

PERSPECTIVAS MULTIDISCIPLINARIAS DEL EMPRENDIMIENTO



KARINA ALVAREZ | JOSÉ PALACIOS |
ANDRÉS RODRÍGUEZ & JESSY VEGA

Perspectivas multidisciplinarias del emprendimiento



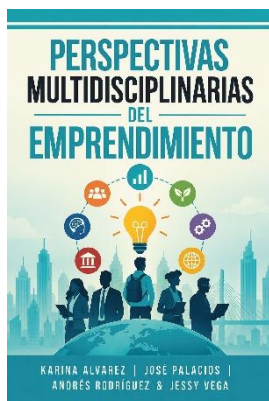
Autor:

Karina Alexandra Álvarez Basantes

José Vinicio Palacios Carrillo

Andrés Leandro Rodríguez Galán

Jessy Gabriela Vega Flor



Datos bibliográficos

ISBN:	978-9907-803-71-6
Título del libro:	Perspectivas multidisciplinarias del emprendimiento
Autores:	Álvarez Basantes, Karina Alexandra Palacios Carrillo, José Vinicio Rodríguez Galán, Andrés Leandro Vega Flor, Jessy Gabriela
Editorial:	SAGA
Materia:	658 - Gerencia general
Público objetivo:	Profesional / académico
Publicado:	2026-09-09
Número de edición:	1
Tamaño:	5Mb
Soporte:	Libro digital descargable
Formato:	Pdf (.pdf)
Idioma:	Español
DOI:	https://doi.org/10.63415/saga.2026.125

Hecho en el Ecuador / Made in Ecuador

Autores

Karina Alexandra Álvarez Basantes

Universidad Nacional de Chimborazo

✉ kalvarez@unach.edu.ec

id <https://orcid.org/0000-0001-6529-8432>

Riobamba, Ecuador



Economista por la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), Magíster en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), Magíster en Economía por la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) y Magíster en Dirección de Recursos Humanos por la Escuela de Negocios Europea de Barcelona y la Universidad Isabel I. Cuenta con especialización en Finanzas Corporativas Internacionales y en Programación Neuro Lingüística; certificación en Gestión Pública por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y estudios doctorales en Administración Gerencial por la Universidad Benito Juárez.

Consultora para Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales, docente e investigadora universitaria. Integrante de la Red Latinoamericana de Investigación en Economía (RELIEC), de la Red de Investigación de Observatorios Económicos y miembro del Panel de Actores Clave (PACE) del Grupo de Ecosistemas Inteligentes de América Latina (GEIAL) por la ciudad de Riobamba. Su trabajo se enfoca en la gestión de recursos, emprendimiento, negocios, desarrollo organizacional, análisis económico y políticas públicas.



José Vinicio Palacios Carrillo

Universidad Nacional de Chimborazo



jose.palacios@unach.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-9079-2536>

Riobamba, Ecuador

Profesional en Comunicación Social y Periodismo, licenciado en Comunicación Social y Relaciones Públicas por la Universidad Interamericana del Ecuador y magíster en Periodismo Digital por la Universidad Técnica de Ambato.

Cuenta con amplia experiencia en redacción periodística, edición de contenidos y producción informativa. Se desempeñó como redactor y editor en los diarios La Prensa y Los Andes, además de ejercer como corresponsal de Expreso y Extra. Ha colaborado con la revista Panorama, de Ambato, y se desempeñó como presentador del noticiario de Radio Futura.

En el ámbito educativo, fue facilitador del programa de actividades extraescolares del Ministerio de Educación, en el área de Periodismo, y ejerció la docencia en la Unidad Educativa Nicanor Larrea y en el Colegio de Bachillerato Chambo. Capacitador en estructuración y creación de medios de comunicación digitales en Riobamba, con énfasis en periodismo móvil. Actualmente, se desempeña como docente-investigador en la Universidad Nacional de Chimborazo, donde participa en actividades de vinculación con la sociedad, prácticas preprofesionales y procesos de titulación. También interviene en la organización de congresos y gestiona las redes sociales de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas.

Andrés Leandro Rodríguez Galán

Universidad Nacional de Chimborazo



andres.rodriguez@unach.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0001-5127-3832>

Riobamba, Ecuador



Ingeniero en Diseño Gráfico y Magíster en Gestión de Marketing y Servicio al Cliente por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), y Máster en Comunicación Transmedia por la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). Docente e investigador universitario con más de catorce años de experiencia en pregrado y posgrado en las áreas de diseño gráfico, marketing, publicidad, comunicación y narrativas audiovisuales.

Ha participado en proyectos de investigación, vinculación y rediseño curricular. Autor de publicaciones indexadas y capítulos de libro sobre diseño, marketing digital, imagen corporativa y responsabilidad social. Ha desarrollado proyectos de comunicación estratégica en el sector público, privado y ONG. Actualmente es Responsable de Evaluación y Aseguramiento de la Calidad en la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH).



Jessy Gabriela Vega Flor

Universidad Nacional de Chimborazo



jgvega@unach.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0003-2497-5534>

Riobamba, Ecuador

Ingeniera en Contabilidad y Auditoría por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Magíster en Auditoría Integral por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y maestrante en Contabilidad en la Universidad Bolivariana del Ecuador (UBE). Cuenta con experiencia como Contadora General y consultora privada en gestión contable y control interno. Docente universitaria desde 2010 en las áreas de contabilidad general, de costos y gubernamental, análisis financiero y auditoría.

Investigadora y autora de artículos científicos en el área contable y financiera. Se desempeñó como Coordinadora de Prácticas Preprofesionales y de Servicio Comunitario de la carrera de Economía en la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH). Actualmente, se desempeña como Vicerrectora Académica del Instituto Superior Tecnológico Riobamba (ITS Riobamba).



El contenido y las ideas expuestas en esta obra se encuentran protegidos por la normativa vigente en materia de propiedad intelectual y constituyen derechos exclusivos de su(s) autor(es)

Todos los derechos reservados © 2026

Sinopsis

El emprendimiento constituye un campo multidisciplinario de creciente relevancia en las ciencias económicas, administrativas y sociales, cuyo estudio articula aportes de la economía, psicología, sociología, antropología y administración. El libro presenta una revisión sistemática y crítica de las principales perspectivas teóricas vinculadas con la formación del pensamiento emprendedor, mediante el análisis de escuelas económicas, psicológicas, sociológicas y administrativas, junto con contribuciones de autores clásicos y contemporáneos. La investigación adopta un enfoque analítico y documental sustentado en literatura científica, libros especializados y artículos publicados en revistas académicas de alto impacto. Las teorías son examinadas mediante sus fundamentos conceptuales, trayectoria histórica, aportes, limitaciones y aplicaciones empresariales, estableciendo relaciones entre distintas corrientes para construir una interpretación interdisciplinaria. Los resultados evidencian que el comportamiento emprendedor responde a la interacción de factores individuales, económicos, sociales, culturales, institucionales y organizacionales. A partir de dicha convergencia, la obra propone un marco integrador que concibe el emprendimiento como un proceso dinámico asociado con creación de valor, innovación y desarrollo económico y social. Su contenido aporta fundamentos teóricos para estudiantes, docentes, investigadores, emprendedores y profesionales interesados en analizar el fenómeno emprendedor desde una perspectiva académica, crítica y multidisciplinaria, y fortalece la comprensión de sus implicaciones para actividad empresarial contemporánea.

Palabras clave: emprendimiento; administración de empresas; innovación; psicología; sociología; desarrollo económico y social

Synopsis

Entrepreneurship constitutes a multidisciplinary field of growing relevance within the economic, administrative, and social sciences, drawing on contributions from economics, psychology, sociology, anthropology, and business administration. The book presents a systematic and critical review of the main theoretical perspectives associated with the development of entrepreneurial thought through an analysis of economic, psychological, sociological, and managerial schools, along with contributions from classical and contemporary scholars. The research adopts an analytical and documentary approach based on scientific literature, specialized books, and articles published in high-impact academic journals. The theories are examined according to their conceptual foundations, historical development, contributions, limitations, and business applications, establishing relationships among different schools of thought to develop an interdisciplinary interpretation. The findings demonstrate that entrepreneurial behavior results from the interaction of individual, economic, social, cultural, institutional, and organizational factors. Based on such convergence, the book proposes an integrative framework that conceptualizes entrepreneurship as a dynamic process associated with value creation, innovation, and economic and social development. Its content provides theoretical foundations for students, professors, researchers, entrepreneurs, and professionals interested in analyzing the entrepreneurial phenomenon from an academic, critical, and multidisciplinary perspective while strengthening the understanding of its implications for contemporary business activity.

Keywords: entrepreneurship; business administration; innovation; psychology; sociology; economic and social development

Índice General

Sinopsis.....	ix
Índice General	11
Índice de Tablas	17
Índice de Figuras.....	18
Introducción	19
Capítulo I Corriente Económica: El entorno y los efectos del mercado.....	29
1.1. Fundamentos de la economía clásica y neoclásica.....	32
1.1.1. Virtudes del libre comercio, competencia y especialización (Adam Smith)	32
1.1.2. El modelo neoclásico de equilibrio estático y el paradigma Estructura-Conducta-Resultado (ECR).....	33
1.2. El emprendedor, el mercado y el riesgo: Teoría de Frank H. Knight 34	
1.2.1. Desglose taxonómico del riesgo medible	36
1.2.2. El Emprendedor como asegurador social y la función del juicio empresarial (Judgment).....	37
1.2.3. La naturaleza del beneficio puro (residual) vs. rentas administrativas	38
1.2.4. Proyección e Impacto en la Teoría Estratégica Contemporánea	39
1.3. Teoría del proceso de mercado y perspicacia emprendedora	39
1.3.1. El constructo central: perspicacia emprendedora (alertness) 40	

1.3.2.	La mecánica del arbitraje (espacial y temporal) y la función coordinadora del emprendedor	42
1.3.3.	Naturaleza y Transitoriedad del Beneficio Puro Kirzneriano	43
1.3.4.	Comparativa Analítica: Kirzner vs. Schumpeter vs. Knight	44
1.4.	Epistemología del conocimiento y el sistema de precios (Friedrich A. von Hayek)	45
1.4.1.	Ignorancia Estructural y la Distinción del Conocimiento	46
1.4.2.	El Sistema de Precios como Red de Telecomunicación Espontánea	48
1.5.	Las funciones de la eficiencia corporativa: Teoría de la Eficiencia-X (Harvey Leibenstein)	48
1.5.1.	Ruptura con la Ortodoxia Neoclásica y la Frontera Técnica	50
1.5.2.	Contratos Incompletos, Discrecionalidad del Esfuerzo y Entorno Competitivo.....	51
1.5.3.	Integración Analítica: Matriz de Contraste e Impacto en la Gestión Corporativa	51
Capítulo II Corriente Psicológica: El individuo y sus motivaciones		53
2.1.	Teoría de los rasgos de personalidad: características conductuales el emprendedor.....	54
2.1.1.	La Necesidad de Logro (Need for Achievement) de McClelland.....	54
2.1.2.	Evaluación del perfil emprendedor mediante el Modelo de los Cinco Grandes (Big Five)	54
2.1.3.	Críticas metodológicas al enfoque de rasgos y tránsito hacia modelos conductuales	55
2.2.	Teoría del lugar de control: influencia interna vs. externa.....	56

2.2.1. Modelación de la expectativa de control interno (Julian Rotter)	56
2.2.2. El lugar de control interno como amortiguador de la incertidumbre y riesgos de la sobreatribución	57
2.3. Teoría del ingenio personal y residencia frente a la adversidad	57
2.3.1. El ingenio personal (Resourcefulness) de Rosenbaum: Afrontamiento emocional y solucionador de problemas	58
2.3.2. Resiliencia emprendedora y Capital Psicológico (Modelo HERO)	59
2.3.3. Autoeficacia de Bandura y la reevaluación cognitiva del fracaso empresarial.....	59

Capítulo III Corriente Sociológica y Antropológica: Contexto social y culturas.....61

3.1. Teorías sociológicas: creencias religiosas, cultura emprendedora y estructura social	62
3.1.1. La ética protestante y el espíritu del capitalismo (Max Weber) 62	
3.1.2. Teoría de la incrustación social (Embeddedness) y capital social (Mark Granovetter)	63
3.1.3. Vínculos fuertes (Bonding) vs. Vínculos débiles (Bridging) en la formación de redes.....	63
3.2. Teoría de la oferta emprendedora: expectativa de roles y condicionamiento social	64
3.2.1. La Tesis de Everett Hagen: la retirada del respeto del estatus (Withdrawal of Status Respect).....	64
3.2.2. Minorías intermedias (middleman minorities) y redes enclave en contextos migratorios	67
3.2.3. Modificadores de la oferta: Modelos de rol (Role Models) y aprobación normativa del entorno	68
3.2.4. Matriz comparativa: Determinantes económicos vs. Determinantes socioculturales de la oferta	69

3.3. Teoría antropológica: el impacto de la cultura y valores ancestrales en la actividad económica.....	70
3.3.1. Antropología económica sustantivista: Reciprocidad, redistribución e intercambio (Karl Polanyi)	70
3.3.2. Instituciones comunitarias ancestrales como modelos de gestión: El Ayllu, la Minga y el Ayni dentro del Sumak Kawsay71	
3.3.3. Mecanismos endógenos de gobernanza, la palabra empeñada y capital social étnico	73
3.3.4. Fricción cultural (Cultural Friction) e híbridos institucionales en el mercado global	73

Capítulo IV Corriente de la Gestión Empresarial: Estrategia y recursos..... 75

4.1. Teoría basada en oportunidades: identificación, creación y explotación	76
4.1.1. El nexo individuo-oportunidad (Shane & Venkataraman).....	76
4.1.2. Perspectiva del descubrimiento (objetiva/exógena) vs. Perspectiva constructivista (endógena/creada)	76
4.1.3. Decisiones de explotación y captura sostenible de valor	77
4.2. Teoría basada en los recursos (RBV): capital financiero, capital humano y capital social/redes de contacto	77
4.2.1. El marco VRIO (Valioso, Raro, Inimitable, Organizado) de Jay Barney	77
4.2.2. Gestión del Capital Financiero y control de la tasa de consumo de efectivo (Burn Rate)	78
4.2.3. Capital Humano como determinante fundamental de la supervivencia empresarial.....	78
4.2.4. Capital Social y redes de contacto como mitigación de la debilidad de juventud (Liability of Newness).....	79

4.3. Modelos de emprendimiento en la Red (MER) y competitividad	79
4.3.1. Evolución del pensamiento estratégico: De la firma autárquica a la empresa interconectada.....	80
4.3.2. Arquitectura y tipología de redes interorganizacionales: Centralizadas (Hub-and-Spoke), Densas (Cliques) y Virtuales...	81
4.3.3. Métricas sociométricas (grado, intermediación, cercanía) y ventajas posicionales en agujeros estructurales.....	83
4.3.4. El fenómeno de la co-opetición (Coopetition) y la gobernanza del riesgo moral	84
4.3.5. La paradoja de la interdependencia y la trampa del encierro relacional (Lock-in).....	85
4.3.6. Redes y competitividad en economías populares, solidarias y cooperativas	86
Conclusiones	89
Referencias Bibliográficas.....	93

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Análisis comparativo de las grandes corrientes económicas del emprendimiento</i>	44
Tabla 2 <i>Matriz comparativa entre la perspectiva epistemológica de Hayek y la microeconomía intra-firma de Leibenstein</i>	52
Tabla 3 <i>Comparación entre la visión económica y la visión sociológica de la oferta emprendedora</i>	69

Índice de Figuras

Figura 1 <i>El emprendimiento como fenómeno multidisciplinario.</i>	24
Figura 2 <i>Evolución de la corriente económica del emprendimiento</i>	31
Figura 3 <i>Desglose Axiomático: La Criteriología entre Riesgo Medible e Incertidumbre Radical</i>	35
Figura 4 <i>Secuencia del proceso coordinativo de ajuste en la teoría de Israel Kirzner</i>	41
Figura 5 <i>El flujo del conocimiento tácito y la coordinación mediante el sistema de precios según F. A. Von Hayek</i>	47
Figura 6 <i>Descripción del constructo del Management de Rosenbaum</i>	58
Figura 7 <i>Flujo sociodinámico de la retirada del respeto del estatus según Everett Hagen</i>	66
Figura 8 <i>Estructura institucional de la economía comunitaria ancestral.</i>	72
Figura 9 <i>Flujo de traducción e hibridación institucional ante la fricción cultural</i>	74
Figura 10 <i>Tipos de topologías</i>	81

Introducción

El emprendimiento ha cobrado un protagonismo sin precedentes en las últimas décadas, gracias a su capacidad para impulsar la innovación, crear empleo, dinamizar la actividad económica y contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades. En un contexto marcado por la globalización, la transformación digital, la rápida evolución tecnológica y una mayor competitividad internacional, la creación de nuevas empresas y el desarrollo de iniciativas innovadoras se han convertido en factores estratégicos para el crecimiento económico y el bienestar social. Como consecuencia, el emprendimiento ha dejado de ser considerado únicamente una actividad empresarial para consolidarse como un objeto de estudio científico que involucra múltiples disciplinas y enfoques teóricos.

El interés académico por entender el fenómeno emprendedor cuenta con una larga trayectoria histórica. Sus primeros intentos provienen de la economía clásica durante el siglo XVIII, cuando Richard Cantillon acuñó el concepto de *entrepreneur* para describir a la persona que asume riesgos en una situación de incertidumbre. Más tarde, Jean-Baptiste Say amplió esta visión, al identificar al empresario como coordinador de los factores de producción, mientras que Adam Smith y David Ricardo sentaron las bases del funcionamiento de los mercados, la competencia y la especialización.

Durante el siglo XX, las contribuciones de Joseph Schumpeter, Frank Knight, Friedrich Hayek e Israel Kirzner transformaron profundamente la comprensión del emprendimiento al incorporar conceptos como la innovación, la incertidumbre, la información dispersa y el descubrimiento de oportunidades.

Sin embargo, la evolución del emprendimiento como disciplina científica demostró que las explicaciones estrictamente económicas no bastan para entender la complejidad de la conducta emprendedora. Diversos trabajos de investigación comenzaron a mostrar que la decisión de emprender también depende de factores psicológicos asociados a la personalidad, motivación, creatividad, resiliencia y percepción del riesgo. Al mismo tiempo, las ciencias sociales incluyeron variables de cultura, instituciones, redes sociales, valores colectivos y entorno familiar, ampliando notablemente el campo de estudio del emprendimiento.

Las últimas décadas han sido de gran aporte a la administración estratégica con la incorporación de nuevos enfoques orientados a la identificación de oportunidades, a la gestión de recursos, capacidades organizacionales, innovación y ventajas competitivas sostenibles. Teorías como la del enfoque basado en los recursos (Resource-Based View), el emprendimiento basado en oportunidades y los modelos de emprendimiento en red, han permitido entender cómo las organizaciones generan valor a través de la combinación eficaz de conocimientos, capacidades y relaciones estratégicas.

Esta convivencia ha hecho que el emprendimiento sea uno de los campos más interdisciplinares dentro de las ciencias sociales. En la actualidad, no hay una teoría única que dé cuenta del origen, desarrollo y éxito de los emprendimientos. Por el contrario, la evidencia científica muestra que el fenómeno emprendedor nace de la interacción entre variables económicas, psicológicas, sociales, culturales, institucionales y organizacionales. Esta realidad exige la integración de las diferentes corrientes teóricas para la construcción de una visión más amplia y rigurosa del emprendimiento.

De ahí el origen de la presente obra, Perspectivas del Emprendimiento, cuyo objetivo es analizar las principales teorías que han marcado la evolución del pensamiento emprendedor desde

sus orígenes hasta las aproximaciones contemporáneas. El libro, mediante una revisión crítica de la literatura especializada y de las aportaciones de autores clásicos y modernos, ofrece una visión estructurada de las diferentes escuelas de pensamiento que explican el fenómeno emprendedor desde múltiples dimensiones.

La obra se organiza en cuatro grandes perspectivas. El primer capítulo examina la corriente económica, analizando el papel del emprendedor en el funcionamiento de los mercados, la competencia, la innovación, la eficiencia y el riesgo empresarial. El capítulo dos aborda la perspectiva psicológica, haciendo énfasis en las características individuales, motivación, locus de control y resiliencia como factores determinantes del comportamiento emprendedor. El tercer capítulo se dedica al estudio de las perspectivas sociológica y antropológica, haciendo énfasis en la influencia de la cultura, las instituciones, las normas sociales y los valores colectivos sobre la creación de empresas. Por último, el cuarto capítulo aborda los enfoques actuales de la gestión empresarial, como la teoría basada en oportunidades, la teoría basada en recursos y los modelos de emprendimiento en red, como bases para la creación de ventajas competitivas sostenibles.

No se trata de presentar una compilación de teorías, sino de establecer un diálogo entre las diferentes corrientes del pensamiento emprendedor, identificando sus convergencias, divergencias y aportes complementarios. Desde este punto de vista, se afirma que comprender el emprendimiento supone entender su carácter multidimensional y su estrecha vinculación con el desarrollo económico, la innovación, la transformación social y la generación de valor.

Se espera que esta obra sea una herramienta de consulta para los estudiantes, profesores, investigadores y profesionales que deseen ahondar en los fundamentos conceptuales del emprendimiento y entender cómo las distintas perspectivas

teóricas ayudan a explicar uno de los fenómenos más importantes para el desarrollo de las organizaciones y de las economías actuales.

El emprendimiento como campo multidisciplinario

Uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del siglo XXI es el emprendimiento. Es decir, no sólo es una cuestión de crear empresas, sino que implica un proceso dinámico por el cual las personas ven oportunidades, movilizan recursos, innovan y generan valor para la sociedad. En un entorno globalizado, de transformación digital, de economía del conocimiento y de constante incertidumbre, el emprendimiento se ha convertido en un elemento clave para impulsar el crecimiento económico, la competitividad, la innovación tecnológica, la generación de empleo y el desarrollo sostenible.

A diferencia de otras áreas del conocimiento que se han desarrollado dentro de una disciplina específica, el emprendimiento es un área inherentemente multidisciplinaria. Su estudio involucra aportes de la economía, la administración, la psicología, la sociología, la antropología, la ciencia política e incluso la geografía económica. Cada una de estas disciplinas explica el fenómeno emprendedor desde perspectivas diferentes pero complementarias entre sí.

Mientras la economía estudia el papel del emprendedor dentro del mercado y la asignación eficiente de los recursos, la psicología analiza las características individuales y motivacionales que impulsan la conducta emprendedora; por su parte, la sociología y la antropología examinan la influencia de la cultura, las instituciones y el entorno social, mientras que la administración centra su atención en la identificación de oportunidades, la formulación de estrategias y la gestión eficiente de los recursos organizacionales (Shane y Venkataraman, 2000; Gartner, 1988; Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020).

Esta diversidad de enfoques explica por qué, hasta la actualidad, no existe una teoría única capaz de explicar completamente el emprendimiento. Más bien, el conocimiento acumulado evidencia que se trata de un fenómeno complejo, condicionado simultáneamente por factores económicos, psicológicos, culturales, institucionales y organizacionales. Desde esta perspectiva, comprender el emprendimiento implica reconocer la interacción permanente entre el individuo, el entorno y las organizaciones.

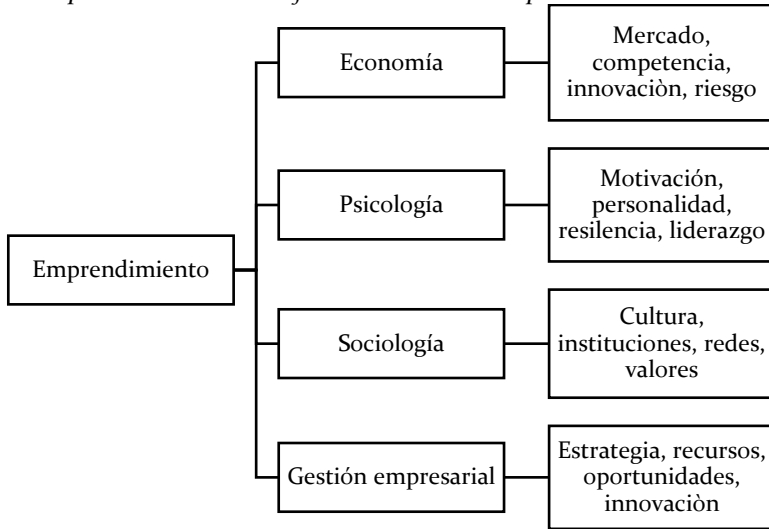
Asimismo, durante las últimas décadas el emprendimiento ha adquirido una importancia estratégica para gobiernos, universidades y organismos internacionales debido a su capacidad para impulsar el desarrollo económico. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el Banco Mundial y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) coinciden en que las nuevas empresas desempeñan un papel fundamental en la innovación, el aumento de la productividad, la generación de empleo y el fortalecimiento de la competitividad nacional. Estas contribuciones son especialmente relevantes en economías emergentes, donde el emprendimiento constituye una alternativa para enfrentar problemas estructurales como el desempleo, la informalidad y la pobreza.

Desde el punto de vista académico, también el emprendimiento ha sufrido una importante evolución. Lo que fue inicialmente concebido como un concepto económico asociado al riesgo y al intercambio comercial, hoy se estudia como un fenómeno que integra procesos cognitivos, capacidades dinámicas, innovación, liderazgo, aprendizaje organizacional, capital humano y capital social. Esa evolución ha propiciado la aparición de numerosas escuelas de pensamiento que, lejos de entrar en competencia entre sí, enriquecen la comprensión del comportamiento emprendedor.

El presente libro pretende, desde esta óptica, analizar las principales teorías del emprendimiento desde una perspectiva multidisciplinaria, sus fundamentos conceptuales, principales representantes, aportes, limitaciones y aplicaciones contemporáneas. Así, se traza un recorrido histórico que parte de las primeras aportaciones de la economía clásica y llega hasta las teorías contemporáneas sobre gestión estratégica, recursos y redes empresariales. Así, el lector dispondrá de una visión integral que facilite la comprensión del emprendimiento como fenómeno económico, social y organizacional.

Figura 1

El emprendimiento como fenómeno multidisciplinario.



Nota. Principales disciplinas que estudian el emprendimiento. Elaboración propia con base en Shane y Venkataraman (2000), Gartner (1988), Landström (2005) y Terán-Yépez y Guerrero-Mora (2020).

Definición y evolución histórica del concepto

El fenómeno emprendedor, lejos de constituir una manifestación exclusiva de la modernidad globalizada, representa un elemento dinámico cuya conceptualización teórica ha evolucionado de manera paralela al pensamiento económico, sociológico y administrativo. Históricamente, el término "emprendedor" posee profundas raíces etimológicas en el vocablo francés *entrepreneur*, utilizado inicialmente durante los siglos XVI y XVII para hacer referencia a aquellos individuos que asumían la responsabilidad de conducir expediciones militares, obras de construcción pública o proyectos arquitectónicos de gran envergadura bajo severas condiciones de incertidumbre. En estas etapas primigenias, el concepto no se encontraba ligado a la producción industrial o de servicios, sino a la capacidad logística y a la asunción de riesgos operacionales en proyectos de interés estatal o de la Corona.

Fue recién en el siglo XVIII que el economista franco irlandés Richard Cantillon introdujo formalmente el término en el análisis de la ciencia económica. Cantillon definió al empresario como un agente socioeconómico clave que adquiere factores de producción a precios conocidos con el propósito explícito de combinarlos en un producto o servicio que será vendido a precios inciertos en el futuro. En la óptica analítica de Cantillon, la cualidad definitoria del empresario no está en la posesión de capitales, ni en la invención técnica, sino en la sistemática asunción del riesgo económico y en la capacidad de arbitraje en un mercado signado por la información imperfecta y la fluctuación constante.

Posteriormente, la escuela clásica y neoclásica de la economía reconfiguraron de manera marginal el rol del emprendedor, mimetizándolo con frecuencia con las figuras del capitalista o del administrador de empresas tradicional, lo que diluyó su carácter disruptivo. Sin embargo, en la primera mitad del siglo XX, la teoría schumpeteriana generó una ruptura

epistemológica trascendental. Joseph Alois Schumpeter desplazó el enfoque del riesgo hacia la innovación, conceptualizando al emprendedor como el motor fundamental del desarrollo económico a través del célebre proceso de "destrucción creativa".

Schumpeter sostenía que el emprendedor no es un ser pasivo que se limita a reaccionar ante las señales de precios del mercado, sino que es un revolucionario de la producción que introduce nuevos bienes, métodos de fabricación, abre mercados, conquista fuentes de materias primas, o reorganiza completamente las industrias. A partir de este hito, la evolución del concepto ha ido desde una óptica puramente economicista a una comprensión holística e integradora que combina la dimensión psicológica (el individuo y sus características cognitivas), sociológica (el entorno sociocultural y las redes relacionales) y de gestión estratégica (la movilización adaptativa de recursos y capacidades).

La importancia del estudio del fenómeno emprendedor

El estudio del emprendimiento desde un punto de vista riguroso, sistemático y académico es un requisito imprescindible para entender los mecanismos actuales de creación de valor, movilidad social y resiliencia macroeconómica. Dentro de las economías emergentes y en vías de desarrollo, el ecosistema emprendedor no solo opera como un canal alternativo de autoempleo o de mitigación de la vulnerabilidad socioeconómica, sino como un verdadero laboratorio de innovación institucional y de organización social comunitaria.

El estudio sistemático de este fenómeno desde las aulas y los centros de investigación permite superar las visiones románticas, empíricas o anecdóticas del "emprendedor heroico", sustituyéndolas por marcos teóricos explicativos que evalúan cuantitativa y cualitativamente cómo las variables del entorno macroeconómico, los marcos regulatorios y los incentivos de mercado condicionan directamente las tasas de natalidad,

supervivencia, consolidación y escalabilidad de las iniciativas empresariales.

La investigación científica en este ámbito otorga a los formuladores de políticas públicas, a las entidades de desarrollo y a los planificadores institucionales los instrumentos analíticos imprescindibles para identificar y aminorar las disfunciones del mercado, como las marcadas disparidades de información, los elevados gastos de transacción y los obstáculos estructurales que impiden la participación de nuevos agentes competitivos. De manera integrada, la academia evalúa las corrientes de la gestión empresarial, la economía industrial o la sociología de las organizaciones, produciendo un conocimiento crítico que se aplica a la realidad de los sectores productivos y financieros populares.

El estudio académico permite, por ejemplo, comprender la estrecha relación entre la arquitectura de intermediación financiera local y el sostenimiento del tejido empresarial de menor escala. Así, la investigación científica sobre el emprendimiento se consolida como un pilar fundamental para el diseño de estrategias efectivas de inclusión financiera, democratización del crédito, impulso productivo y desarrollo sostenible regional.

Capítulo I

Corriente Económica: El entorno y los efectos del mercado

El estudio del emprendimiento encuentra sus primeras bases conceptuales en la teoría económica. Mucho antes de que el emprendimiento fuera reconocido como una disciplina independiente dentro de las ciencias administrativas y sociales, diversos economistas intentaban explicar quién era el emprendedor, cuál era su función dentro del sistema económico y por qué algunos individuos lograban crear riqueza mientras otros únicamente participaban como trabajadores o propietarios del capital.

Ya desde finales del siglo XVIII, la economía empezó a descubrir que el crecimiento de las naciones no dependía sólo de la acumulación de recursos naturales o de capital físico, sino también de la capacidad de ciertos individuos para organizar los factores de producción, asumir riesgos, identificar oportunidades y crear innovaciones. Desde este punto de vista, el emprendedor dejó de ser un simple comerciante y se convirtió en un agente esencial del desarrollo económico.

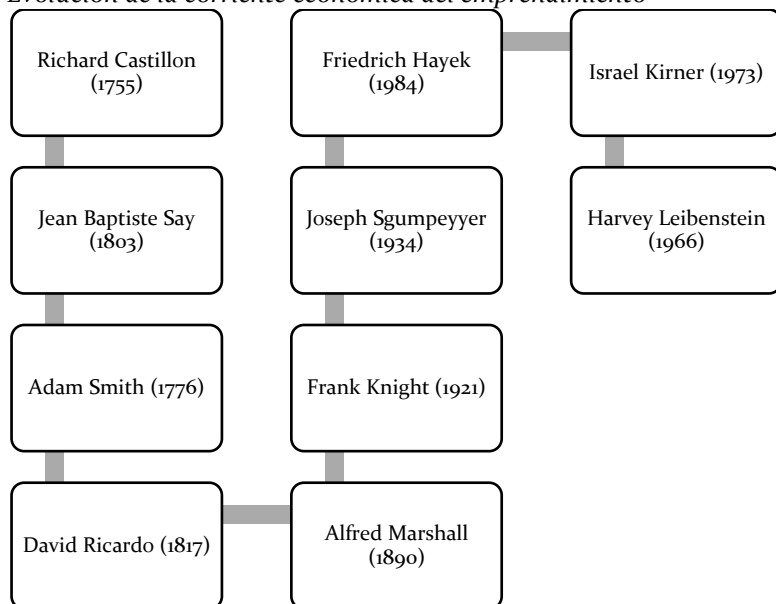
La corriente económica del emprendimiento se desarrolló en un primer momento dentro de la economía clásica, cuyos exponentes analizaron el funcionamiento de los mercados competitivos, el libre comercio, la división del trabajo y la especialización, como mecanismos para aumentar la productividad y el bienestar social. Los economistas neoclásicos posteriormente extendieron este análisis añadiendo conceptos como la utilidad marginal, el equilibrio del mercado, la incertidumbre y la asignación eficiente de recursos.

Durante el siglo XX, esta corriente experimentó una evolución significativa gracias a las contribuciones de autores como Frank H. Knight, Friedrich A. Hayek e Israel M. Kirzner, quienes desplazaron el análisis desde la simple producción hacia aspectos relacionados con el conocimiento, la incertidumbre, la información imperfecta y la capacidad del emprendedor para descubrir oportunidades de negocio. Paralelamente, Harvey Leibenstein

introdujo la teoría de la Eficiencia-X, destacando que la competitividad empresarial depende no solamente de la asignación óptima de recursos, sino también de la eficiencia interna de las organizaciones.

Figura 2

Evolución de la corriente económica del emprendimiento



Nota. Evolución de las principales teorías económicas relacionadas con el emprendimiento. Elaboración propia con base en Cantillon (1755), Knight (1921), Schumpeter (1934), Hayek (1948), Kirzner (1973) y Leibenstein (1966).

En la actualidad sigue siendo una de las corrientes económicas fundamentales para entender el emprendimiento. Términos como innovación, competencia, eficiencia, productividad, incertidumbre y oportunidades, continúan siendo los que orientan gran parte de la investigación actual sobre la creación de empresas y el desarrollo económico (Audretsch, 2012; Shane y Venkataraman, 2000; Terán-Yépez, 2018). Este punto de vista adquiere especial

relevancia en un entorno en el que predominan los mercados globalizados, la transformación digital y los rápidos avances tecnológicos, y en el que el espíritu empresarial es uno de los factores más importantes para impulsar el desarrollo económico.

En este capítulo se analizan las principales teorías económicas que han contribuido a explicar el fenómeno emprendedor, iniciando con los fundamentos de la economía clásica y neoclásica para posteriormente examinar las aportaciones de Kirzner, Knight, Hayek y Leibenstein. El propósito es ofrecer una visión integral sobre el papel del emprendedor dentro del mercado y su contribución al desarrollo económico.

1.1. Fundamentos de la economía clásica y neoclásica

1.1.1. Virtudes del libre comercio, competencia y especialización (Adam Smith)

La corriente económica del emprendimiento y la organización industrial encuentra sus fundamentos primigenios en los postulados de la economía clásica, cuyo eje vertebrador es la conceptualización de la competencia como un proceso dinámico de rivalidad conductual y el mecanismo idóneo para la asignación eficiente de recursos escasos. Adam Smith (1776), en su obra cumbre “La riqueza de las naciones” describió cómo la búsqueda del beneficio individual e ilustrado actúa como una “mano invisible” que, al orientar el capital hacia las ramas productivas más rentables, maximiza sin quererlo el bienestar socioeconómico general. Según el pensamiento clásico, la libertad de comercio y la libre competencia son requisitos institucionales indispensables. Dado que, bajo estas condiciones, la competencia opera como una presión coercitiva y sistemática sobre los capitales individuales, obligando a los agentes económicos a introducir innovaciones técnicas, optimizar sus estructuras de gestión y profundizar la división del trabajo (Smith, 1776).

La especialización productiva, derivada de esta división del trabajo, opera como el principal motor del incremento de la productividad. De acuerdo con la ortodoxia clásica, la especialización incrementa la destreza del operario, reduce drásticamente los tiempos muertos inherentes a la transición entre tareas y estimula la invención de maquinaria especializada, lo cual se traduce de forma directa en una reducción sostenida de los costos unitarios de producción y, por ende, en una expansión de la riqueza pública (Smith, 1776). En este marco analítico primario, la acumulación y concentración de capital no representan fallas patológicas del sistema, sino el resultado evolutivo natural de la supervivencia en la arena del mercado; las unidades productivas de mayor envergadura, que logran capitalizar las economías de escala y la productividad laboral, tienden a desplazar a las estructuras atomizadas preexistentes (Stigler, 1951). No obstante, los teóricos clásicos advirtieron que los agentes económicos poseen incentivos perversos para eludir la disciplina competitiva mediante acuerdos colusorios o la erección de monopolios orientados a alterar artificialmente los precios y restringir la producción, menoscabando el excedente social (Smith, 1776).

1.1.2. El modelo neoclásico de equilibrio estático y el paradigma Estructura-Conducta-Resultado (ECR)

Hacia fines del siglo XIX la revolución marginalista y la consiguiente consolidación de la escuela neoclásica desplazaron el análisis económico desde el proceso dinámico clásico de rivalidad hacia el concepto de equilibrio estático, formalizando matemáticamente las estructuras de mercado a través del modelo idealizado de competencia perfecta (Arrow & Debreu, 1954). El modelo se basa en supuestos sumamente restrictivos: atomización perfecta de compradores y vendedores (condición de precio-aceptantes), homogeneidad absoluta de los bienes o servicios transados, ausencia total de barreras normativas, tecnológicas o

económicas de entrada y salida y simetría informativa perfecta entre todos los actores del mercado (Jevons, 1871; Walras, 1874).

Desde la perspectiva de la organización industrial neoclásica tradicional, cualquier desviación respecto a esta estructura atomizada implica la emergencia de poder de mercado e ineficiencia asignativa (Bain, 1956). La escuela neoclásica canonizó el paradigma Estructura-Conducta-Resultado (ECR), según el cual la morfología del mercado determina de forma lineal la conducta estratégica de las firmas y, por consiguiente, sus resultados económicos (Bain, 1956; Mason, 1939). Para cuantificar estas desviaciones y evaluar la concentración de mercado, la economía aplicada ha estandarizado instrumental métrico como el Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) y los Ratios de Concentración (CR_k), postulando que niveles elevados de concentración económica facultan a las corporaciones dominantes para fijar precios por encima del costo marginal, generando una pérdida irrecuperable de eficiencia distributiva para la sociedad (Tirole, 1988).

1.2. El emprendedor, el mercado y el riesgo: Teoría de Frank H. Knight

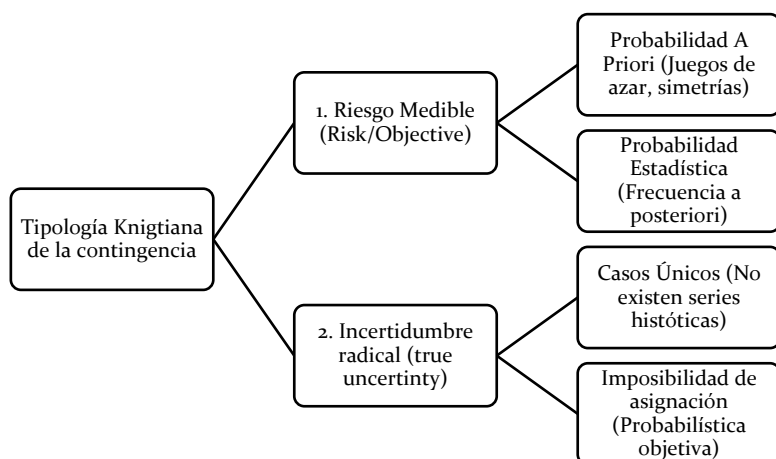
Frente a la rigidez del modelo neoclásico tradicional, que asume un mercado abstracto en estado de equilibrio estático perenne y con información perfecta, la Escuela Austriaca de economía y las aproximaciones analíticas del riesgo conceptualizan el mercado como un proceso evolutivo de descubrimiento continuo y dinámico, situando la acción humana y al emprendedor en el centro del sistema económico.

La publicación de *Risk, Uncertainty and Profit* por Frank H. Knight en 1921 representó una de las críticas más profundas a la ortodoxia neoclásica de principios del siglo XX (Foss & Klein, 2012). La teoría económica dominante de la época, fuertemente influenciada por la física matemática y los modelos de equilibrio general (Walras, 1874), asumía que en un estado de competencia

perfecta los agentes económicos poseían presciencia perfecta o, al menos, un conocimiento probabilístico completo sobre los eventos futuros. En este marco estático, la función del emprendedor quedaba totalmente desdibujada o reducida a la de un mero administrador o supervisor técnico, y las utilidades extraordinarias eran tratadas simplemente como fricciones temporales antes del retorno al equilibrio (Burch et al., 2016).

Figura 3

Desglose Axiomático: La Criteriología entre Riesgo Medible e Incertidumbre Radical



Nota: elaboración propia.

Knight (1921) irrumpió en esta concepción señalando que el equilibrio perfecto es una abstracción metodológica incapaz de explicar la existencia misma de la empresa moderna, la naturaleza del beneficio empresarial y el rol activo del juicio humano. Para Knight el dinamismo económico no es un fenómeno de ajustes mecánicos, sino el resultado de la acción ante la imprevisibilidad inherente al mundo real.

La contribución seminal de Knight radica en una taxonomía tripartita sobre la naturaleza del conocimiento contingente y el grado de información disponible antes de la toma de decisiones (Knight, 1921; Langlois & Cosgel, 1993):

1.2.1. *Desglose taxonómico del riesgo medible*

a) Probabilidad A Priori (Riesgo Objetivo)

Ocurre cuando la distribución de probabilidades se deriva de principios matemáticos o simetrías absolutas sobre la naturaleza del evento. Un ejemplo clásico es el lanzamiento de un dado no cargado: la probabilidad de obtener un valor específico es $1/6$, independientemente del contexto social o temporal. No requiere experiencia previa para ser calculada (Knight, 1921).

b) Probabilidad Estadística (Riesgo Empírico)

Surge de la observación empírica de una gran cantidad de casos homogéneos repetidos a lo largo del tiempo (frecuencias relativas a posteriori). Aunque la ocurrencia de un evento individual en un sujeto concreto es incierta, la agregación masiva de datos permite conocer con alto grado de precisión la tasa global de siniestralidad. Este tipo de riesgo es el pilar de la industria aseguradora: al consolidar un portafolio diversificado de pólizas de seguro de auto o de vida, la compañía transforma la incertidumbre individual en un costo operacional predecible mediante la ley de los grandes números (Knight, 1921; Spender, 2014).

c) Incertidumbre Radical o "Verdadera Incertidumbre" (True Uncertainty)

Representa escenarios marcados por instancias únicas (unique instances). Ocurre cuando se lanza un producto disruptivo al mercado, se implementa un modelo de negocio inédito o se invierte en una tecnología emergente. Al no existir un universo de casos pasados idénticos ni series estadísticas comparables, resulta

imposible asignar una distribución de probabilidades objetiva (Knight, 1921). La incertidumbre radical no es simplemente la ausencia de datos; es una condición estructural de la innovación y del cambio social (Langlois & Cosgel, 1993).

1.2.2. *El Emprendedor como asegurador social y la función del juicio empresarial (Judgment)*

A diferencia de las teorías que definen al emprendedor únicamente como un innovador (Schumpeter, 1934) o un observador alerta (Kirzner, 1973), la teoría de Knight sitúa al emprendedor como el organizador del proceso productivo que ejerce el juicio (judgment) y absorbe la incertidumbre de la sociedad (Foss y Klein, 2012).

En la organización social del mercado, la mayoría de las personas sienten aversión hacia la incertidumbre. Desean recibir ingresos estables y garantizados en el presente a cambio de renunciar a la propiedad sobre el resultado incierto de la producción futura. El emprendedor knightiano interviene en esa dinámica haciendo dos cosas estrechamente relacionadas:

a) *Garantía Contractual a los Factores Primarios*: El emprendedor contrata mano de obra, alquila tierra y solicita capital financiero, comprometiéndose a pagar salarios, rentas e intereses prefijados de forma contractual, independientemente de que el producto final se venda con éxito o pérdida en el mercado (Knight, 1921). De este modo, el emprendedor se convierte en un "asegurador" que libera a los trabajadores y proveedores de capital del riesgo de insolvencia del mercado.

b) *Ejercicio del Juicio No Delegable*: La toma de decisiones en condiciones de incertidumbre no se puede reducir a una fórmula algorítmica ni se puede delegar completamente a gerentes asalariados. Si una decisión pudiera formalizarse en un manual de procedimientos, pasaría a ser un costo administrativo cubrible. El

emprendedor ejerce un juicio directo sobre qué producir, cómo organizar los factores y a qué precio vender en un futuro opaco (Foss & Klein, 2012; Knight, 1921).

1.2.3. La naturaleza del beneficio puro (residual) vs. rentas administrativas

Una de las ramificaciones más importantes de la teoría de Knight es la clarificación conceptual del término "beneficio" (profit):

a) Lo que NO es beneficio puro: No es el salario por el trabajo gerencial (wages of management), pues este es una remuneración contractual por el tiempo y esfuerzo dedicado a la supervisión diaria, imputable como costo de producción. Tampoco es el interés del capital (interest), el cual compensa el costo de oportunidad de postergar el consumo y puede ser cubierto mediante tasas de interés del mercado (Knight, 1921).

b) Lo que SÍ es el beneficio puro: Es un rendimiento residual, ex post e inasegurable. Es la diferencia contable y económica que queda después de haber pagado rigurosamente todas las obligaciones contractuales garantizadas a los factores de producción (Knight, 1921).

Si las estimaciones e intuiciones del emprendedor sobre la demanda futura fueron acertadas, el valor recuperado en el mercado superará el costo de los factores garantizados, emergiendo el beneficio puro. Por el contrario, si el juicio empresarial fue erróneo, la discrepancia entre el valor esperado y el real se traduce en una pérdida (loss) que debe ser absorbida de forma exclusiva por el patrimonio personal del emprendedor (Burch et al., 2016; Foss & Klein, 2012).

1.2.4. *Proyección e Impacto en la Teoría Estratégica Contemporánea*

La distinción knightiana continúa siendo una de las herramientas analíticas más utilizadas en la teoría de la firma y la gestión estratégica contemporánea:

a) *La Teoría de la Firma (Coase y Williamson)*: Ronald Coase (1937) utilizó los fundamentos de Knight sobre la incertidumbre y los costos de organizar la producción para explicar por qué existen las empresas en lugar de que todas las transacciones ocurran mediante intercambios de mercado independientes.

b) *Teoría del Juicio Emprendedor (Foss & Klein)*: Nicolai Foss y Peter Klein (2012) han redescubierto la obra de Knight para proponer el enfoque del "emprendimiento basado en el juicio" (judgment-based approach), demostrando que el emprendimiento no requiere necesariamente la invención de nuevas tecnologías, sino la adquisición y propiedad de activos heterogéneos en el presente para ser desplegados hacia usos futuros inciertos.

c) *Estrategia y Métodos Effectuation (Sarasvathy)*: La literatura moderna sobre Effectuation (Sarasvathy, 2001) se basa directamente en la condición de incertidumbre knightiana: cuando el futuro no se puede predecir mediante algoritmos deductivos o datos del pasado, los emprendedores no utilizan la planificación de mercados tradicional, sino estrategias de pérdidas aceptables, alianzas flexibles y experimentación adaptativa.

1.3. Teoría del proceso de mercado y perspicacia emprendedora

Para comprender el aporte de Israel Kirzner (1973, 1997), es necesario contrastarlo con el paradigma neoclásico del equilibrio estático. En los modelos microeconómicos tradicionales (Walras, 1874; Arrow & Debreu, 1954), se asume que el mercado se encuentra de forma constante en equilibrio o converge instantáneamente a él

gracias a la presunción de información perfecta y costos de transacción nulos. En ese escenario mecanicista, los precios reflejan perfectamente la escasez relativa y no existe espacio analítico para la figura del emprendedor.

Kirzner, heredero directo del pensamiento de Ludwig von Mises y Friedrich von Hayek, rompe con esta visión al conceptualizar el mercado no como un estado de equilibrio, sino como un proceso dinámico de descubrimiento y aprendizaje en continuo desarrollo (Kirzner, 1997). El punto de partida kirzneriano es el reconocimiento de la ignorancia pura (sheer ignorance) y la asimetría informativa estructural de los agentes económicos: los individuos no solo desconocen ciertos datos del mercado, sino que desconocen que los desconocen. Esta ignorancia genera descoordinación en los planes de los actores, provocando distorsiones en los precios y oportunidades desaprovechadas.

1.3.1. El constructo central: perspicacia emprendedora (alertness)

A diferencia de los recursos tangibles o del capital financiero, la función emprendedora en Kirzner no requiere de la posesión previa de activos materiales. El motor del proceso es la perspicacia o estado de alerta (entrepreneurial alertness), definida como la capacidad cognitiva de percibir oportunidades de beneficio que han pasado desapercibidas para el resto de los participantes del mercado (Kirzner, 1973, 1985).

Las características esenciales de la alertness son:

a) *No es un factor de producción cuantificable*: No se puede comprar ni vender en un mercado de factores, ni se computa como un costo de producción ajustado a horas de trabajo o salario gerencial (Kirzner, 1973).

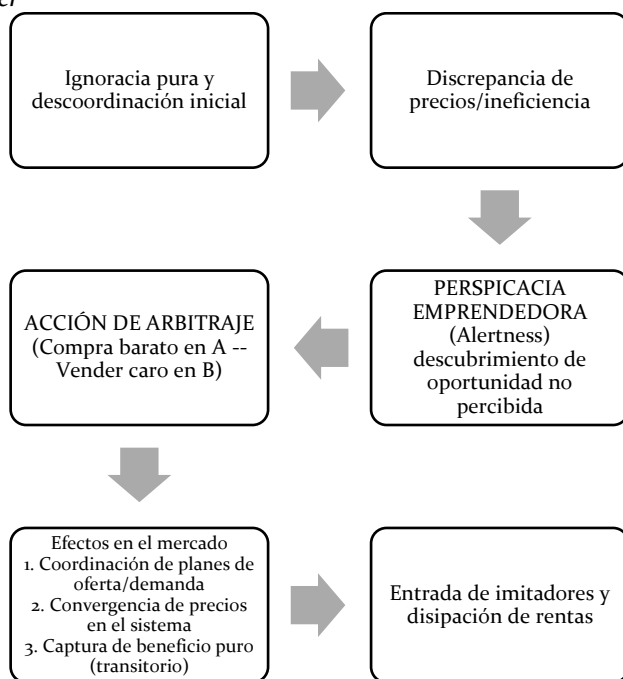
b) *Es una actitud orientada al descubrimiento*: Implica notar los cambios en las valoraciones subjetivas de los consumidores o en

las disponibilidades técnicas antes de que se reflejen en los costos de los insumos.

c) *Transforma la ignorancia en conocimiento*: Al actuar sobre una oportunidad, el emprendedor revela información valiosa al resto del sistema económico mediante el uso del mecanismo de precios (Hayek, 1945; Kirzner, 1997).

Figura 4

Secuencia del proceso coordinativo de ajuste en la teoría de Israel Kirzner



Nota: elaboración propia

En la figura 4 se esquematiza el flujo sistemático mediante el cual la perspicacia emprendedora impulsa al mercado desde la descoordinación hacia el equilibrio. El proceso se inicia ante un estado de ignorancia generalizada que genera distorsiones o

brechas de precios para un mismo bien. La Perspicacia (Alertness) faculta al emprendedor para identificar la anomalía, desencadenando una Acción de Arbitraje (comprar en la zona subvaluada para vender en la sobrevaluada).

Esta transacción genera tres efectos simultáneos y coordinativos: equilibra la oferta y la demanda, aproxima los precios a un punto de convergencia y permite al emprendedor obtener un beneficio residual. Finalmente, el esquema muestra cómo este beneficio sirve de señal para atraer competidores imitadores, que amplían la oferta global y disipan gradualmente la ganancia inicial (Kirzner, 1973, 1997).

1.3.2. La mecánica del arbitraje (espacial y temporal) y la función coordinadora del emprendedor

El emprendedor kirzneriano actúa fundamentalmente como un arbitrajista. Una oportunidad de arbitraje emerge cuando existe una falla de coordinación que provoca que el mismo bien o factor productivo se cotice a precios diferentes en puntos distintos del espacio (arbitraje espacial) o del tiempo (arbitraje temporal/especulativo) (Kirzner, 1973).

a) Arbitraje Espacial

Si un producto se vende a 10\$ en el Mercado A (abundancia relativa) y los consumidores en el Mercado B están dispuestos a pagar 18\$ por el mismo bien (escasez relativa), la ignorancia generalizada mantiene la brecha. El emprendedor alerta detecta esta discrepancia, compra en A y vende en B. Esta acción ejerce una presión al alza sobre los precios en A y a la baja en B, equilibrando de forma progresiva las valoraciones marginales y eliminando la ineficiencia del sistema (Kirzner, 1973).

b) Arbitraje Temporal

Ocurre cuando el emprendedor anticipa que la valoración subjetiva de un recurso en el futuro será sustancialmente superior a su costo actual de adquisición. Al comprar hoy y conservar o transformar el activo para el mercado futuro, asume un componente de ajuste que alinea las decisiones del presente con las necesidades del mañana (Kirzner, 1985).

1.3.3. Naturaleza y Transitoriedad del Beneficio Puro Kirzneriano

En la teoría de Kirzner, el beneficio puro emprendedor (pure entrepreneurial profit) posee rasgos delimitados:

a) No es un rendimiento del capital ni un salario: El rendimiento del capital pertenece al inversionista (quien asume el riesgo financiero), mientras que la recompensa gerencial pertenece al trabajador administrativo. El beneficio puro es la captura de la brecha de valor descubierta por la perspicacia (Kirzner, 1973).

b) Es un incentivo de descubrimiento: El beneficio no es una ganancia creada por agregar valor material mediante trabajo físico, sino el premio por haber sido el primero en corregir una descoordinación del mercado.

c) Es un fenómeno inherentemente transitorio: En cuanto el emprendedor captura el beneficio extraordinario, su éxito actúa como una señal visible para otros competidores observadores. La entrada de competidores imitadores incrementa la oferta del bien, eleva la demanda y el costo de los insumos de origen, y termina disipando la brecha de precios inicial. El beneficio se reduce a cero a medida que el mercado alcanza temporalmente un estado de coordinación plena en ese segmento (Kirzner, 1995, 1997).

1.3.4. *Comparativa Analítica: Kirzner vs. Schumpeter vs. Knight*

Para ubicar la teoría de Kirzner dentro de la literatura del management y la economía, resulta revelador contrastarla con las otras dos grandes visiones teóricas:

Tabla 1

Análisis comparativo de las grandes corrientes económicas del emprendimiento

Criterio de Comparación	Frank H. Knight (1921)	Joseph Schumpeter (1934)	Israel Kirzner (1973, 1997)
Rol del Emprendedor	Asumidor de Incertidumbre Radical y asegurador social.	Innovador y creador de "destrucción creativa".	Observador alerta (<i>alert</i>) y equilibrador del mercado.
Efecto en el Mercado	Permite la organización interna de la firma y la producción contractual.	Desequilibra el mercado rompiendo el flujo circular.	Equilibra el mercado corrigiendo asimetrías e ignorancia.
Origen del Beneficio	Recompensa residual por soportar la incertidumbre inasegurable.	Renta monopolística temporal derivada de la innovación exitosa.	Captura de la brecha de precios mediante el arbitraje y la perspicacia.
Naturaleza del Proceso	Juicio (<i>judgment</i>) sobre la adquisición de recursos heterogéneos.	Ruptura tecnológica, de producto o de proceso.	Descubrimiento (<i>discovery</i>) de oportunidades preexistentes.

Nota: elaboración propia

La Tabla 1 contrasta las tres escuelas seminales sobre la función del emprendedor en la economía. Knight concibe al emprendedor como un agente de estabilidad organizativa que

asume la incertidumbre y garantiza retornos fijos a los factores de producción. Schumpeter lo presenta como una fuerza disruptiva que rompe los estados de equilibrio estático mediante innovaciones radicales. Kirzner, por su parte, adopta una postura equilibradora y coordinadora: el emprendedor es un agente que construye el equilibrio corrigiendo las ineficiencias del mercado mediante el descubrimiento de oportunidades de arbitraje preexistentes. Esta comparación pone de relieve cómo el origen del beneficio puro y el impacto macroeconómico de la firma varían según los supuestos adoptados sobre el conocimiento y el estado del mercado (Kirzner, 1973; Knight, 1921; Schumpeter, 1934).

1.4. Epistemología del conocimiento y el sistema de precios (Friedrich A. von Hayek)

Esta comprensión del mercado como un proceso dinámico se complementa con la perspectiva epistemológica de Friedrich von Hayek (1945, 1948) respecto a la naturaleza y uso del conocimiento en la sociedad. Hayek demostró que el conocimiento que resulta relevante para la toma de decisiones económicas no existe unificado, estructurado, ni concentrado en la mente de un planificador centralizado o de una mega-corporación. Por el contrario, este conocimiento está fragmentado, disperso, y en forma implícita o tácita en la mente de miles de agentes individuales, y se manifiesta como un “conocimiento de las circunstancias particulares de tiempo y lugar” (Hayek, 1945).

La consecución del orden y el equilibrio en el mercado no ocurre por diseño racional, sino de manera espontánea a través del sistema de precios de libre mercado, el cual opera como un sofisticado mecanismo de telecomunicaciones que sintetiza la escasez relativa y las valoraciones subjetivas marginales. El emprendedor, bajo el marco hayekiano, actúa como un procesador de estas señales de precios. Su función es reaccionar ante los cambios sutiles del entorno e interpretar los desequilibrios

informativos para movilizar los recursos escasos hacia sus usos productivos más altamente valorados por la sociedad (Hayek, 1948).

1.4.1. Ignorancia Estructural y la Distinción del Conocimiento

La concepción del mercado como un proceso dinámico encuentra uno de sus pilares más sólidos en la crítica epistemológica formulada por Friedrich A. von Hayek (1945, 1948) frente a los modelos neoclásicos de equilibrio general. La teoría ortodoxa parte del supuesto explícito o implícito de que la información sobre las preferencias de los consumidores, los costos de los insumos y las posibilidades tecnológicas se halla totalmente dada y disponible para ser procesada por un único centro de cómputo o planificador centralizado (Hayek, 1945).

Hayek (1945) demostró que el verdadero problema económico de la sociedad no es simplemente una cuestión de asignación matemática de recursos "dados", sino cómo lograr el mejor uso de recursos cuyos usos probables solo son conocidos por los miembros de la sociedad para fines cuya importancia relativa solo ellos conocen.

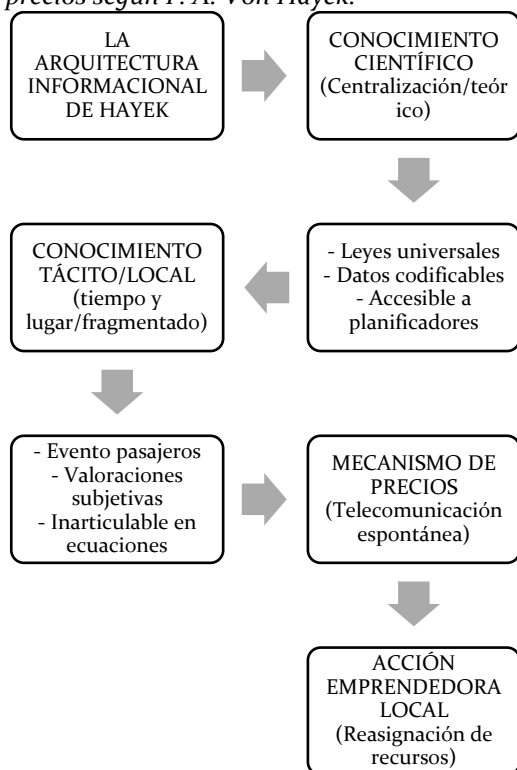
Para sostener esto, Hayek establece una diferenciación crucial entre dos formas de conocimiento:

a) *Conocimiento Científico o Teórico*: Codificado, articulable, centralizable y formalizado en leyes universales o modelos matemáticos.

b) *Conocimiento de las Circunstancias Particulares de Tiempo y Lugar*: Descentralizado, fragmentado, práctico y en gran medida tácito (Polanyi, 1966). Es el saber específico que posee el comerciante sobre un flete desocupado, el agricultor sobre el microclima de su parcela, o el emprendedor sobre la necesidad insatisfecha de un cliente en un momento dado (Hayek, 1945).

Figura 5

El flujo del conocimiento tácito y la coordinación mediante el sistema de precios según F. A. Von Hayek.



Nota: elaboración propia

El diagrama anterior ilustra la dicotomía epistemológica planteada por Hayek (1945) para explicar por qué la planificación centralizada falla frente al mercado descentralizado. En la rama izquierda, el conocimiento científico formal representa una fracción menor que no abarca la cambiante realidad social. En la rama derecha, el conocimiento de las "circunstancias particulares de tiempo y lugar" reside de forma dispersa en millones de agentes. Debido a que este saber es tácito e inarticulable, no puede recopilarse en un organismo estatal o corporativo; en su lugar, se

sintetiza automáticamente en el sistema de precios. Este actúa como una red de telecomunicaciones que emite señales de escasez o abundancia relativa, permitiendo que el emprendedor local interprete el entorno y coordine la producción de forma eficiente sin necesidad de una dirección central (Hayek, 1945, 1948).

1.4.2. *El Sistema de Precios como Red de Telecomunicación Espontánea*

Dado que el conocimiento local no puede ser recolectado cuantitativamente, la sociedad requiere de una institución que agregue y comunique estas señales subjetivas. Para Hayek (1945), el sistema de precios de libre mercado es un orden espontáneo (cosmos) que opera como una red de comunicación descentralizada.

Un cambio en el precio de una materia prima (el estaño, por ejemplo) no necesita que el usuario final comprenda la causa remota de su escasez (sea una huelga minera o un desastre natural); la elevación del precio transmite de forma condensada e instantánea la información necesaria para que miles de agentes racionen el insumo o busquen sustitutos. El agente hayekiano de la función empresarial es un agente descubridor y procesador de señales informacionales: descubre las desalineaciones entre los precios relativos y dirige el capital hacia sus usos de mayor valor social (Hayek, 1948).

1.5. *Las funciones de la eficiencia corporativa: Teoría de la Eficiencia-X (Harvey Leibenstein)*

A mediados de la década de 1960, el economista Harvey Leibenstein (1966) introdujo una ruptura analítica de gran calado dentro de la microeconomía de la firma y la organización industrial al formular la Teoría de la Eficiencia-X. La teoría microeconómica neoclásica tradicional partía del axioma de que las empresas operaban de forma imperturbable sobre su frontera de

posibilidades de producción (la curva de costos mínimos), maximizando los beneficios de forma mecánica gracias a una racionalidad perfecta y a la presión ambiental.

Dentro de este esquema ortodoxo, las únicas ineficiencias computadas en mercados monopolísticos u oligopolísticos eran de carácter "asignativo", asociadas a la pérdida irrecuperable de eficiencia resultante de fijar precios por encima del costo marginal (Leibenstein, 1966).

Leibenstein (1966, 1978) postuló que, en la realidad empírica de las organizaciones, las firmas operan frecuentemente de forma subóptima, situándose por debajo de su frontera técnica de producción y arrastrando costos unitarios sustancialmente superiores a los mínimos posibles, aun disponiendo del mismo capital, tecnología y dotación de factores que sus competidores directos. A esta brecha de productividad no explicada por variables tecnológicas la denominó "Ineficiencia-X".

Las causas subyacentes a este fenómeno son de tipo endógeno y relacional: provienen de la naturaleza de los contratos laborales incompletos y de la consiguiente discrecionalidad del esfuerzo humano. Los contratos laborales, por su naturaleza, son incapaces de especificar con precisión el nivel de motivación, la atención al detalle, la calidad de las decisiones ejecutivas o el grado de esfuerzo que pondrá en juego el personal gerencial y el personal operativo (Leibenstein, 1978).

La magnitud de la Ineficiencia-X dentro de una firma está estrechamente supeditada al grado de presión competitiva que ejerce el entorno de mercado. En mercados caracterizados por altos niveles de concentración económica, barreras de entrada rígidas y estructuras de control oligopolísticas, la ausencia de una amenaza competitiva externa severa diluye los incentivos de la alta gerencia para optimizar la organización. Esto permite que el management y los trabajadores sustituyan la maximización de la eficiencia por la

maximización de la comodidad personal, la inercia burocrática o la aversión al riesgo (Leibenstein, 1966).

Por el contrario, la emergencia de presiones competitivas vigorosas en el entorno opera como un catalizador disciplinador: reduce la Ineficiencia-X al forzar a la firma a rediseñar sus sistemas de incentivos, mitigar los problemas de riesgo moral (asimetrías de información internas), estrechar la supervisión operativa y alinear los vectores de utilidad individuales con los objetivos de supervivencia corporativa (Leibenstein, 1978). De este modo, la gestión de la Eficiencia-X se convierte en una función corporativa crítica para la viabilidad de cualquier emprendimiento u organización en mercados dinámicos

1.5.1. Ruptura con la Ortodoxia Neoclásica y la Frontera Técnica

A mediados de los años sesenta, Harvey Leibenstein (1966) introdujo un cambio de paradigma en la teoría de la firma. La microeconomía tradicional (Samuelson, 1947) asumía que toda empresa operaba de manera autómatas sobre su Frontera de Posibilidades de Producción (FPP), minimizando costos para cualquier nivel de producción dado. En esa visión, cualquier pérdida de bienestar en un mercado se atribuía exclusivamente a la Ineficiencia Asignativa (la brecha entre el precio y el costo marginal generada por monopolios u oligopolios).

Leibenstein (1966, 1978) demostró empíricamente que la ineficiencia asignativa era marginal en comparación con un fenómeno mucho más intrínseco y destructivo: las firmas reales operaban frecuentemente por debajo de su capacidad técnica máxima, incurriendo en costos unitarios sustancialmente superiores a los teóricamente posibles con la misma dotación de insumos y tecnología. A esta pérdida interna de productividad la denominó Ineficiencia-X.

1.5.2. Contratos Incompletos, Discrecionalidad del Esfuerzo y Entorno Competitivo

La raíz de la Ineficiencia-X no reside en fallas tecnológicas, sino en la naturaleza psicosocial del comportamiento humano dentro de las organizaciones (Leibenstein, 1975, 1978):

a) *Incompletitud Contractual*: Los contratos de trabajo solo pueden estipular horas de presencia física o tareas generales, pero son incapaces de formalizar aspectos intangibles como el compromiso cognitivo, la atención a la calidad, la iniciativa frente a imprevistos o la velocidad real de ejecución.

b) *Discrecionalidad del Esfuerzo*: Dado que el contrato es incompleto, los trabajadores y directivos retienen un amplio margen de discrecionalidad sobre el nivel de esfuerzo que aplicarán diariamente.

c) *El Rol del Entorno de Mercado*: La magnitud de esta brecha depende críticamente de la estructura del mercado. En entornos monopolísticos o protegidos por barreras de entrada, la falta de rivalidad permite que la gerencia prefiera la "comodidad operativa" (*quiet life*) sobre la minimización de costos. Por el contrario, la competencia intensa actúa como una fuerza exógena que fuerza a las firmas a reestructurar sus incentivos internos y reducir la Ineficiencia-X para evitar la quiebra (Leibenstein, 1966, 1978).

1.5.3. Integración Analítica: Matriz de Contraste e Impacto en la Gestión Corporativa

Para sintetizar el alcance de estas dos contribuciones a la teoría de la firma y el emprendimiento, la siguiente matriz compara sus premisas epistemológicas, el problema central identificado y los mecanismos de solución propuestos:

Tabla 2

Matriz comparativa entre la perspectiva epistemológica de Hayek y la microeconomía intra-firma de Leibenstein.

Dimensión Analítica	Teoría del Conocimiento y Mercado (Hayek, 1945, 1948)	Teoría de la Eficiencia-X Corporativa (Leibenstein, 1966, 1978)
Nivel de Análisis	Macro-epistemológico y sistémico (Proceso de Mercado).	Micro-organizacional e intra-firma (Gestión de Recursos Humanos/Operaciones).
Problema Económico Central	La dispersión e inaccesibilidad del conocimiento tácito y local.	La suboptimización interna de la firma por contratos incompletos e inercia.
Supuesto sobre el Agente	Agentes con conocimiento limitado y subjetivo; procesadores de señales.	Agentes con racionalidad selectiva y discrecionalidad sobre su nivel de esfuerzo.
Mecanismo Coordinador / Corrector	El Sistema de Precios como red sintética de telecomunicaciones.	La Presión Competitiva del Entorno y el rediseño de incentivos internos.
Rol del Emprendedor / Gerente	Interpretar desequilibrios de precios y reasignar recursos hacia usos valiosos.	Reducir la brecha de productividad interna disciplinando la estructura operativa.

Nota: elaboración propia

La Tabla 2 contrapone las dimensiones analíticas de ambas perspectivas conceptuales. Mientras que Hayek aborda el mercado desde el nivel sistémico y epistemológico, mostrando cómo el sistema de precios resuelve el problema del conocimiento tácito disperso, Leibenstein penetra en la “caja negra” de la empresa para explicar por qué las organizaciones desperdician recursos internamente. Las dos teorías son complementarias en la gestión estratégica contemporánea: el modelo hayekiano enseña a los ejecutivos cómo descifrar las oportunidades y las incertidumbres del entorno externo, mientras que el modelo de Leibenstein ofrece los fundamentos para luchar contra la entropía, la burocracia y la falta de alineación de incentivos en el interior de la misma organización (Hayek, 1945; Leibenstein, 1978).

Capítulo II

Corriente Psicológica: El individuo y sus motivaciones

2.1. Teoría de los rasgos de personalidad: características conductuales el emprendedor

La corriente psicológica del emprendimiento desplaza el eje analítico desde las estructuras abstractas del mercado hacia el sujeto abstracto: el individuo. El enfoque fundacional de esta corriente se sostiene sobre la Teoría de los Rasgos de Personalidad, la cual postula que los emprendedores poseen una amalgama de atributos cognitivos, conductuales y disposicionales estables que los diferencian cualitativamente del resto de la población y de los administradores corporativos tradicionales (Gartner, 1988).

2.1.1. La Necesidad de Logro (Need for Achievement) de McClelland

Históricamente, McClelland (1961) inauguró esta vertiente al formular la Teoría de las Necesidades Humanas, identificando a la Necesidad de Logro (Need for Achievement o Ach) como el constructo motivacional primario del espíritu empresarial. Los individuos con una elevada Ach se caracterizan por el deseo intrínseco de superar desafíos complejos, asumir la responsabilidad directa de los resultados y recibir retroalimentación rápida y objetiva sobre su desempeño (McClelland, 1961).

2.1.2. Evaluación del perfil emprendedor mediante el Modelo de los Cinco Grandes (Big Five)

En las últimas décadas, la investigación psicométrica del emprendedor se ha estandarizado en torno al Modelo de los Cinco Grandes o Big Five (Costa y McCrae, 1992). Los metaanálisis contemporáneos (Zhao & Seibert, 2006) demuestran que el perfil del emprendedor exhibe una configuración factorial distintiva en estas cinco dimensiones:

Apertura a la experiencia alpha): muestra puntuaciones consistentemente elevadas. Este rasgo indexa la curiosidad intelectual, la originalidad, la tolerancia a la ambigüedad y la

inclinación hacia la innovación y el cambio continuo. Es el motor de la visión schumpeteriana a nivel micro (Zhao y Seibert, 2006).

a) *Responsabilidad o Concienciación (beta)*: exhibe una correlación fuertemente positiva con la intención y supervivencia empresarial. Mide el grado de autoorganización, persistencia, orientación al logro, disciplina y confiabilidad del sujeto (Rauch & Frese, 2007).

b) *Extraversión (gamma)*: puntuaciones elevadas correlacionan positivamente con el rol. La asertividad, la energía y el gregarismo facilitan la construcción de redes de contacto, la venta de visiones de negocio y la persuasión de inversores (Zhao & Seibert, 2006).

c) *Estabilidad Emocional (delta)*: los emprendedores muestran niveles elevados de resiliencia afectiva y baja puntuación en neuroticismo. Esto resulta vital para tolerar el estrés crónico, el aislamiento social inicial y la volatilidad financiera de los nuevos proyectos (Rauch y Frese, 2007).

d) *Afabilidad o Amabilidad epsilon*): Es la única dimensión que suele registrar puntuaciones moderadas o inferiores en comparación con los directivos tradicionales. Los emprendedores exitosos requieren capacidad de negociación firme y un enfoque analítico utilitario que, en ocasiones, sacrifica la armonía interpersonal inmediata en pos de la viabilidad de la firma (Zhao y Seibert, 2006).

2.1.3. Críticas metodológicas al enfoque de rasgos y tránsito hacia modelos conductuales

A pesar de su capacidad predictiva, la teoría pura de los rasgos enfrentó duras críticas metodológicas, especialmente por parte de Gartner (1988), quien argumentó que los rasgos son estáticos y que el enfoque correcto debe responder a qué hace el emprendedor (conducta y proceso) y no a quién es

intrínsecamente. Esto dio paso a modelos integradores donde los rasgos interactúan dinámicamente con las variables situacionales del entorno económico.

2.2. Teoría del lugar de control: influencia interna vs. externa

Formulada originalmente por el psicólogo del aprendizaje social Julian Rotter (1966), la Teoría del Lugar de Control (Locus of Control o LoC) se ha consolidado como uno de los constructos predictivos más robustos en la psicología del emprendimiento. Este marco conceptual describe el grado en que un individuo percibe que los eventos de su vida son el resultado directo de sus propios esfuerzos y conductas (Lugar de Control Interno), o bien el producto de fuerzas ajenas a su control directo, tales como el azar, el destino, la suerte o las estructuras institucionales dominantes (Lugar de Control Externo).

2.2.1. Modelación de la expectativa de control interno (Julian Rotter)

Para modelar matemáticamente la probabilidad de que un sujeto inicie una acción emprendedora P_E , la literatura psicológica suele conceptualizarla como una función dependiente de la intensidad de la expectativa del control interno sobre los retornos esperados:

$$P_E = \int (LoC_{int} \times V_E)$$

Donde $[LoC]_{int}$ es el grado de internalización del control y V_E representa el valor subjetivo asignado al éxito de la firma. Los emprendedores exhiben una desviación estadísticamente significativa hacia un lugar de control interno elevado (Brockhaus, 1982). Un sujeto con LoC interno firmemente

asentado procesa los fracasos operacionales no como fatalidades del mercado, sino como fallas de cálculo corregibles o debilidades en su propia estrategia de gestión. Esta convicción cognitiva reduce drásticamente la parálisis por análisis ante la incertidumbre analizada por Knight (1921), dotando al individuo de la proactividad necesaria para alterar activamente su entorno competitivo.

2.2.2. El lugar de control interno como amortiguador de la incertidumbre y riesgos de la sobreatribución

Por el contrario, los individuos gobernados por un lugar de control externo tienden a adoptar posturas reactivas o pasivas, asumiendo que el éxito empresarial está predeterminado por monopolios, regulaciones estatales restrictivas o fluctuaciones macroeconómicas incontrolables. Rotter (1966) argumentó que la persistencia ante el castigo o la frustración —condición omnipresente en los estadios iniciales del emprendimiento— es privativa del LoC interno. No obstante, los investigadores advierten sobre el riesgo de un sesgo de autoatribución excesivo en emprendedores con hiper-control interno, lo que puede derivar en un optimismo ingenuo, la desestimación de riesgos objetivos del mercado y la resistencia a pivotar o delegar funciones cuando la firma escala en complejidad (Brockhaus, 1982).

2.3. Teoría del ingenio personal y residencia frente a la adversidad

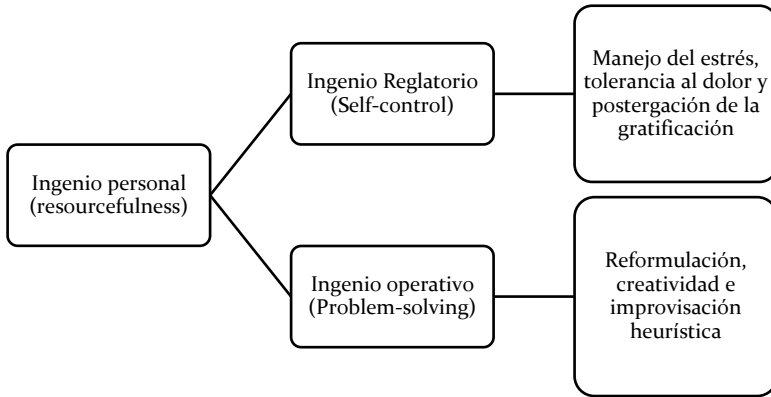
La supervivencia de un nuevo proyecto empresarial está intrínsecamente ligada a las capacidades adaptativas del individuo en situaciones de crisis extrema, choque financiero o fracaso inminente. Esta dinámica es abordada con profundidad por la Teoría del Ingenio Personal (Resourcefulness) y el constructo de la Resiliencia Psicológica.

2.3.1. El ingenio personal (*Resourcefulness*) de Rosenbaum: *Afrontamiento emocional y solucionador de problemas*

El ingenio personal, en términos cognitivo-conductuales (Rosenbaum, 1990), se define como el repertorio de habilidades automotivadoras, estrategias de afrontamiento (coping) y comportamientos orientados a la solución de problemas que permiten a un individuo dirigir sus propios procesos internos frente a estímulos aversivos. Rosenbaum subdividió este constructo en dos dimensiones esenciales aplicables al management:

Figura 6

Descripción del constructo del Management de Rosenbaum



Nota: elaboración propia

El ingenio personal faculta al emprendedor para mitigar los efectos desestabilizadores de la escasez extrema de capital inicial. En lugar de detener el proyecto por falta de financiación tradicional, el emprendedor ingenioso recurre a la improvisación heurística, el intercambio de servicios y el bootstrapping (financiamiento optimizado mediante recursos internos).

2.3.2. Resiliencia emprendedora y Capital Psicológico (Modelo HERO)

Complementando al ingenio, la Resiliencia Emprendedora se conceptualiza no como un rasgo estático o innato, sino como un proceso dinámico de adaptación positiva frente a adversidades significativas (Luthans et al., 2007). Bajo el modelo del Capital Psicológico (conocido por el acrónimo HERO: Hope, Efficacy, Resilience, Optimism), la resiliencia opera en conjunción con la autoeficacia de Bandura (1997). La autoeficacia emprendedora constituye la creencia firme del individuo en su propia capacidad para ejecutar exitosamente los diversos roles y tareas asociados a la creación de una empresa.

2.3.3. Autoeficacia de Bandura y la reevaluación cognitiva del fracaso empresarial

La interacción sinérgica entre la autoeficacia (AE) y la resiliencia (R) determina la capacidad de rebote posfracaso de la firma. Cuando un emprendimiento quiebra, la respuesta psicológica estándar puede fluctuar entre la indefensión aprendida o la depresión clínica. Sin embargo, un elevado Capital Psicológico actúa como un escudo cognitivo. El proceso resiliente se articula mediante la reevaluación cognitiva de la experiencia vivida: el fracaso no se internaliza como un defecto identitario definitivo, sino como un insumo informativo valioso y un costo de aprendizaje necesario para el próximo ciclo de arbitraje del mercado. Esta resiliencia no solo asegura la persistencia individual, sino que dota a la organización de la flexibilidad necesaria para rediseñar sus modelos de negocio ante entornos turbulentos (Luthans et al., 2007).

Capítulo III

Corriente Sociológica y Antropológica: Contexto social y culturas

3.1. Teorías sociológicas: creencias religiosas, cultura emprendedora y estructura social

3.1.1. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo (Max Weber)*

Mientras que la corriente psicológica reduce el acto de emprender a las dinámicas cognitivas endógenas del individuo, la perspectiva sociológica sostiene que la acción económica se encuentra indisolublemente vinculada, moldeada y condicionada por el tejido social, las redes institucionales y los sistemas de creencias colectivas. La génesis de esta corriente encuentra su pilar epistemológico en la obra fundacional de Max Weber (1905), *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Weber postuló que el surgimiento del capitalismo moderno y la consolidación de la figura del empresario racional no obedecieron únicamente a impulsos materiales u oportunidades tecnológicas de mercado, sino a una profunda transformación axiológica impulsada por la Reforma Protestante, específicamente a través del calvinismo.

Bajo la doctrina de la predestinación, el éxito material en la profesión mundana (Beruf) dejó de ser visto como una manifestación de codicia pecaminosa y se reinterpretó como la señal empírica del favor divino y la salvación del alma. Esta reconfiguración cultural promovió una conducta económica caracterizada por el ascetismo racional, el ahorro sistemático, el rechazo al consumo suntuario y la reinversión continua del capital, sentando las bases morales para la acumulación y la inversión empresarial. En términos de la sociología contemporánea, Weber demostró que la emergencia de una cultura emprendedora requiere de una matriz de legitimación ética que valide la búsqueda de la eficiencia y la innovación a los ojos de la comunidad.

3.1.2. Teoría de la incrustación social (*Embeddedness*) y capital social (*Mark Granovetter*)

En el plano de la estructura social, el análisis sociológico moderno se apoya de forma robusta en el concepto de incrustación social (*embeddedness*) formulado por Mark Granovetter (1985). Granovetter argumentó que la acción económica no ocurre en un vacío relacional ni es ejecutada por agentes perfectamente atomizados, sino que está incrustada en redes de relaciones sociales personales y continuas. Las estructuras sociales condicionan el acceso a las oportunidades mediante dos tipologías de vínculos de capital social.

3.1.3. Vínculos fuertes (*Bonding*) vs. Vínculos débiles (*Bridging*) en la formación de redes

a) *Vínculos fuertes (bonding capital)*: Relaciones de parentesco, etnia o vecindad inmediata que proveen altos niveles de confianza mutua y apoyo en etapas de capitalización inicial, pero que pueden restringir la innovación debido a la homogeneidad de la información circulante.

b) *Vínculos débiles (bridging capital)*: Conexiones superficiales o puentes hacia redes externas que actúan como canales críticos para el acceso a información heterogénea, nuevos mercados, tecnologías disruptivas y alianzas estratégicas complejas.

La estratificación social, la distribución de la riqueza y el desigual acceso a la educación superior operan como factores estructurales que restringen o facilitan la movilidad social a través del emprendimiento. Así, la estructura social actúa como filtro determinante de los segmentos de la población que poseen los recursos tangibles e intangibles para transitar desde la mera subsistencia hacia emprendimientos dinámicos y de alto valor agregado (Granovetter, 1985).

3.2. Teoría de la oferta emprendedora: expectativa de roles y condicionamiento social

La explicación de la génesis emprendedora ha estado históricamente dominada por enfoques económicos que asumen al individuo como un agente estrictamente racional movido por incentivos de mercado (Knight, 1921; Kirzner, 1973). Sin embargo, la Teoría de la Oferta Emprendedora desplaza el foco del análisis desde los precios y la tasa de beneficio hacia la estructura social, la estratificación y la cultura (Hagen, 1962; Weber, 1905).

Esta corriente sostiene que la decisión de emprender no emerge en un vacío institucional, sino que el volumen, la calidad y el perfil del flujo de nuevos emprendedores dentro de una sociedad (entrepreneurial supply) están modelados por las expectativas de rol, la legitimación cultural y los procesos de condicionamiento sociohistórico (Hagen, 1962; Thornton, 1999).

Las presiones sociales operan como un filtro invisible pero extremadamente rígido que define cuáles profesiones detentan prestigio sociobancario y cuales son moralmente estigmatizadas. Cuando los valores predominantes de una cultura recompensan la estabilidad del empleo público o la carrera académica por encima de la asunción de riesgos comerciales, la vocación empresarial se inhibe, sin importar la rentabilidad económica esperada o las bajas tasas de interés (Krueger et al., 2000; Weber, 1905).

3.2.1. *La Tesis de Everett Hagen: la retirada del respeto del estatus (Withdrawal of Status Respect)*

En su obra fundamental *On the Theory of Social Change* (1962), el economista y sociólogo Everett E. Hagen formuló una de las teorías sociodinámicas más influyentes sobre el origen del cambio económico. Hagen observó que los impulsos emprendedores no solían nacer en el seno de las élites dominantes tradicionales —quienes ya disfrutaban de prestigio y poder

consolidado— ni en las capas marginales carentes de todo capital social, sino en grupos intermedios sometidos a una pérdida repentina o gradual de estatus social.

La Dinámica de la Retirada del Estatus:

a) *Desplazamiento Institucional*: Una élite gobernante o invasora margina a un grupo social previamente respetado, bloqueándole el acceso a los canales tradicionales de prestigio (la burocracia estatal, la carrera militar o la propiedad terrateniente).

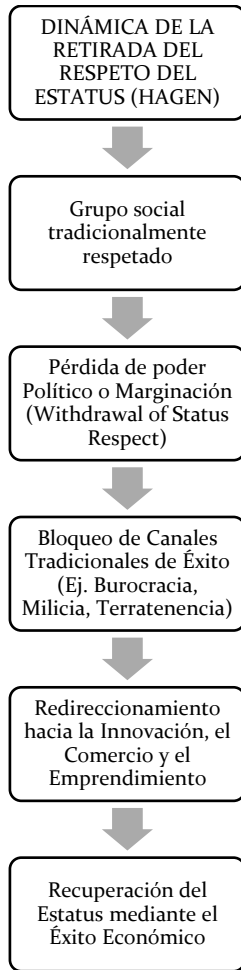
b) *Generación de Disonancia e Inseguridad Psicológica*: La primera generación desplazada experimenta ira y resentimiento. Sin embargo, la educación e interactividad dentro del núcleo familiar transmite a la siguiente generación una necesidad de autoafirmación y superación.

c) *Redireccionamiento hacia Canales Alternativos*: Al estar cerrados los caminos de ascenso político o social, la energía del grupo se canaliza hacia la única esfera donde la élite no ejerce control directo ni valoración tradicional: el comercio, la industria y la innovación tecnológica (Hagen, 1962).

El éxito financiero y la acumulación de capital se convierten en el mecanismo compensatorio fundamental para reconstruir la identidad colectiva y forzar el reconocimiento o la validación frente a la sociedad dominante (Hagen, 1962; Shapero & Sokol, 1982).

Figura 7

Flujo sociodinámico de la retirada del respeto del estatus según Everett Hagen



Nota: elaboración propia

El diagrama anterior ilustra la secuencia sociohistórica mediante la cual la marginación de un colectivo deriva en un incremento de la oferta emprendedora. El proceso se desencadena

cuando un grupo socialmente integrado sufre una pérdida de estatus (*withdrawal of status respect*). Ante la imposibilidad de acceder a los puestos burocráticos o de prestigio tradicional que quedan bloqueados por el grupo dominante, las generaciones subsiguientes canalizan su necesidad de validación hacia la actividad mercantil e industrial. De este modo, la empresa privada actúa como un vehículo de compensación sociológica que permite reconquistar el prestigio robado a través del éxito económico (Hagen, 1962; Shapero y Sokol, 1982).

3.2.2. *Minorías intermedias (middleman minorities) y redes enclave en contextos migratorios*

Complementando la tesis de Hagen, la sociología de las organizaciones ha desarrollado el concepto de las minorías intermedias (*middleman minorities*) para explicar la alta densidad emprendedora en grupos étnicos o religiosos inmigrantes (Bonacich, 1973; Light, 1972). Cuando un colectivo ingresa a un nuevo entorno social, enfrenta barreras de discriminación en el mercado laboral formal e imposibilidad de acceder a cargos públicos.

Esta discriminación externa genera una cohesión interna intensificada (*enclave económico*). La solidaridad grupal reduce los costos de transacción internos y permite la creación de mecanismos informales de financiamiento comunitario (como las asociaciones rotatorias de crédito). La necesidad de supervivencia, sumada a la confianza intraétnica, impulsa la proliferación de pequeños y medianos negocios que atienden tanto a su propia comunidad como al mercado general, convirtiendo la exclusión social en una ventaja competitiva de red (Bonacich, 1973; Portes & Sensenbrenner, 1993).

3.2.3. Modificadores de la oferta: Modelos de rol (Role Models) y aprobación normativa del entorno

En el plano de la sociología contemporánea y la psicología social, la oferta de emprendedores se explica mediante la Teoría del Aprendizaje Social (Bandura, 1977) y la Socialización Secundaria (Berger & Luckmann, 1966).

a) Modelos de rol y transmisión intergeneracional

La probabilidad de que un individuo decida asumir el riesgo de iniciar una empresa se incrementa sustancialmente si ha estado expuesto a modelos de rol familiares o comunitarios (Bosma et al., 2012). Crecer en un entorno donde los padres o referentes cercanos son dueños de negocios otorga dos ventajas críticas:

Capital social y conocimiento tácito: El individuo internaliza rutinas, lenguajes de negociación y formas de resolver problemas que no se enseñan en la educación formal.

Reducción de la Incertidumbre Percibida: El autoempleo no se percibe como un salto al vacío, sino como una trayectoria profesional legítima, viable y deseable (Akerlof & Kranton, 2000; Bosma et al., 2012).

b) Sanción o aprobación cultural del entorno

El condicionamiento social establece los umbrales de tolerancia al riesgo social. En culturas donde el fracaso comercial es estigmatizado moralmente o donde la riqueza se asocia automáticamente a la corrupción o al egoísmo, el "costo social" de emprender es prohibitivo, lo que contrae la oferta de talento empresarial (Krueger et al., 2000).

Por el contrario, cuando la narrativa cultural ensalza la figura de la persona hecha a sí misma (self-made person) y tolera la quiebra como una etapa válida de aprendizaje, las barreras psicológicas disminuyen. Las normas comunitarias actúan así como

un sistema de incentivos o penalizaciones intangibles que modula la inclinación individual hacia la creación de nuevas empresas (Krueger et al., 2000; Thornton, 1999).

3.2.4. Matriz comparativa: Determinantes económicos vs. Determinantes socioculturales de la oferta

Para sintetizar la especificidad de la Teoría de la Oferta Emprendedora, resulta útil contraponer sus variables clave frente a las teorías económicas clásicas:

Tabla 3
Comparación entre la visión económica y la visión sociológica de la oferta emprendedora.

Dimensión de Análisis	Teorías Económicas de la Oferta (Knight / Kirzner)	Teoría de la Oferta Emprendedora (Hagen / Sociología)
Motor de la Acción	Maximización del beneficio esperado y arbitraje de precios.	Búsqueda de estatus, legitimación social y validación identitaria.
Origen del Emprendedor	Agente individual con alta tolerancia al riesgo o alerta cognitiva.	Grupos sociales desplazados, minorías o individuos con modelos de rol.
Mecanismo de Transmisión	Señales de precios y tasas de retorno financiero.	Socialización primaria/secundaria, normas culturales y modelos de rol.
Barrera Principal	Falta de capital, asimetrías de información o incertidumbre.	Estigmatización moral, falta de legitimidad social o discriminación institucional.

Nota: elaboración propia

La Tabla 3 contrasta los enfoques ortodoxos de la economía con la perspectiva sociológica. Mientras que la vertiente económica explica la aparición de emprendedores como una respuesta automática a oportunidades financieras o brechas de precios, la Teoría de la Oferta Emprendedora demuestra que los factores

culturales como la búsqueda de prestigio, la aprobación del grupo de referencia y los condicionamientos históricos son los verdaderos filtros que determinan quiénes están dispuestos a dar el paso hacia la creación de empresas (Hagen, 1962; Krueger et al., 2000).

3.3. Teoría antropológica: el impacto de la cultura y valores ancestrales en la actividad económica

La comprensión del emprendimiento desde una perspectiva antropológica requiere romper con el sesgo eurocéntrico del *homo economicus*. Mientras que la economía neoclásica asume que el comportamiento humano es constitutivamente atomizado, maximizador y orientado a la escasez (Robbins, 1932), la antropología económica sustantivista (Polanyi, 1944, 1957) demuestra que las actividades de producción, distribución y consumo están incrustadas (*embedded*) en relaciones sociales, culturales y religiosas.

3.3.1. Antropología económica sustantivista: Reciprocidad, redistribución e intercambio (Karl Polanyi)

Karl Polanyi (1944) identificó tres principios fundamentales de integración económica que rigen las sociedades humanas:

1. *Reciprocidad*: Movimientos horizontales de bienes y servicios entre grupos simétricamente estructurados, donde el intercambio no busca una ganancia monetaria inmediata, sino la consolidación de alianzas sociales y deberes mutuos (Sahlins, 1972).

2. *Redistribución*: Concentración de la producción en un centro social o comunitario (cacique, consejo de ancianos o autoridad comunal) que luego reasigna los recursos para garantizar la subsistencia colectiva y la equidad interna.

3. *Intercambio*: Mercado regulado por precios, el cual adquiere predominio únicamente en la modernidad capitalista.

En las economías donde priman los valores ancestrales, el emprendimiento no se concibe como un acto de acumulación individual, sino como una función relacional orientada a la reproducción social y ecológica (Godelier, 1986; Narotzky, 1997).

3.3.2. Instituciones comunitarias ancestrales como modelos de gestión: El Ayllu, la Minga y el Ayni dentro del Sumak Kawsay

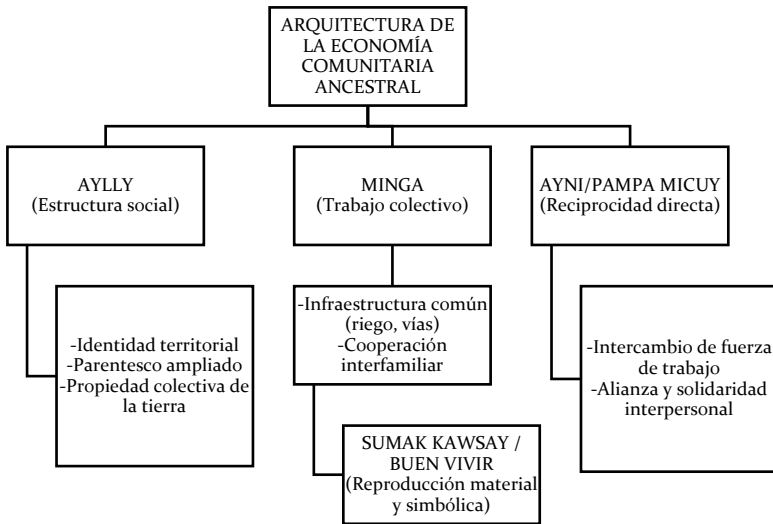
En el ámbito andino y latinoamericano, la racionalidad productiva está moldeada por principios filosófico-ontológicos como el Sumak Kawsay (Buen Vivir) o el Suma Qamaña, que priorizan la armonía comunitaria y el equilibrio con la naturaleza (Pachamama) por encima del crecimiento económico ilimitado (Gudynas, 2011).

Esta cosmovisión se canaliza mediante instituciones centenarias de gobernanza del trabajo y el territorio:

El esquema superior ilustra la interconexión entre las instituciones tradicionales del mundo andino que sustentan el emprendimiento asociativo. El Ayllu constituye el núcleo territorial y de parentesco que administra la propiedad común. La Minga actúa como el mecanismo de movilización de mano de obra a gran escala para bienes públicos y colectivos, mientras que el Ayni o la Pampa Micuy estructuran los intercambios cotidianos de reciprocidad interpersonal y redistribución de alimentos. Estas tres dimensiones convergen en el Sumak Kawsay, asegurando que la actividad productiva esté supeditada al bienestar colectivo y no a la acumulación privada (Gudynas, 2011; Sahlin, 1972).

Figura 8

Estructura institucional de la economía comunitaria ancestral.



Nota: elaboración propia con información de Gudynas (2011), Polanyi (1944) y Sahlins (1972). Muestra la interconexión entre las instituciones tradicionales del mundo andino que sustentan el emprendimiento asociativo y la reproducción social.

a) El ayllu y la propiedad comunal

El Ayllu representa la unidad socioespacial básica de la organización andina. A diferencia de la propiedad privada individual, el uso de la tierra y de los recursos naturales en el Ayllu es colectivo. El emprendedor comunitario no es un "propietario solo", sino un custodio temporal de los bienes comunes que responde ante la asamblea comunal (Temple, 2003).

b) La minga y el ayni

La Minga es una institución de trabajo colectivo solidario donde los miembros de la comunidad unen esfuerzos para construir infraestructura común (canales de riego, senderos, centros de

acopio) o apoyar siembras masivas. El Ayni, por su parte, es la reciprocidad simétrica directa: "hoy por ti, mañana por mí". Ambas figuras eliminan el costo monetario del asalariamiento convencional, sustituyéndolo por compromisos de reciprocidad social (Alberti & Mayer, 1974).

3.3.3. *Mecanismos endógenos de gobernanza, la palabra empeñada y capital social étnico*

En los emprendimientos populares y solidarios, la exigibilidad contractual no descansa en tribunales ni en garantías prendarias bancarias, sino en el capital social étnico y el prestigio moral (Portes & Sensenbrenner, 1993).

- *La Palabra Empeñada y la Sanción Social*: El incumplimiento de una obligación comercial en este esquema no implica únicamente una penalización financiera, sino el ostracismo comunitario o la pérdida del respeto del Ayllu. La confianza interpersonal actúa como un mecanismo que drásticamente reduce los costos de transacción e información (Woolcock & Narayan, 2000).
- *Liderazgos Consensuales y Rotativos*: La toma de decisiones estratégicas dentro de las cooperativas u organizaciones comunitarias suele responder a procesos deliberativos horizontales (minka de ideas), donde la autoridad del líder proviene del servicio prestado previamente a la comunidad (cargos comunitarios) y no de la tenencia accionaria (Temple, 2003).

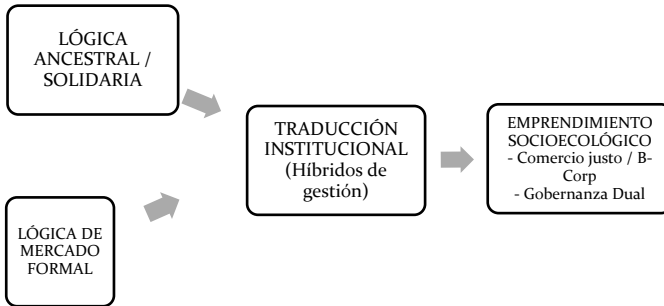
3.3.4. *Fricción cultural (Cultural Friction) e híbridos institucionales en el mercado global*

Cuando los emprendimientos comunitarios intentan escalar, exportar sus productos o acceder al sistema bancario formal, se genera un fenómeno que la antropología denomina fricción cultural (cultural friction) (Tsing, 2005). Los sistemas

financieros convencionales exigen balances contables individualizados, títulos de propiedad privados y rentabilidades financieras a corto plazo, dimensiones que entran en contradicción directa con la lógica comunitaria.

Figura 9

Flujo de traducción e hibridación institucional ante la fricción cultural.



Nota: elaboración propia con información de Dufays y Huybrechts (2014) y Tsing (2005). Esquematiza el proceso mediante el cual las organizaciones comunitarias adaptan herramientas de gestión moderna sin perder sus valores identitarios.

El diagrama anterior esquematiza la resolución de la fricción cultural mediante la Traducción Institucional. A la izquierda, los valores comunitarios aportan la sostenibilidad socioecológica, el capital social y la legitimidad territorial. A la derecha, el mercado formal exige eficiencia técnica, trazabilidad y cumplimiento normativo. A través de la creación de Híbridos Institucionales (como las empresas comunitarias B, marcas colectivas y esquemas de Comercio Justo), las organizaciones logran proteger su patrimonio inmaterial al tiempo que operan con éxito en cadenas globales de valor (Dufays y Huibrechts, 2014; Tsing, 2005).

Capítulo IV

Corriente de la Gestión Empresarial: Estrategia y recursos

4.1. Teoría basada en oportunidades: identificación, creación y explotación

Dentro del campo de la gestión empresarial y la estrategia, el debate epistemológico sobre la naturaleza de las oportunidades constituye la piedra angular del proceso emprendedor.

4.1.1. El nexo individuo-oportunidad (Shane & Venkataraman)

Formulado formalmente por Shane y Venkataraman (2000) en su célebre marco conceptual, el emprendimiento se define no solo por el estudio de los individuos o de los recursos aislados, sino por el análisis del nexo entre los individuos perspicaces y las oportunidades lucrativas. Una oportunidad de negocio se conceptualiza como una situación en la que nuevos bienes, servicios, materias primas o métodos organizativos pueden ser introducidos y vendidos a precios superiores a sus costos de producción (Shane & Venkataraman, 2000). El proceso emprendedor se despliega así a través de tres fases analíticas críticas.

4.1.2. Perspectiva del descubrimiento (objetiva/exógena) vs. Perspectiva constructivista (endógena/creada)

Identificación (Perspectiva del Descubrimiento): Propuesta por la vertiente clásica y de la Escuela Austriaca (Shane, 2000), postula que las oportunidades poseen una existencia objetiva y exógena en el entorno. Estas oportunidades emergen debido a fallas del mercado, asimetrías de información, cambios demográficos o rupturas tecnológicas. El emprendedor, dotado de un corredor de conocimiento previo (prior knowledge corridor) y de perspicacia cognitiva (alertness), actúa como un descubridor de realidades preexistentes pero ocultas para la competencia.

Creación (Perspectiva Constructivista): Desarrollada por teóricos como Alvarez y Barney (2007), sostiene que las

oportunidades no esperan pasivamente a ser descubiertas, sino que son constructos endógenos e interpretativos creados social y socialmente por las acciones organizativas del propio emprendedor. En entornos de alta incertidumbre (donde no existen datos históricos para calcular probabilidades), el emprendedor actúa mediante la experimentación activa, el ensayo y error, y la interacción con los stakeholders, construyendo iterativamente la oportunidad de mercado.

4.1.3. *Decisiones de explotación y captura sostenible de valor*

Explotación: Representa la fase ejecutiva y la movilización de capital. La decisión de explotar una oportunidad identificada o creada depende de un análisis de viabilidad coste-beneficio y de la percepción del umbral de riesgo del agente. Requiere la formalización de la firma, la estructuración de la cadena de valor y el diseño de estrategias comerciales orientadas a la captura sostenible del valor económico generado antes de que los competidores imiten la propuesta (Shane & Venkataraman, 2000).

4.2. Teoría basada en los recursos (RBV): capital financiero, capital humano y capital social/redes de contacto

La Teoría Basada en los Recursos (Resource-Based View o RBV), consolidada por Jay Barney (1991), desplaza el enfoque estratégico desde el análisis del posicionamiento externo en el mercado hacia la configuración interna de la firma.

4.2.1. *El marco VRIO (Valioso, Raro, Inimitable, Organizado) de Jay Barney*

La RBV postula que la fuente primordial de una ventaja competitiva sostenible reside en la posesión y control de recursos y capacidades que exhiban cuatro propiedades críticas conocidas como el marco VRIO: que sean Valiosos (V), Raros (R), Inimitables

(I) y Organizacionalmente explotados (O) (Barney, 1991). Dentro del ecosistema emprendedor, la dotación de capital de la firma se clasifica en tres dimensiones estratégicas:

4.2.2. Gestión del Capital Financiero y control de la tasa de consumo de efectivo (Burn Rate)

El capital financiero constituye la base material inicial indispensable para la operatividad de la firma. Engloba los fondos líquidos, líneas de crédito, capital semilla, aportaciones de socios y mecanismos de capital de riesgo. En las fases iniciales del emprendimiento, el capital financiero tradicional suele ser sumamente escaso debido a los problemas de riesgo moral y asimetrías de información que sufren las entidades crediticias frente a los nuevos proyectos (Stiglitz & Weiss, 1981). Por ende, el manejo estratégico del capital financiero no solo implica la obtención de fondos, sino la optimización de la tasa de consumo de efectivo (burn rate) mediante el bootstrapping y la reinversión eficiente de flujos de caja operativos para evitar la dilución prematura de la propiedad o la quiebra técnica por iliquidez.

4.2.3. Capital Humano como determinante fundamental de la supervivencia empresarial

El capital humano representa el stock de conocimientos, habilidades técnicas, experiencias previas en la industria, capacidades gerenciales y competencias cognitivas que poseen el emprendedor y el equipo fundador (Becker, 1964). La literatura demuestra de forma persistente que el capital humano es el predictor más fuerte del éxito y la supervivencia empresarial (Rauch et al., 2005). Un capital humano robusto facilita la decodificación de las señales complejas del mercado, incrementa la Eficiencia-X organizacional al optimizar los procesos de toma de decisiones internos y dota a la firma de la flexibilidad necesaria para pivotar su modelo de negocio ante choques ambientales severos.

4.2.4. *Capital Social y redes de contacto como mitigación de la debilidad de juventud (Liability of Newness)*

El capital social y redes de contacto se define como la suma de los recursos reales o potenciales que están incrustados, disponibles y derivados de la red de relaciones que posee un individuo o una unidad organizativa (Nahapiet & Ghoshal, 1998). El capital social opera como un catalizador multiplicador de las otras dos formas de capital. Las redes de contacto de un emprendedor, articuladas mediante lazos fuertes y débiles, mitigan las debilidades inherentes a la juventud de la firma (liability of newness). A través de sus conexiones relacionales, el emprendedor accede de forma preferencial y a menores costos de transacción a información privilegiada de la industria, alianzas comerciales con proveedores clave, mentoría de alto nivel y fuentes alternativas de financiación que no estarían disponibles en canales abiertos y formalizados del mercado (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

4.3. Modelos de emprendimiento en la Red (MER) y competitividad

En la economía globalizada contemporánea, la competitividad empresarial ya no se dirime de forma exclusiva a través de batallas individuales entre corporaciones independientes, sino mediante la confrontación estratégica entre redes organizacionales complejas. Los Modelos de Emprendimiento en Red (MER) conceptualizan a la firma no como una entidad autárquica dotada de límites rígidos, sino como un nodo interconectado dentro de una telaraña densa de relaciones interorganizacionales (Johanson & Mattsson, 1988). El MER postula que la internacionalización, escalabilidad y competitividad de los nuevos emprendimientos están fuertemente supeditadas a su capacidad para insertarse e influir en redes de valor preexistentes.

La dinámica del MER altera profundamente las métricas tradicionales de la ventaja competitiva. La posición en la red

(network position) se convierte en un activo estratégico intangible por derecho propio. Las firmas que logran ocupar posiciones de centralidad o actuar como puentes en "agujeros estructurales" (Burt, 1992) obtienen beneficios asimétricos, controlando los flujos de información y coordinando la acción colectiva de la red.

4.3.1. Evolución del pensamiento estratégico: De la firma autárquica a la empresa interconectada

La evolución del pensamiento estratégico clásico estuvo dominada durante décadas por una visión atomizada e individualista de la empresa. Modelos como el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter (1980) presuponían que la firma operaba como una entidad autárquica con fronteras perfectamente delineadas, cuya competitividad dependía casi exclusivamente de su capacidad para erigir barreras de entrada, subyugar a sus proveedores y competir de manera frontal contra sus rivales sectoriales. Sin embargo, la creciente complejidad de los mercados globales, el acortamiento de los ciclos de vida de los productos y la dispersión geográfica del conocimiento tecnológico evidenciaron las limitaciones estructurales de este enfoque cerrado.

La emergencia de los Modelos de Emprendimiento en Red (MER) responde a un cambio de paradigma epistemológico y organizativo, fundamentado en los aportes pioneros de la Escuela de Uppsala (Johanson & Mattsson, 1988) y de la sociología económica contemporánea (Hakansson & Snehota, 1995). El MER postula que la firma no puede ser comprendida de forma aislada, sino como un nodo interconectado y dependiente dentro de una densa telaraña de relaciones interorganizacionales estables. Bajo esta óptica, las fronteras de la empresa se vuelven permeables y difusas.

La competitividad ya no se define como el resultado de la acumulación interna de activos físicos o de la dominación del mercado, sino como la capacidad estratégica de una organización

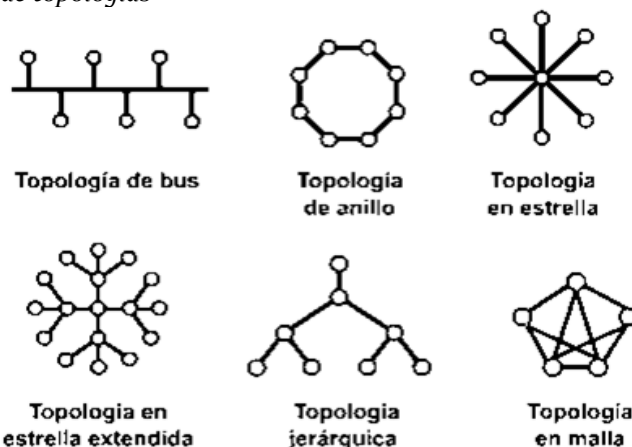
para insertarse de manera óptima en redes de valor complejas, movilizar recursos externos que no posee bajo propiedad directa y coordinar acciones colectivas con múltiples agentes (proveedores, clientes, competidores, universidades y organismos reguladores). El emprendimiento en red, por lo tanto, transforma el acto de emprender: el éxito de un nuevo proyecto no se asocia al heroísmo individual del fundador, sino a su habilidad para tejer, gestionar y apalancar redes relacionales estratégicas.

4.3.2. Arquitectura y tipología de redes interorganizacionales: Centralizadas (Hub-and-Spoke), Densas (Cliques) y Virtuales

Las redes en las que se insertan los nuevos emprendimientos no presentan una morfología homogénea; su estructura geométrica y sus patrones de conectividad ejercen un impacto directo sobre los flujos de información y la flexibilidad estratégica de los nodos. La literatura de redes organizacionales (Provan et al., 2007) clasifica estas arquitecturas en tres grandes categorías operativas:

Figura 10

Tipos de topologías



a) Redes centralizadas (Estructuras Hub-and-Spoke)

En esta configuración, la red órbita alrededor de un nodo central dominante, comúnmente denominado firm hub o corporación tractora. Este actor central actúa como el orquestador exclusivo de la red, controlando las directrices de diseño, fijando los estándares de calidad, centralizando la captura del valor económico y distribuyendo tareas periféricas a pequeñas y medianas empresas o microemprendimientos asociados. Si bien esta estructura provee altos niveles de estabilidad operativa y reduce la incertidumbre de mercado para los nodos satélites, genera una relación de dependencia asimétrica que puede derivar en la expropiación de rentas y en una severa limitación de la autonomía estratégica del emprendedor.

b) Redes densas u horizontales (Cliques)

Se caracterizan por una alta interconectividad entre todos los participantes, donde prácticamente cada nodo mantiene un vínculo directo con los demás miembros del ecosistema. Esta topología es característica de los distritos industriales tradicionales (clústeres) y de los sistemas cooperativos locales. La densidad de la red maximiza los niveles de confianza mutua, reduce los costos de transacción formalizados y facilita mecanismos de control social endógenos, donde las conductas oportunistas son sancionadas mediante el ostracismo comunitario. No obstante, estas redes corren el riesgo de volverse endogámicas, limitando la entrada de ideas disruptivas externas y generando una ceguera colectiva ante cambios radicales en el entorno macroeconómico.

c) Redes virtuales y dinámicas

Constituyen redes flexibles, temporales y geográficamente dispersas de empresas independientes que se unen de forma modular para explotar una oportunidad de mercado específica (por ejemplo, consorcios de exportación o redes de desarrollo de

software open-source). Estas estructuras carecen de un centro jerárquico rígido y se coordinan mediante plataformas digitales y contratos relacionales basados en el desempeño. Ofrecen la máxima agilidad estratégica y permiten a los emprendedores competir en mercados internacionales de alta escala sin incurrir en inversiones en activos fijos, aunque exigen competencias avanzadas de coordinación a distancia y una gestión rigurosa de la propiedad intelectual.

4.3.3. Métricas sociométricas (grado, intermediación, cercanía) y ventajas posicionales en agujeros estructurales

Para evaluar con precisión matemática el impacto de la red sobre la competitividad de una firma, la gestión empresarial ha integrado las herramientas analíticas del Análisis de Redes Sociales (ARS) desarrollado por Ronald Burt (1992) y Mark Granovetter (1973). La posición que ocupa una empresa dentro de la topología de la red determina su acceso a recursos críticos y su poder de negociación. Tres métricas de centralidad resultan esenciales en este análisis:

a) Centralidad de grado (Degree Centrality)

Mide el número absoluto de vínculos directos que posee una firma con otros actores de la red. Una alta centralidad de grado dota al emprendimiento de múltiples canales alternativos de suministro y comercialización, disminuyendo su vulnerabilidad frente a la deserción o quiebra de un proveedor o cliente específico. Es un indicador directo del tamaño y la diversidad del portafolio relacional inmediato de la empresa.

b) Centralidad de intermediación (Betweenness Centrality)

Cuantifica la frecuencia con la que un nodo actúa como un puente o paso obligado a lo largo de la ruta más corta que conecta a otros dos actores de la red. Las firmas con una elevada intermediación controlan los flujos de información y recursos entre

subgrupos que, de otro modo, estarían desconectados. Esta posición otorga un inmenso poder de arbitraje y una capacidad superior para filtrar, retrasar o acelerar la transmisión de saberes y tecnologías en el ecosistema.

c) Centralidad de cercanía (Closeness Centrality)

Indica la capacidad de un nodo para acceder a todos los demás miembros de la red a través de la menor cantidad posible de pasos intermediarios. Una firma con alta cercanía requiere menos tiempo y esfuerzo operacional para comunicar sus visiones, detectar cambios en las tendencias globales del sector y movilizar recursos de terceros en situaciones de emergencia, lo que se traduce en una agilidad competitiva superior.

Esta ventaja posicional se potencia sustancialmente cuando la empresa logra posicionarse en lo que Burt (1992) denominó agujeros estructurales (structural holes). Un agujero estructural representa la ausencia de una conexión directa entre dos clusters o mercados que poseen información y recursos complementarios. El emprendedor que actúa como un broker relacional uniendo ambos clusters obtiene una ventaja competitiva extraordinaria: accede de forma primaria a flujos de información heterogéneos y no redundantes, lo que multiplica su capacidad para identificar oportunidades de innovación radical mediante la recombinación de tecnologías de industrias disímiles.

4.3.4. El fenómeno de la co-opetición (Coopetition) y la gobernanza del riesgo moral

Uno de los aportes más disruptivos de los Modelos de Emprendimiento en Red es la formalización estratégica de la co-opetición, constructo acuñado por Brandenburger y Nalebuff (1996) mediante la aplicación de la teoría de juegos al management. La co-opetición define una relación dual y simultánea donde las firmas cooperan activamente en fases tempranas o precompetitivas

de la cadena de valor (como la investigación básica en I+D, la negociación colectiva con grandes proveedores de materias primas o la creación de infraestructura logística compartida) y, al mismo tiempo, compiten ferozmente en los mercados de consumo finales por la captura de clientes y participación de mercado.

La lógica matemática de la co-opetición demuestra que, mediante la cooperación mutua, los competidores pueden expandir de manera significativa el tamaño total del mercado (crear un "pastel" económico más grande), algo que les resultaría imposible lograr operando de forma aislada debido a las deseconomías de escala y a los elevados costos de inversión tecnológica. Posteriormente, mediante la competencia, cada firma busca retener la mayor porción posible de ese valor creado.

Sin embargo, la gobernanza de las relaciones co-opetitivas es sumamente compleja y está sujeta a severos problemas de riesgo moral y asimetrías de información (Stiglitz & Weiss, 1981). Al colaborar con un competidor directo, la empresa se expone al riesgo de la fuga o expropiación involuntaria de su conocimiento tácito central (core competencies), así como a conductas oportunistas donde una de las partes reduce su nivel de esfuerzo contractual esperando beneficiarse de las inversiones de la otra.

4.3.5. La paradoja de la interdependencia y la trampa del encierro relacional (Lock-in)

A pesar de las evidentes virtudes de los Modelos de Emprendimiento en Red para potenciar la competitividad de las nuevas firmas, la literatura estratégica advierte sobre la existencia de la paradoja de la interdependencia (Uzzi, 1997). Si bien un nivel elevado de inserción relacional (embeddedness) es indispensable para acceder a recursos y construir legitimidad en las etapas iniciales de la firma, una dependencia excesiva de la red puede transformarse en una trampa estructural que erosione la capacidad de supervivencia a largo plazo.

Esta patología organizativa se conoce como el efecto lock-in o encierro relacional. Ocurre cuando un emprendimiento especializa en tal grado sus activos, procesos y tecnologías para satisfacer las demandas exclusivas de su red relacional actual que pierde por completo la capacidad de conectarse con mercados externos o adoptar paradigmas tecnológicos alternativos. Uzzi (1997) demostró empíricamente que las firmas atrapadas en redes hiper-densas sufren de una pérdida de flexibilidad cognitiva: los canales de información se vuelven redundantes, circulando repetidamente los mismos datos e ideas.

Cuando el entorno macroeconómico experimenta una ruptura disruptiva, estas redes cohesionadas tienden a cerrarse sobre sí mismas en un intento de autoprotección, ignorando las señales externas de cambio. La firma incrustada se ve arrastrada por la inercia del clúster o de la red en decadencia, quedando incapacitada para desinvertir en las relaciones obsoletas debido a los elevadísimos costos de salida emocionales, sociales y económicos. La competitividad sostenible en el marco del MER exige, por ende, una gestión ambidiestra de los vínculos relacionales: el emprendedor debe mantener un núcleo de lazos fuertes que le provean estabilidad y confianza profunda, pero conservando simultáneamente un portafolio dinámico de lazos débiles y conexiones periféricas temporales que operen como antenas radar para la detección temprana de innovaciones y mercados emergentes fuera de su zona de confort organizativa.

4.3.6. Redes y competitividad en economías populares, solidarias y cooperativas

Cuando los Modelos de Emprendimiento en Red se trasladan al plano empírico de las economías populares y los sistemas financieros de economía social y solidaria, los MER adquieren una relevancia teórica y práctica aún más pronunciada. En estos entornos, caracterizados por la exclusión del circuito bancario comercial tradicional y la escasez crónica de capital

financiero formalizado, la articulación de redes horizontales constituye la única estrategia viable para competir frente a estructuras de mercado oligopólicas consolidadas.

Las cooperativas de ahorro y crédito, los productores agrícolas asociados y los microemprendimientos comunitarios implementan MER basados en redes de ayuda mutua e intermediación no monetaria. A través de la federación e integración en redes de segundo y tercer nivel (consorcios cooperativos, redes de comercio justo), estas organizaciones logran la agregación de la oferta y la centralización de las captaciones de ahorro, lo que les permite alcanzar las economías de escala críticas indispensables para diluir costos operativos y financiar proyectos de inversión tecnológica de gran envergadura.

La competitividad en este subsector no se mide bajo parámetros de rentabilidad financiera puramente especulativa, sino mediante la resiliencia del tejido socioeconómico territorial y la retención del valor excedente dentro de la propia comunidad, demostrando que la eficiencia económica y la solidaridad relacional pueden coexistir de manera sinérgica a través de una adecuada arquitectura en red.

Conclusiones

El análisis desarrollado permite concluir que el emprendimiento constituye un fenómeno multidimensional cuya comprensión requiere articular perspectivas económicas, psicológicas, sociológicas, antropológicas y administrativas. Ninguna corriente, considerada de manera aislada, explica plenamente la decisión de emprender, la supervivencia empresarial ni la generación de valor. La convergencia teórica examinada demuestra que mercados, capacidades personales, relaciones sociales, instituciones, cultura y recursos organizacionales interactúan de forma permanente, configurando trayectorias empresariales diversas, dinámicas y sujetas a incertidumbre en múltiples niveles.

La revisión de la corriente económica confirma que la figura emprendedora evolucionó desde funciones vinculadas con riesgo, coordinación productiva y competencia hacia interpretaciones centradas en innovación, conocimiento disperso, incertidumbre y descubrimiento de oportunidades. Tal evolución amplió el alcance explicativo de la economía. El emprendedor aparece como agente capaz de interpretar señales imperfectas, reasignar recursos y responder ante desequilibrios, mientras la eficiencia interna condiciona la capacidad organizacional para transformar oportunidades percibidas en resultados sostenibles en mercados.

La distinción entre riesgo medible e incertidumbre radical permite comprender con mayor precisión la naturaleza del juicio empresarial. Emprender implica decidir cuando la información disponible resulta incompleta y cuando los resultados futuros carecen de probabilidades plenamente calculables. Por ello, el beneficio empresarial guarda relación con la capacidad de asumir responsabilidad frente a escenarios inéditos. La incertidumbre deja

de representar una anomalía y pasa a constituir una condición inherente a innovación, cambio tecnológico y transformación competitiva.

Desde la perspectiva psicológica, los hallazgos permiten reconocer que la conducta emprendedora se relaciona con disposiciones individuales, motivaciones y capacidades adaptativas, aunque ningún rasgo garantiza por sí mismo el desempeño empresarial. Necesidad de logro, apertura, responsabilidad, control interno, autoeficacia, ingenio personal y resiliencia favorecen iniciativa y persistencia. Sin embargo, su influencia depende de decisiones, aprendizaje y condiciones externas. Una lectura equilibrada evita convertir al emprendedor en un perfil psicológico rígido o universalmente reproducible en escenarios.

El análisis del lugar de control y de la resiliencia muestra que la percepción de agencia fortalece la respuesta frente a dificultades, errores y crisis propias de la actividad empresarial. Atribuir capacidad de intervención personal puede estimular persistencia y corrección estratégica. No obstante, un control interno excesivo puede alimentar optimismo injustificado, subestimación del riesgo o resistencia al cambio. La fortaleza psicológica resulta más productiva cuando incorpora autocritica, aprendizaje, flexibilidad cognitiva y reconocimiento de restricciones objetivas.

Las perspectivas sociológica y antropológica amplían la explicación al demostrar que emprender constituye una práctica situada, influida por normas, redes, legitimidad, modelos de rol, vínculos comunitarios y valores culturales. Las oportunidades no adquieren significado económico al margen de relaciones. El capital social facilita información, confianza, cooperación y acceso a recursos, aunque también puede generar dependencia o cierre relacional. Por tanto, la iniciativa individual se comprende dentro de estructuras colectivas que habilitan o restringen acciones.

La revisión de formas comunitarias andinas permite reconocer que la actividad emprendedora puede organizarse mediante principios distintos de la acumulación individual. Ayllu, Minga y Ayni muestran mecanismos de propiedad compartida, trabajo cooperativo, reciprocidad y responsabilidad colectiva orientados al bienestar común. Tales instituciones revelan que eficiencia económica y cohesión social pueden articularse mediante reglas culturalmente arraigadas. También evidencian que confianza, prestigio y compromiso comunitario funcionan como recursos capaces de reducir costos de coordinación y transacción regional.

La interacción entre lógicas comunitarias y exigencias del mercado global evidencia tensiones que requieren adaptación institucional. Escalar, formalizar operaciones o participar en cadenas de valor demanda eficiencia, trazabilidad y cumplimiento normativo, mientras las organizaciones buscan preservar identidad, reciprocidad y legitimidad territorial. Los modelos híbridos ofrecen una vía para conciliar ambas racionalidades sin reducir una a la otra. La sostenibilidad empresarial adquiere, por consiguiente, una dimensión cultural y socioecológica vinculada con equilibrio entre competitividad y pertenencia.

La corriente de gestión empresarial confirma que una oportunidad puede ser identificada a partir de cambios externos o construida mediante experimentación, aprendizaje e interacción con actores relevantes. En ambos casos, percibir posibilidades de mercado resulta insuficiente sin capacidad de explotación. Convertir una idea en valor requiere evaluar viabilidad, movilizar capital, organizar actividades y diseñar mecanismos de captura sostenible. El emprendimiento aparece entonces como proceso estratégico donde percepción, acción y ajuste se integran bajo condiciones cambiantes.

La teoría basada en recursos aporta una conclusión complementaria: la ventaja competitiva depende de la calidad,

combinación y organización de activos financieros, humanos y relacionales. Disponer de recursos no garantiza desempeño. Su valor surge cuando capacidades pueden aprovecharse de manera coherente, difícil de imitar y orientada hacia objetivos. El capital humano fortalece decisiones y adaptación; el capital financiero sostiene operaciones; las redes facilitan acceso, legitimidad e información. La gestión determina posibilidades de supervivencia y crecimiento.

Los modelos de emprendimiento en red muestran que la competitividad contemporánea rebasa los límites internos de la empresa. Alianzas, vínculos interorganizacionales y posiciones permiten compartir conocimiento, acceder a recursos y ampliar oportunidades. Sin embargo, la interdependencia introduce riesgos de oportunismo, dependencia y encierro relacional. La cooperación requiere gobernanza, confianza y capacidad de preservar autonomía estratégica. En consecuencia, las redes generan ventajas cuando complementan capacidades internas, diversifican relaciones y mantienen margen para aprender, negociar y reconfigurarse.

En conjunto, la investigación alcanza su propósito al integrar corrientes históricas y contemporáneas dentro de una interpretación amplia del fenómeno emprendedor. El recorrido realizado permite comprender que crear valor exige articular juicio económico, capacidades personales, legitimidad social, identidad cultural, recursos y estrategia. La conclusión reside en abandonar explicaciones reduccionistas y reconocer relaciones recíprocas entre individuo, mercado, comunidad y organización. Tal comprensión fortalece investigación, formación, gestión y políticas orientadas hacia emprendimientos innovadores, resilientes y socialmente responsables.

Referencias Bibliográficas

- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715-753. <https://doi.org/10.1162/003355300554881>
- Alberti, G., & Mayer, E. (1974). *Reciprocidad e intercambio en los Andes peruanos*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Arrow, K. J., & Debreu, G. (1954). Existence of an equilibrium for a competitive economy. *Econometrica*, 22(3), 265-290. <https://doi.org/10.2307/1907353>
- Audretsch, D. B. (2012). Entrepreneurship research. *Management Decision*, 50(5), 755-764. <https://doi.org/10.1108/00251741211227384>
- Bain, J. S. (1956). *Barriers to new competition: Their character and consequences in manufacturing industries*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/harvard.9780674188037>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman and Company.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 38(5), 583-594. <https://doi.org/10.2307/2094409>
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models.

- Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410–424.
<https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.08.005>
- Brandenburger, A. M., & Nalebuff, B. J. (1996). *Co-opetition*. Currency/Doubleday.
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. En C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 39–57). Prentice-Hall.
- Burch, E., Christensen, H., & Brooks-Pollock, E. (2016). *Risk and uncertainty in decision-making models*. Academic Press.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Fletcher Gyles.
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386–405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional manual*. Psychological Assessment Resources.
- Dufays, F., & Huybrechts, B. (2014). Connecting the dots for social value creation: Towards a multi-level approach to social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(2), 231–256.
<https://doi.org/10.1080/19420676.2014.880591>
- Foss, N. J., & Klein, P. G. (2012). *Organizing entrepreneurial judgment: A new approach to the firm*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139021173>
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
<https://doi.org/10.1177/104225878801200401>

- Godelier, M. (1986). *The mental and the material: Thought, economy and society*. Verso.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
<https://doi.org/10.1086/228311>
- Gudynas, E. (2011). Buen Vivir: Today's tomorrow. *Development*, 54(4), 441–447.
<https://doi.org/10.1057/dev.2011.86>
- Hagen, E. E. (1962). *On the theory of social change: How economic growth begins*. Dorsey Press.
- Håkansson, H., & Snehota, I. (Eds.). (1995). *Developing relationships in business networks*. Routledge.
- Hayek, F. v. (1945). The use of knowledge in society. *The American Economic Review*, 35(4), 519–530.
- Hayek, F. v. (1948). *Individualism and economic order*. University of Chicago Press.
- Jevons, W. S. (1871). *The theory of political economy*. Macmillan and Co.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1985). *Discovery and the capitalist process*. University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1995). *The driving force of the market: Essays in Austrian economics*. Routledge.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Houghton Mifflin Company.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

- Landström, H. (2005). *Pioneers in entrepreneurship and small business research*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/b102098>
- Langlois, R. N., & Cosgel, M. M. (1993). Frank Knight on risk, uncertainty, and the firm: A rehearing. *Economics and Philosophy*, 9(1), 45–64.
<https://doi.org/10.1017/S026626710000005X>
- Leibenstein, H. (1966). Allocative efficiency vs. X-efficiency. *The American Economic Review*, 56(3), 392–415.
- Leibenstein, H. (1975). Aspects of the X-efficiency theory of the firm. *The Bell Journal of Economics*, 6(2), 580–606. <https://doi.org/10.2307/3003243>
- Leibenstein, H. (1978). *General X-efficiency theory and economic development*. Oxford University Press.
- Light, I. H. (1972). *Ethnic enterprise in America: Business and welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*. University of California Press.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford University Press.
- Mason, E. S. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise. *The American Economic Review*, 29(1), 61–74.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. D. Van Nostrand Company. <https://doi.org/10.1037/14359-000>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
<https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Narotzky, S. (1997). *New directions in economic anthropology*. Pluto Press.
- Polanyi, K. (1944). *The great transformation: The political and economic origins of our time*. Farrar & Rinehart.
- Polanyi, K. (1957). *Trade and market in the early empires: Economies in history and theory*. Free Press.

- Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. Anchor Day Books.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Portes, A., & Sensenbrenner, J. (1993). Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, 98(6), 1320–1350. <https://doi.org/10.1086/230191>
- Provan, K. G., Fish, A., & Sydow, J. (2007). Interorganizational networks at the network level: A review of the empirical on whole networks. *Journal of Management*, 33(3), 479–516. <https://doi.org/10.1177/0149206307302554>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between entrepreneurs' personality traits and business creation and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Rauch, A., Frese, M., & Utsch, A. (2005). Effects of human capital and business owners' support on success of small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 481–496. <https://doi.org/10.1108/14626000510628170>
- Robbins, L. (1932). *An essay on the nature and significance of economic science*. Macmillan.
- Rosenbaum, M. (1990). *Learned resourcefulness: On coping skills, self-control, and adaptive behavior*. Springer Publishing Company.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Sahlins, M. (1972). *Stone age economics*. Aldine-Atherton.
- Samuelson, P. A. (1947). *Foundations of economic analysis*. Harvard University Press.

- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
<https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.
<https://doi.org/10.1287/orsc.11.4.448.14602>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
<https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. W. Strahan and T. Cadell.
- Spender, J. C. (2014). *Business strategy: Managing in uncertainty*. Oxford University Press.
- Stigler, G. J. (1951). The division of labor is limited by the extent of the market. *Journal of Political Economy*, 59(3), 185-193. <https://doi.org/10.1086/257075>
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393-410.
- Temple, D. (2003). *Las estructuras elementales de la reciprocidad*. Plural Editores.
- Terán-Yépez, E. (2018). *Evolución de las teorías económicas del emprendimiento*. Editorial Académica Española.
- Terán-Yépez, E., & Guerrero-Mora, D. (2020). Teorías del emprendimiento: Una revisión sistemática de la

- literatura. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 12(2), 45-68.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25(1), 19-46.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.25.1.19>
- Tirole, J. (1988). *The theory of industrial organization*. MIT Press.
- Tsing, A. L. (2005). *Friction: An ethnography of global connection*. Princeton University Press.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67.
<https://doi.org/10.2307/2393808>
- Walras, L. (1874). *Éléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale*. Guillaumin.
- Weber, M. (1905). *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. Mohr Siebeck.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

“Comprender el emprendimiento
desde **múltiples disciplinas**
permite construir sociedades
**más innovadoras, inclusivas
y sostenibles.**”




EDITORIAL
SAGA

ISBN: 978-9907-803-71-6

