

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Tesis Licenciatura en Sociología

**Hacia la reconfiguración de la identidad profesional
frente a las nuevas dinámicas en el mundo del trabajo:
el caso de las incubadoras de empresas de
base tecnológica en el Uruguay**

Mariana González Lago

Tutora: Mariela Quiñones

2006

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
2. EL MARCO CONCEPTUAL	
2.1. El trabajo como fuente de identidad	7
2.2. La concepción interaccionista de la identidad profesional.....	8
2.3. Sobre la concepción dinámica de la identidad: cambio y reconfiguración.....	9
2.4. Hacia la construcción de una tipología: el “principio de diferenciación” y el “principio de integración”	10
2.5. OBJETIVOS.....	11
2.6. HIPOTESIS.....	11
3. LA ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN	
3.1. La elección de la estrategia de investigación.....	12
3.2. Muestreo.....	14
3.3. Técnicas de recolección de datos, codificación y análisis de datos.....	15
3.4. Las “categorías conceptualizantes”	16
4. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SECTOR: CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO	
4.1. Una mirada histórica	17
4.2. ¿Qué es una incubadora de empresas?	18
4.3. Un tipo de incubadora específico: “Las incubadoras de empresas de base tecnológica (IEBTs)”	19
4.4. El caso uruguayo: la incubadora de empresas de base tecnológica como una nueva definición de situación de trabajo	
4.4.a. El caso uruguayo.....	20
4.4.b. Incubadora Khem	21
4.4.c. Incubadora Ingenio.....	23

5. LAS IEPTS KHEM E INGENIO: ANTE UNA NUEVA DEFINICIÓN DE SITUACIÓN DE TRABAJO	25
5.1. El trabajo como actividad de realización.....	26
5.2. El trabajo como actividad de organización.....	28
5.3. El trabajo como actividad de construcción de mediaciones mercantiles.....	28
5.4. El trabajo como actividad política.....	29
6. PRESENTACIÓN DE DIMENSIONES Y PROPIEDADES DE LA “DEFINICIÓN DE SÍ”	31
6.1. La identidad como RECURSO ESTRATÉGICO	30
6.2. La identidad expresada y movilizada como SENTIMIENTO.....	39
6.3. La identidad como integración COLECTIVA	47
6.4. La identidad como PROYECTO	51
7. CUADRO RESUMEN.....	54
8. CONCLUSIONES.....	56
.	
9. BIBLIOGRAFÍA	61
10. ANEXOS.....	64

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo monográfico pretende dar cuenta del estudio realizado en el marco del Taller de Sociología del Trabajo, dictado en el periodo 2004-2005. Orientados por una mirada que privilegió el análisis de las nuevas dinámicas en el mundo del trabajo, nos encontramos con un fenómeno emergente en el Uruguay de fin de siglo: la incubación de empresas.

La **incubación de empresas**, que en términos generales implica el desarrollo de empresas dentro de un ambiente protegido que les aporta los conocimientos y herramientas precisos para que salgan al mercado, se introduce en nuestro país a fines de la década del noventa. Sin embargo, este fenómeno “nuevo” para nosotros, cuenta con una larga trayectoria en el escenario internacional, principalmente entre los países industrializados. Los primeros indicios de incubación de empresas se remontan a mediados del siglo XX, pero debemos esperar hasta los años setenta para presenciar su expansión. El auge internacional de la incubación por aquel entonces no fue casual, sino que se articula con el período de transición del capitalismo hacia una nueva fase, la del “capitalismo tecnológicamente avanzado”, como señala Beck (2000), que impuso un nuevo paradigma tecno-económico, el de la microelectrónica y la informatización, y un nuevo modelo productivo, el de la especialización flexible (González, F.- García, L., 1997).

La consagración de la era del conocimiento y la informatización, la crisis de los modelos taylor fordistas y la configuración de un nuevo patrón de producción “ajustada” o de “especialización flexible”, introdujeron múltiples cambios en el trabajo y la vida del trabajador. El conocimiento se instala no sólo en la gestión de la producción sino también en la gestión del trabajo. El trabajador liberado de las prescripciones anteriormente impuestas en su puesto de trabajo, es llamado a la autogestión de sus saberes en distintas tareas, para la resolución de problemas frente a la creciente incertidumbre reinante en el mundo productivo. En este marco, la **incubación de empresas de base tecnológica**, que persiguen la innovación y el avance tecnológico, se convierte en un mecanismo clave para el desarrollo económico de los países, ya que en un contexto altamente competitivo impuesto por la globalización de los mercados, apuesta a la incorporación intensiva de conocimiento a la producción.

Actualmente en Uruguay existen dos incubadoras de empresas de base tecnológica, ambas localizadas en Montevideo: la incubadora Khem que nace de la asociación de la Facultad de Química de la Universidad de la República, a través de FUNDAQUIM, con URUTEC (consultora en áreas de gestión y preferencia en tecnología), y la incubadora

Ingenio que surge de la asociación entre la Universidad ORT y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU).

La emergencia de estas incubadoras se asocia, por un lado, a la necesidad de lograr una producción con valor agregado en conocimiento frente a los bajos niveles de inversión en I+D y a la brecha existente entre la investigación científica y el sector productivo. De este modo, la entendemos como una estrategia que pretende alcanzar una producción más ajustada a las realidades productivas del mercado internacional, generando innovación en forma endógena, e intervenir en el crecimiento sostenido de la actividad económica interna. Por otro lado, aparece como una estrategia para resolver el problema de desempleo en las altas calificaciones, que ha provocado, en los últimos años, un importante movimiento emigratorio. Es así que las incubadoras Khem e Ingenio promueven el empleo de profesionales aptos para incorporar conocimiento a la producción de bienes y servicios.

Nuestro trabajo parte de la suposición de que el establecimiento de incubadoras de empresas de base tecnológica (IEBTs) en Uruguay, tendrá consecuencias en el mundo del trabajo porque introducen cambios con respecto a las formas de trabajo y de producción tradicionales. Las IEBTs se constituyen en un fenómeno “novedoso” en términos de orientación productiva debido a que su finalidad es la innovación y el desarrollo tecnológico; “novedoso” también, porque para ello demandan un trabajador con un perfil poco considerado y explotado en el país, el del “emprendedor”. Fue por este último motivo que nos propusimos indagar en el tema de las identidades profesionales, ya que entendemos que la actividad que el profesional debe realizar en una incubadora de base tecnológica es muy distinta de aquella que usualmente realiza como empleado, técnico o especialista en el Estado, la Universidad o empresas privadas. Es decir, está inserto en un ambiente altamente innovador y creativo, que creemos problematiza los referentes desde los cuales suele definirse a sí mismo.

Entendiendo a la identidad profesional en el sentido interaccionista, es decir, como la “**definición de sí**” que hacen los trabajadores respecto a la “**definición de situación de trabajo**”, y entendiendo a esta última como las significaciones que los trabajadores atribuyen a los contenidos de su actividad de trabajo, nos preguntamos:

¿Qué “definición de sí” construyen los profesionales ante una nueva definición de situación de trabajo presente en la incubadora de empresas de base tecnológica?

Ahora bien, podrán preguntarnos ¿por qué estudiar la identidad de los profesionales que trabajan en las incubadoras? A lo que respondemos: porque, en primer lugar, entendemos a la

identidad profesional como una construcción social que se crea, define, redefine y reconfigura, en la interacción con otros, orientados por una definición de situación común, por tanto es pertinente su estudio para dar cuenta de un posible proceso de reconfiguración identitaria. Y en segundo lugar, porque consideramos que el análisis sociológico de la identidad de los profesionales insertos en estos contextos puede abrir camino para una aproximación y comprensión de los cambios que se vienen efectuando en el mundo del trabajo por la imposición de nuevas dinámicas de producción y organización del trabajo.

Este trabajo está estructurado como cualquier otro, pero aunque su lectura pueda ser lineal, es preciso explicitar que no fue así el proceso investigativo, ya que por el contrario, la metodología utilizada lo cargó de rupturas, de idas y venidas, en función de nuestra maduración ante el objeto de estudio. En el primer apartado se presenta el tema de las incubadoras de empresas de base tecnológica y el problema que nos planteamos en torno a la identidad de los profesionales que trabajan en estos contextos. En la segunda parte, introducimos algunos lineamientos conceptuales sobre la identidad provenientes de la teoría interaccionista simbólica, allí también presentamos nuestros objetivos e hipótesis. En el tercer capítulo hacemos una descripción general del sector, y presentamos la definición de situación que los profesionales hacen de estos lugares de trabajo, a partir de las dimensiones que define De Terssac (2005) y que son sistematizadas por Supervielle en la Matriz para Describir el Trabajo (2004). El cuarto capítulo corresponde a la elección de la estrategia de investigación cualitativa, justificación de la misma, técnicas utilizadas para la recolección y análisis de datos, decisiones muestrales y proceso de categorización. En el quinto apartado se presentan las dimensiones y propiedades de la identidad emergentes. Por último, presentamos las conclusiones referentes al tipo de identidad presente en estas incubadoras.

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La historia reciente uruguaya está marcada por una importante crisis socio-económica que deja en tela de juicio la dirección que ha tomado el Estado desde la década del ochenta, acercándose a las políticas de corte neoliberal que vinieron a sustituir al modelo de bienestar que rigió la vida del país por buena parte del siglo XX. Dentro de este contexto, el estancamiento del sector productivo pone en entredicho un modelo que históricamente ha mantenido un fuerte vínculo con el sector agroexportador y sus formas tradicionales de explotación. Modelo que ha posicionado al país en el mercado global como un proveedor de

materias primas, con escasa diversificación en productos con valor agregado. Esto revela, como sostiene Massera, que en el Uruguay ha predominado un tipo de estrategia empresarial “extractiva y especulativa” con “...un producto de bajo valor agregado, tecnología y formas de trabajo anticuadas, desorganizadas e ineficientes, preocupación exclusiva por el balance financiero y el giro financiero, sea éste legal o fraudulento. Es decir, una empresa poco productiva o llanamente improductiva y que estaba organizada de tal modo que no era posible el desarrollo productivo” (Massera, E., 2004: 21). El acento, por tanto, de quienes dirigen la producción, no se ha focalizado en el desarrollo productivo, sino en la obtención de rentas. Esto ha constituido un obstáculo para la innovación, ya que la mayor de las veces, el conocimiento y la tecnología necesarios para este sector, fueron traídos de otros países, en lugar de aprovechar los recursos internos.

Es en este contexto de crisis económica, social y productiva de comienzos de siglo XXI, que ubicamos la emergencia de mecanismos alternativos de producción ligados al impulso de sectores no tradicionales de la economía, como las tecnologías de la información, la química y la biotecnología. Vemos así como comienza a introducirse un fenómeno nuevo en el área de la gestión productiva y empresarial, que en otros países ya se había desarrollado, o por lo menos, también comienza a implementarse, la incubación de empresas de base tecnológica (IEBTs). Nosotros entendemos que este mecanismo se introduce básicamente por dos motivos.

Primero, para establecer una producción de bienes y servicios con alto contenido en conocimiento y potencialmente innovadores, estimulando el diálogo entre quienes generan conocimiento y el sector productivo. Es así que las dos incubadoras de base tecnológica existentes en el país surgen del esfuerzo tripartito entre Universidad-empresas-Estado.

Segundo, las incubadoras de empresas de base tecnológica aparecen como una estrategia para la ocupación de mano de obra especializada. Si bien la sociedad del conocimiento privilegia el trabajo profesional y técnico porque se adapta mejor a las nuevas formas de trabajo y a la resolución de problemas emergentes por el avance tecnológico (ver: Neffa, Julio C., 2003; Hopenhayn, M., 2002), en nuestro país la mano de obra profesional ha aumentado su flujo emigratorio debido a la crisis económica, al estancamiento productivo y la saturación de los sectores tradicionales para su inserción laboral.

Nuestro interés se centró de este modo en las IEBTs porque creemos que éstas pueden incidir en el desarrollo productivo, económico y social de nuestro país, basándonos en los resultados que se recogen de la experiencia internacional y en quienes sostienen que “...sobre ellas se depositan las perspectivas del futuro de la estructura industrial de las economías con

dominio de la información" (Marcano, F.- García, L., 1997: 2). Nosotros concebimos este fenómeno como un proceso de creciente incorporación del Uruguay a la sociedad del conocimiento, desde una posición proactiva, en tanto constituye un medio para el desarrollo endógeno de innovación y tecnología.

Fue así que nos adentramos en el estudio de este tema por la curiosidad que impone lo "novedoso" de este mecanismo. Pero el trabajo de campo fue dirigiendo nuestra mirada hacia el trabajador de la incubadora, porque observamos que el rol que allí debe asumir difiere de los que usualmente tiene en otros tipos de trabajos, ya sea como técnico, empleado o especialista. El profesional que opta por **emprender** una idea o proyecto con el fin de que pueda convertirse en negocio, debe seguir un camino que probablemente nunca antes haya transitado, el de ser **empreendedor**, y el de ser **empresario**. La incubadora se presenta como una nueva definición de situación de trabajo, que modifica los referentes desde los cuales el profesional solía construir su identidad (en sus actividades laborales para el Estado, la Universidad o las empresas privadas).

Ahora se encuentra inserto en contextos de trabajo innovadores, tanto desde el punto de vista de lo que se quiere producir, como en lo que respecta a los contenidos de su quehacer profesional. Y esto porque, por un lado, el componente innovador debe estar presente en el producto o servicio que pretende desarrollar, o en el proceso mismo de producción de dichos bienes y servicios. La innovación se convierte en el valor agregado para los productos y servicios que se colocan en los mercados competitivos. Y por otro lado, es imprescindible que el profesional que se propone llevar adelante un proyecto o idea tenga un perfil emprendedor, es decir, deben ser personas que posean las características que se entienden, integran el comportamiento emprendedor, tales como la búsqueda por la excelencia en su desempeño, una alta formación tecnológica y profesional, la búsqueda por la innovación y el establecimiento de metas a largo plazo (Universidad de La Plata. Acceso: junio de 2004)

Nos pareció pertinente detenernos en el estudio de la identidad profesional, ya que ante una nueva definición de situación que creemos está presente en las IEBTs, es esperable que el profesional atraviese un proceso de resignificación de su propia profesión y, por ende, de su identidad como tal y, esto ocurre, como sostiene Margel, cuando "*...una identidad poseída se tensa con una posible identidad futura*" (Margel, G., 2000: 32).

Guiados por la perspectiva interaccionista simbólica, entendemos que los significados que los profesionales atribuyen a su actividad profesional en la incubadora determinará la realidad desde la cual construyen su identidad. Esto es lo que Thomas acuñó como la "definición de situación", es decir, que las acciones de los actores pueden ser explicadas en

función de los significados que en el curso de sus interacciones se atribuyen a los hechos sociales. Thomas llega más lejos y afirma que “...no sólo los actos concretos dependen de la definición de situación, sino que gradualmente toda una política de vida o la personalidad del individuo mismo, proviene de una serie de definiciones de este estilo” (Thomas, W.I, 2005: 2). Entendemos, por tanto, a la identidad profesional como la “definición de sí” que ellos hacen a partir de la definición de esa situación en la que se encuentran. Para esta corriente las profesiones son “...movimientos permanentes de des-estructuración y re-estructuración” (Panaia, M., 2003: 1), es decir, que constituyen entidades dinámicas en función del medio social en el que se desarrollan. Del mismo modo, las identidades profesionales “son dinámicas y (...) pueden reconfigurarse y redefinirse” (Margel, G., 2000: 32).

Tomando como punto de partida que las IEETs constituyen una nueva definición de situación de trabajo ya que introducen nuevos parámetros que modifican la actividad del profesional, es probable que la forma en que éste se percibe a sí mismo, en un proceso atravesado por su interacción con otros, también se modifique. De modo que nos preguntamos:

¿Qué “definición de sí” construyen los profesionales, ante una nueva definición de situación de trabajo presente en la incubadora de empresas de base tecnológica?

Lo cual nos lleva a formularnos las siguientes preguntas:

¿Conduce esta nueva definición de situación a la configuración de un tipo identitario específico?

De ser así:

¿Cómo es ese tipo identitario y qué hace que se diferencie de otros?

La identidad profesional es objeto de estudio de la Sociología y, en particular, de la vertiente de la Sociología de las Profesiones. Creemos que su estudio puede contribuir a la comprensión de los procesos de construcción social que llevan a la configuración de una determinada identidad, a través de la cual consideramos que es posible, a su vez, dar cuenta de cambios en las orientaciones del mundo productivo y del trabajo.

La identidad se construye en la interacción social y, por ello, cuando las analizamos, debemos tener en cuenta tanto los aspectos vinculados a la situación de trabajo, así como

también todo lo que hace a las percepciones subjetivas que los trabajadores tienen de sí, en relación a su actividad laboral.

Considerando a la “definición de sí” como una actividad de categorización que realizan los actores en el marco de sus prácticas cotidianas, nuestro análisis se dirigió a identificar las propiedades o referentes de la misma en estos lugares de trabajo. Pero para eso debimos previamente aproximarnos a la definición de situación que hacen y así comprender los contenidos actuales de su actividad de trabajo. Nos valimos entonces, de la Matriz para describir el Trabajo (Supervielle, M., 2004), en la que sistematizan las cuatro dimensiones que hacen a toda actividad profesional según De Terssac: el trabajo como actividad de realización (de objetos y del sujeto), el trabajo como actividad de organización, el trabajo como actividad de construcción de relaciones mercantiles, y el trabajo como actividad política. Una vez definidos los referentes de la definición de situación que hacen los profesionales, buscamos determinar, ahora sí, los referentes de identidad, lo que implica focalizarnos en una dimensión particular de esta matriz, el trabajo como actividad de realización del sujeto.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. El trabajo como fuente de identidad

En los últimas décadas del siglo XX el contenido y la forma del trabajo se han modificado, lo cual no quiere decir que éste esté llegando a su fin (Rifkin, J., 1996) ó que estemos presenciando el fin de la sociedad del trabajo (Gorz, A; Offe, C., en Neffa, Julio C., 2003), sino que, como sostiene Neffa, ocurre que se desarrollan formas particulares de empleo, y éste se precariza, pero “...el trabajo es un valor que permanece a pesar de sus transformaciones. Es un derecho y no sólo un deber social” (Neffa, Julio C., 2003: 258). No concordamos con las visiones apocalípticas sobre el fin del trabajo, porque creemos que continúa siendo un valor esencial para la sociedad, que se adapta a esas nuevas formas y contenidos, buscando nuevas estrategias de supervivencia.

El trabajo es una actividad esencialmente humana, no hay trabajo sin trabajador. Según la perspectiva de Supervielle y Quiñones “...es imposible desligar totalmente el trabajo del propio trabajador, éste es en última instancia su soporte, sin el cual el trabajo no existe” (Supervielle, M.- Quiñones, M., 2003: 273). De esta manera entendemos al trabajo como una actividad que aporta al desarrollo psico-físico de los sujetos y a la construcción de su

identidad profesional. Neffa sostiene que *"El trabajo permite o contribuye a la realización personal, es decir, al desarrollo de la personalidad de quienes lo ejecutan y define una identidad social cristalizada en la profesión o el oficio, porque durante su ejercicio permite la actualización de todas, o al menos algunas, de las potencialidades físicas, biológicas, psíquicas y mentales del ser humano"* (Neffa, Julio C., 2003: 250)

El trabajo es, por lo tanto, creador de identidad. Como afirma De Terssac *"...ocupa un lugar esencial en la existencia de las personas, tanto por su carácter de referencia en la escala de valores como por su papel en la construcción de la identidad de los individuos. La gente tiene actitudes, obedece valores, se comporta en función de las normas de su grupo de pertenencia, pero construye sus puntos de referencia identitarios en relación a su trabajo"* (De Terssac, G., 2005: 119).

Considerando estas concepciones, nos adherimos a la afirmación de Margel, quien compartiendo una visión antropocéntrica del mundo del trabajo, establece que éste puede ser analizado como un espacio cultural en el que *"se despliegan y ponen en juego la afirmación y el reconocimiento de las identidades de los actores laborales"* (Margel, G., 2000: 23)

A través del trabajo las personas construyen su identidad, en función de la situación de trabajo, la actividad que realizan y las relaciones de trabajo, su compromiso con su actividad y el reconocimiento por parte de los otros.

2.2. La concepción interaccionista de la identidad profesional.

Como hemos dicho, la postura interaccionista concibe a la identidad como la "definición de sí" que hacen los individuos en situación y en interacción con otros, a través del cual, los actores se definen a sí mismos y son definidos por esos otros. En este sentido, Margel, define a la **identidad** como *"un proceso a través del cual los sujetos intentan organizar desde el punto de vista subjetivo, los diferentes espacios y las diferentes lógicas desde las cuales se autoidentifican y desde las cuales reclaman ser reconocidos. Esa organización subjetiva la conceptualizamos como la <definición de sí> que se dan los sujetos"*. La **identidad profesional** es, siguiendo este lineamiento *"la definición de sí que dan los sujetos respecto a sus actividades laborales."* (Margel, G., 2000: 24).

La escuela francesa de la sociología de las profesiones de Dubar y Tripier, establece que para el interaccionismo, la definición de situaciones segmenta a los grupos profesionales en función de creencias y formas de reconocerse diferentes. Al mismo tiempo, se trata de una identificación por los otros, un etiquetaje de su "estatus principal". Los individuos acomodan,

ajustan las conductas y su propia definición de sí, a esa definición hecha por otros e interiorizan las actitudes y los roles que están ligados (Dubar, C.- Tripier, P., 1998). Según estos autores, el punto de vista del interaccionismo con respecto a las profesiones, se basa en “mundos” que corresponden a definición de situaciones que se construyen en el corazón de las “carreras”, en procesos de socialización personal que segmentan los grupos. En palabras de Dubar y Tripier: “Cada segmento tiene, en efecto, su propia definición de lo que hace el <centro de su vida profesional> y sus definiciones son fuertemente estructurantes de las identidades profesionales. Eso que distingue los segmentos entre ellos, no son dados por las definiciones oficiales, de las clasificaciones establecidas, <pero una construcción común de la situación> y de las creencias compartidas sobre el <sentido subjetivo de la actividad profesional>” (Dubar, C.- Tripier, P., 1998: 106)¹.

Por eso decimos que, a la hora de analizar el problema de las identidades profesionales, debemos tener en cuenta tanto los aspectos objetivos de la situación específica en la que se encuentran inmersas esas identidades, así como todo lo que hace a las percepciones subjetivas que los profesionales tienen de sí mismos en relación a su actividad laboral.

2.3. Sobre la concepción dinámica de la identidad: cambio y reconfiguración.

Más importante aún, nos parece la concepción interaccionista de la identidad como dinámica, cargada de tensión y de conflicto. La identidad es fundamentalmente para esta corriente, un proceso activo, en contraposición con las concepciones estáticas de la misma. Existen distintas formas de concebir el cambio de identidad. La mirada fenomenológica establece que este puede ser de dos tipos, como “transformación” o como “mutación”. La transformación de la identidad consiste en un proceso gradual, adaptativo, y que por darse en la continuidad, no afecta de manera significativa la estructura del sistema. Por otra parte, la mutación de la identidad implica una modificación cualitativa del sistema. Es decir, el cambio de una estructura a otra. La mutación puede desarrollarse de dos maneras, por asimilación -fusión-, o por diferenciación -fisión- (Giménez, G., 1996).

En nuestro caso, nos apegamos a la idea de “reconfiguración de la identidad”, ya que esta noción nos permite preguntarnos acerca de los procesos por los cuales “*se dota, atribuye y construye el sentido de la identificación con la actividad laboral, cuando se producen cambios en esta última*” (Geysler, M., 2003: 191). Dado que la identidad profesional no sólo

¹ La traducción es nuestra.

es el resultado de una construcción temporal, sino también reflejo de las relaciones laborales de un país, la idea de “reconfiguración” nos habilita a indagar acerca de los nuevos sentidos que adquiere nuestra identificación con nuestras actividades laborales cuando éstas cambian. Pero ese cambio no necesariamente indica un proceso de reconfiguración identitaria, sino que es preciso destacar, que ésta es una posibilidad: *“Decimos posibilidad, porque teóricamente no ubicamos a la identidad determinada por las estructuras sociales ni como producto de expresiones efímeras. Es decir, los trabajadores, en tanto sujetos que se producen a sí mismos y a sus realidades sociales, podrán o no podrán darse una nueva definición de sí”* (Margel, G., 2000: 32)

2.4. Hacia la construcción de una tipología: el “principio de diferenciación” y el “principio de integración”

La base de nuestro análisis se sustentó en que las identidades no son estáticas, sino que están sujetas al cambio. Por ello podemos hablar de una posible reconfiguración a partir de una diferenciación entre un tipo de identidad y otro. A esto la corriente fenomenológica lo denomina **“principio de diferenciación”** de la identidad: *“Se trata de un proceso lógico primordial en virtud del cual los individuos y los grupos humanos se auto-identifican siempre y en primer lugar por la afirmación de su diferencia con respecto a otros individuos y otros grupos. En efecto, el proceso de auto-identificación consiste fundamentalmente en un proceso de toma de conciencia de las <diferencias>”* (Giménez, G., 1996: 189). Esas diferencias suelen reconocerse por medio de contraposiciones binarias que se observan directamente en el lenguaje y en el sistema simbólico de los individuos pertenecientes a un grupo determinado.

Debemos determinar entonces, la categoría a través de la cual los individuos se representan a sí mismos, se auto-clasifican y se ordenan en función de una contraposición a otras, lo que requiere al mismo tiempo de una reducción de las diferencias, interviniendo aquí el **“principio de integración”**.

2.5. OBJETIVOS

El **objetivo general** del trabajo consistió en “construir” una tipología de identidad, que dé cuenta de la “definición de sí” que hacen los profesionales en el marco de una nueva definición de situación presente en las incubadoras de empresas de base tecnológica del Uruguay, Khem e Ingenio, y que se contraponen a “definiciones de sí” anteriores, relativas a otras definiciones de situaciones de trabajo de estos profesionales.

Como **objetivos específicos** establecimos:

1. Recuperar los referentes a la “definición de situación” que hacen los profesionales insertos en las IEBTs Khem e Ingenio.
2. Identificar las propiedades o referentes de la “definición de sí”, que los actores establecen en el marco de esos referentes de la definición de situación.
3. Reconstruir a partir de dichas propiedades, una categoría de identidad profesional², que por su contraposición a otras, nos permita determinar “tipos ideales” de identidad profesional.

2.6. HIPÓTESIS

Nuestra **hipótesis principal** es que en las incubadoras de empresas de base tecnológica del Uruguay, la identidad de los profesionales está transitando un proceso de reconfiguración, debido a que una nueva definición de situación modifica los referentes que hacen a su actividad profesional entendida en sus cuatro dimensiones: el trabajo como actividad de realización, el trabajo como actividad de organización, el trabajo como actividad de construcción de mediaciones mercantiles y el trabajo como actividad política. Por lo tanto, la “definición de sí” que traían los profesionales consigo, se redefine y resignifica en función de esa nueva situación, dando por resultado una “definición de sí” distinta, que constituye un soporte básico para el funcionamiento y desarrollo de este mecanismo.

² En nuestro trabajo, concebimos las categorías en sentido cualitativista como “categorías conceptualizantes”, es decir, como condensaciones de significado. Esta concepción la desarrollamos en el apartado metodológico.

El sistema de hipótesis que planteamos fue el siguiente:

1. Las IEBTs definen una nueva situación de trabajo que se observa tanto en los aspectos de realización de la actividad, como de organización, en la construcción de las mediaciones mercantiles y la actividad política. Esto requiere de un perfil profesional específico, que se adecue a los referentes de dichas dimensiones.

2. Dicho perfil da lugar a que los profesionales construyan en la interacción un tipo identitario que posee unas características particulares, que lo diferencian de otros tipos. Ese tipo es posible de ser identificado y distinguido a partir del conjunto de características comunes (propiedades o referentes de sí) que se elaboran en el discurso.

3. Este tipo identitario es funcional al desarrollo de las IEBTs. Sin él no es posible que funcionen mecanismos de este tipo. En este sentido, la reconfiguración de la identidad profesional se circunscribe en un proceso más amplio, y es la necesidad de incorporarse a la sociedad del conocimiento en forma proactiva.

3. LA ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN

3.1. La elección de la estrategia de investigación.

El estudio de las identidades profesionales en el marco del emergente fenómeno de la incubación de empresas de base tecnológica en el Uruguay, nos condujo a adoptar una estrategia de investigación cualitativa, como la que postula la Grounded Theory (Teoría Fundamentada), por varios motivos.

En primer lugar, porque siguiendo los lineamientos conceptuales tomados del interaccionismo simbólico, privilegiamos la dimensión microsocial, es decir, que nos orientamos al ámbito de la experiencia individual y la interacción social, para establecer los referentes significativos desde los cuales los profesionales se definen a sí mismos. Orientamos nuestra mirada hacia el mundo subjetivo que da sentido a la construcción de esta identidad, desde las propias percepciones y creencias de los sujetos, a partir del "*análisis en profundidad y en detalle en relación al contexto*" (Sautu, R. et al., 2005: 40). Por lo tanto, una metodología cualitativa que supone la realidad como subjetiva y múltiple, interesada en la

comprensión de la vida social como algo socialmente construido, a partir de las definiciones subjetivas de las situaciones y de las acciones cotidianas de los hombres aparece como la más adecuada para abordar nuestro objeto.

En segundo lugar, y siguiendo con lo anteriormente dicho, explorar y analizar las identidades de los profesionales que trabajan en las IEBTs implicó, adentrarnos en el mundo del discurso con cierta libertad, para identificar los significados atados a la “definición de sí” en el marco de la definición de situación que realizan. Dichos referentes de la “definición de sí” o propiedades de las categorías conceptualizantes, no podían ser establecidos a priori, sino que su identificación sólo nos era posible “*en forma inductiva a lo largo de todo el proceso de investigación*” (Sautu, R. et al., 2005: 40). La metodología cualitativa apela al desarrollo de cierta “sensibilidad teórica” que nos permita trascender lo obvio para descubrir el significado tras nuestros datos. Fue así que las categorías a las que arribamos fueron resultado del trabajo de campo, así como sus propiedades, que emergieron en dicho proceso, mientras que otras fueron descartadas por su escasa relevancia significativa para las categorías. En este sentido, la finalidad investigativa consistió en tratar de encontrar la teoría emergente en torno a nuestra problemática, no ya en la comprobación de hipótesis. Cabe precisar que seguir los lineamientos de la Grounded Theory no implica adoptar una postura pura y exclusivamente inductivista, ya que entendemos que también deja margen para la reflexión deductiva, que interviene en el desarrollo de nuestra sensibilidad teórica (Quiñones, M., 2006).

Por último, y concluyendo con lo expuesto hasta ahora, la metodología cualitativa es la que mejor se adapta a las características de la problemática a estudiar, por su diseño flexible e interactivo³. Nuestro análisis de la identidad profesional requirió del manejo de ciertos grados de libertad tanto en la formulación de preguntas, objetivos, hipótesis y en la elección de procedimientos, así como también reclamó de nuestra sensibilidad para interactuar con el mundo discursivo y dotar de significado a lo que los datos dicen, para determinar, como hicimos eventualmente, las categorías desde las cuales los profesionales se definen a sí, y las propiedades de las mismas.

³ Aquí resumimos las propiedades más relevantes de la investigación cualitativa, en función de nuestro trabajo. Para el desarrollo completo de las mismas, recomendamos ver: Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P.; Elbert, R. “Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología”. CLACSO, Buenos Aires, 2005.

3.2. Muestreo

En el marco de la estrategia cualitativa, la forma de muestreo aplicada es el **muestreo teórico**, porque el propósito es desarrollar las categorías que surgen en torno a la identidad de los profesionales, con sus propiedades y dimensiones. Glasser y Strauss definen este tipo de muestreo como un *“proceso de recolección de datos para generar teoría mediante el cual el analista conjuntamente selecciona, codifica y analiza su información y decide qué información buscar y dónde encontrarla para desarrollar dicha teoría tal como surge de la información”* (Glasser, B.- Strauss, A., 1967). En el muestreo teórico las decisiones que tomamos están orientadas a lograr identificar la mayor cantidad de propiedades contenidas en una categoría, en nuestro caso, el mayor número de referentes a la “definición de sí” que hacen los profesionales que trabajan en Khem e Ingenio. Las decisiones muestrales se justifican en función de la **relevancia teórica** de los casos para la producción de datos. En nuestro trabajo la selección de casos se basó en dicho criterio, ya que se fueron determinando en el correr del proceso de recolección y análisis de datos, avanzando hacia el desarrollo de todas aquellas propiedades emergentes a lo largo de la investigación.

En el proceso de muestreo teórico, cada caso específico se constituye en una guía, en términos de propiedades y dimensiones, para observar todos los casos y esto *“permite al investigador pasar de la descripción a la conceptualización y de lo más específico a lo general o abstracto”* (Strauss, A.- Corbin, J, 2002: 96-97). Lo que nos lleva a realizar un constante ejercicio **comparativo** ya que a medida que empezamos a abrir el juego de propiedades que aparecen en cada caso, debemos ver su posible aplicación en los siguientes. Por medio de las comparaciones, podemos, por lo tanto, identificar las propiedades contenidas en una determinada categoría. De manera que para esta forma de muestreo es fundamental la flexibilidad en la selección de casos, dado que éstos sólo pueden ir avanzando por el acceso al campo.

La conformación de la muestra se fue realizando durante todo el proceso investigativo, persiguiendo el ideal de la **saturación teórica**. Es decir, lograr la mayor variedad de datos para una categoría. Cerramos nuestro trabajo de campo con quince entrevistas. Dichas entrevistas fueron realizadas tanto a los profesionales de ambas incubadoras, como a quienes ya han egresado de las mismas, así como también a su personal y a sus directivos, ya que consideramos muy ricos los datos que surgieron a partir de la mirada que éstos otros tienen sobre ellos y el quehacer de su actividad profesional dentro de la incubadora, y porque son con quienes interactúan cotidianamente.

3.3. Técnica de recolección de datos, codificación y análisis de datos

El proceso de recolección, codificación y análisis de datos, tal como lo sugiere la teoría fundamentada, se hizo en simultáneo. Como dijimos anteriormente, el muestreo teórico supone que los casos se seleccionan a partir de los datos que se van recogiendo, el dato es el que guía, por ello, la recolección, codificación y análisis se van realizando en forma conjunta. En este contexto, la modalidad de codificación utilizada, la **codificación abierta**, buscó captar los “**códigos in vivo**”, es decir, códigos más próximos a los significados atribuidos a los datos, porque surgen del discurso de los entrevistados, y no códigos establecidos previamente a partir de modelos que constriñan nuestra interpretación de los datos. Con este tipo de codificación se buscan propiedades en forma “*activa y sistemática, apoyadas en notas de análisis e interpretación*” (García, J., acceso agosto de 2006: 142).

Este movimiento continuo de recolección, codificación y análisis permite el adecuado desarrollo de las categorías, “*La investigación que busca descubrir teoría requiere (...) que los tres procedimientos se realicen simultáneamente y del modo más completo posible, pues es ésta, (...) la operación subyacente cuando se genera teoría*” (Glasser, B.- Strauss, A., 1967: 20).

Para la recolección de datos, elegimos la **entrevista** como técnica principal, ya que permite conectarnos en forma directa al problema de investigación desde el discurso de los actores involucrados, focalizándonos en el sentido y significado que atribuyen a su situación de trabajo actual. Por medio de la entrevista podemos acceder al libre discurso de los actores a través de un proceso comunicativo en el que “*cada frase del discurso adquiere su sentido en su propio contexto concreto, y permite revelar el sistema ideológico subyacente a la lengua del hablante*” (Ortí, A., 1986: 78). En nuestro caso, se trataron de entrevistas en profundidad, semi-estructuradas ya que contamos con un guión con algunas preguntas que nos sirvieron, por un lado, para una mejor conducción en la conversación y, por otro, para no dejar que ciertos aspectos básicos se nos escaparan (en algunos casos fueron omitidas, en otros no fue necesario plantearlas y en otros se plantearon nuevas, dependiendo de la naturaleza de cada entrevista).

Las entrevistas fueron realizadas en general en el lugar de trabajo de los entrevistados, lo que nos permitió articular el discurso con el medio habitual en el que se produce. A través de la **observación** nos acercamos y familiarizamos con los escenarios en los cuales esos discursos emergen, lo que colaboró a la mejor comprensión del punto de vista interno desde el cual los actores construyen su identidad.

Lo que buscamos, mediante el uso de ambas técnicas es rescatar las propiedades de una categoría que nos hable de un perfil profesional actual, en contraste con otra, que refiera a un perfil anterior.

3.4. Las “categorías conceptualizantes”

Nuestro objetivo fue recoger y analizar todas aquellas propiedades o referentes de la “definición de sí” que pertenecen a una determinada **categoría de identidad**, o sea, la que corresponde a la identidad de los profesionales que estamos estudiando. Entendemos las categorías, en el sentido en que las plantea la Grounded Theory, como “categorías conceptualizantes”, esto es, como condensación del significado. El trabajo investigativo consiste, por tanto, en construir, a partir de los significados atribuidos por los actores a un fenómeno, categorías que “condensen” el conjunto de propiedades y dimensiones propias a dicho fenómeno. Las categorías conceptualizantes nos permiten “...comprender –y no explicar- el sentido que los individuos le dan a sus acciones o al mundo que los rodea” (Supervielle, M., 2005: 2). Llegar a ellas requiere de un trabajo de conceptualización que demanda de nuestra sensibilidad para captar las propiedades allí donde emergen, y encontrar así, la categoría de la que hablan. Para nosotros implica descubrir las propiedades que refieren a la identidad de los profesionales de la incubadora para tratar de dar respuesta al problema planteado: determinar si es posible hablar de un tipo reconfigurado de identidad profesional en las IEBTs. De modo que las pautas contenidas en el guión de la entrevista buscaron explorar la subjetividad de los entrevistados desde sus percepciones, creencias y sentimientos en torno a su profesión y su actividad laboral actual y pasada para captar la definición de sí que hacen en su trabajo presente, en contraposición con otra definición de sí vinculada a situaciones de trabajo anteriores.

4. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SECTOR: CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO

4.1. Una mirada histórica

Las primeras “incubadoras de empresas” aparecen a fines de la primera mitad de siglo XX en Estados Unidos⁴ (1958 Stanford), encontrando su máxima expresión, en el conglomerado empresarial localizado en torno a las universidades del estado de California, conocido como el Silicon Valley. La idea de incubar empresas comienza a trascender en el contexto internacional luego de los años cincuenta, cuando un conjunto de universidades europeas deciden traspolar la experiencia norteamericana, a través del llamado “Proyecto Columbus”, que tuvo por objetivo, la generación de empresas que apuntaran a la investigación y desarrollo de tecnologías, que solucionaran el problema de desfase en el desarrollo de los países de la Comunidad Europea. Las iniciativas de instalar incubadoras de empresas en América Latina, promovidas en gran parte por el Consorcio de Incubadoras Columbus, comienzan en la década del ochenta en países como Brasil y Colombia, a quienes les siguieron Argentina y Chile para luego extenderse prácticamente por todo el continente.

La emergencia de las incubadoras data de la década del cincuenta, pero su época de auge y expansión en los países industrializados se produce a mediados de los años setenta. En dicho contexto histórico de revolución tecnológica, las incubadoras de empresas se consolidaron como un medio eficaz para la incorporación del conocimiento científico-tecnológico a la producción, al tiempo que respondían a la necesidad de apoyar la inserción empresarial del académico para el desarrollo de innovaciones con potencial comercial (Nieto, A., 2003). Podemos decir, que el modelo de la incubación ha sido impulsado y desarrollado por los países industrializados con el objetivo de:

“Generar modelos de desarrollo urbano-industrial, establecer redes de apoyo e intercambio de productos-servicios e información, aprovechar programas y subsidios estatales, asociarse con organismos privados-universidades y centros tecnológicos, generar redes de comercialización y nuevos negocios, reciclar edificios y áreas urbanas, promover inversiones y consolidar empresas y apoyar empresarios que apuestan por el futuro: entre las ventajas que ofrecen se cuentan el facilitar el proceso de venta de tecnología, la mayor posibilidad de éxito que se tiene en la transferencia de tecnología, el disminuir la brecha

⁴ Existen algunas versiones encontradas respecto a la fecha de origen de las incubadoras ya que hay quienes sostienen que sus orígenes se remontan a la década del treinta y otros a la del setenta, nuestra afirmación se sustenta en el grueso de la literatura especializada recopilada.

para asimilar la tecnología y el aprovechar los desarrollos tecnológicos propios” (Alonso, R., acceso: junio de 2004).

4.2. ¿Qué es una incubadora de empresas?

Definir el concepto de “incubadora de empresas” puede tornarse una tarea sumamente difícil ya que la literatura especializada no muestra consensos ni visiones unificadoras. Como sostienen Marcano González y García, *“Esta denominación engloba múltiples interpretaciones. No se puede decir con propiedad que detrás de este concepto se defina algo homogéneo y con características particulares. Ésta es una de las principales dificultades al aproximarse al estudio de este tema”* (Marcano, L. F.-García, L., 1997: 1)

A continuación exponemos tres definiciones que a nuestro entender permiten concebir mejor el fenómeno:

❖ *“Las incubadoras funcionan como empresas de prestación de servicios que por medio de patrocinantes y esfuerzos compartidos brindan conocimientos, instalaciones, servicios e infraestructura administrativa y operativa a las empresas acogidas por ellas, dotándolas así de mayores capacidades técnicas y gerenciales y posibilitando la reducción de costos”* (Medeiros, J.A, acceso: febrero de 2005).

❖ *“En forma amplia, puede decirse que una incubadora es un espacio físico y un conjunto de servicios básicos, compartidos por varias empresas en formación, que cuenta con un grupo técnico administrativo que brinda servicios empresariales, de acceso a instrumentos de promoción y fomento y está estrechamente vinculada con un área académica o de I+D que aporta servicios científico-tecnológicos especializados y es fuente de ideas innovadoras”* (Universidad de la Plata, acceso: junio de 2004).

❖ *“Son sistemas cuya finalidad es contribuir a la creación de empresas, la generación de renta y empleo y el desarrollo local, por medio de brindar un conjunto de servicios y apoyos compartidos a los emprendedores. Cuentan con un equipo de gestión, infraestructura y equipamientos aptos para la evaluación, selección, incubación y graduación de empresas”* (Cassin, E., 2006).

4.3. Un tipo de incubadora específico: “Las incubadoras de empresas de base tecnológica” (IEBTs).

Las incubadoras de empresas pueden clasificarse en distintos niveles dependiendo de la forma de financiamiento, del tipo de servicio que presten o del sector al que se vinculen.

Con respecto a la forma de financiamiento, existen incubadoras públicas, privadas, mixtas u organizaciones de la economía solidaria tales como cooperativas, mutuales, fundaciones, asociaciones, sindicatos, cámaras empresariales y ong’s en general. La experiencia internacional muestra que la mayor parte de los proyectos incubados son financiados por organismos públicos, sobre todo universidades, instituciones vinculadas a la ciencia y tecnología y gobiernos municipales.

En segundo lugar, podemos diferenciar a las incubadoras en función del servicio que brindan: por un lado están las llamadas “incubadoras físicas”, que cuentan con una estructura física para albergar a las nacientes empresas, y por otro las “incubadoras virtuales” o “sin paredes”, es decir que la empresa a incubar está inserta en una red de relaciones y hace usufructo de una serie de servicios sin requerir de un espacio físico.

Por último, las incubadoras pueden ser caracterizadas según el sector al que se vinculan, aquí encontramos a las incubadoras de base tecnológica, a las incubadoras de empresas tradicionales (o productivas) y las incubadoras mixtas, que gestionan empresas con ambas características. Las **incubadoras de empresas de base tecnológica (IEBTs)** han sido las más difundidas y están orientadas al impulso del sector científico-tecnológico, apostando a la incorporación de estos conocimientos a la producción, como sostiene Versino “*Las incubadoras de empresas de base tecnológica se han constituido a lo largo de las últimas décadas en instrumentos de promoción de la innovación altamente difundidos a nivel mundial*” (Versino, M., 2001: 1), por otra parte J. Camacho establece que este tipo de incubadoras es “*una de las alternativas imprescindibles en el nuevo contexto del desarrollo económico y social de las naciones, teniendo en cuenta la importancia estratégica del conocimiento en el proceso de competitividad global*” (Camacho, J., 1998: 11).

Una empresa de base tecnológica es aquella que opera con procesos, productos y servicios, en los que la tecnología es considerada como nueva o innovadora. Estas empresas, son hábiles de generar su propia tecnología, y por lo general ofrecen productos y servicios de consumo intermedio, con un alto valor agregado por su contenido tecnológico, lo que implica que no sólo puede manejar más fácilmente la tecnología sino también monitorear mejor al

cliente. Suelen tratarse de empresas independientes, siendo uno de los principales motivos para su creación la exploración de una idea técnicamente innovadora (Camacho, J., 1998).

Las IEBI's apuestan a la **innovación** como mecanismo para que las nuevas empresas se vuelvan competitivas en el mercado. El hecho de que sea la innovación el principal aspecto dinamizador de los procesos de incubación de empresas determina que éstas privilegien el conocimiento y, por tanto, el trabajador del conocimiento (Mitcheli, J., 2003), tiene un papel destacado en las mismas. En general se tiende a demandar trabajadores calificados debido a que poseen la capacidad de autogestionar sus conocimientos para elaborar nuevos conocimientos productivos.

4.4. El caso uruguayo: la incubadora de empresas de base tecnológica como una nueva definición de situación de trabajo.

4.4.a. El caso uruguayo

En Uruguay, la experiencia de la incubación de empresas es relativamente reciente. Recién a fines de la década del noventa se inician las primeras acciones para la incorporación de este mecanismo en el escenario productivo nacional. Su impulso más fuerte, en los primeros años del dos mil, se relaciona con un momento de crisis económica y productiva. En dicho contexto, la incubación aparece en el discurso de los actores promotores como una oportunidad para estimular una producción con alto contenido de valor agregado, así como para la generación de empleo, necesaria para poner freno al creciente flujo de profesionales que emigran del país. La creación de incubadoras de empresas ha sido promovida desde distintos ámbitos, tanto desde las organizaciones sociales, como desde el ámbito estatal, municipal y universitario.

Las incubadoras de base tecnológica existentes en el país, Khem e Ingenio, son resultado de la asociación entre Universidad-Estado-empresas privadas, y su funcionamiento está enmarcado en las políticas que desde la Dirección Nacional de Ciencia y Tecnología (DINACYT) se han elaborado a través del Programa de Desarrollo Tecnológico (PDT) para favorecer a los emprendimientos innovadores y la mejora de competitividad de las empresas. A nivel municipal existe el proyecto para la instalación de una incubadora de base tecnológica, pero que aún no se ha logrado concretar. Además de las incubadoras, existen otro tipo de espacios que propician el desarrollo tecnológico y la innovación, como son los llamados "parques tecnológicos", que se diferencian de aquéllas en cuanto a que constituyen

grandes áreas localizadas estratégicamente. Al momento de la investigación, el país contaba con el Parque Tecnológico Industrial del Cerro (PTI), y el Parque de Negocios y Tecnología Zona América.

En los últimos años, no sólo se han establecido las incubadoras de base tecnológica, Khem e Ingenio, sino que también, y a raíz de la crisis económica, se han desarrollado numerosas incubadoras de “emprendimientos sociales”, algunas de las más importantes son la de Fundación Kolping Uruguay, el “Centro de Desarrollo Empresarial”, ubicado en el Parque Rivera, y la incubadora del barrio Casavalle (éstas dos últimas con el apoyo de la Intendencia Municipal y los programas de la Comisión Europea). Su objetivo principal suele ser la satisfacción de la demanda de empleo, no el desarrollo de innovación y tecnología, por lo que sus tiempos son más rápidos. Es difícil determinar el número existente en el país porque muchas veces se trata de organizaciones sociales que funcionan como incubadoras pero sin denominarse como tales.

4.4.b. Incubadora Khem

La incubadora Khem surge en el año 1999 con la asociación de Facultad de Química, a través de FUNDAQUIM (asociación civil pro fundación para el progreso de la química) y URUTEC, una empresa de consultaría en áreas de gestión y preferencia en tecnología, y con el apoyo económico del programa de desarrollo científico-tecnológico del CONICYT con el BID. La creación de la incubadora es parte de una estrategia elaborada por la Facultad de Química en el marco de otra más amplia planteada por la UdelaR, para incentivar la investigación tecnológica y la innovación en el Uruguay junto con actores claves para el proceso, como el gobierno, empresas, organizaciones de la sociedad civil y organismos de cooperación internacional. La falta de inversión en investigación y desarrollo por parte de los actores privados, la constante importación de tecnología por parte de las empresas, es decir, la baja interacción entre quienes producen conocimiento y quienes producen bienes y servicios (sus potenciales usuarios), hace que los conocimientos producidos tengan un escaso retorno para la sociedad que lo sustenta, al tiempo que deja pocas posibilidades de inserción para los investigadores fuera del esquema académico.

Facultad de Química elaboró entonces, una estrategia que abarca tanto a la educación, como la investigación y la extensión. En este contexto es que se modifica el plan de estudios (año 2000), incorporando el área empresarial dentro de la curricula de las carreras de facultad, y por otra parte se crean el Polo Tecnológico de Pando (PTP) y la incubadora Khem. Esta

última es parte de la política de extensión, siendo su orientación fundamentalmente tecnológica, aunque no necesariamente los proyectos a incubar deben pertenecer a áreas vinculadas a la química, pero sí deben tener algún componente innovador, ya sea en el proceso de producción o en el bien o servicio a producir.

La siguiente es la lista de emprendimientos que la incubadora Khem ya ha incubado, o que se encontraban en proceso de incubación:

<i>Empresa</i>	<i>Área de interés</i>
Urueco srl	Residuos hospitalarios
Biopartners	Fármacos de origen biotecnológico
ECOsistema´s srl	Control de plagas
MA&A	Disposición de residuos industriales
Proyecto	Extracción de fármacos de hongos
Unipersonal	Reciclado de aceites comestibles
ATgen	Reactivos para diagnóstico genético
Proyecto	Kits análisis de aguas
Proyecto	Desarrollo de súper abonos
Proyecto	Línea de fitoterápicos
Proyecto	Extracto de brócoli
Figaro	Insumos peluquerías
Proyecto	Diagnóstico distrés
Proyecto	Control de calidad
Infantozzi Ltda.	Materiales de expresión plástica
Química Silex	Cosméticos
Grinlab	Cosméticos
Tepyve	Extractos vegetales
Don Corleone	Alimentos preparados

4.4.c. Incubadora Ingenio

Ingenio es la incubadora que nace a partir de la asociación del Laboratorio Tecnológico del Uruguay (I.LATU) con la Universidad ORT, bajo el financiamiento del BID. En este caso se trata de una incubadora de empresas de tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs), sector que no sólo ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, sino que también, como lo establece el programa de Ingenio, es clave para la reactivación económica del país. Según datos aportados por la incubadora, la industria del software tiene en Uruguay un volumen de doscientos millones de dólares, de los cuales unos setenta y cinco son debido a exportaciones.

En la incubadora existe un órgano pluriparticipativo, el “Comité de Selección”, encargado de seleccionar los proyectos a incubar, en el cual intervienen distintos actores del sector privado, estatal y universitario. Éstos son: la Corporación Nacional para el Desarrollo, el Comité Nacional para la Sociedad de la Información (Uruguay en Red), la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI), las empresas sponsor del programa, InfoTech, Microsoft, ANTEL, Sonda, Tilsor, Deloitte y Touche, Arnaldo C. Castro SA, y las cinco universidades con carreras informáticas del país, Facultad de Ingeniería de la UdelaR, Universidad Católica, ORT, Universitario Autónomo del Sur, y Universidad de Montevideo.

Al igual que en el caso de Khem, es condición sine qua non para todo proyecto que se postule, que sea de base tecnológica, preferentemente perteneciente al área de las TICs, pero también se ha abierto la oportunidad para sectores como la biotecnología, diagnóstico médico y electrónica. Pero debido a que los fondos otorgados por el BID fueron para la creación de una incubadora informática, ésta no puede perder la calidad de tal, por lo tanto la mayoría de los proyectos deben pertenecer al sector.

Los emprendimientos en proceso de incubación en Ingenio, son los siguientes:

<i>Empresa</i>	<i>Área de interés</i>
ACTUALRED	Consultoría y servicios informáticos a empresas e instituciones
ARSVIDI	Seguridad de la información
BHV	Consultoría informática, análisis y desarrollo de sistemas
BIOMEQ	Ingeniería biomédica
BIOVIS3D	Creación y análisis de sistemas
CAMPO	Software para la actividad agropecuaria
E-NSPIRA	Seguridad y publicidad en Internet
CIUDATA	Proveedor de datos comerciales y cartográficos de una ciudad
CONGA	Software para el control ganadero
SNIADOVER & ASOCIADOS	Soluciones informáticas
CONSULTORA SUDAMERICANA CSNET	Herramientas para el manejo de la información y comunicación en la empresa
EdN Soluciones en TIC	Desarrollo y herramientas Web para gestionar eventos
EVIMED	Servicios informáticos para médicos
GENTTOOLS	Sistemas informáticos para la intermediación comercial de productos
MG-Comunica	Publicidad por telefonía celular
MVD TECHNOLOGIES	Soluciones basadas en tecnologías Microsoft
PASTORAL AUDIO	Fabricación de equipos de sonido de alta fidelidad
SURWORKS	Soluciones IT
KROM	Automatización de la gestión de pedidos remotos
SERIFEMA SYSTEMS	Soluciones informáticas
PROSOL	Servicios informáticos en telecomunicaciones
SISTEMA GÉNÉRICO DE RESERVA DE RECURSOS	Solución genérica para la gestión de reserva de recursos
TANGRAM	Diseño gráfico y digital
TERACUORE	Biotecnología, desarrollo de fármacos
THEDIGITALMAP	Cartografía digital, software de CAD para agrimensores
TELEMÁFOROS	Publicidad en vía pública y advertencias de tránsito
STY!E	Creación de Interfaces Gráficas de Usuario
Proyecto HelpKMCenter	Ayuda para planificación y organización del trabajo diario de una empresa

5. LAS IEBTs KHEM E INGENIO: ANTE UNA NUEVA DEFINICIÓN DE SITUACIÓN DE TRABAJO.

Para conocer los aspectos relevantes a la definición de situación de trabajo en ambas incubadoras, hicimos uso de la Matriz para describir el Trabajo porque orientó nuestra mirada a todos los aspectos que intervienen en el proceso de trabajo en las IEBTs, logrando así una descripción bien lograda del sector de actividad. Y esto porque las cuatro dimensiones elaboradas por De Terssac, abarcan la trama de actividades implícitas en el trabajo, y los vínculos que se establecen entre ellas.

En términos de Supervielle resumimos cada una de estas dimensiones de la siguiente manera: el trabajo como **“actividad de realización”**, es la base de la actividad y se traduce en la transformación de la naturaleza (agregar valor de uso). Este es, como define De Terssac, el **trabajo objeto**. Pero al mismo tiempo la naturaleza del sujeto actuante se transforma, desarrollando su subjetividad específica y construyendo su identidad. Este es, el **trabajo sujeto**. El trabajo como **“actividad de organización”** es un paso previo, pero que “acompaña” las realizaciones, consiste en los planes, dibujos, procedimientos, esquemas, dispositivos de evaluación de resultados, etc. El trabajo como **“construcción de mediaciones mercantiles”** tiene por objeto la elaboración de los vínculos con clientes, usuarios o público para darle un “agarre sobre las realizaciones”. Por último, el trabajo como **“actividad política”**, tiene como finalidad regular diferendos que encuentran soluciones en los dispositivos de mediación política. Se trata de dispositivos inventados por los actores en presencia para coordinar los niveles de intervención, para pasar de un territorio a otro, para hacer circular los puntos de vista, para integrar los actores a las instituciones y el individuo al Estado.

A través de la Matriz podemos entender la situación de trabajo en la que se encuentran los trabajadores, teniendo en cuenta su mirada, y tratando, a partir de ella, de destacar todos los componentes que creemos hacen de dicha situación, un contexto diferente, original de trabajo.

5.1. El trabajo como actividad de realización⁵

El trabajo en las IEBTs como **realización de objetos**, significa orientar el conocimiento hacia el sector productivo, para la producción de bienes y servicios innovadores por su valor agregado en conocimiento. El producto final de la incubadora no es simplemente una empresa, sino que se trata de una empresa con buenas oportunidades de mantenerse en el mercado, porque los bienes o servicios que producen han sido previamente estudiados por la incubadora, en función de su viabilidad, es decir, de sus posibilidades de supervivencia en el mercado. Observamos que el componente innovador del bien o servicio a desarrollar y la viabilidad del mismo, son dos de los tres **criterios de eficacia** que manejan las incubadoras para que los proyectos o ideas lleguen a buen puerto. El tercero refiere a la capacidad emprendedora de quién o quiénes lo presentan (que se estudia por medio de entrevistas personales).

Por otra parte vemos que se tratan de contextos flexibles en términos de **regulación del trabajo**, debido a que no existen prescripciones en forma de procedimientos, sino que la regulación recae sobre los tiempos de los proyectos, que muchas veces suelen estar previstos en los “planes de negocios” que se elaboran en conjunto con la asesoría de la incubadora. El emprendedor es libre de manejar sus horarios de trabajo, ya sea que esté en incubación física o virtual, él es quien determina sus tiempos y tareas. Es por ello que en él recae en gran medida el éxito del proyecto, según su dedicación y esfuerzo. En general, los procesos de incubación duran de dos a tres años, y en ese período, una vez que la empresa logra constituirse como sociedad comercial, es que se firman los contratos entre la incubadora y los emprendedores estableciendo las obligaciones que estos generaron a partir de los subsidios que les fueron brindados. Durante un período de tiempo tendrán que aportar un porcentaje de sus ganancias a la incubadora para cubrir los costos de la incubación.

Un problema fundamental que se presenta en esta dimensión, es el de la **retribución**, porque ésta no se da en forma de salario, sino que consiste, básicamente en los subsidios que la incubadora otorga al emprendedor. Esto se constituye en un obstáculo ya que el no percibir un salario, en algunos casos, limita la dedicación de los emprendedores a su proyecto ya que se ven obligados a tener otros trabajos remunerados.

El trabajo como **realización del sujeto**, nos llevó a observar como se construye la identidad, en un contexto de trabajo que los llama a asumir una mentalidad empresarial.

⁵ Por motivos de extensión presentamos aquí un resumen con los principales aspectos contenidos en la matriz que desarrollamos en nuestro proyecto de taller. Adjuntamos en los anexos la elaboración completa.

Como esto es parte de nuestro análisis, precisaremos solamente las ideas principales. En lo que respecta a las **trayectorias laborales**, en la mayor parte de los casos, los trabajadores de las dos incubadoras son profesionales que perdieron su trabajo durante la crisis o que directamente no encuentran trabajo dentro de su especialidad, y la incubadora se presenta como una alternativa para dedicarse a aquello en lo que se formaron. La mayor parte de estos emprendedores, en sus trabajos previos (y actuales, paralelos a su trabajo en la incubadora) ocupan el rol de empleados, ya sea en la Universidad, el Estado o empresas, pero carecen de experiencia como empresarios. Lo que priorizan a la hora de **definirse a sí mismos** es su rol profesional, sin negar la veta empresarial de su actividad, pero en todo caso, prefieren referirse a sí como “emprendedores”. La categoría “empresario” tiende a tener una cierta aceptación entre ellos, pero entendido éste de un modo distinto al del empresario clásico, vinculado principalmente a la obtención de beneficios y ganancias. La categoría de empresario aceptada es la que contiene propiedades tales como emprendedor, innovador, que apuesta al desarrollo de nuevos conocimientos, al desarrollo de la ciencia y la tecnología. A su vez, este tipo de empresario aparece como poco potenciado desde la Universidad, y esto es visto como una deficiencia ya que el impulso al emprendedurismo dentro de la misma área de formación terciaria, facilitaría el surgimiento de este tipo de empresas.

De modo que estos profesionales llegan a las incubadoras carentes de conocimientos relacionados al área empresarial, y es aquí donde interviene la incubadora aportando la capacitación correspondiente en marketing, finanzas, ventas, etc. Es a partir de esta **construcción de saberes**, producto del conocimiento de que son portadores y el nuevo que les aporta la incubadora, que ellos pueden tomar decisiones frente a los diversos acontecimientos que enfrentan en el desarrollo de su proyecto. Para ello existen **actividades de comunicación y de intercambio** entre emprendedores e incubadoras para el seguimiento adecuado de los proyectos, y de los emprendedores entre sí para compartir, transmitir conocimientos, experiencias, vivencias. Se establecen así redes de trabajo dinámica, para la cooperación y el intercambio (ésto lo vimos fomentado, sobre todo, entre los emprendedores de Khem, y más débilmente en Ingenio. Por último, observamos que la **interiorización de la finalidad del trabajo** es muy fuerte, porque el trabajo está dirigido a la realización de un proyecto o idea propia y, por lo tanto, se trata de algo que le pertenece y que es su responsabilidad.

5.2. El trabajo como actividad de organización

La **resolución de problemas** implica un desafío en estos contextos de trabajo, ya que demanda la puesta en juego de todos los conocimientos que el profesional posee, los que vienen de su formación profesional y los nuevos, que son adquiridos en el proceso de trabajo en la incubadora, a través de la capacitación en áreas desconocidas para ellos como marketing y ventas. Al interior de cada proyecto de incubación, cada emprendedor debe entonces gestionar todos sus conocimientos para resolver los obstáculos que se presentan en el desarrollo de su proyecto.

Una característica peculiar del trabajo en este tipo de incubadoras es que las **rutinas cognitivas**, es decir, las formas de conocer o de construir el conocimiento en el curso de la organización del trabajo, dependen mucho de cada emprendimiento, ya que en función de sus características se determina el mejor modo de proceder, cuales son los servicios a brindar, cómo va a ser el plan de negocios, etc. Pero éstas son puestas en cuestión constantemente porque gran parte del trabajo se realiza puertas adentro y cuando sale al mercado se enfrenta a situaciones que pueden llegar a modificar el producto original. Es por ello que el emprendedor debe ser susceptible de comprender las demandas específicas e identificar información que le permita mejorarlo.

Creemos que el proceso de **construcción del actor colectivo** está en pleno desarrollo porque las incubadoras están iniciando su experiencia y por eso la interacción interna está todavía en el camino del fortalecimiento. Las reglas están en constante reelaboración, por lo cual es difícil aún que se vuelvan comunes.

5.3. El trabajo como actividad de construcción de mediaciones mercantiles

Trabajar en la incubadora implica tener un vínculo fluido con el sector productivo, atender a las fluctuaciones y las demandas del mercado que pueden alterar el desarrollo de un emprendimiento.

Las incubadoras facilitan a los emprendedores el proceso de **construcción de relaciones mercantiles**, otorgándoles contactos con potenciales clientes. En algunos casos ésto se da por medio del “boca a boca” entre los propios emprendedores, tratando de establecer redes productivas al interior de la incubadora. En el caso de Khem, muchos de los proyectos que incuba provienen directamente de la demanda específica de un cliente y lo que tratan de hacer es ubicar dentro de la Universidad, por medio de la red académica, a las personas que son capaces de solucionar ese problema.

Por trabajar en las incubadoras, los emprendedores cuentan con toda una serie de **actividades y equipos para orientar al cliente**, ya que, por un lado, la incubadora se encarga de brindarles conocimientos estratégicos de marketing y ventas, al tiempo que les brinda herramientas para la presentación de sus productos, como por ejemplo, se les enseña como hablar en público. También les dan soporte de infraestructura (salas equipadas para conferencias).

A partir de la **comunicación cliente-trabajo-objeto**, muchas veces los proyectos deben ser modificados, en especial para quienes trabajan con tecnologías de la información, porque pueden adaptar lo que producen a las necesidades específicas del usuario.

La **evaluación de resultados** que hace la incubadora no sólo tiene que ver con los costos, que como vimos, éstos se cubren después de que la empresa incubada comienza a funcionar en el mercado aportando un porcentaje de sus ganancias, sino también con el grado de éxito que tengan las empresas en el mercado, ya que de ello depende la posibilidad de recuperar lo invertido durante el proceso de incubación, si éstas fracasan, será una pérdida para la incubadora.

5.4. El trabajo como actividad política

Las **mediaciones públicas** refieren, por un lado, a las acciones para intervenir en una realidad específica. Es así que detectamos dos motivos básicos del surgimiento de las incubadoras. Primero, vemos que son mecanismos que buscan paliar el problema del desempleo en las altas calificaciones, situación agravada con la crisis del 2001. La incubación de empresas aparece como una demanda laboral “no típica”, ya que estimula a los profesionales a tomar riesgos, a emprender sus propios proyectos o ideas, y a trabajar en forma independiente. La crisis económica sirvió de impulso para que muchos profesionales se lanzaran a realizar proyectos propios debido a que los riesgos que podían correr con sus proyectos personales, no eran mayores que los riesgos de sus actividades laborales. Pero el surgimiento de las incubadoras no está atado únicamente a una situación de desempleo, ya que también responde a una necesidad del país por desarrollar empresas de base tecnológica, por aprovechar un potencial que ha sido poco explotado. En el caso de Ingenio, surge porque se detectó el gran potencial existente en el país en cuanto a las tecnologías de la información.

Por otra parte, las mediaciones públicas refieren a todas las acciones que deben realizar las incubadoras para obtener el financiamiento necesario para su funcionamiento, y que por tratarse de algo nuevo, resulta un gran obstáculo. Las principales formas de financiamiento se logran a través del Estado con sus programas de promoción a la ciencia y la tecnología, y de

organismos financieros internacionales, como el BID y el Banco Mundial. El tema del financiamiento es más problemático para Khem que para Ingenio, ya que ésta última cuenta con más apoyo por la participación directa que tienen el Estado y el BID, mientras que la primera se maneja fundamentalmente con los préstamos reembolsables de FINTEC (Fondo de Innovación Tecnológica). Sin embargo, tal vez más problemático aún, sea el financiamiento para los emprendedores, porque llevar a cabo una idea demanda mucho dinero y por ser “empresas de riesgo” les es muy difícil encontrar inversores o conseguir préstamos, por las garantías que se requieren. Las formas de financiamiento para este tipo de empresas, los llamados “capitales semillas”, “venture capitals” o “ángeles inversores”, es decir, capitales que se aportan para el desarrollo o creación de nuevas empresas, son escasos en nuestro país, lo cual se está convirtiendo en una gran dificultad para muchos de los proyectos que están en incubación.

Por último, vimos que las **mediaciones orientadas a una acción común**, se plasman en el sector con la creación de URUNOVA, que es una asociación de incubadoras y parques tecnológicos en la que participan, además de Khem e Ingenio, el Polo Tecnológico Industrial del Cerro, Fundación Kolping, y la fundación Zona América. Esta se ha creado con el objetivo de promover estos emprendimientos, subrayando la importancia que tienen para el país, y por medio de ella interactuar con el Estado y los distintos actores públicos para “justificar la experiencia” y para impulsar la creación de este tipo de mecanismos.

6. PRESENTACIÓN DE DIMENSIONES Y PROPIEDADES DE LA “DEFINICIÓN DE SÍ”

Con el objetivo de construir una tipología de identidad que revele la “definición de sí” que actualmente hacen los profesionales que trabajan en las IEBTs y que se diferencie de otra “definición de sí” propia a situaciones de trabajo anteriores, nuestro análisis consistió en una tarea de categorización. Es decir, buscamos recoger todas las propiedades emergentes que nos haban de una determinada categoría de identidad o “definición de sí”. A continuación presentamos las propiedades captadas por nosotros a medida que fueron emergiendo en el proceso investigativo y que agrupamos en cuatro dimensiones “teóricas” de la identidad. Éstas son: la identidad como recurso estratégico, la identidad expresada y movilizada como sentimiento, la identidad como integración colectiva y la identidad como proyecto. Estructuramos el análisis en cuatro secciones correspondientes a esas

dimensiones y luego se desarrollan todas las propiedades que para nosotros quedan comprendidas en cada una de ellas.

Al final de este apartado presentamos un cuadro en el cual se muestra sintéticamente estas dimensiones con todas sus propiedades emergentes y que concluimos, nos hablan de dos categorías de identidad profesional, el **profesional clásico** y el **profesional emprendedor**.

6.1. LA IDENTIDAD COMO RECURSO ESTRATÉGICO

La identidad dimensionada como recurso estratégico, nos conduce a entenderla como un recurso para la acción, ya que como sostiene Dubet su movilización permite la realización de intereses o valores. Es la capacidad estratégica para alcanzar ciertos fines. Por tanto, la identidad debe ser comprendida en este sentido como un “*recurso de poder y de influencia*” (Dubet, F., 1989: 527). Para nosotros, en las IEBTs Khem e Ingenio, la identidad profesional como recurso estratégico se expresa de dos maneras: por un lado, se vincula con la salvaguardia del empleo profesional, mediante la generación de formas alternativas de inserción laboral, que promueven el autoempleo y el trabajo independiente como valores positivos. Y por otro lado, la identidad profesional, como capacidad para movilizar conocimientos específicos, que favorecen al adecuado desarrollo del emprendimiento personal y que son orientados al sector productivo, en el marco de mercados cada vez más demandantes de productos con alto valor agregado en conocimiento y tecnología.

Generar formas alternativas de demanda laboral

Una de las razones principales por la que se justifica la creación de incubadoras de empresas de base tecnológica en nuestro país, es la necesidad de generar empleo para los profesionales, frente a la creciente emigración de los mismos en los últimos años, que en gran parte, se explica por la dificultad que atraviesan a la hora de insertarse laboralmente. La “fuga de cerebros” significa una grave pérdida para el país, tanto desde el punto de vista económico por la inversión puesta en su formación, como porque debilita la capacidad para acumular investigación y desarrollo.

Este problema aparece claramente vinculado a la saturación de los sistemas “**típicos**” de inserción profesional, fundamentalmente en la Universidad y el Estado. Y esto porque la

formación universitaria en estas áreas tecnológicas apuntala a dichos mercados laborales. Desde los cuadros directivos de Khem, se expresó lo siguiente:

“En el caso de las profesiones que se forman en Facultad de Química, estaban más bien orientadas a que la gente se insertara en alguna actividad laboral, básicamente, como empleado o técnico (...) pero vos formás algo que cada vez existe menos, que es la demanda laboral típica del profesional”. (entrevista n° 1)⁶

Del mismo modo, un emprendedor nos dijo:

“...vos en la facultad, en general, inclusive en la nuestra, sos formado entre líneas, para ser un investigador de la propia facultad. Pero todos sabemos que hay mucho más estudiantes que docentes, esto quiere decir que rápidamente se va a saturar el sistema”. (entrevista n° 6).

Se vuelve necesario entonces, crear “nuevas” fuentes de trabajo frente a la creciente saturación de las formas tradicionales de inserción profesional. La incubadora se convierte así en una estrategia de trabajo para estos profesionales que buscan la **“inclusión social, a partir de la actividad empresarial”**. Podemos decir, que las IEETs se constituyen en promotoras del **“autoempleo”**, del **“trabajo independiente”**, entre los profesionales portadores de saberes específicos, en áreas tecnológicas, como la información, la química, la biotecnología, que los habilitaría para desarrollar un emprendimiento de tipo empresarial. Es decir, se trata de que desarrollen su actividad profesional hacia el sector productivo, ya sea creando su propia empresa, o desarrollando conocimiento y tecnología para empresas existentes.

Es así, que la incubadora Khem, se inscribe en una estrategia de Facultad de Química, cuya finalidad es:

“...meter a los muchachos que terminan el doctorado en la industria y no en la facultad. O sea, generar un mercado laboral de los investigadores. Hoy por hoy, en el Uruguay, el único lugar que contrata investigadores es la propia Universidad, el Estado, el INIA, y pará de contar, porque ni el

⁶ Al final de cada entrevista citada, se coloca el número correspondiente que se encuentra en el anexo

LATU contrata investigadores. (...) Nuestra política, del Polo Tecnológico está orientada a que las empresas hagan investigación para que estos investigadores, en lugar de quedarse dentro del circuito universitario, salgan a la producción". (entrevista nº 11).

En el caso de la incubadora Ingenio, promover la independencia laboral se ha convertido en un mecanismo para retener a los emprendedores, ya que a diferencia de la situación en la que se encuentran muchos sectores profesionales del país, el ámbito de las TICs se caracteriza por tener pleno empleo. La estrategia de esta incubadora es apoyar a que proyectos o emprendimientos, que por otros medios no lograrían llegar al mercado, lo hagan de manera más segura. Y dado que la incubadora corre con el riesgo de que los emprendedores abandonen el proyecto a cambio de los altos sueldos que se ofrecen en el mercado de trabajo para este sector, apuesta a que éstos hagan una valoración positiva del trabajo independiente.

"En general, tratamos de retenerlos por el lado del valor que la independencia tiene, en el corto plazo, y en el largo plazo, ineludiblemente. Las remuneraciones financieras que uno puede tomar de su propia empresa son siempre mucho mayores de las que te puede dar cualquier empresa que hay por ahí" (entrevista nº 9).

Entrar en la incubadora significa, por lo tanto, insertarse laboralmente de una forma no tradicional, es decir, no se trata ya de ser empleados, técnicos o especialistas, sino de ser profesionales que apuestan a un emprendimiento propio, en el que están presentes sus conocimientos académicos pero volcados al sector productivo.

Autogestión del empleo

Desde el punto de vista de los profesionales, la posibilidad que le brindan las incubadoras para desarrollar un trabajo que sea independiente a través del emprendimiento de sus propios proyectos o ideas es una de sus grandes ventajas. De este modo, logran romper con el "círculo vicioso" de las formas tradicionales de empleabilidad:

“...la Universidad no te forma para tener tu empresa. La actitud, en general del uruguayo, es más de ser empleado, tradicionalmente, de trabajar en una institución, que de tener una empresa”. (entrevista n° 15)

Para convertirse ellos mismos, en “empleadores”:

“...los dos perdimos el trabajo, no fue al mismo tiempo, pero en sucesivas etapas, y se fueron agotando los recursos clásicos de ir a conseguir trabajo a alguna empresa (...) Tenía ganas de decir: yo voy a hacer tal cosa, correr tal riesgo, tomar decisiones audaces, trabajar para mí y para otros”. (entrevista n° 8)

Poder convertirse en un trabajador independiente, que pueda vivir y dedicarse “*full time*” al emprendimiento propio, se vuelve una meta, en un ideal:

“...preferiríamos trabajar en nuestra empresa, con nuestro emprendimiento, vamos a ver si se da así (...) la verdad es que me resulta muy atractiva la idea de tener una actividad propia y desempeñarme en Cyberdine (nombre de su empresa en incubación)”. (entrevista n° 5)

“Eso es lo que yo tengo, tengo objetivos, y tengo metas, a las cuales yo sé que las puedo alcanzar y me puede en el futuro ir mejor que si estoy trabajando como empleado, entonces me voy a romper unos años trabajando mucho, para después poder estar más tranquilo, teniendo un bienestar más estable y no depender de un empleo”. (entrevista n° 14)

La independencia en el trabajo está marcada por el pasaje empleado-empleador, volviéndose en un valor para la realización de sí de estos profesionales, porque les permite no depender de un puesto de trabajo, ni de jerarquías, convirtiéndose ellos en “sus propios jefes”.

“...tener un buen salario y estar constreñido por límites que otro te pone, para mucha gente es una situación incómoda, capaz que es mejor tener menos dinero y no tener esas ataduras”. (entrevista n° 9)

Pero al mismo tiempo, trabajar en forma independiente conlleva una gran responsabilidad y predisposición para hacer las cosas, ya que son ellos mismos quienes deben imponer su régimen de trabajo, estableciendo sus propios horarios, días de trabajo, etc. En las incubadoras, esto es de gran importancia, ya que al ser quienes determinan la dedicación que le van a dar a su emprendimiento, en ellos recae en buena medida el éxito que pueda tener el desarrollo de su proyecto. Y usualmente, dicha dedicación está atravesada por otras responsabilidades de su vida, más que nada, por sus otros trabajos remunerados (ya que mientras su emprendimiento se encuentra en etapa de incubación, en la mayoría de los casos, no obtienen ninguna ganancia del mismo)

“...si vos tenés un jefe, y no vas todos los días, te despide. Es distinto acá, que sos tu jefe, vos tenés que tener la voluntad de seguir adelante”.
(entrevista n° 13)

“El trabajo del emprendedor es que sos de director a cadete (...) y muchas veces nos quedamos hasta muy tarde (...) yo pongo mis horarios”.
(entrevista n° 14)

Autogestión del conocimiento

Las IEBT's apoyan a aquellos emprendimientos que tengan potencial innovador, y eso se refleja en el valor agregado que tenga el producto o servicio en materia de aplicación de conocimiento. Esto indica una orientación hacia una producción con contenido en I+D, algo que en Uruguay escasea, ya que hasta el momento el sector productivo ha optado por incorporar tecnología que viene de afuera y que, por lo general, llega con cierto rezago.

La emergencia del mecanismo de incubación en el país nos da la pauta de que se están desarrollando procesos para la incorporación a la sociedad del conocimiento con una postura proactiva, creando e incorporando el conocimiento que se genera en forma endógena a la producción. La estrategia de la que surge la incubadora Khem, así lo explicita:

“...promover la integración de la cadena de valor del conocimiento, o sea, entre los que producen conocimiento y los potenciales usuarios en el sector productivo (...) para que se genere y transmita conocimiento, que

sea funcional al sistema productivo del país, de forma que colabore a generar riqueza y empleo". (entrevista nº 11)

El conocimiento es entendido en la actualidad y desde distintos ámbitos, como la fuente principal para la generación de riqueza económica de los países. Como establece el informe sobre desarrollo humano para el Uruguay del PNUD de 2001: "*No hay duda de que el eje del desarrollo económico es hoy día la creación y aplicación del conocimiento y el procesamiento eficiente de la información*" (PNUD, 2001: 98). O como mejor expresa Nonaka "*En una economía cuya única certidumbre es la incertidumbre, la mejor fuente para obtener una ventaja competitiva duradera, es el conocimiento*" (Nonaka, I, 2000: 23).

Así lo manifestó también, uno de nuestros entrevistados, emprendedor de Khem:

"Los países desarrollados, ¿a qué están apostando? Están apostando a su generación de conocimiento, no les interesa tener buenos torneros, les interesa tener buenos científicos, y eventualmente, buenos tecnólogos (...) la gestión del conocimiento se está volviendo una herramienta de progreso de las empresas importante (...) se ha vuelto un negocio, entonces la Universidad quiere aprovechar ese negocio". (entrevista nº 3)

Dado que la gestión del conocimiento se ubica en el corazón de los contextos productivos y laborales actuales, la gestión del conocimiento productivo, no puede ser separada de la gestión del trabajo, como establecen Supervielle y Quiñones. Desde el punto de vista del trabajador, las economías basadas en la búsqueda y desarrollo de la innovación y tecnología, afectan su mundo de trabajo, cada vez más exigido a una formación y a la actualización de conocimientos: "*...las nuevas tecnologías establecen nuevos espacios profesionales, que no tienen las mismas reglas de funcionamiento que las profesiones u oficios clásicos. Entre otras, la falta de formación o de actualización, puede dejar al trabajador fuera de los nuevos espacios profesionales que se han ido configurando*" (Supervielle, M.- Quiñones, M., 2003: 14).

Es así que las sociedades del conocimiento traen consigo, una nueva figura laboral: "**el trabajador del conocimiento**", que según J. Mitcheli, no se corresponde con el modelo de las profesiones "tradicionales". Esto porque el conocimiento se convierte en una nueva dimensión del mundo del trabajo y, por ende, el trabajador, debe estar habilitado para movilizarlo y controlarlo. La habilidad de estos nuevos profesionales, radica, para Mitcheli,

en la innovación adaptativa y la manipulación de información. Se trata de un trabajador apto para autogestionar sus conocimientos, siendo lo más importante para él *“su capacidad de utilizar de modo efectivo y creativo, su conocimiento y habilidades. Así, se distinguen de la vieja concepción de “profesionista”, para quien resulta crucial la manifestación de la posesión formal de un conocimiento, ya que de ello depende su estatus profesional”* (Mitcheli, 2003).

El profesional que trabaja en las incubadoras, es portador de un conocimiento específico, como vimos, vinculados a áreas como la informática y la química. Posee por tanto, un recurso estratégico que hace a su propia identidad y que puede utilizarlo en forma “libre” y creativa, en su ámbito de trabajo, en su propio beneficio, para la resolución de problemas que permitan mejorar el desarrollo del producto o servicio innovador que emprenda:

“...valoro poder aplicar todo mi conocimiento, no tener que limitarme a nada, si hacés un trabajo por afuera, podés quedar limitado a los conocimientos que te pidan que uses. Acá son tantas las cosas que tenés que hacer, que tenés que empezar a revolver todo aquello que sabes, y lo que no también (...) Tenés la posibilidad de explotar tus conocimientos mucho mejor, que si trabajas en algún lado”. (entrevista nº 13)

Los emprendedores autogestionan sus conocimientos para obtener un mejor resultado en la evolución de su propio emprendimiento. Y esos conocimientos no están únicamente limitados a su formación curricular específica, sino que ponen en juego todas aquellas herramientas que han ido adquiriendo a partir de su ingreso en la incubadora. Esta se encarga, mediante cursos y el tutorio de los proyectos, de transmitir conocimientos en el área empresarial y de marketing, áreas en las cuales los profesionales provenientes del sector tecnológico suelen tener un gran vacío, porque no forman parte del proceso de su formación profesional. De este modo, pueden tener una visión global del proceso productivo y aplicar sus conocimientos allí donde sea necesario, donde lo demande el producto, el proceso de trabajo, la realidad del mercado, para lograr el efectivo funcionamiento de su empresa.

“Conocimiento comercializable”

Aquél que logra entrar en una de las dos incubadoras, es por que su proyecto, su idea, tiene posibilidades de convertirse en un buen negocio. El desafío de los profesionales, es entonces, movilizar sus conocimientos en un emprendimiento que se proyecte como un buen negocio. Es decir, tienen que hacer que su conocimiento se vuelva **“vendible”**. Identificamos tres fuentes originarias de emprendimientos: muchos buscan colocar en el mercado algún producto o servicio en el que estuvieron trabajando durante su formación profesional, por ejemplo, en el caso de los profesionales de ingeniería, suelen ser sus proyectos de fin de carrera. Otros descubren a partir de sus experiencias laborales anteriores, un nicho en el mercado para una tecnología específica, y otros tienen una sensibilidad que les permite captar dónde está el negocio. En todos los casos vemos que lo que caracteriza a los ideólogos de estos emprendimientos, es que hicieron algo con su conocimiento: lo volvieron comercializable.

A este respecto, un emprendedor expresó:

“...nosotros lo que estamos vendiendo es conocimiento, nosotros vendemos frasquitos llenos de agua y mucho conocimiento, entonces, el valor agregado de los frasquitos es enorme, la ganancia es muy grande y estás vendiendo conocimiento”. (entrevista nº 6)

Otros emprendedores, hablando sobre el nacimiento de sus emprendimientos, nos dijeron:

“En un principio la idea era comenzar los productos, los equipos que habíamos realizado como proyecto de fin de carrera. Nosotros como proyecto de fin de carrera, teníamos que lograr un equipo funcionando. Entonces, bueno, a eso mismo ponerle más desarrollo y todo lo que fuera necesario para hacerlo comercializable”. (entrevista nº 4)

“...se nos ocurrió una idea más o menos concreta por el año 96, porque nosotros entendimos, desde nuestros trabajos, los dos relacionados a la química (...) que había una necesidad, que estaría buenísimo que

existiera determinado servicio que no existía en ese momento". (entrevista nº 8)

La premisa del emprendedor no es solamente generar productos, procesos, servicios innovadores, sino que, al mismo tiempo, estos deben tener posibilidades reales de ser colocados en el mercado. La finalidad de su conocimiento cuando trabajan en la incubadora es, por tanto, el mercado, y ya no como expresó un emprendedor, ***"hacer conocimiento, por el conocimiento mismo"***. Esto genera un cierto choque con nuestra cultura universitaria porque la idea de obtener una ganancia a través de un emprendimiento puede asociarse con la idea de lucro, y ***"la palabra lucro, en la facultad, es una palabra prohibida, una mala palabra"***. Que el conocimiento sea utilizado en pos de su comercialización implica un cambio en la forma tradicional de hacer investigación de los profesionales formados en áreas tecnológicas, ya que se vuelcan primordialmente al mercado.

"...ya tenemos una postura que no es sólo hacer lo que se me antoja, por el conocimiento mismo, hay un porcentaje de gente que hace cosas por la utilidad que tiene para el país". (entrevista nº 6)

Pero esto no significa una gestión irresponsable del conocimiento, para obtener únicamente réditos personales, sino que aparece más bien como un intento de subsistencia a partir de su profesión, que orientada al sector productivo, aporta al desarrollo de innovación y tecnología en el país. En este sentido, este tipo de emprendimientos difiere completamente en sus objetivos y contenidos, de aquellos asociados a las empresas tradicionales uruguayas, que han conducido a una escasa incorporación de I+D a la producción.

6.2. LA IDENTIDAD EXPRESADA Y MOVILIZADA COMO SENTIMIENTO

Bajo esta dimensión reunimos todas las propiedades de la definición de sí, que hacen referencia al "sentir" del trabajador con respecto a su actividad profesional, y esto porque ***"...los trabajadores poseen un sentir específico de pertenencia a una categoría profesional y desde ella se presentan y definen"*** (Margen, G., 2003: 196). Para ello debemos contemplar la visión subjetiva que tienen, tanto de su profesión, como del tipo de actividades que se encuentran desarrollando actualmente en las incubadoras estudiadas.

El ámbito de trabajo que imponen estas incubadoras, supone que se lleven a cabo actividades que difieren de las que usualmente realizan en otro tipo de trabajos y que tienen que ver con los aspectos creativos, innovativos y ejecutivos, que demanda la realización de los emprendimientos. De este modo, la identidad profesional poseída, se “tensa” con los nuevos roles a los que el profesional es llamado a asumir, es decir, el de emprendedor y el de empresario.

“Ser emprendedor”

El emprendedurismo es un concepto clave en los procesos de incubación. Esto se debe a que la figura del emprendedor se asocia con la continuidad de los proyectos, y la oportunidad de que puedan prosperar en el mercado. En el emprendedor se depositan todas aquellas virtudes que se consideran convenientes, para que una buena idea pueda llegar a establecerse en el mercado. El “ser emprendedor” parece ser no solamente un requisito para las incubadoras, sino también, desde la perspectiva de los actores, una condición para que los proyectos puedan convertirse en empresas.

Desde los cuadros directivos de Khem se expresó lo siguiente:

“Buscamos que en todo proyecto haya un emprendedor, alguien que de alguna manera lo toma sobre sus hombros. Y esto que parece muy sencillo es lo más difícil, porque eso no sobra acá, gente emprendedora”.
(entrevista nº 1)

Por otra parte, desde los cuadros directivos de Ingenio, haciendo referencia a los criterios de selección, nos dijeron:

“...por un lado, que el proyecto sea económicamente viable, y por otro lado, las características de la persona, que la persona tenga la capacidad o el potencial para dirigir ese tipo de emprendimiento (...) eso se mide en una entrevista persona, básicamente”. (entrevista nº 2)

Existen múltiples debates sobre la figura del emprendedor y cuáles son sus principales características. Nosotros nos centraremos primero, en aquellas que desde una perspectiva más

individualizada, nos ofrecen Brunet y Alarcón (2004). En primer lugar, estos autores nos dicen que se trata de un individuo cuyo objetivo es, ganar dinero. Segundo, que tiene la capacidad para organizar y dirigir la combinación de factores productivos para lograr obtener un producto que se venda en el mercado. Tercero, es “confiado y aventurero”, ya que se atreve a asumir un riesgo. Por último, es altamente innovador, busca a través de su capacidad innovadora, hacer las cosas de una manera nueva y mejor.

Ahora bien, en el caso del “espíritu emprendedor” presente en el ámbito de las IEBTs uruguayas, observamos que de las características expuestas por los autores, sólo las tres últimas parecen estar presentes.

Vemos que se trata de personas que tienen la capacidad para generar un producto o servicio que sea vendible en el mercado a partir de la movilización de sus conocimientos. Los profesionales que trabajan en la incubadora, además de poseer su saber específico, se ven beneficiados por todos los conocimientos que ésta le ofrece, lo que les permite alcanzar una visión más completa de lo que quieren producir, cómo hacerlo y cómo venderlo.

“Vos te tenés que plantear: ¿qué hago que se venda? Y no ¿cómo vendo lo que hago? (...) mucho tiempo nos hemos dedicado sólo a generar conocimiento, ahora la idea es que una parte de eso o una parte del tiempo de cada uno se pueda aplicar directamente en la industria. Y bueno, eso genera un cambio, porque vos no vas a hacer una cosa en función de nada, lo hacés en función de que la querés colocar en el mercado”. (entrevista n° 6)

Por otra parte, tienen la predisposición a asumir riesgos: *“hay gente que tiene una mayor propensión a tomar riesgos y hacer cosas por cuenta propia”*. Entrar en una incubadora es animarse a asumir un riesgo, a apostar en un proyecto del cual no se sabe a ciencia cierta cuál será su futuro en el mercado. Y es un riesgo para el trabajador y para la incubadora. Para el primero, porque en la mayoría de los casos deben invertir, no sólo su tiempo, sin ninguna retribución salarial (por lo menos en los inicios de la incubación, hasta que no se llegue a la etapa de comercialización), sino también su dinero (y muchas veces, el de familiares y amigos). En él también recae el riesgo que pone la incubadora al apostar a su proyecto, ya que de no funcionar, sería una pérdida económica muy grande para ésta.

“Un emprendimiento es asumir una cantidad de riesgos, de cosas desconocidas, de cosas que no tienen nada que ver, tener una empresa no tiene nada que ver con lo que uno estudia”. (entrevista nº 12)

“...tenés que saber tomar tus riesgos, pero riesgos medidos, o sea, si tirás una pelota no te vas tan lejos del canasto que no le puedas embocar, ni tan cerca que sea fácil. El emprendedor debe tomar riesgos bajo control, y ser perseverante, no desmotivarse porque hay problemas”. (entrevista nº 15)

Por último, decimos que estos profesionales tienen un potencial para generar innovación, es ***“gente con capacidad de innovar, que es una mezcla de inventar y mejorar”***. Los proyectos son incubados porque se considera que en ellos existe el componente innovador, que refleja la habilidad que tienen estos profesionales para poner en uso sus conocimientos de forma creativa. De todas las características mencionadas, ésta parecería ser el parte aguas entre lo que es ser emprendedor y no serlo. El emprendedurismo es fomentado desde distintos ámbitos, no únicamente el universitario y empresarial, también desde organizaciones de la economía solidaria se busca apoyar emprendimientos que aseguren la subsistencia de poblaciones en situación de riesgo. En estos casos, la innovación no es un factor decisivo, se trata de estimular el emprendedurismo para que las personas puedan “autoemplearse”, ya sea produciendo alimentos, vestimenta, artesanías, etc. No existe, por lo tanto, una definición única de lo que es “ser emprendedor”, pero si nos posicionamos en el área de las incubadoras de empresas de base tecnológica, nos encontramos con discursos que privilegian el tema de la innovación sobre cualquier otro, cuando se trata de definir lo que es el emprendedurismo:

“...hay gente que sí, mete pa’delante, pero no necesariamente es un emprendedor natural (...) porque emprender significa hacer algo nuevo, para hacer licores uno simplemente baja la receta del google. Emprender significa inventar, innovar (...) el emprendedurismo va ligado a la generación de invenciones y conocimiento”. (entrevista nº 6)

Son estas tres características: elaborar un producto con alto valor agregado en conocimiento que se pueda colocar en el mercado, el riesgo y el espíritu aventurero, la

creatividad y la innovación, las que se destacan a la hora de definir el emprendedurismo en las IEBT's uruguayas. Creemos que el objetivo de obtener dinero del que hablan Brunet y Alarcón no es en principio tan relevante en estos contextos, porque si bien lo que se busca es obtener una buena rentabilidad de los emprendimientos, ésto aparece como una meta a concretarse en el mediano y largo plazo. Es por este motivo que la ganancia económica no está tan presente en los discursos de los emprendedores, cuya principal preocupación actual es la de solventar sus proyectos frente a la gran dificultad para encontrar inversores.

En general, todos los emprendedores entrevistados se definieron en algún momento como tales, por lo que parece ser una forma de definirse a sí mismos, que tiene una valoración positiva y, por tanto, ampliamente aceptada entre ellos. Creemos que ésto se debe a que los discursos que se generan en torno al emprendedurismo, justamente resaltan valores apreciados en nuestra cultura en forma positiva: esforzarse en el trabajo, “meterle para adelante”, “tener garra”, “empuje”.

“...creo que el éxito no está dado porque estés o no, en una incubadora, creo que pesan mucho más quienes están al frente del proyecto, las ganas que tengan, la visión, el trabajo, ¿no? (...) eso me parece que es el componente más importante”. (entrevista n° 5)

“...vos además sos un emprendedor, es muy importante que el dueño del proyecto sea un emprendedor. Si el dueño del proyecto es un boludo y el proyecto no le interesa, por más que el proyecto sea bueno, no se apoya, porque la base está en el emprendedor”. (entrevista n° 6)

“...yo ganaría mucha más plata y trabajaría mucho menos en otro trabajo, que ya me lo ha ofrecido, pero no, quiero apostar a ésto, a que salga adelante (...) me voy a romper unos años trabajando mucho, para después poder estar más tranquilo (...). Esa es mi posición de emprendedor”. (entrevista n° 14)

“...vos comenzás de abajo, de cero, de nada, vos te encargás de todo, sos el que diseña el producto, el que lo va a vender, el que limpia el lugar donde trabajas”. (entrevista n° 4)

“El profesional” vs. “El empresario”

El trabajar en la incubadora, desarrollando un emprendimiento determinado conlleva a que el profesional realice actividades de tipo empresarial. El aspecto empresarial de su trabajo es intrínseco a él, por tanto, se trata de un rol que pasan a asumir en estos contextos independientemente de la aceptación consciente que tengan de éste. Pero este nuevo rol que deben asumir “choca” con las percepciones que tienen de sí mismos en tanto que profesionales, por lo que se muestran, en cierta medida, reacios a considerarse como empresarios. Y ésto se debe tanto a los prejuicios existentes con respecto a la forma del empresario “tradicional” del Uruguay, como porque creen que el ser empresario es algo más bien genético, que viene en la sangre, o porque desde su formación profesional no se sienten preparados para desarrollar tareas de ese tipo. También están aquellos que simplemente lo consideran como una condición para lograr alcanzar un fin específico, y quienes consideran que **“no es algo tan malo como parece”**.

Los prejuicios que existen contra la figura del empresario uruguayo están enraizados en lo que ha sido históricamente una mentalidad y manejo de los negocios, que como bien describe Massera, han sido *“prácticas especulativas, extractivas, depredadoras”* (Massera, E., 2004: 14).

Así lo describió uno de los entrevistados, emprendedor de Khem:

“... ¿cuál es la historia del empresario acá, típica del Uruguay? Era el inmigrante que venía de Italia o de España (...) montó un negocio, le fue bien y le cedió a su hijo una empresa. Su hijo que interactuaba con los hijos de esos otros mismos, que formaron una burguesía incipiente, que se metieron en política y siguieron por ese camino, y a su vez, cedieron a sus hijos un negocio. Pero sus hijos ¿qué eran? Ya eran profesionales universitarios, doctores, etc., que agarraban una empresa que ya estaba andando y muchas veces la fundían (...). La historia de la tercera generación de las empresas uruguayas, es que ésta tercera generación las liquidan, y siguen dedicándose a la política, clubes de fútbol...”
(entrevista nº 3)

Esta mirada del empresario tradicional se corresponde con lo que Brunet y Alarcón definen como la “vieja percepción del empresario”. Es decir, como un empresario explotador

de los trabajadores y los recursos para su propio beneficio, un empresario asociado al lucro mal logrado. Sin embargo, los autores entienden que esa percepción está cambiando y que actualmente se está abriendo paso para un “nuevo” empresario, el **empresario emprendedor**, que posee toda una serie de competencias positivas: es activo, decidido, resuelto, audaz. Este sujeto tiene un papel fundamental en la sociedad porque es *“el agente capitán de la industria que, orientado al cambio y al crecimiento, lleva al desarrollo de la economía. Desde esta perspectiva, el empresario participa con vehemencia de la destrucción creativa, al propiciar nuevas oportunidades y romper el statu quo subyacente. El empresario busca, por su capacidad innovadora, hacer las cosas de una manera nueva y mejor”* (Brunet, I.- Alarcón, A., 2004: 89).

Por lo que hemos observado, la transición hacia ese tipo de percepción se está produciendo particularmente en el marco de las incubadoras, pero seguramente lleve su tiempo romper con una imagen ya cristalizada en la cultura uruguaya. Algunos pasos en esa dirección se perciben:

“Yo desmistifico un poco el tema de ser empresario, hay que ver. Vos por ser empresario no tenes que usar traje y corbata, codearte e ir a grandes simposios y no sé qué...El logro del empresario es aquél que logra que una empresa funcione y punto”. (entrevista n° 7)

Desde la Universidad, en particular, desde Facultad de Química, se plantea la necesidad de que en el país surja una nueva camada de empresarios, capaces de vincularse con el sector productivo y que respondan a las demandas de la sociedad, estos son los **“empresarios modernos, socialmente responsables”**. Este empresario se contrapone con el empresario “atrasado”, es decir, aquél que no incorpora I+D en su empresa, el que no apuesta a la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, el que históricamente se ha dedicado a importar conocimientos en vez de aprovechar los que están disponibles en el país. Pero además de incorporar conocimientos a la producción, este empresario moderno es “socialmente responsable”, porque tiene **“una visión de cómo funciona en la sociedad ese conocimiento que él está aprendiendo a usar y generar”**, porque es capaz **“de promover la inclusión social, a partir de la actividad empresarial”**. a través de un emprendimiento del cual se espera, que aparte de él, puedan vivir otras personas, ya que en definitiva, cumple una función social **“resolviendo un problema, una demanda real de la sociedad”**

Pero las resistencias desde los sectores profesionales que estamos observando, a percibirse a sí mismos como empresarios, son claras, aunque éstas tienden cada vez más matizarse. Como dijimos, para algunos se trata de una condición o cualidad que estaría determinada por la historia familiar de cada uno, o desde una posición más extrema, sería una determinación genética o biológica:

“...un empresario innato, es gente que ya su familia es empresaria, su abuelo es empresario, su padre es empresario (...) tienen esa cosa de oler el negocio, de estar en la chiquita de muchas cosas de negocios (...) y como que tampoco se tiran al agua (...) Y yo creo que el perfil más científico, es más soñador (...) cree más en el producto, no tanto en que huele que hay ganancia”. (entrevista n° 9)

“...tampoco es transformarte en empresario, eso lleva mucho tiempo, y se trae en la sangre, los investigadores en principio, no tenemos ese tipo de cabeza (...) yo todavía pienso como investigador, pero sé pensar como empresario, aunque me cuesta”. (entrevista n° 6)

Otros asumen este rol, como condición para lograr su objetivo, el desarrollo de su proyecto, de su idea, para poder dedicarse a eso que les gusta hacer, su postura es más abierta porque su fin no es el de ser empresario, sino su realización profesional:

“...lo de ser empresarios, es una condición que se nos adosaría. Tendríamos que convertirnos en eso, para poder lograr nuestro objetivo de fabricar, diseñar, participar en el proceso de desarrollo de un equipo médico (...). Es verdad que existe un cierto rechazo a eso de ser empresario, desde la formación universitaria. Es un poco extraño esto de ser empresarios, porque yo no viví la carrera con esa idea en mente...pero a ninguno de nosotros nos generó rechazo. Era, bueno, queremos hacer esto, queremos desarrollar equipos médicos, y eso nos convertiría consecuentemente en empresarios”. (entrevista n° 4)

La tendencia que se observa, en la mayor parte de los emprendedores entrevistados es una creciente aceptación de la figura empresarial, entendida ésta como la del empresario

empresedor, moderno, socialmente responsable. Pero no cabe duda, de que su sentir profesional es el que se privilegia, y el rol empresarial pasa a ser secundario:

“...yo me siento más químico, pero soy un empresario (...) quizás las dos sean normas de ver la vida, pero ser químico para mí significa ser analítico en el abordaje de un problema, ser racional, procurar la cosa más simple para explicar cualquier fenómeno. Una posición científica ante la vida”. (entrevista nº 3)

“...nosotros esto lo vemos como un emprendimiento, que es empresarial pero fuertemente académico (...) O sea que la perspectiva académica es lo que tenemos, lo que pasa que tenés que tener una perspectiva empresarial, que en realidad para cualquier proyecto exitoso, sea en el ámbito académico, empresarial, o dónde sea, tenés que tener una perspectiva ejecutiva”. (entrevista nº 15)

“...algunos se vuelven empresarios, pero comúnmente, si es un investigador, está incómodo, no es su foco ser empresario, su foco es desarrollar tecnología”. (entrevista nº 6)

6.3. LA IDENTIDAD COMO INTEGRACIÓN COLECTIVA

Reunimos aquí a todas las propiedades que refieren a la emergencia de procesos de integración, desde dos perspectivas: los procesos de integración colectiva de los emprendedores entre sí, y los procesos de integración de los emprendedores con otros actores del ámbito productivo, estatal y universitario. La representación de los emprendedores como actor colectivo es muy incipiente, recién se comienzan a gestionar iniciativas en ese sentido. Por otra parte, encontramos un diálogo fluido de los emprendedores con el sector universitario y productivo, lo que creemos tiene un efecto muy importante en la configuración de su identidad, en tanto expresión de un colectivo más global.

Compartir experiencias

Entrar en el proceso de incubación, significa, como hemos visto, tomar riesgos, pasar por una experiencia que muchos de ellos nunca han tenido, y es por ello que observar cómo lo hacen o cómo lo hicieron otros, es un aspecto clave para no cometer los mismos errores. Es por este motivo que se tratan de generar espacios en los cuales puedan compartir sus experiencias, sus éxitos y sus fracasos. Mirando cómo lo hacen y lo hicieron otros, pueden visualizarse a sí mismos y elegir cual es el mejor curso para el desarrollo de su acción. De ese modo también logran conocerse y establecer vínculos.

“A veces uno no sabía en que era que estaba trabajando el que estaba en el box de al lado. Hemos tratado de mejorarlo, haciendo reuniones en las que uno o dos de ellos, les presentan al resto, que es lo que hacen, para que los demás supieran en que estaban y que su proyecto encajaba de tal manera”. (entrevista nº 9)

“...vas compartiendo con los que están al lado todo lo de los otros, porque siempre hay algunos que van más adelante que otros (...) Cada uno comparte lo que le pasa, lo que piensa, lo que ve bien, lo que ve mal, cada uno se entera, en principio haces alianzas, por lo menos, de contarte todo”. (entrevista nº 8)

“...participamos más, transmitiendo experiencia y transmitiendo errores que se van aprendiendo en el camino (...) interaccionas con emprendedores y aprendés de todo, o sea, la solución colectiva a los problemas, siempre es más rica que la solución individual”. (entrevista nº 6)

Se trata entonces ahora de transmitir experiencias de orden práctico, mientras que el tipo de experiencias a las que suelen estar próximos cuando quedan remitidos al circuito académico tienen que ver con la transmisión de conocimientos y experiencias relativos a su formación profesional. El compartir experiencias se asocia con la transmisión de conocimientos formales:

“Cada uno de nosotros con doctorado, forma a varios. Cada uno de esos que se forma a través de un trabajo de tres o cuatro años, dónde está constantemente produciendo conocimiento, forma a otros y así funciona la maquinita, acá y en todo el mundo”. (entrevista nº 11)

Trabajo en Red

La teoría de redes determina que el trabajo en red es característico de los entornos en los que se busca propiciar la innovación, en los cuales la consolidación de empresas dinámicas requiere de su relacionamiento con el exterior, a través del intercambio con otras instituciones de investigación y de servicios de asesoría tecnológica. Una red es *“un sistema coordinado de relaciones de intercambio establecido por diferentes empresas especializadas en las distintas actividades de la cadena de valor del producto”* (Brunet, I.- Alarcón, A., 2004: 97). Las redes son el resultado de conjuntos de actores que están vinculados (implícita o explícitamente) y cuyas relaciones transitan el camino entre el conocimiento y la cooperación (Casalet, M., 2000).

Identificamos un importante mecanismo de integración entre los emprendedores, por medio de la creación de redes de trabajo que estimulan la “solidaridad empresarial”. Dentro de las incubadoras, busca promoverse la asociación entre empresas o establecer redes de servicio entre los productos y servicios que ofrecen las empresas que están dentro (en vez de salir a buscarlos afuera, en el mercado). Y esto no solamente entre los emprendedores de una misma incubadora, porque también existe el interés de tejer redes con emprendedores de otras incubadoras o parques tecnológicos, tratando así de establecer cadenas productivas.

“...hay alianzas o trabajos, en los cuales se complementan unos con otros, siempre tenemos una simpatía por los que están acá, al lado nuestro, y tratamos de ayudarnos entre nosotros. Yo tengo clientes acá, dentro de Ingenio, y otros trabajan juntos, hay una pequeña red entre nosotros”. (entrevista nº 14)

“...a veces, vos ves gente con ideas interesantísimas, entonces o los conectas (...) o hay gente que le interesa asociarse con el que sea, porque de repente hay gente que se quedó con la idea de preparar determinado producto químico, y otro se dió cuenta que tenía un equipo que podía ser

adaptado a eso, entonces yo puedo prestarlo o podemos hacerlo juntos. Acá hay mucho espíritu". (entrevista n° 8)

"...la idea también es apoyarse entre las mismas redes (...) establecer rutas de intercambio". (entrevista n° 7)

"...cuando hay proyectos que tiene áreas en común, a veces puede ocurrir que los que vos estás haciendo, pueda ser vendido con el producto de otro, y se hacen acercamientos para ver si es ventajoso para las dos empresas incubadas, hacer alguna asociación para vender algo en común". (entrevista n° 5)

Las redes, como postula esta teoría, facilitan entonces a que el emprendedor pueda crear su empresa en un medio dinámico, en continua interacción con otros. Por lo tanto, las redes que pueda llegar a tejer un emprendedor hacen a las posibilidades de éxito y mantenimiento en el mercado de su futura empresa. Brunet y Alarcón afirman que las incubadoras propician redes que permiten una dinámica creativa entre los emprendedores, a la vez que entran en contacto con potenciales clientes, proveedores, contadores, abogados, etc.

"...el PTI ha sido el único lugar dónde la conjunción de empresarios ha permitido que ni una sola empresa de las que ha entrado se haya fundido (...) eso es muchísimo éxito, y ¿por qué lo tiene? Porque ha sabido interaccionar entre los empresarios, porque mutuamente se apoyan". (entrevista n° 6)

Traducir señales

Una característica de los profesionales que desarrollan emprendimientos innovadores es su capacidad para vincular sus conocimientos con las necesidades del sector productivo. Esta es una propiedad de la identidad del profesional que asume un rol emprendedor, y que uno de nuestros entrevistados definió bajo el concepto de "traductor de señales", porque es una persona capaz de articular la interacción entre la Universidad y el sector productivo. Ser un traductor de señales, es ser un profesional capaz de tener un vínculo fluido con ambos sectores, lo que lo habilita a "leer" las señales que desde un ámbito se envía al otro. Nos

parece que este concepto, resume, en buena medida, las cualidades que debe tener el trabajador de una incubadora de empresas de base tecnológica, en tanto una persona que no se reduce a un solo ámbito de acción, sino que en él se resume un lenguaje que le permite ser sensible a las necesidades que manifiesta la producción y el mundo académico.

“Ese switch, sólo lo logras si interaccionas con otros empresarios, netamente empresarios, y otros netamente investigadores, y si vos lográs una figura de ese tipo, que es la figura del emprendedor, lográs que el diálogo ocurra entre los dos sectores. Si no, ese diálogo está cortado, la relación Universidad-empresa, es cero, ¿por qué es cero? Porque no hay traductores de señales, no hay nadie que traduzca la señal que la Universidad da para que la lea la empresa, ni nadie que sea capaz de leer la necesidad de la empresa para que la Universidad lo haga”. (entrevista n° 6)

Podemos decir que hasta el momento, ese diálogo, no se caracteriza precisamente por la fluidez, debido a la baja interacción entre ambos sectores, que se traduce en una baja incorporación de conocimiento a la producción, muy bajos niveles de inversión por parte del sector productivo en I+D. Por otra parte, la Universidad, que es el sistema de I+D nacional, absorbe la mayor parte de los investigadores. De ahí que sea importante la emergencia de un profesional emprendedor, “traductor de señales”, para que la producción tenga valor agregado en conocimiento, y para que la Universidad genere nuevos mercados de trabajo para sus egresados, que son, si se quiere, en términos productivos, su principal producto. Incluimos esta propiedad bajo la dimensión de la identidad como expresión de integración colectiva, porque creemos que en la figura el profesional emprendedor se sintetizan ambos mundos, ya que él es puede acercarlos por medio de un lenguaje, que él es el más indicado para entender, transmitir, reproducir. Su identidad es, por tanto, expresión de la interacción de esos mundos.

6.4. LA IDENTIDAD COMO PROYECTO

El trabajar en la incubadora tiene múltiples implicancias en la vida de los profesionales, principalmente, porque significa asumir nuevos desafíos. Pero para muchos de ellos, el riesgo que toman hoy, el tiempo y dinero que están invirtiendo, lo hacen apostando a un proyecto de

futuro: a tener su propia empresa, a ser independientes, a desarrollar una actividad laboral vinculada a lo que se formaron, a tener la posibilidad de avanzar en sus conocimientos pero desde otro lugar, desde su apertura al sector productivo.

El sacrificio por un futuro bienestar

Como vimos, lo que caracteriza a los profesionales que optan por el camino del emprendimiento propio es su predisposición a asumir riesgos, a tomar desafíos. Esto se visualiza en su actividad profesional en la incubadora, porque todo lo que hacen, lo hacen apostando al futuro, ya que no es sino hasta que alcanzan la etapa de comercialización del producto o servicio, que logran percibir un ingreso. Esto quiere decir que pasará un buen tiempo hasta que puedan vivir de su emprendimiento (los tiempos varían según las incubadoras, pero por lo general, no es menos de un año). El desafío está entonces en invertir su propio dinero y tiempo en un emprendimiento en el que depositan sus expectativas de futuro, laborales y económicas. La dedicación que el trabajador ponga a su emprendimiento, es fundamental para la evolución del mismo, pero ello conlleva un importante sacrificio y esfuerzo en el presente, que se espera, pague en el mediano o largo plazo.

“...estamos haciendo esto cuando es un riesgo, no estamos ganando plata, faltan oportunidades de camino (...) pero es el camino que nos gustaría vernos de acá a no sé cuantos años”. (entrevista n° 13)

“...esa es mi posición de emprendedor, que claro, que muchas veces cuando te quedás un domingo trabajando, y no tenés un peso, te ponés a pensar, “pucha!, podría estar rascándome en mi casa, con un sueldo, trabajando ocho horas por día y estar de charla con mis amigos. Muchas veces mis amigos me llaman y me dicen, “che, vamos a hacer esto, a reunirnos en la casa de tal” y yo, “no, mirá no puedo, estoy con tal proyecto” y eso es un poco aburrido, pero bueno ta, es la vida. Yo aposté que sacrificando un poco esas cosas, voy a poder salir adelante, espero...” (entrevista n° 14)

La identidad proyecto: “ser emprendedor”

Es a partir de una idea propia, que puede surgir de distintas fuentes (de proyectos de fin de carrera, de la experiencia laboral o de la sensibilidad que tengan para percibir una necesidad en el mercado), que el profesional se siente motivado a convertirla en un emprendimiento. Y es esa motivación la que lo conduce a tomar determinados rumbos de acción, a configurarse en un profesional que asume nuevos caminos, nuevos desafíos, buscando alcanzar la realización de sí. Como establece Bizberg “...es nuestra motivación, nuestro proyecto, lo que nos conducirá y determinará nuestra acción, y lo que, a su vez, iluminará y dará un sentido a la situación de la que partimos, a nuestro pasado, a nuestra posición social” (Bizberg, l., 1989: 513).

Nosotros creemos que los profesionales que estamos observando, están motivados a asumir riesgos, o mejor dicho, a asumir el rol emprendedor, porque, por un lado, necesitan insertarse laboralmente frente a la creciente saturación de los mercados de trabajo tradicionales y, por otro lado, porque necesitan “hacer algo” con eso que estudiaron, aplicar sus conocimientos hacia una utilidad productiva, generando sinergias entre el ámbito universitario y el productivo, lo que no necesariamente implica que se vuelvan empresarios, pero sí implica que se vuelvan “emprendedores”. Esto genera un cambio con respecto al proyecto de futuro de estos profesionales, ya que mientras unos culminan sus carreras con la intención de continuar formándose académicamente, ellos se proponen otras metas para lograr algo a partir de lo que estudiaron y eso involucra su apertura hacia el sector productivo.

“Salís más con la idea de seguir estudiando, o de hacer una maestría, que la de poner vos una empresa”. (entrevista n° 4)

El ser emprendedor, se convierte, de este modo, en una alternativa para la acción y para definirse a sí mismos.

“...yo me veo como una persona que tiene varias oportunidades, y que las estoy aprovechando pensando en el futuro, y para eso me estoy rompiendo (...) me voy a romper unos años trabajando mucho, para después estar más tranquilo (...) Lo que más motiva de todo es, decir bueno ta, yo hice esto, esto es mío, yo lo construí, de a poquito, con esfuerzo, pero tengo está

empresa, tengo esto, tengo lo otro, yo pude hacerlo. Esa es mi posición de emprendedor". (entrevista n° 14)

7. CUADRO RESUMEN

En el cuadro a continuación presentamos las dos categorías conceptualizantes de la identidad a las que arribamos a partir del análisis. Es decir, a partir de lo que fue el proceso de categorización por el cual buscamos captar todas las propiedades que nos hablan de ciertas categorías de identidad profesional. En el mismo aparecen las dimensiones con todas las propiedades emergentes, dentro de las cuales incluimos los aspectos del discurso que consideramos más ilustrativos de las mismas.

DIMENSIONES	PROPIEDADES (REFERENTES DE LA DEFINICIÓN DE SI)	CATEGORÍAS	
		PROFESIONAL CLÁSICO	PROFESIONAL EMPRENDEDOR
COMO	Generar formas alternativas de demanda laboral.	"Demanda laboral típica del profesional". "Hoy por hoy, en el Uruguay, el único lugar que contrata investigadores es la propia Universidad, el Estado, el INIA y pará de contar"	"Generar un mercado laboral de los investigadores" "Inclusión social a partir de la actividad empresarial" "Estimulando el valor que la independencia tiene, en el corto y largo plazo"
	Autogestión del empleo	"La Universidad no te forma para tener tu empresa. La actitud, en general del uruguayo, es más de ser empleado, (...) de trabajar en una institución, que de tener una empresa" "Podes tener un "buen salario", pero estar "constreñido por los límites que otro te impone"	"Me resulta muy atractiva la idea de tener una actividad propia" "Trabajar para mí y para otros" "Me puede en el futuro ir mejor, que si estoy trabajando como empleado" "Capaz que es mejor tener menos dinero, y no tener esas ataduras"
	Autogestión del conocimiento	"Podes quedar limitado a los conocimientos que te pidan que uses".	"Valoro poder aplicar todo mi conocimiento, no tener que limitarme a nada (...) Acá son tantas las cosas que ten'ws que hacer, que tenés que empezar a revolver ver todo aquello que sabés, y lo que no también".
	Conocimiento comercializable	"Hacer conocimiento por el conocimiento mismo" "El ciclo de la investigación universitaria implica una inversión para obtener investigadores, y tiene como subproducto los artículos científicos, que a veces te pueden servir, pero según el problema que hayas encarado"	"Nosotros lo que estamos vendiendo es conocimiento" "Ya tenemos una postura que no es sólo hacer lo que se me antoja, por el conocimiento mismo, hay un porcentaje de gente que hace cosas por la utilidad que tiene para el país"
COMO	Ser emprendedor	"Mucho tiempo nos hemos dedicado a generar sólo conocimiento" Se pregunta: "¿Cómo vendo lo que hago?"	"Tenga la capacidad o potencial para dirigir" "Propensión a tomar riesgos y hacer cosas por cuenta propia" "Ser perseverante, no desmotivarse porque hay problemas" "Capacidad de innovar, que es una mezcla de inventar y mejorar" "Generación de invenciones y conocimiento" "Comenzás de abajo, de cero, vos te encargás de todo" Se pregunta: ¿Qué hago que se venda?"
	El profesional vs. El empresario	"Existe un cierto rechazo a eso de ser empresario, desde la formación universitaria" "Los investigadores en principio no tenemos ese tipo de cabeza" "Si es un investigador, está incómodo, no es su foco ser empresario, su foco es desarrollar tecnología"	"Empresarios modernos socialmente responsables" "Yo desmistifico un poco el tema de ser empresario. Vos por ser empresario no tenés que usar traje y corbata codearte e ir a grandes simposios" "Me siento más químico, pero soy un empresario" "La perspectiva académica es lo que tenemos, lo que pasa es que tenés que tener una perspectiva empresarial" "Yo todavía pienso como investigador, pero sé pensar como empresario, aunque me cuesta" "Es raro esto de ser empresarios, porque yo no viví la carrera con esa idea en mente, pero a ninguno de nosotros nos generó rechazo".
COMO	Compartir experiencias	"Cada uno de nosotros con doctorado, forma varios Cada uno de esos que se forma a través de un trabajo de tres o cuatro años, dónde está constantemente produciendo conocimiento, forma a otros y así funciona la maquina, acá y en todo el mundo"	"Transmitiendo experiencia transmitiendo errores que se van aprendiendo en el camino (...) Interaccionas con emprendedores y aprendés de todo, o sea, la solución colectiva a los problemas siempre es más rica que la individual"
	Trabajar en red	Se trabaja en redes académicas: "Puede ser un problema que acá no le interese a nadie, y le interese a alguien en otro país".	"Hay alianzas o trabajos, en los cuales se complementan unos con otros, siempre tenemos simpatía por los que están acá, al lado nuestro y tratamos de ayudarnos entre nosotros" "La idea también es apoyarse entre las mismas redes, establecer rutas de intercambio"
	Traducir señales	"No hay traductores de señales, no hay nadie que traduzca la señal que la Universidad da para que la lea la empresa, ni nadie que sea capaz de leer la necesidad de la empresa para que la Universidad lo haga"	"Ese switch sólo lo lográs si interaccionas con otros empresarios, y otros netamente investigadores, y si lográs una figura de ese tipo, que es la figura del emprendedor, lográs que el diálogo ocurra entre los dos sectores"
COMO	El sacrificio por un futuro bienestar	"Podría estar rascándome en mi casa, con un sueldo, trabajando ocho horas por día"	"Aposté a que sacrificando un poco esas cosas, voy a poder salir adelante"
	La identidad proyecto: ser emprendedor	"Salís más con la idea de seguir estudiando, o de hacer una maestría, que la de poner vos una empresa"	"Lo que más me motiva de todo es decir, yo hice esto, esto es mío, yo lo construí, de a poquito con esfuerzo (...) Esa es mi posición de emprendedor"

7. Conclusiones

La emergencia del fenómeno de la incubación de empresas de base tecnológica con la creación de las incubadoras Khem e Ingenio, muestra que nuevas dinámicas se están imponiendo en el mundo del trabajo en el ámbito nacional. Nuestra aproximación al fenómeno mediante el uso de la Matriz, nos permitió conocer el proceso de trabajo en las mismas. En particular, nos interesamos por los significados que los trabajadores, en este caso con formación profesional en áreas tecnológicas como la química y la informática, atribuyen a su actividad profesional en estos contextos.

Fue así que pudimos observar como estos profesionales elaboran una nueva definición de situación en la medida en que la actividad que ahora desarrollan difiere de las que suelen realizar cuando trabajan como empleados, técnicos o especialistas para la Universidad, el Estado o empresas privadas. La incubación introduce cambios en todas las dimensiones de la actividad profesional: desde el punto de vista de la “realización de objetos”, su actividad consiste en orientar el conocimiento hacia la producción para generar bienes o servicios innovadores, mientras que en cuanto a la “realización del sujeto”, el trabajo que los profesionales aquí deben realizar los llama a asumir nuevos roles tales como el de emprendedor y el de empresario que problematizan la identidad profesional poseída. En tanto que “actividad de organización”, es un trabajo que demanda la movilización de conocimientos, tanto los que traen consigo, como los nuevos que le brinda la incubadora (en marketing, finanzas, ventas, etc.) para la resolución de los problemas que se presentan en el desarrollo del emprendimiento. Con respecto a las “mediaciones mercantiles” vemos que es un tipo de trabajo que requiere mantener un diálogo fluido con el mercado y los potenciales clientes, ya que un emprendimiento puede ser modificado en función de las necesidades de éstos. Y en cuanto “actividad política”, el trabajo en la incubadora se presenta como una estrategia para intervenir ante el problema del desempleo en las altas calificaciones, a la vez que busca generar una producción con alto valor agregado en conocimiento, frente a los bajos niveles de inversión del sector productivo en I+D.

Ante esta nueva definición de situación, los referentes desde los cuales los profesionales supieron construir su identidad son puestos en cuestión, abriendo camino a un posible proceso de reconfiguración identitaria. Nuestro objetivo fue entonces arribar a una construcción tipológica de identidad profesional que dé cuenta de esa transición entre una identidad poseída y una posible identidad futura. Para ello recurrimos a una metodología cualitativa que nos permitiera indagar en las subjetividades y develar la categoría conceptualizante desde la cual se presentan, es decir, la categoría desde la cual se definen a sí mismos, en contraposición con otra categoría que refiera a una definición de sí anterior.

Concluimos este trabajo con la presentación de dos categorías de identidad profesional: la del “**profesional emprendedor**”, que corresponde a la “definición de sí” que construyen los profesionales frente a la nueva definición de situación de trabajo presente en las

incubadoras de base tecnológica estudiadas, que contiene una serie de propiedades cuyos contenidos los contraponen a la categoría del “**profesional clásico**”, que se asocia a la del profesional que desarrolla tareas en la Universidad, el Estado, o en empresas privadas.

Identificamos al **profesional emprendedor** a partir de las propiedades de una “definición de sí” que se elaboraron en el discurso y que entendemos hacen de éste un perfil específico.

Se trata de un trabajador que moviliza su identidad en forma estratégica, buscando formas de inserción laboral alternativas a las “clásicas”, frente a la creciente saturación de las mismas. Es así que opta por demandas alternativas, como las incubadoras de empresas, que promueven el desarrollo de emprendimientos propios. Eligen el camino de emprender sus propios proyectos o ideas ya que en ellos hay una valoración positiva del trabajo independiente. Optan, por tanto, por la autogestión de su empleo, lo que les da la posibilidad a su vez de generar empleo para otros, es decir, pasan de ser empleados a ser empleadores. Al tener una visión global del proceso de su trabajo, ya que este se refiere al desarrollo de ese proyecto o idea que crearon, pueden autogestionar sus conocimientos para intervenir sobre los acontecimientos, utilizando todo lo que está en ellos, sin limitarse a nada, para la resolución de problemas. Este profesional orienta su conocimiento a una finalidad productiva, trata de generar conocimiento plausible de ser comercializable.

En este sentido, decimos que es un profesional que tiende a pensar como un empresario, no sólo porque debe asumir en su trabajo tareas de tipo ejecutivo, sino también porque se pregunta qué conocimiento puede generar, qué pueda colocarse en el mercado. Sin embargo, percibimos resistencias a sentirse, a percibirse, como tales. De todas maneras, se aprecian tendencias hacia una mayor aceptación a la figura del empresario, entendido éste como un empresario moderno, socialmente responsable, distinto, por lo tanto, del que tradicionalmente se conoce en el país. A la hora de presentarse, es su rol profesional el que priorizan, y éste parece ser más compatible con el rol emprendedor, que con el rol empresarial. Ésto porque al rol emprendedor se asocian una serie de competencias positivas: se atreve a asumir riesgos, tiene capacidad para dirigir, tiene inventiva, creatividad, es innovador.

A pesar de que su actividad está marcada por el riesgo, ya que durante la incubación no tiene certezas acerca de si su proyecto sobrevivirá o no en el mercado, existen ciertas condiciones que permiten aminorarlo. Para ello se promueve la integración entre emprendedores para establecer vínculos que les permitan aprender de las experiencias de otros, de sus aciertos y equivocaciones, así como también se busca estimular redes de solidaridad empresarial, estableciendo cadenas productivas y trabajo con otros emprendedores. Una de las características de este profesional que consideramos más destacada, es su capacidad para vincularse con el mundo académico y el mundo productivo, ésta es su calidad de “traductor de señales”. En él se sintetizan y articulan ambos mundos, ya que es capaz de entender las señales, o mejor dicho, las necesidades que surgen del sector

productivo y de la Universidad, dando por resultado una producción con valor agregado en conocimiento.

Por último, decimos que la apuesta de futuro de este profesional está en su emprendimiento, que a pesar de que en la actualidad demanda mucho esfuerzo y sacrificio, espera que le dé buenos frutos en el futuro. Creemos que su identidad futura está marcada entonces por la vía del emprendedurismo, ya sea creando su propia empresa o simplemente dedicándose a desarrollar emprendimientos que sean ajustables al sector productivo.

Por otra parte, al **profesional clásico**, lo identificamos como aquél que suele insertarse laboralmente en el circuito académico, en el Estado, o en empresas privadas, en calidad de empleado, técnico o especialista. El tipo de conocimiento que produce este profesional, está más que nada orientado por su interés, según su área de especialización, o por las necesidades de su puesto de trabajo, más que en las posibilidades de hacer de aquello que estudia algo comercializable. Es por ello que pueden quedar más limitados en la gestión del conocimiento, dependiendo de las demandas o necesidades de su puesto de trabajo.

Su mentalidad científica no coexiste con la mentalidad empresarial, ya que las actividades que realizan no demandan tareas de ese tipo, por lo tanto, están alejados de tener una mentalidad de ese estilo. Más aún, parece existir un rechazo a la figura del empresario, ya que en muchos ambientes continúa predominando la figura del empresario tradicional uruguayo, que realiza prácticas extractivas y especulativas por la búsqueda de rentas. Desde el punto de vista del emprendedurismo, su calidad de empleados, de trabajadores contratados, no los arroja a la necesidad de asumir riesgos a través del autoemprendimiento de sus ideas o proyectos.

La identidad de este profesional es expresión de una integración colectiva que no se remite únicamente al medio nacional, sino al mundo académico global. Las experiencias que comparten entre ellos tienen que ver más con los procesos de formación profesional, impartiendo conocimientos específicos y formales, a la vez que cuentan con el apoyo de redes académicas que se extienden globalmente, para la resolución de problemas. Pero en nuestro país, el sector académico está retraído a este ámbito, lo que ha dificultado sus posibilidades de establecer un diálogo efectivo con el sector productivo. Es decir, estos profesionales encuentran dificultades para comunicarse e interactuar con el sector productivo y viceversa, porque desde ambos sectores, no se hace una adecuada lectura de sus respectivas necesidades.

El proyecto de futuro de este profesional, está más relacionado con su formación continua, apostar a completar y perfeccionar su formación profesional realizando posgrados, maestrías, doctorados, antes que pensar en dedicarse a autoemprender.

Las IEBT's dan lugar entonces, para que un proceso de reconfiguración identitaria sea posible.

Debemos establecer ahora algunas aclaraciones sobre nuestro estudio. En primer lugar, que se trata de un tipo identitario específico a estos contextos y, por tanto, hablamos del

“profesional emprendedor”, para referirnos a los profesionales que trabajan en las IEBTs, Khem e Ingenio. En segundo lugar, el profesional que estudiamos tiene formación en carreras de corte tecnológico: todas las que se desarrollan en Facultad de Química, Ingeniería de Sistemas y Biotecnología. Por lo tanto, este tipo identitario no es homologable a todas las profesiones. En tercer lugar, y principalmente, es necesario que se tengan en cuenta las limitaciones de este estudio respecto a la categorización del profesional clásico, ya que nuestro trabajo estuvo orientado a los trabajadores de las incubadoras, por lo que no indagamos fuera de ellas. Sin embargo, son ellos mismos quienes transitan ese proceso de reconfiguración entre un tipo identitario y otro, y quienes presentaron en el discurso los referentes a una y otra definición de sí.

No podemos hablar aún del éxito del fenómeno de la incubación, ni tampoco decir que es un mecanismo plenamente asentado en el Uruguay. El interés en que así sea está presente, pero hay obstáculos importantes en el camino, sin cuya resolución creemos que peligra el futuro de las incubadoras y por ende las condiciones de existencia para este profesional emprendedor. Desde el punto de vista económico las incubadoras atraviesan grandes dificultades en la búsqueda de financiamiento para los emprendedores. Esto denota una mentalidad de país, en la cual el llamado “capital semilla” o de “riesgo” no existe. La ausencia de inversores dispuestos a asumir los riesgos que los emprendedores si están dispuestos a asumir, pone en peligro sus proyectos porque nunca lograrán pasar de la etapa de “desarrollo” del producto o servicio. Por otra parte, el hecho de que los emprendedores tengan que esperar hasta la comercialización del emprendimiento para percibir un ingreso, hace que el proceso sea frágil, ya sea porque el emprendedor es tentado a abandonarlo en la búsqueda de un trabajo que le “asegure” un salario, o porque debido a otros trabajos remunerados el tiempo de dedicación al mismo sea escaso. Pero más importante aún parece ser la necesidad de que se estimule el “espíritu emprendedor” entre los futuros profesionales. Es necesario que existan los profesionales emprendedores, para que existan las incubadoras de base tecnológica, porque ellos son la condición de su existencia. Algunos pasos en esa dirección se están dando, integrando áreas de negocios en las curriculas de estas carreras, algo que la Universidad ORT ya lo viene haciendo, y que Facultad de Química comenzó a realizar mediante el nuevo plan de estudios.

Creemos que el estudio de las identidades profesionales es un campo fructífero para la investigación sociológica a pesar de las dificultades que representa su abordaje. Dar cuenta de los procesos de reconfiguración identitaria en el mundo del trabajo, significa para nosotros entenderla como una construcción social, sujeta a reelaboraciones que se hacen en la interacción, porque las identidades se redefinen y reconfiguran cuando se pone en cuestión la forma en que un colectivo se percibe y define a sí mismo, al modificarse los contenidos de su actividad profesional.

Entendemos que este trabajo, aporta por un lado, al posible estudio de los procesos de reconfiguración de la identidad en contextos laborales, y por otro demuestra que el trabajo continúa siendo un valor central en nuestra sociedad, creador de identidad, porque como hemos visto, frente a los cambios que se imponen en el trabajo, ésta se modifica y se adapta, reconfigurándose, como una estrategia para su supervivencia. A su vez, dar cuenta del proceso de reconfiguración identitaria de los profesionales, no sólo nos permite hablar de cambios específicos a un colectivo profesional en un contexto de trabajo, sino que también nos permite hablar de cambios estructurales, que se vienen manifestando en el mundo del trabajo, a nivel país. En este caso, entendemos que la importancia de la reconfiguración de la identidad profesional en las IEBTs es que refleja la tendencia de una creciente articulación a la sociedad del conocimiento ante la cual nos encontramos en un importante rezago, desde una postura proactiva. Nos parece que a partir de esto, lineamientos para futuros trabajos pueden establecerse, fundamentalmente, con respecto a las utilidades reales de estos mecanismos para hacernos un nicho en la sociedad del conocimiento. Por otro lado, también nos parece importante, que desde la Sociología de la Educación se de cuenta de los cambios que a nivel terciario, se están dando en las carreras de formación tecnológica para fomentar el espíritu emprendedor entre los futuros profesionales, y cuales son sus resultados.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, Raúl. *Incubadoras de empresas: generación de trabajo y recursos genuinos*. www.neticoop.org.uy/documentos/dc0282.html. Acceso: junio de 2004.
- Bizberg, Ilán. 1989. *Individuo, identidad y sujeto*. En: *Estudios sociológicos VII: 21, 1989*. México: El Colegio de México
- Beck, Ulrich. 2000. *Un Nuevo Mundo Feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Brunet, Ignasi; Alarcón, Amado. 2004. *Teorías sobre la figura del emprendedor*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili, Departament de Sociologia.
- Camacho, Jaime A. 1998. *Incubadoras o Viveros de empresas de Base Tecnológica: la reciente experiencia europea como referencia para las actuales y futuras iniciativas latinoamericanas*. www1.lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/iter/incubadoras/html. Acceso: febrero de 2005.
- Casalet Ravenna, Mónica. 2000. *Redes empresariales y construcción del entorno: nuevas instituciones e identidades*. En: De la Garza Toledo, Enrique (coordinador). *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cassin, Esteban. 2006. Presentación en seminario "Universidad, ciudades e incubadoras culturales", 27-29 abril de 2006, Montevideo, UdelaR.
- De Terssac, Gilbert. 2005. *Trabajo y sociología en Francia. ¿Hacia una sociología de las actividades profesionales?* Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo, nº 17, ALAST.
- Dubar, Claude; Tripier, Pierre. 1998. *Sociologie des professions*. Paris: Armand Colin.
- Dubet, François. 1989. *De la sociología de la identidad a la sociología del sujeto*. En: *Estudios Sociológicos VII: 21*. México: El Colegio de México.
- García, José T. *Desarrollo, diversificación y construcción de modelos de evaluación: estrategias reflexivas de afrontamiento desde la investigación social aplicada*. descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/01372719777915515312802/011816.pdf. Acceso: agosto de 2006
- Giménez, Gilberto. 1996. *La identidad social o el retorno del sujeto en sociología*. México: UNAM.
- Glasser, Barney G; Strauss, Anselm L. 1967. *The discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine Publishing Company.
- Hopenhayn, Martin. 2002. *Repensar el trabajo. Historia, profusión y perspectivas de un concepto*. Buenos Aires: Norma

Marcano González, Luis F.; García, Lorena. 1997. *Las empresas de base tecnológica: opciones para la región*. En: Revista Espacios, vol. 18 (2).

Margel, Geyser. 2003 *Desde dónde y por qué estudiar las identidades profesionales: algunos lineamientos para la reflexión*. En: Leopold, L. y otros. *La práctica multidisciplinaria en la Organización del Trabajo*. Montevideo: Psicolibros-Universidad de la República

Margel, Geyser. 2000. *La reconfiguración de las identidades profesionales ante los cambios socio-técnicos: La difícil tarea de construir una nueva "definición de sí"*. En: Revista de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, N° 17. UdelaR: Fondo de Cultura Económica.

Massera, Ema J. (coord). 2004. *Trabajo e Innovación en Uruguay. Problemas básicos de nuestra cultura productiva*. Montevideo: Trilce.

Medeiros, J.A. 1996. *Incubadoras de empresas: lecciones de la experiencia internacional.*: www.ilo.org/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/boletin/143/pdf/bol10.pdf. Acceso: febrero de 2005.

Mitcheli, Jordy. 2003. *Digitofactura: trabajadores del conocimiento con nuevas tecnologías*. En: Revista espacios, Vol. 24 (1).

Neffa, Julio C. 2003. *El trabajo Humano. Contribuciones al estudio de un valor que permanece*. Buenos Aires: Lumen.

Nieto, Alberto. 2003. *Una incubadora de empresas de base tecnológica*. Proyecto de Facultad de Química, UdelaR, Montevideo.

Nonaka, Ikujiro. 2000. *La empresa creadora de conocimiento*. En Harvard Business Review: *Gestión del conocimiento*. Bilbao: Deusto.

Orti, Alfonso. 1986. *La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo*. En: G. Ferrando, F. Alvira y J. Ibáñez. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Universidad.

Panaia, Marta. 2003. *Modelos de inserción profesional y proyecto de la carrera de los ingenieros tecnológicos en Argentina*. www.conedsup.unsl.edu.ar/Download_trabajos/Trabajos/Eje_4_Practica_Profesional_Insercion_Laboral/Panaia%20y%20Otros.PDF. Acceso: mayo de 2004.

PNUD. 2001. *Informe de Desarrollo Humano en Uruguay 2001*. Uruguay: PNUD.

Quiñones, Mariela. 2006. *"La 'desigualdad categorial' en el mundo social financiero. gestión por competencias y sesgos de género"*. Montevideo: UdelaR.

Sautu, R; Boniolo, P; Dalle, P; Elbert, R. 2005. *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO

Strauss, A.; Corbin, J. 2002. *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Universidad de Antioquia.

Supervielle, Marcos; Quiñones, Mariela. 2003. *La incorporación del trabajador al Trabajo: Gestión y Autogestión de los conocimientos en la Sociedad del Control. La perspectiva de la Sociología del trabajo*. En: Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo (RELET), nº 16, año VIII. Buenos Aires: ALAST.

Supervielle, Marcos. 2004. *Matriz para estudiar el Trabajo*. Material docente, taller de Sociología del Trabajo. Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR.

Supervielle, Marcos. 2005. *Apuntes sobre categorías conceptualizantes (¿o fundadas?)*. Material docente, taller de Sociología del Trabajo. Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR.

Thomas, William I. 2005. *La definición de la situación*. En: Cuadernos de Información y Comunicación. www.uem.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC0505110027A.PDF. Acceso: agosto de 2006.

Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires, Argentina. *Parque de Ciencia e Incubadora Universitaria de Empresa*". www.ing.unlp.edu.ar/incubadora/Planteced.html. Acceso junio de 2004.

Versino, Mariana. 2001. *Discursos, representaciones y ficciones en el proceso de difusión de incubadoras de empresas de base tecnológica en Argentina*". En: Revista Espacios, vol. 22.

Rifkin, Jeremy. 1996. *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puestos de trabajo: el nacimiento de una nueva era*. Barcelona: Paidós.

Páginas Web consultadas:

www.uruguayenred.gub.uy/html/prensa/noticias/busqueda/20050414-urunova_incubadora-busqueda.htm

www.montevideo.gub.uy/pymes/Oportuni/incuba/htm

www.ingenio.org.uy/doc/perfil.pdf.