



Año 24 No. 85

Enero - Marzo 2019

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es> ES

Capital Social y Emprendimiento: reflexiones teóricas

Rodríguez Díaz, Miryam Teresa¹
Urbiola Solís, Alejandra Elizabeth²

Resumen

El presente artículo pretende analizar la literatura existente acerca del capital social a través de las redes de relaciones permanentes y duraderas y el emprendimiento desde un enfoque psicológico. La idea es entender cómo el capital social se objetiva en procesos exitosos de emprendimiento. Para tal fin se realizó una revisión documental de la literatura de los principales autores seminales de las dos temáticas, encontrando que la base para el capital social se da en cuanto existan elementos en los individuos que les generen sentimientos de confianza hacia otros, lo que permitirá fortalecer en el tiempo dicho sentimiento y conllevará a mejorar lazos de amistad que coadyuven con el logro de objetivos tanto individuales como colectivos. El emprendimiento desde el enfoque psicológico exige ciertos elementos individuales que conllevan a diferentes comportamientos, de tal manera que unas personas serán más arriesgadas a emprender que otras. Finalmente la relación entre el capital social y el emprendimiento permiten inferir que los dos se dan en niveles micro (individual), meso (colectivo) y macro (institucional), y que el emprendimiento puede ser posible en la medida que se fortalezca el capital social.

Palabras clave: Capital social; emprendimiento; redes; negocios.

Recibido: 16.10.18 Aceptado: 14.12.18

1. Doctoranda en Administración Universidad Autónoma de Querétaro, Profesora Asistente Escuela de Administración de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia. E-mail: miryamteresa.rodriguez@uptc.edu.co. Orcid: 0000-0002-3782-0809
2. Postdoctora en estudios de género Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales Ucses, profesora/Investigadora de doctorado y maestría de la Universidad Autónoma de Querétaro, México. E-mail: alex-urbiola@hotmail.com Orcid: 0000-0001-5782-6215

Social Capital and Entrepreneurship: theoretical reflections

Abstract

This article aims to analyze the existing literature about social capital through networks of permanent and lasting relationships and entrepreneurship from a psychological approach, for this purpose a documentary review of the literature of the main seminal authors of the two themes was carried out. Finding that the basis for social capital occurs as long as there are elements in the individuals that generate feelings of trust towards others, which will strengthen that feeling over time and leads to strengthen bonds of friendship that contribute to the achievement of objectives both individual and collective; Likewise, entrepreneurship from the psychological point of view requires certain individual elements that lead to different behaviors, in such a way that some people will be more risky to undertake than others; Finally, the relationship between the aspects of social capital and entrepreneurship allow us to infer that both occur at the micro (individual), meso (collective) and macro (institutional) levels, and that entrepreneurship can be possible to the extent that the social capital.

Keywords: Social capital; entrepreneurship; Business; Fabrics.

1. Introducción

El capital social ha sido reconocido como una forma de ganancia que surge de las relaciones más o menos permanentes que se dan entre los individuos o los grupos, por tanto solo existe en la medida que sea compartido, lo que conlleva a beneficios para los individuos, grupos o territorios que lo acumulan.

De acuerdo con Hernández (2011), los principales aportes a cerca del tema los hace Bourdieu, quién afirma *“es el conjunto de recursos actuales y potenciales que están vinculados a una red permanente de relaciones más o menos institucionalizadas de mutua aceptación y reconocimiento, es decir, que dependen de la pertenencia a un grupo”*, según el autor existen cuatro

tipos de capital, el económico, cultural, social y simbólico, donde la inversión en cualquiera de ellos generará beneficios para el futuro, es decir en el caso de capital social se entendería que de las relaciones sociales que un individuo sea capaz de mantener dependerá que pueda disfrutar luego de la solidaridad de los miembros de esa red.

Dado los lazos de relaciones y los beneficios en el largo plazo que los mismos pueden traer para sus miembros y para el desarrollo de las regiones o los países, surge el concepto de emprendimiento, término que según Hernández (2011), en su acepción original hacía referencia a aquellas personas que *“acometían”* aventuras emigrando al Nuevo Mundo o iniciando expediciones militares de resultado incierto, lo que permite relacionarlo con el

factor riesgo, dado que en el proceso de tomar la decisión de emprender siempre van a intervenir variables individuales, como las características presentes entre los emprendedores como la aversión al riesgo, el talento emprendedor, el género y la experiencia profesional, pero también existirán variables externas relacionadas con el entorno de las personas, como las infraestructuras físicas, financieras, económicas, empresariales y el clima en términos de capital social.

Rodríguez (2011), apunta a mirar si la figura del emprendedor es la clave del desarrollo local, puesto que es la iniciativa emprendedora la que transformará unos recursos endógenos del territorio en proyectos competitivos, pues en la medida en que el emprendedor esté enraizado en dicho territorio y mantenga buenas relaciones con su entorno social, empresarial e institucional podrá, por una parte, aprovechar mejor esos recursos endógenos y, por otra parte, su propia iniciativa emprendedora se convertirá en parte de esos recursos; lo que generará una reciprocidad entre el emprendedor y su entorno local, entendido este como todas las estructuras sociales y económicas (Kalantaridis y Bika, citados por Hernández, 2011).

Los dos temas son de gran relevancia a la hora de analizar aspectos de desarrollo de una comunidad, pues tocan partes fundamentales de la administración, de un lado están las relaciones sociales, redes, confianza, cooperación y de otro los procesos de emprender, generar ideas, empresas y formas de dirigir las.

Se trata entonces de poder entender cómo el capital social se objetiva en procesos exitosos de emprendimiento, establecer de qué manera esas relaciones o capital social permite o no que se fortalezca

el emprendimiento, de tal manera que es necesario identificar cuáles son los factores que intervienen para que se dé el capital social a través de las redes de relaciones y qué factores intervienen en el emprendimiento desde el enfoque psicológico, toda vez que para los dos temas se parte del comportamiento de los individuos. Todo ello, desde un plano cualitativo, apoyados en una revisión documental – bibliográfica organizada y sistematizada que permite precisar aspectos relevantes de las dos temáticas planteadas.

2. Capital Social: Antecedentes y conceptualización

La importancia del capital social, según Ali, Naseem, & Farooq (2011), se basa en tres momentos históricos, a saber, el primer momento refiere a los años que le antecedieron al siglo XIX, la inversión en el capital humano era considerada intrascendente para un país, puesto que los ítems de educación, formación en el empleo, e investigación eran bastante pequeñas. Este hecho fue cambiando a mediados de este siglo, pues con el apoyo de la ciencia en el desarrollo de las innovaciones en productos, métodos y servicios.

Un segundo instante se presenta durante el siglo XX, en donde el capital social y el conocimiento se convierten en el factor clave de la productividad, resaltando la función del “capital humano”, este hecho sin duda marca un acápito nuevo en la temática, con base en las habilidades, el conocimiento y la educación.

Un tercer momento abarca los albores del siglo XXI, aumenta el acceso a la educación secundaria y superior

y logra mejoras espectaculares en la calidad del capital social ofrece a todos los niveles. Complementa esta argumentación Siisiainen, (2003), quien refiere que el origen de muchos problemas sociales es debido a la disminución del capital social, pues es una tendencia que ha estado sucediendo en diversas organizaciones modernas de las últimas tres décadas.

Los primeros estudios en torno a la temática, los hizo Hanifan, (1916:130), quien lo consideraba como “esas sustancias tangibles (que) cuentan para la mayoría en las vidas diarias de la gente: denominadas buena voluntad, compañerismo, simpatía y relaciones sociales entre los individuos y las familias que integran una unidad social; si (un individuo entra) en contacto con su vecino y ellos con otros vecinos, habrá una acumulación de capital social, que puede satisfacer inmediatamente sus necesidades sociales y que puede tener una potencialidad suficiente para la mejora sustancial de las condiciones de vida en toda la comunidad”. De la misma forma aparece Loury (1977:176), para quien “La noción meritocrática de que, en una sociedad libre, cada individuo se elevará hasta el nivel justificado por su competencia está en conflicto con la observación de que nadie recorre ese camino completamente solo. El contexto social dentro del que se produce la maduración individual condiciona fuertemente lo que pueden lograr individuos que en otros aspectos son igualmente competentes. Esto implica que la igualdad absoluta de oportunidades [...] es un ideal inalcanzable.”

Luego surge Bourdieu (1985:248), para quien el tema es conceptualizado como: “el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan

con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo”, pues para estas relaciones aseguran a sus miembros un conjunto de recursos aprovechables, para Bourdieu, el capital social esta derivado de las relaciones sociales y comparte las características del capital económico, cultural y simbólico.

También como autor referente destacado está Coleman (1988), quien, primero enfocó el concepto con logros educativos, después lo ve como una estrategia de la racionalidad, permitiendo analizar niveles micro y macro en aspectos sociales, el autor, centró su atención en afirmar que el capital social se basaba en una serie de estructuras sociales que permiten cierto tipos de acciones comunes de los actores dentro de una estructura.

En concordancia, Robert Putnam citado por Wright, (2015:645), define el capital social como “los aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo (desarrollo y democracia)”. Putnam, en un inicio identificó el capital social con las redes horizontales de compromiso cívico, las normas de reciprocidad y de confianza, sin embargo se centró en lo que es la cohesión social y ha sido el autor que ha popularizado el término y lo ha adentrado en esferas de carácter político.

Es evidente que autores representativos en el tema de capital social, tienen diferentes perspectivas de lo que en realidad es, por un lado, Bourdieu enfatiza en relaciones individuales y el tamaño de la red que un individuo puede llegar a tener, lo que conllevará a obtener algún beneficio futuro; esto permite afirmar que su enfoque es de tipo indi-

vidual, al ver el capital social como un bien privado.

Respecto a los planteamientos de Coleman, a diferencia de Bourdieu, asume el capital social como un bien público, pues parte de las estructuras sociales y va más allá de las simples relaciones, tiene en cuenta aspectos como la cooperación y la confianza, lo que permitirá que los individuos puedan satisfacer intereses privados a partir de la estructura a la que pertenecen, por tanto es más funcional.

Por su parte, Putnam presenta una perspectiva más socio-cultural; involucra no solo la confianza, las redes, sino que también las normas y el compromiso cívico. Esto permite asumir el capital social como un bien público, todo vez que los aspectos que analiza permiten o no la evolución de una sociedad y por ende la satisfacción de intereses comunes.

En este orden de ideas, algunas instituciones Internacionales han intentado tener acercamientos conceptuales en torno al tema, tal es el caso del Banco Mundial (1998), cuyas apreciaciones sobre el capital social tiene que ver con:

“Las instituciones, las relaciones y las normas que configuran la calidad y la cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. La creciente evidencia demuestra que la cohesión social es crítica para que las sociedades prosperen económicamente y para que el desarrollo sea sostenible. El capital social no es sólo la suma de las instituciones que sustentan la sociedad, sino el pegamento que las une” (Banco mundial citado por Seferiadis, Cummings, Zweekhorst, & Bunders, 2015:171).

Otra aporte de este acápite, lo conforma el Informe *The Well-Being of Nations: the role of human and social capital* (2001), en el cual se define el

tema como “las redes junto con normas, valores y opiniones compartidas que facilitan la cooperación dentro y entre los grupos”. Como se puede apreciar estas concepciones se orientan a un concepto grupal soportado en valores, principios e interacciones que se afianzan por medio de la cooperación y la suma sinérgica de relaciones.

Las definiciones previamente planteada, procedentes de autores raíz, han sido aumentadas en términos de sostenibilidad, normas e instituciones, lo que permite pensar que las instituciones que han definido el capital social se han enfocado aspectos tipo “macro” pues apuntan a la economía y al desarrollo sostenible.

Con relación a los autores contemporáneos, Sobel (2002), soporta el porqué del capital social basado en que nuestro nexo social se ve disminuido, pues cada vez votamos a velocidades inferiores, somos menos integrantes de clubes y asociaciones culturales y sociales, poco a poco menos propensos a participar en la religión organizada, poco o nada de afiliaciones a organizaciones sindicales y mucho menos gastamos en organizaciones profesionales, de egresados o de corte social o de caridad. Confiamos cada vez menos en nuestros vecinos y congéneres, este hecho también soportado por Putnam (1993), deja entrever que hay datos más que suficientes para convencer a un escéptico de que algo está sucediendo y que incluso puede ser una causa común de la tendencia.

En esta corriente aparece (Da Silva, 2006:172), quien soportado en Bourdieu resalta que “la conceptualización del capital social se basa en el reconocimiento de que el capital no es sólo económico y que los intercambios sociales no son puramente egoístas y

necesitan abarcar el capital y el beneficio en todas sus formas". En consecuencia el capital social contribuye para que el progreso de un país, sociedad o empresa sea sostenible, lo cual implica que el crecimiento de cualquier institución no necesariamente se debe dar en términos financieros pues al formar parte de una red de países o empresas el beneficio debe ser equitativo.

Esta concepción se ve afianzada por Doh y McNeely (2012), quienes consideran que éste se ha convertido en una concluyente variable del desarrollo económico, pues dicho capital facilita y promueve la adquisición de conocimientos lucrativos para los actores económicos, este innegable hecho correlacional, que por una parte refiere a la teoría económica y por otro a la teoría de las organizaciones, se remonta a establecer que el "capital social" figura cada vez más en las agendas de investigación, con la idea de proporcionar importantes resultados prácticos, no sólo en políticas gubernamentales, sino también para las estructuras gerenciales de las empresas y organizaciones en general.

Otros autores destacados como Ayios et al. (2014:109), asumen "el capital social es, pues, una teoría relacional de la interacción social que entiende que los actores y sus acciones intencionadas como interdependientes", esta definición, se ve reforzada por Andriani y Christoforou (2016), para quienes, el término capital social, está enfocado a vivezas asociativas más altas dentro de una comunidad y que sirven para desarrollar un sentido de compromiso colectivo, donde la cooperación, la equidad y la confianza mutua se desarrollan y usan para solucionar acciones de los grupos y problemas asimétricos de información.

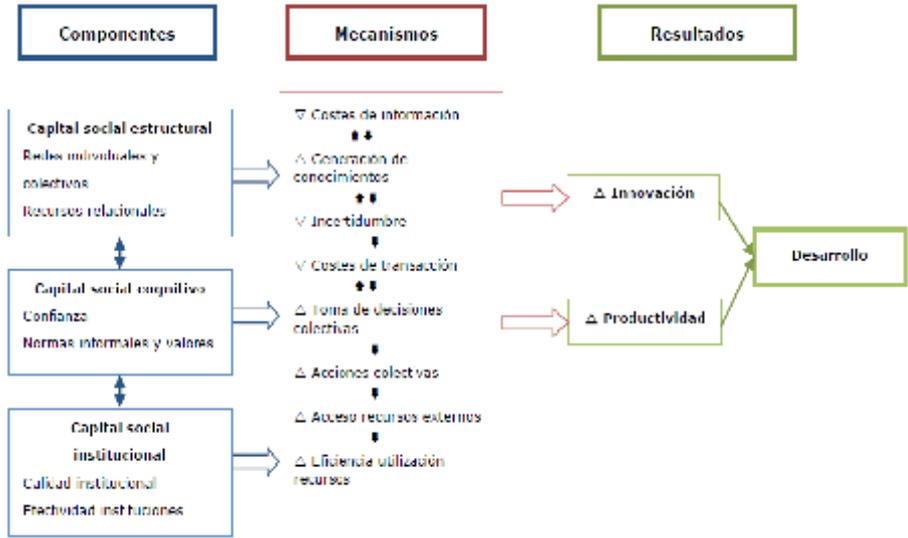
Siguiendo a Rodríguez (2013:269), se puede concebir al capital social como fuente de innovación, de acuerdo con el diagrama 1, se considera que este influye en los métodos de mejora de una comunidad desde la productividad y la innovación interpretados como una forma participativa e integradora de conocimiento.

De acuerdo con todos estos aportes se puede deducir que el capital social se presenta en tres niveles, uno micro o individual que según Rodríguez (2013) y Yee (2015:33). Involucra aspectos cognitivos como los valores y la confianza; así mismo hay un nivel colectivo resultado de las redes de relaciones individuales que generan cooperación y compromiso para el logro de objetivos en común y por último existe un nivel institucional conformado por el apoyo de organismos públicos o privados que fomenten y apoyen los resultados de los esfuerzos tanto individuales como colectivos en una comunidad, buscando el progreso y desarrollo de la misma.

3. El emprendimiento: orígenes, conceptualización y características esenciales

Las primeras aproximaciones al emprendimiento es visto desde dos enfoques, en primer lugar Gregoire et al, citado por Serrano et al. (2016:275), habla desde el punto de vista cualitativo en donde "la etapa pionera, que tuvo lugar hasta mediados de los años ochenta, estuvo centrada en el análisis de las características individuales del emprendedor desde una perspectiva fundamentalmente psicológica, en la segunda mitad de los años ochenta la investigación mostró interés por aspectos como el emprendimiento corporativo, el desempeño de las nuevas empresas y

Diagrama 1
Capital social: representación gráfica



Fuente: Rodríguez (2013)

su financiación”, es decir que hace algunos años ser emprendedor era estudiado a partir de lo individual y psicológico.

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Richard Cantillón (1680:1734), introduce por primera vez el concepto moderno de *entrepreneur*, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas. Según Cantillón (1755), una de las primeras apariciones del término se describe como el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde

la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones (Rodríguez et.al, 2009).

Según Cantillón (1755) citado por Urbano y Toledano (2012), el emprendimiento siempre se ha relacionado con el descubrimiento de oportunidades rentables. Casson (1982), citado por Urbano y Toledano, 2012 declara que “las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización, pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costos de producción” (Shane y Venkataraman, 2000:220). “El emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación.

El emprendimiento en términos de Ramírez, Bernal, & Fuentes (2013:169), es “entendido como la creación de empresas y puede explicarse a partir de diversos enfoques, partiendo de aquellos que le atribuyen las características individuales y las motivaciones de los empresarios, hasta las que lo asocian con el ambiente macroeconómico y la situación del mercado laboral”. Este es un concepto general el cual es dominado por la mayor parte de la sociedad, ya que el emprendedor es conocido como aquel que se atreve a formar empresa a partir de su experiencia.

Por su parte McCleary, Rivers y Schneller, citado por Toca (2010:46), consideran que el emprendimiento debe ser entendido “como el proceso de iniciar un negocio, formular un plan estratégico, organizar e invertir recursos asumiendo los riesgos y las recompensas derivados de la actividad”. Por ende para este autor, el emprendimiento está íntimamente relacionado con el proceso administrativo, por tanto no debe ser netamente empírico, pues debe llevar línea estratégica teniendo en cuenta que el ambiente empresarial es riesgoso y el capital a invertir para formar una empresa es alto.

Schumpeter, profesor de Harvard, afirma que una persona emprendedora es aquella que con sus actividades genera inestabilidades en los mercados, sin embargo, la escuela Austriaca considera que una persona emprendedora es aquella que logra mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con el concepto de innovación, ahora la persona emprendedora se encuentra en un estado de innovación permanente, altamente

motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, es propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas.

El emprendedor es conceptualizado por Kuratko, citado por Pérez, Cabeza & Fernández (2016:70), como “aquella persona con ideas innovadoras que desarrolla y comercializa en el mercado, percibe una oportunidad y crea un nuevo negocio”. A partir de este concepto se resalta el factor de la innovación que además de ser determinante está claramente relacionado con el emprendimiento, puesto que el emprendedor según el autor es aquel que desarrolla nuevas ideas o tipos de productos o servicios.

En este sentido, Duarte (2007: 47) plantea que “un emprendedor es la persona que busca e identifica una oportunidad de negocio, realizando una nueva propuesta de valor para los clientes, y crea o desarrolla un negocio asumiendo sus riesgos inherentes”, Si bien las definiciones anteriores son similares, la segunda considera un término que es fundamental en los negocios, refiriéndose al riesgo como factor innato del emprendimiento, esperando así que el emprendedor tenga claro que entre mayor sea el riesgo mayores son las ganancias del negocio.

A partir de los conceptos antes expuestos, se puede plantear que el emprendedor es aquel individuo que a partir del conocimiento, experiencia e ideas innovadoras concibe y realiza una idea de negocio siendo consciente del riesgo al que se enfrenta a diario.

En consecuencia se considera que el emprendedor como lo explica Sánchez, García & Mendoza (2015:244) “cumple el papel de agente de cambio, en la medida que puede iniciar un

negocio empresarial motivado por la posibilidad de explorar, explotar y rentabilizar un nuevo conocimiento, una innovación tecnológica o un nuevo producto". Así mismo los riesgos e incertidumbre se pueden amortiguar mediante la preparación y conocimiento del mercado, de las nuevas formas de desarrollo de productos y negocios.

El modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) asume que el desarrollo y el crecimiento económico es un resultado de las actividades emprendedoras en una localidad (Reynolds et al, 2005 citado por García et al, 2010).

El mencionado modelo establece que es necesario además de las condiciones del entorno que puedan generar o no emprendimientos, es necesario también los factores o variables de tipo personal que son propias del emprendedor, como actitudes de riesgo, liderazgo y decisión, de tal manera que el individuo que tiene potencial emprendedor debe tener ciertas capacidades emprendedoras, además de tener la capacidad de detectar oportunidades para explotarlas mediante la creación empresarial, a través de la motivación y otras destrezas.

Se considera entonces el emprendimiento, como el proceso de creación de empresas; implica la detección de oportunidades, análisis, recursos y todo tipo de actividades necesarias para llevar a cabo una idea. Es un proceso que va de la mano con la innovación, asociando sus características y habilidades con la persona emprendedora.

El estudio sobre el emprendimiento ha tenido diversos enfoques o perspectivas, apuntando a corroborar o debatir posturas de diferentes autores; sin embargo, se pretende mirar si los procesos de emprendimiento, entendido

este como un proceso de creación que ha sido un resultado de los procesos de generación de capital social (a través de redes permanentes y duraderas de relaciones con otros).

Por estos argumentos, se considera necesario examinar al emprendimiento desde la perspectivas que propone Fonrouge y que se explican en el siguiente apartado, así como las que proponen Shane et al, (2003) quienes dicen que la creación de nuevas organizaciones depende del comportamiento (características personales y particulares) llevado a cabo por los emprendedores, aspectos que recoge el modelo GEM. Así, es dispendioso analizar los atributos distintivos del emprendedor y poder enlazarlos con sus redes de contactos y relaciones permanentes, lo que constituye un aspecto fundamental para entender el proceso de creación de empresas.

3.1. Perspectivas o enfoques del emprendimiento.

Fonrouge citado por Ramírez, A. R. (2009:104), identifica cuatro perspectivas de pensamiento, las cuales permiten estudiar el emprendimiento desde el aspecto estratégico, igualmente es importante apoyar este estudio en las consideraciones del modelo GEM, como el temor al fracaso empresarial, la percepción de buenas oportunidades para emprender y la posesión de habilidades y conocimientos en relación con la creación de empresas, esto toda vez que constituye parte importante que pueda fortalecer o influenciar a cada una de las perspectivas del emprendedor

De acuerdo con lo estimado por el autor en la perspectiva comportamental se logra identificar el perfil psicológico

del emprendedor exitoso y de aquel que no obtuvo buenos resultados; en la perspectiva cognitiva como su nombre lo indica mide el conocimiento del emprendedor y la influencia que este tiene en la toma de decisiones; desde la perspectiva económica, se analizan las acciones de la persona como generador del desarrollo económico de la compañía en términos de gestión de recursos; y finalmente en la perspectiva de procesos el individuo es el punto central entre el desarrollo y la creación de valor económico; dado que el ser humano es el encargado de llevar a cabo procesos y acciones entorno a la innovación y el emprendimiento.

En el cuadro 1 se puede observar un compendio de los cuatro enfoques.

Dado el objetivo de la investigación se considera pertinente el análisis desde el enfoque psicológico, ya que puede ser el que más interviene a la hora de adquirir valores o características como la confianza, la cooperación, compromiso así como crear y mantener relaciones duraderas con otros individuos o colectivas.

3.2. Enfoque Psicológico del emprendimiento

Según el estudio de Roth y Lacoa (2009), se definen ciertas variables para poder determinar el comportamiento del emprendedor desde el enfoque psicológico (cuadro 2), las mismas que se relacionarán con las variables del capital social, teniendo en cuenta que se parte del individuo.

3. Relación capital social y Emprendimiento

Dado el análisis en cuanto al capital social visto desde la perspectiva de las relaciones de los individuos y el emprendimiento desde el enfoque psicológico, se evidencia una relación con el capital humano, lo que motiva estudios desde el ámbito familiar hasta espacios nacionales, los trabajos que han apuntado a esta línea son los desarrollados por Bourdieu (1986), Coleman (1990), Lin (2001), entre otros, quienes evalúan el capital social en función de su capacidad de generar cambios en el capital material y humano de los grupos, esto se pueden presentar en dos líneas: a nivel de los individuos de los grupos y por otro lado de acuerdo al impacto que generan las relaciones sociales con otros grupos. Ambos enfoques pueden darse en dos niveles de análisis: el individual y el grupal (Cuadro 2); de la misma manera, el modelo de Nahapiet y Ghoshal (1998), tiene en cuenta tres dimensiones con los siguientes elementos:

Dimensiones estructural y cognitiva del capital social: (grupos y redes); (confianza y solidaridad); por las formas en que opera el capital social: (acción colectiva y cooperación); (información y comunicación); y finalmente por las Áreas de aplicación o resultados: (cohesión e inclusión social); (empoderamiento y acción política). (Lasso y Cardona citados por Román., Gómez y Smida, 2013:360).

Vale la pena resaltar acerca de la importancia que tienen los aportes de Coleman y Bourdieu, quienes enfatizan en el enfoque tanto interno como externo y en el nivel individual, colectivo

Cuadro 1 Enfoques del Emprendimiento

Enfoques	Aspectos esenciales	Autor
Enfoque Comportamental	<p>Señala que existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor cuyas características son variadas, al igual que las de las empresas y las del entorno en que se desarrollan. Los emprendedores presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, de tal manera que la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores.</p>	Gartner (1985)
Enfoque psicológico	<p>Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos, algunos factores en los que profundiza son: la necesidad de logro, el locus de control interno, la aceptación de la incertidumbre y la tolerancia hacia la ambigüedad. (Almagra: 2003). Esta perspectiva ha tenido una evolución conceptual desde la década de 1960, en un principio se propuso que la actividad emprendedora era motivada por los beneficios económicos, con el transcurrir del tiempo se incluyen factores como el liderazgo y la innovación y se afirma que el emprendedor no debe aceptar las circunstancias según le vienen sino que debe luchar contra la inercia y el estancamiento. (Almagra: 2003), involucra la propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso la necesidad de realización personal, y la necesidad de autonomía e independencia (Jenssen y Kolvereid, 1992), entre otros.</p>	(Fonrouge, 2002) (Almagro, 2003); Shane et al., 2003); Steward y Roth, 2001)
Enfoque económico	<p>Relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de "homo economicus" para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad.</p> <p>Según este enfoque, se define claramente al emprendedor como aquel que percibe oportunidades y que crea una empresa para explotarla (Kirzner, 1979, citado por Garcia et al., 2002).</p> <p>Respecto a este enfoque "distintos individuos pueden estar enfrente de una oportunidad rentable. Algunos la verán y otros no. De aquellos que la ven, algunos la seguirán y otros no. Los individuos que aprovechan la oportunidad se vuelven empresarios y los demás no" (Minniti y Bygrave, 2001:42)</p>	Filion (1998), Julien (1999); (Kirzner, 1979, citado por Garcia et al., 2010).
Enfoque de procesos	<p>El individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista, estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo.</p> <p>En este enfoque se enfatiza en la capacidad de aprender de la experiencia, también en la formación educativa de los involucrados (Zapalska, 1997; Timmons, 1999; Lundström y Stevenson, 2005), pues son aspectos necesarios para enfrentarse a situaciones inesperadas que una persona sin estas características difícilmente sabrá cómo resolverlas. En este sentido, cuando un sujeto dispone de una formación académica y profesional adecuada y/o tiene experiencia como emprendedor, puede acumular un stock de habilidades y conocimientos que le permitirá aumentar su nivel de confianza en sí mismo y que le será de gran ayuda a la hora de crear una empresa (Minniti y Bygrave, 2001).</p>	(Bygrave & Hofer, 1991); (Minniti y Bygrave, 2001)

Fuente: Elaboración propia a partir de Ramirez (2009)

Cuadro 2

Variables para el emprendimiento psicológico

Variable	Explicación
Disposición al Cambio	<p>Comprende dos aspectos: Las competencias para el cambio: señala que las personas hábiles y motivadas por el cambio perciben por lo general más de una forma de lograr una meta y son capaces de crear nuevas maneras de resolver problemas.</p> <p>Cuando la gente con déficit en capacidades encuentra obstáculos, se paraliza y retorna a las viejas prácticas, abandonando la idea del cambio.</p> <p>La dimensión Pro-actividad para el cambio: una persona pro-activa suele elegir el camino menos utilizado, busca salidas osadas, elige la aventura y el reto, las personas que persiguen activamente el cambio o sus riesgos e incertidumbres, se destacan en situaciones de inestabilidad y conmoción.</p>
Autoeficacia emocional	<p>“Un proceso que inicia, evita, mantiene o modula la ocurrencia e intensidad o duración de los sentimientos, estados, emociones fisiológicas, procesos atencionales, estados motivacionales y otros concomitantes conductuales de la emoción que permiten lograr la adaptación afectiva biológica o social, o el logro de metas individuales” (p. 338), refleja las capacidades personales percibidas para regular la propia experiencia emocional sobre todo en situaciones difíciles. Es poco probable que las personas puedan manejar sus afectos positivos y negativos si no se sienten realmente capaces de hacerlo, y se asume aquí que un emprendedor tendrá problemas en su tarea si carece de este mecanismo regulatorio</p>
Ego-resiliencia	<p>Definida como la habilidad de la persona para ejercer auto-control en un contexto determinado. Se espera que una persona ego-resiliente sea recursiva y adaptada cuando se enfrenta a nuevas situaciones; debe ser competente en el manejo de sus relaciones interpersonales y capaz de usar adecuadamente las emociones en situaciones de alta demanda.</p>
Los valores personales	<p>A partir de Schwartz (1992):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Auto-dirección: destaca los principios de independencia del pensamiento y acciones; este valor se relaciona con las preferencias de la persona por las ideas nuevas y la creatividad. 2. Estimulación: se relaciona con la emoción, la novedad y el apego a los desafíos de la vida. Las personas que lo manifiestan son individuos interesados en experimentar con cosas nuevas, amantes de la aventura y deseosas de vivir una vida llena de emociones. 3. Logro: está relacionado con la capacidad e influencia. Las acciones de las personas están influenciadas por el concepto y la admiración de sus iguales; suelen ser ambiciosas y esforzadas para lograr la superación.

Fuente: Elaboración propia a partir de Roth y Lacoa (2009)

e institucional, al contrastar esto con el aporte de Nahaplet y Gloschal (2013), existe una significativa relación con las organizaciones o empresas, ya que por su carácter tienen relaciones internas, y externas, lo que contempla a la vez las relaciones tanto individuales, como colectivas así como las institucionales cuando existe correspondencia con instituciones o entidades tanto públicas

como privadas permitiendo una cooperación entre las partes.

De tal manera que siguiendo a Rodríguez (2013); Nahaplet y Gloschal (2013); apoyados en Bourdieu (1986) y Coleman (1990), los niveles, las variables y las dimensiones que se pueden analizar para encontrar una relación de capital social con el emprendimiento se explican en el cuadro 3.

Cuadro 3
Relación entre las variables del capital social y el emprendimiento

Nivel	VARIABLES	Dimensiones en capital social	Indicador empírico	Dimensiones en emprendimiento	INDICADOR EMPÍRICO	
INTERNO	Micro (nivel individual)	Cognitivo	Confianza	Percepción de no perjuicio por parte del otro	Valores personales	Necesidad de logro a partir de experiencia familiar o propia, educación o propensión del riesgo
			Respeto	Estatus de cada persona en la comunidad	Disposición al cambio	Perseverancia y la determinación como prácticas habituales que reflejan auto-confianza y entusiasmo por la novedad y el riesgo, la innovación entre otros.
			Reciprocidad	Experiencias de favores retribuidos	Ego resiliencia	
			Cooperación	Logros obtenidos a partir de acciones colectivas	Autoeficacia emocional	
EXTERNO	Meso (nivel colectivo)	Estructural	Vinculación de redes y recursos	Tamaño de la red	El entorno/vinculación con otras redes	Identificación de proveedores, consumidores, conocimientos, y recursos en la red o en otras redes.
				Cohesión de la red		
			Diversidad de la red	La estructura de la red/diferentes disciplinas	La identificación de oportunidades de negocio, dados los conocimientos, destrezas y la diversidad de las redes.	
EXTERNO	Macro (nivel institucional)	Institucional	Capacitaciones	Financieras Tecnológicas Recursos humanos Desarrollo humano	El apoyo	Instituciones públicas o privadas relacionadas que colaboren con incentivos, recursos tecnológicos financiamiento, asesorías o capacitación.
			Apoyos financieros del gobierno	Iniciar el negocio Comercialización		

Fuente: Elaboración propia a partir de Rodríguez (2013); Cardona, Vera y Tabares, (2008); Romero et al, (2017) y Roth y Lacoa (2009).

Conclusiones

La revisión teórica del capital social ha permitido identificar los principales autores seminales como Bourdieu, Coleman, Putnam, quienes han sido reconocidos por sus aportes y han sido los referentes para que luego lleguen otros autores contemporáneos a ampliar el panorama referente al tema, así pues, al analizar la literatura y contrastarla con el objetivo propuesto, se ha logrado establecer que la base teórica seminal a partir de Bourdieu y Coleman, se pueden analizar las redes de relaciones desde un nivel individual y grupal, afirmando que existen unas dimensiones en los dos niveles que son las que hacen que se produzca o no capital social, como son la confianza, respeto, reciprocidad, valores, conductas, entre otras.

De otro lado, aspectos individuales como la confianza, las normas, los valores se pueden agrupar dentro de una dimensión denominada capital social cognitivo, correspondiente a un nivel micro o individual.

Las redes de relaciones colectivas se encuentran en un capital social estructural, dado que involucra la combinación de comportamientos individuales y la forma como se adoptan y se estructura una red con diversos comportamientos. Las redes de relaciones que establecen objetivos comunes para sus miembros requieren muchas veces de apoyos por parte de otras organizaciones o instituciones públicas o privadas, lo que corresponde entonces a un capital social institucional.

El emprendimiento es bastante amplio, al igual que su medición, dado que diversos autores han dado diferentes perspectivas o enfoques del mismo, cada uno con una visión particular; sin embargo, la presente

investigación de revisión teórica apunta a comprender como las redes de relaciones permanentes, entendidas como capital social, conllevan a emprender ideas de negocio; por lo que un enfoque psicológico permite entender las características cognitivas o psicológicas de los emprendedores que intervienen para generar y realizar una idea de negocio.

En la medida que se fortalezcan las redes de relaciones entre las personas en el nivel individual, colectivo e institucional, es posible fortalecer los procesos de emprendimiento.

Referencias bibliográficas

- Ali, Rizwan; Naseem, Muhammad; y Farooq, Mian (2011), Social capital impact on economic development (a theoretical perspective). **International Journal of Business Management & Economic Research**, 2(4). 270-277. Recuperado de: <http://www.ijbmer.com/docs/volumes/vol2issue4/ijbmer2011020403.pdf>
- Almagro, Luisa (2003), Perfil Psicológico del Autoempleado. Tesis Doctoral No Publicada. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado en <http://www.scribd.com/doc/21981087/PerfilPsicologico-del-Autoempleado-TE-SIS-DOCTORAL>
- Ayios, Angela; Jeurissen, Ronald; Manning, Paul y Spence, Laura (2014), Social capital: a review from an ethics perspective. **Business Ethics: A European Review**, 23(1), 108-124. Recuperado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/beer.12040/full>
- Bourdieu, Pierre (1985), Social Space and the Genesis of Groups. **Theory and Society**, 14 (6), November, 723-744

- Coleman, James (1988), Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, 94, suplemento, 95-120.
- Coleman, James (1990), **Foundations of Social Theory**, Cambridge Mass.: Harvard University Press.
- Da Silva, Marcos Fernandez (2006), Cooperation, social capital and economic performance. **Revista de Economía Política**, 26(3), 345-363. <https://dx.doi.org/10.1590/S0101-31572006000300002>. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572006000300002
- Doh, Soogwan y McNeely, Conie (2012), A multi-dimensional perspective on social capital and economic development: an exploratory analysis. **The Annals of regional science**, 49(3), 821-843. Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00168-011-0449-1>
- Duarte, Franklin (2007), Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. **Contabilidad Y Negocios**, 2(3), 46-55.
- Filion, Louis J. (1990), Visions and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. In **Frontiers of entrepreneurship research**, 57-71. Chapel Hill: Babson College.
- Fonrouge, Cécile (2002), Entrepreneur / Manager: deux acteurs d'une même pièce. Communication AIMS XI Conférence annuelle. En Actes des colloques de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS. Recuperado de: www.estrategieaims.com/
- García, Constantino; Martínez, Almudena; y Fernández, Roberto (2010), Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. **Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa**, 19 (2), 31-48, ISSN 1019-6838
- Gartner, William (1985), A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation. **Academy of Management Review**, 10 (4), 696-706.
- Hanifan, Lyda Judson (1916). The Rural school Community Centre. *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 67, 130-138.
- Hernández, Carlos (2011), Redes de Relaciones, capital social y competitividad empresarial el caso de los emprendedores locales, Universidad de Burgos.
- Julien, Pierre André (1999), Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, 16, 165-180.
- Lin, Nan (2001), Social Capital. A Theory of Social Structure and Action. Cambridge: Cambridge University Press.
- Loury Glenn Coate (1977), "A dynamic theory of racial income differences", en P. A. Wallace y A. M. La Mond (comps.), *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. Lexington, Mass., Heath, 153-186.
- Minniti, Maria y William Bygrave (2001), *A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning Entrepreneurship: Theory and Practice*, Spring.
- Nahapiet, Janine y Ghoshal, Sumantra (1998), Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. **The Academy of Management Review**, 23(2), 242-266. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/259373>
- Portales, Luis y García, Consuelo (2009), Capital social: conceptualización, enfoques y mediciones. ASCOLFA.

- Putnam, Robert (1993), Making Democracy Work: civic Traditions in modern Italy, Princeton University Press.
- Ramírez, Alfonso Rodríguez (2009), Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. **Pensamiento & Gestión**, (26), 94-119.
- Ramírez, Urquidy, Martín y Fuentes, Roberto (2013), Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México, **Problemas del Desarrollo**, 44(174), 167-195, [http://dx.doi.org/10.1016/S0301-7036\(13\)71892-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0301-7036(13)71892-3).
- Rodríguez, Alfonso (2009), Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. **Pensamiento & Gestión**, (26), 94-119. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sciarttext&pi=62762009000100005&lng=en&tlng=pt>.
- Rodríguez, Aramis y Ojeda, Edwin (2013), Emprendimiento Social: Un Concepto En Busca De Sostenibilidad. **Debates IESA**, 18(4), 49-52.
- Román, Ruth; Gómez, Alina; Smida, Alí (2013), El capital social organizacional de la pequeña empresa innovadora. Un ensayo de medición en las ciudades de Cali y Medellín, **Estudios Gerenciales**, 29 (128), July-September, 356-367, <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2013.09.010>. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000138>
- Roth, Erick y Lacoa, Devadip (2009), Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. *Ajayu. Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo"*, 7 (1), 2-38.
- Seferiadis, Anastasia; Cummings, Sarah; Zweekhorst, Marjolein. B. y Bunders, Joske (2015). Producing social capital as a development strategy: Implications at the micro-level. **Progress In Development Studies**, 15(2), 170-185, doi:10.1177/1464993414565530. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/275208131_Producing_social_capital_as_a_development_strategy_implications_for_the_micro-level
- Serrano, Maria; Pérez, Martha y Palma, Manuel (2016), Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013, **Estudios Gerenciales**, 32(138), 82-95, <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2015.09.003>.
- Shane, Scott. y Venkataraman, Sanjivan (2000), The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, **Academy of Management Review**, 25 (1), 217-226.
- Siisiäinen, Martti (2003), Two concepts of social capital: Bourdieu vs. Putnam. **International Journal of Contemporary Sociology**, 40(2), 183-204. Recuperado de: <https://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/handle/10535/7661>
- Sobel, Joel. (2002), Can we trust social capital?. **Journal of Economic Literature**, Vol. XIA (March 2002), 139-154: Recuperado de: https://www.jstor.org/stable/2698596?seq=1#page_scan_tab_contents
- Urbano, David y Toledano, Nuria (2012), Invitación al emprendimiento: una aproximación a la teoría de Wright, M. (2015). Economic Inequality and the Social Capital Gap in the United States across Time and Space. **Political Studies**, 63(3), 642-662. doi:10.1111/1467-9248.12113. Recuperado de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9248.12114/>

full

Yee, Jaeyeol (2015), Social Capital in Korea: Relational Capital, Trust, and Transparency. **International Journal Of Japanese Sociology**, 24(1), 30-

47. doi:10.1111/ijjs.12035. recuperado de: <https://www.deepdyve.com/lp/wiley/social-capital-in-korea-relational-capital-trust-and-transparency-tlcnVH8dub>

- Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported. http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES