimiento y la sostenibilidad empresarial. El andamiaje metodológico, en donde se define el tipo y diseño metodológico de la investigación, las técnicas que se emplearon, así como la localización y consolidación de los datos. La síntesis interpretativa, en la cual se observan de los hallazgos a partir del análisis, interpretación y discusión de los resultados. Por último, las reflexiones, dando significado a los datos e información rescatados a partir de los resultados y hallazgos,

que dan respuesta al objetivo general de la investigación. Se concluye, con la presentación las referencias bibliográficas.

PRESUPUESTOS TEÓRICOS

Emprendimiento Empresarial

En las economías emergentes, el emprendimiento se percibe como una oportunidad para apalancar el desarrollo económico y social de las comunidades. No obstante, de acuerdo con Calderón (2014), el término emprendimiento se da para resaltar a aquellas personas que tienen una iniciativa en pro de la creación de una empresa o proyecto determinado, pero también puede extender a aquellas que agregan valor a un producto o proceso existente. El emprendimiento es una estrategia que permite explotar oportunidades, movilizar o dinamizar recursos con la finalidad de crear valor, a través de empresas conformadas por emprendedores exitosos (Schumpeter, 1961, Drucker, 1995). El emprendimiento, visto como un proceso, puede manifestarse a escala

local o regional, sus resultados pueden desencadenar beneficios tanto en el ámbito social como en el económico.

El emprendimiento como concepto no ha logrado unanimidad en la comunidad de expertos y académicos, aun así, Fayole y Bruyat (2002) citados por Kantis (2004: 21) manifiestan que “se reconocen y se vienen presentando tres enfoques sobre la empresarialidad (*entrepreneurship*) o la creación de empresas: desde las ciencias humanas, desde una tendencia economicista, y desde las ciencias de la gestión y la organización”. Los autores citados agregan que la corriente de las ciencias humanas se ha dedicado a indagar quién es un empresario o cuáles son sus atributos de personalidad. De acuerdo con este enfoque, el emprendedor se caracteriza, en primer lugar, por su necesidad de logros, planteando esto desde la teoría motivacional de McClelland (1961), pero la lista de rasgos incluye además, el deseo de ser independiente, la capacidad de tolerar la ambigüedad y el riesgo, la perseverancia y la autoconfianza.



Otros autores distinguen a los empresarios por su capacidad de aprender; uno de los más reconocido es Gilder (1984), quien distingue que lo que les permite a los emprendedores, a pesar de los fracasos y las frustraciones, lograr sus objetivos por encima de los esquemas tradicionales es la creación de una distintiva disposición a volver a empezar. La definición de Gilder reconoce el predominio del postulado de Schumpeter (1961, 1934) y su visión del rol innovador del empresario en el marco de su concepción capitalista. Adicionalmente, Kantis (2004) hace distinciones del emprendimiento relacionadas con sus autores, y la concepción que estos tienen del mismo, en este sentido comenta:

Baumol (1997) señala que el caso más frecuente es el del empresario imitador, es decir, el que explota una oportunidad de negocios identificada por otra persona. Otros autores, entre ellos Brockhaus (1980), asocian la actividad empresarial a la propiedad del negocio y a la toma de riesgos. Jennings (1993), por su parte, adopta una definición

más operativa al considerar empresario a quien funda una empresa. Esta definición es la más generalizada, sobre todo debido a su pragmatismo y por su facilidad para ser utilizada (p. 22).

En relación con la perspectiva centrada en los atributos del emprendedor, la misma ha sido objeto de cuestionamiento, por cuanto los atributos presentes en un emprendedor también son observables en otros actores sociales, como por ejemplo, en deportistas de alto rendimiento, estudiantes, políticos, entre otros. Ello llevó a que la identificación de los atributos no correspondía a un campo con cientificidad, planteando la redefinición de este foco de estudio. De allí que en lugar de responder “quién” es un emprendedor, la atención se centró hacia el proceso de creación de empresas, dado a que este se sitúa como un fenómeno complejo con vinculaciones socioeconómicas y culturales. Para Kantis (2004) entre los defensores de este enfoque destacan Shapero, (1984); Gibb y Ritchie, (1982); Buame, (1992), pero es Shapero (1984) quien con-

ceptualiza el evento empresarial, explicándolo desde cuatro perspectivas. Al respecto, Kantis (2004) citando a Shapero (1984) señala:

El evento empresarial se da a partir de cuatro condiciones: En primer lugar, la presencia de “factores de desplazamiento”, que son los que llevan a una persona a romper con su trayectoria de vida previa y a inclinarse por la carrera empresarial. Estos factores pueden ser positivos (identificación de una oportunidad, deseo de realización, entre otros) o negativos (por ejemplo, salir del desempleo, necesidad de emigrar a otro país, frustración con el empleo actual). Las otras condiciones son la disposición a actuar por parte de quien emprende, la credibilidad en el proyecto y la disponibilidad de recursos (p. 23).

Otros autores han incluido también la información como un factor clave, Gibb y Ritchie (1982) citados por Kantis (2004) clasifican las etapas del proceso de creación de una empresa: la identificación de la idea, su validación, el acceso a recursos, la negociación, el nacimiento y la supervivencia.



Para Gibb y Ritchie (1982), el desarrollo exitoso del emprendimiento depende de cuatro factores clave: la idea de negocio, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del emprendedor, y su nivel de motivación y compromiso. Kantis (2004) señala, además, que un enfoque que ha ganado una importancia cada vez mayor es el que se centra en el papel de las redes dentro del proceso emprendedor, siendo Johannisson (1998) uno de sus exponentes, desde esta perspectiva, la interacción del emprendedor con otros actores (familiares y amigos, otros empresarios, instituciones del entorno) constituye un aspecto crucial del proceso de creación de una empresa, que debe ser particularmente estudiado.

Desde otra perspectiva del enfoque económico, Kantis (2004) hace mención al modelo de Rees y Shah (1986) el cual predice que los individuos eligen el sector en el que van a trabajar comparando factores tales como el ingreso esperado en uno y otro tipo de empleo, así como la naturaleza del trabajo en cada sector; señala, además, Kantis

(2004) que tanto Rees y Shah (1986) como Evans y Jovanovic (1989) han identificado las variables (educación, experiencia laboral) que explican la propensión de los individuos a emprender y los distintos factores (activos personales y aspectos demográficos como la edad y estado civil) considerados en la toma de decisiones y el riesgo implícito. Es de resaltar, que a partir de los enfoques comentados desde la posición de Kantis (2004), como defensor del desarrollo local, el fenómeno del emprendimiento se presenta como un enfoque ecléctico e interdisciplinar, dado que son muchos los factores y perspectivas vinculadas al mismo.

Kantis (2004) señala que el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha definido un marco conceptual que articula los diversos factores actuantes sobre el proceso emprendedor, mediante el cual se explica la incidencia sobre el crecimiento económico y clasificándolos en dos grandes grupos: el primero relacionado con las condiciones inherentes al contexto nacional (que afecta las oportunidades para em-

prender), y el segundo correspondiente a las condiciones del contexto social, cultural y político, influyendo ambos sobre la actividad y la capacidad emprendedora, que a la par de las oportunidades para emprender, definen la dinámica de los negocios, teniendo como fin último contribuir con el crecimiento económico (GEM, 1999). Los aspectos antes mencionados se enmarcan dentro del entorno empresarial venezolano, y de manera específica, en la empresa en estudio y los hilos conductores del presente artículo: emprendimiento y sostenibilidad empresarial.

Sostenibilidad empresarial

La incorporación de un sector o una empresa al aparato productivo del país persigue su permanencia en el tiempo, a esto se le conoce como sostenibilidad, término que se ha ido transformando, atendiendo al área disciplinar en algunos casos y en otros, a elementos de carácter estructural. No obstante, para el estudio se asumirá el concepto de sostenibilidad empresarial como la creación del valor económico, medioambiental y social a cor-



to y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras en su entorno general. Para Fernández (2011) “la sostenibilidad, además del pilar económico, se encuentran los aspectos sociales y ambientales; los tres en conjunto constituyen el armazón de la sostenibilidad” (p. 35). Paradójicamente, el autor separa la parte económica, al depender directamente de los procesos y del manejo de sus responsables.

Por otra parte, el concepto de desarrollo sostenible fue formalizado por primera vez en 1987 en el informe de Brundtland, elaborado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, definiéndolo como “aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (p. 1), definición que comenzó a difundirse a partir de la conferencia organizada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), sobre medio ambiente y de-

sarrollo, de nombre Primera Cumbre de la Tierra, realizada en Río de Janeiro, Brasil, en junio de 1992.

Fue así como el concepto de sostenibilidad toma un enfoque diferente en el mundo de los negocios, ya que promueve la inclusión social, optimización en el uso de los recursos naturales y la reducción del impacto sobre el medio ambiente, con el fin de proteger al planeta para las generaciones futuras, pero sin dejar de lado la dimensión económica y financiera del negocio, dado que todo ello en conjunto creará valor para sus dueños, coadyuvando a la continuidad del negocio a largo plazo. Esto implica que las empresas, al enfrentar el entorno competitivo, requieren de un continuo análisis y apropiación de estrategias que les permitan ser rentables; de allí que la sostenibilidad empresarial implica recursos, tanto humanos como económicos, así como su alineación con los objetivos organizacionales y la planeación estratégica de la entidad, todo ello con miras a la obtención de objetivos en materia económica, social y ambiental. Bar-

cellos (2010) lo explica en los siguientes términos:

Nos encontramos en una nueva realidad, en que las preocupaciones ambientales, sociales y económicas están en el punto de la mira, lo que hace aumentar la necesidad de gestionar estos asuntos en las empresas frente a sus grupos de interés, por otro lado, los grupos de interés tienen altas expectativas, están informados, comunicados conscientes, activos e influyentes, lo que genera riesgos y oportunidades. En este contexto, el desarrollo sostenible (relacionado con las dimensiones ambiental, social y económica) puede ser una estrategia competitiva (p. 141).

Entendiendo a la gestión de la sostenibilidad como una estrategia aprovechable a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con lo recursivo y constante de los cambios y las nuevas tendencias, en donde los consumidores forman parte dentro de los procesos, provocando que las organizaciones se reinventen para atender los nuevos requerimientos de sus mercados, el desarrollo sostenible, en una empresa es aquel que contribuye a la ges-



tión responsable mediante la entrega al mismo tiempo de beneficios económico, social y medio ambiental, conocidos en la actualidad como la triple línea del balance o triple bottom line, o como 3P por sus siglas en inglés: People-Personas-, Planet-Planeta y Profit-Ganancia (European Commission, 2001).

Es así como la sostenibilidad empresarial está conformada por las dimensiones: económica, social y ambiental; con este enfoque coinciden Gil y Barcellos (2011), y señalan que el rendimiento de la sostenibilidad de una empresa, también puede considerarse como una medida de la eficiencia operativa y que medidas proactivas en el medio ambiente pueden producir ganancias en el largo plazo, no obstante, para Bradley y Parrish (2005), las empresas sostenibles se centran en el desarrollo de una fórmula de rentabilidad a escala humana que, mediante la conexión con todos los grupos de interés (stakeholders) y el medio natural, operan en sintonía con el progreso social y en armonía con los límites planetarios,

centrándose en retornos razonables y beneficios, en lugar de un crecimiento constante. Las características de estas dimensiones son:

Dimensión económica. La dimensión económica caracterizada por el esfuerzo para conseguir el incremento del valor de la empresa y la contribución al ingreso nacional, el primero medido por la rentabilidad y el segundo por el número de empleos generados, impacta en el desarrollo sostenible por cuanto existe una relación directamente proporcional entre los dos, es decir, un aumento en la dimensión económica provoca una ampliación en el desarrollo sostenible. Para Romero (2012), la sostenibilidad “[...] es posible si las dimensiones que la componen se integran y en los aspectos económicos, es necesaria la preservación del capital natural, es decir, valores humanos sobre los indicadores económicos, que den valor al capital intelectual de sus colaboradores” (p. 17).

Dimensión social. Constituye la forma en la que una comunidad se organiza para la búsqueda de determinados objetivos que permita a cada

uno de sus miembros mejorar su nivel de vida. El rol de la empresa como partícipe de un conglomerado humano debe ser congruente con lo planteado por los intereses de la comunidad a la que pertenece y al impacto que tiene en la misma. Son constitutivos de la dimensión social la calidad laboral, el desarrollo del capital humano y la responsabilidad ética sobre el producto.

Dimensión ambiental. Está enfocada en el control de las acciones que afectan al equilibrio de los sistemas naturales y sociales, con el fin de preservar las condiciones óptimas de vida de los integrantes de cada sistema. La reutilización y el reciclaje de materiales como las tecnologías limpias, son dos de los elementos que conforman la dimensión ambiental.

METODOLOGÍA

El propósito del estudio fue develar las vivencias de los emprendedores en el marco de su emprendimiento y la sostenibilidad empresarial, por lo tanto, es necesario explorar sus vivencias intencionales como empen-



dedores y cómo perciben subjetivamente esta realidad. Es así como el estudio responde a una investigación cualitativa de carácter descriptivo, puesto que se produce la descripción del fenómeno desde la realidad de los informantes, expresadas a través de las entrevistas, y mediante una estrategia inductiva y sistemática, en donde la descripción se va construyendo con base en los hechos.

El abordaje metodológico corresponde al método fenomenológico de Husserl, en virtud que se ocupa de la conciencia con todas las formas de vivencias, actos y correlatos de los mismos, es una ciencia de esencias que pretende llegar solo a conocimientos esenciales, centrados en la intencionalidad de la conciencia y no fijar hechos respetando la relación que hace la persona de sus propias vivencias; centrándose en las mismas (Reeder, 2011; Martínez, 2006). No obstante, la unidad de estudio es una empresa iniciada como un emprendimiento empresarial hace aproximadamente ocho años, dedicada a la fabricación de chocolate y sus derivados, ubicada en el estado Carabobo. Su producción es comer-

cializada en los mercados locales a través de pequeñas tiendas boutique ubicadas en las ciudades de Caracas, Valencia y Barquisimeto; la diversidad y calidad de sus productos le ha permitido ser sostenible a lo largo del tiempo.

Se aplicaron distintas técnicas como la observación y la entrevista (Martínez, 2006; Goetz y LeCompte, 1988; Valles, 2002; Taylor y Bogdan, 1987). La observación fue del tipo participante en donde los investigadores interactuaron con los informantes y el contexto social de la empresa en estudio, en donde se observaron elementos relacionados con las dimensiones social, ambiental y económica de la entidad. También se aplicó una entrevista focalizada, mediante un guion de entrevista contentivo de tres preguntas generadoras, aplicado a los informantes clave (previo consentimiento informado). Su aplicación fue entre los meses de mayo 2018 y diciembre 2018 al grupo de nueve (9) personas dueños-gerentes de la entidad en estudio, con edades comprendidas entre los 26 y 65 años. Estos narraron su

experiencia en torno al proceso de emprendimiento en sí, y la sostenibilidad de la empresa. Finalmente, se cumplieron las cuatro etapas descritas por Martínez (2006) para el método fenomenológico: “etapa previa, etapa descriptiva, etapa estructural y etapa de discusión de los resultados, cada uno con sus fases y actividades propiamente dichas” (pp. 140-154).

SÍNTESIS INTERPRETATI- VA-ESENCIAS INDIVIDUA- LES / ESENCIAS UNIVERSALES

Los resultados obtenidos a través de las técnicas e instrumentos aplicados dan cuenta del estado actual que guarda el emprendimiento y la sostenibilidad, tomando estos como unidades temáticas para su análisis. Para tales efectos, en el siguiente cuadro se presenta en síntesis la clasificación en esencias individuales y universales que dan cuenta del análisis fenomenológico realizado a las entrevistas (véase en la siguiente página):

Tabla 1: Matriz interpretativa: Emprendimiento-sostenibilidad empresarial



Unidad temática: Emprendimiento

Descripción protocolar	Categoría
<p>Ic-S1-[018-027] “[...] Nuestra empresa nació como parte de un sueño... ya teníamos cierta experiencia con unos amigos; le entregábamos el producto y en esa empresa amiga lo procesaban... hasta que decidimos emprender nuestra propia empresa... la maquinaria la compramos en Mérida, eran parte de una fábrica que ya no estaba operando... se dio la oportunidad y pedimos un préstamo...”</p>	<p>Explotar oportunidades</p>
<p>Ic-S2-[025-090] “[...] Recuerdo como si fuese ayer el día en que le dije a mi esposa, que tal si montamos una empresa de nosotros, ella me miró con los ojos muy abiertos... y me dijo –es una idea que a mí también tiene tiempo rondando– [...] –yo creo que si le ponemos cariño, con el conocimiento que tenemos y la ayuda de tu hermano podemos hacerlo–”</p>	<p>Evento empresarial Creación de redes</p>
<p>Ic-S8-[055-076] “Cuando mi cuñado me llamó y me planteó la idea, enseguida recopilé información e hice contacto con algunos amigos quienes me llevaron a Mérida en donde conseguimos la maquinaria que hoy en día tenemos...”</p> <p>Ic-S3-[081-090] “En estos 8 años hemos aumentado el número de haciendas proveedoras de empleados y trabajadores, de productos puestos en el mercado, y hemos iniciado la incursión en otros rubros, como por ejemplo, la bombonería; eso nos permite señalar que la empresa ha tenido éxito...”</p> <p>Ic-S7-[128-133] “[...] La venta de los productos en las tiendas pasa por presentarle al cliente el producto en muchos casos, degustarlo, en ocasiones puede conseguirse con un artista o escritor... nuestros clientes siempre vuelven por más... nuestros productos y marcas a nivel local se venden muy bien [...]”</p>	<p>Desarrollo exitoso</p>

Unidad temática: Sostenibilidad empresarial

Continúa...



<p>Ic-S1-[032-039] “[...] Con un préstamo que pagamos al banco en cinco años la hicimos real, actualmente tiene una capacidad instalada de 1200 metros cuadrados y producimos chocolate y sus derivados, vendiéndolo en diferentes tiendas ubicadas en Barquisimeto, Valencia y Caracas... estas tiendas tienen un concepto francés en donde los compradores pueden adquirir nuestros productos, pero también pueden observar una obra de arte o leer un libro...”</p> <p>Ic-S9-[078-080] “[...] La empresa ha sido viable durante el tiempo en el que hemos funcionado, sin embargo, insisto, los últimos tiempos han sido duros, y debemos tomar acciones para no sucumbir...”</p> <p>Ic-S3-[061-062] “[...] Bueno sí, pienso que la empresa, con algunos altibajos ha sido sostenible... los análisis financieros apuntan al incremento en la rentabilidad...”</p>	<p>Sostenibilidad económica</p>
<p>Ic-S1-[084-089] “[...] Cumple con lo exigido por la Responsabilidad Social Empresarial y colaboramos con los entes comunales de la zona, es decir, con nuestros trabajadores y con la comunidad en general... por ejemplo, nuestras obreras tienen a su cargo una cooperativa; ellas son parte de la comunidad y en la cooperativa emplean a miembros de la misma...”</p> <p>Ic-S8-[080-090] “[...] En lo que respecta al tema social, que en los últimos tiempos ha sido muy sensible en Venezuela, la empresa ha tomado ciertas acciones; se ha acercado más a su gente, tanto a sus trabajadores como a la comunidad en donde se radica, por ejemplo, una vez al mes traemos una peluquera para hacer cortes de cabello a los trabajadores y te cuento, se nos acercan muchos habitantes de la comunidad, sobre todo señores mayores para que le hagamos el favor de incluirlos. Incluso, ha ido más allá, nosotros manejamos en nuestro presupuesto, una pequeña partida destinada a prestar ayudas económicas a personas, que lo requieran y si no podemos con dinero, le ayudamos a sacar las copias o a buscar algún medicamento por las redes sociales, eso también es colaborar con nuestra comunidad [...]”</p>	<p>Sostenibilidad social</p>
<p>Ic-S5-[126-132] “[...] La empresa, como parte de la política ambiental, ha implementado dos veces por año la siembra de cacao en diferentes zonas de Carabobo... y a las haciendas proveedoras les damos capacitación, si así lo requieren, para nuestros productos sean de primera calidad [...]”</p> <p>Ic-S6-[091-093] “[...] Podría comentar que por estar en esta zona privilegiada, con un clima semitemplado, nuestro consumo eléctrico es mínimo, así como el uso de aire acondicionado...”</p> <p>Ic-S3-[101-103] “[...] La empresa desde hace dos años aproximadamente, mantiene un programa de reciclaje de cartón, vidrio y plástico, el dinero obtenido lo colocamos en un pote y el mismo se complementa para contribuir en las reuniones de los trabajadores, por ejemplo, del Día de las madres, Día del padre, Día del niño, entre otras [...]”</p>	<p>Sostenibilidad ambiental</p>

Fuente: Elaboración propia (2018).



DISCUSIÓN

Es importante aclarar que, dada el enfoque cualitativo utilizado, no se pretende generalizar los resultados, estos se consideraron válidos para la empresa y el contexto objeto de estudio. En principio, todos los entrevistados coinciden en que la empresa nace como un emprendimiento y el mismo se ha mantenido sostenible a lo largo del tiempo, además, coinciden en el desarrollo exitoso que ha tenido la empresa, que concuerda con lo señalado por Calderón (2014). De igual forma, y a través del proceso observacional realizado en la visita a la planta, se evidencia el equilibrio armónico entre la explotación de oportunidades, la creación de valor señalados por Schumpeter (1961) y Drucker (1994), pero también, con la sostenibilidad social y ambiental, haciendo a la empresa eficientemente operativa (Gil y Barcellos, 2011).

Lo anterior se ve reforzado en las esencias individuales de los entrevistados. Otro aspecto importante a resaltar es el cumplimiento de las condiciones dadas para el evento empresa-

rial, dejadas en evidencia cuando los emprendedores señalan:

[...] Recuerdo como si fuese ayer el día en que le dije a mi esposa: qué tal si montamos una empresa de nosotros; ella me miró con los ojos muy abiertos...y me dijo –es una idea que a mí también tiene tiempo rondando... yo creo que si le ponemos cariño, con el conocimiento que tenemos y la ayuda de tu hermano podemos hacerlo (Ic-S2-[025-090], 2018).

Cuando mi cuñado me llamó y me planteó la idea, enseguida recopilé información e hice contacto con algunos amigos quienes me llevaron a Mérida en donde conseguimos la maquinaria que hoy en día tenemos (Ic-S3-[055-076], 2018).

También, el desarrollo del emprendimiento en estudio cumplió las cuatro condiciones mencionadas por Shapero (1984): factor de desplazamiento; disposición para actuar; creer en el proyecto y la disponibilidad de recursos. El hallazgo anterior también reflejó el concepto de redes, señalado por Johannisson (1998). Para este autor es im-

portante la incorporación de familiares, amigos o incluso otras empresas que contribuyan en el establecimiento del emprendimiento. Adicionalmente, la técnica de investigación y su análisis permiten mostrar que la empresa en estudio posibilita el desarrollo local tal y como lo señala Kantis (2004), a través de la incorporación de los habitantes de la comunidad como trabajadores de la empresa y el empleo directo e indirecto generado en los diferentes procesos desde la producción hasta la venta del producto terminado.

REFLEXIONES

A partir de la revisión y el análisis de los resultados obtenidos, fue posible develar las vivencias de los emprendedores en el marco de su emprendimiento y la sostenibilidad empresarial, en el contexto de la empresa procesadora de chocolate y sus derivados en el estado Carabobo. Dicha empresa forma parte de un emprendimiento con vinculaciones socioeconómicas, que han sido exitosas gracias a la efectividad operativa de



sus socios gerentes, quienes también han apostado por el aspecto social y así lo demuestran a través de las actividades ejecutadas por la empresa para sus trabajadores y la comunidad en general. En este contexto, la sostenibilidad empresarial ha sido encarada desde sus tres ámbitos, el económico, el social y el ambiental, dejando una clara demostración de que la sostenibilidad es producto de una estrategia empresarial que busca la producción de ganancias, pero que toma en cuenta la conexión con todos los grupos de interés y el medio ambiente.

Finalmente, el emprendimiento forma parte del sistema productivo local, materializado tanto en su planta ubicada en el estado Carabobo, como en las tiendas boutiques dispuestas en las ciudades de Caracas, Valencia y Barquisimeto, coadyuvando en la generación de empleos, y por ende, en el bienestar socioeconómico de sus trabajadores, familia y comunidad.

REFERENCIAS

- Barcellos, L. (2010). Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Calderón, M. (2014). La creatividad y el emprendimiento de la enseñanza universitaria de hoy. *Revista Escenarios* (en línea): 12(2): 64-75. Disponible en: <https://goo.gl/SYXaAG> (última consulta: 9 de diciembre de 2018).
- Drucker, P. F. (1995). *La empresa creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de Innovación*. Nueva York: Oxford University Press.
- Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. España: Club Universitario.
- Gil, A. y Barcellos, L. (2011). Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI. *Revista Galega de Economía*, 20(2): 1-22. Universidad de Santiago de Compostela, España. Disponible en: <https://goo.gl/WA23Az> (consulta: 24 de noviembre de 2018).
- Gilder, J. (1984). *El espíritu de la empresa*. Madrid: Espasa Calpe.
- Goetz, J. y LeCompte, M. (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Nueva York: Edición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Martínez Minguetez, M. (2006). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa* (2.ª Ed.). México: Editorial Trillas.
- McClelland, D. C. (1961). *La sociedad de logros*. Princeton, Nueva Jersey: Van Nostrand.
- Organización de Naciones Unidas (ONU, 1987). *Informe Brundland* [en línea]. Disponible en: <https://undocs.org/es/A/42/427> [consulta: 30 de julio de 2018].
- Reeder, H. P. (2011). *La praxis fenomenológica de Husserl*. Bogotá, Colombia: Editorial San Pablo.
- Romero, E. (2012). *Desarrollos sostenibles: Hacia la*



- sostenibilidad ambiental.
Nueva York: Produmédios.
- Schumpeter, J.A. (1961). *The Theory of Economic Development*. (3rd Edition). Nueva York: Oxford University Press.
- Shapiro, A. T. (1985). *The entrepreneurial event*. Ohio: College of Administrative Science.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. (3.ª ed.). Barcelona: Paidós Ibérica.
- The Global Entrepreneurship Monitor [página web]. Disponible: <https://www.gemconsortium.org/> [última consulta: 30 de noviembre de 2018].
- Valles, M. S. (2002). *Entrevistas Cualitativas*. Colección Cuadernos Metodológicos, 32. Madrid, España. Centro de Investigaciones Sociológicas.

