

Estructura Conceptual del Emprendimiento y Capital Social*

Conceptual Structure of Entrepreneurship and Social Capital

Recibido: junio 10 de 2020 - Evaluado: julio 2 de 2020 - Aceptado: septiembre 28 de 2020

Martin Eugenio Carvajal-Henao **
Dahiana Ramírez-Carvajal ***
Adriana Toro-Cardona****

Para citar este artículo / To cite this Article

M. E. Carvajal-Henao, D. Ramírez-Carvajal, y A. Toro-Cardona, “Estructura Conceptual del Emprendimiento y Capital Social” Revista de Ingenierías Interfaces, vol. 3, no. 2, pp.1-19, 2020.

Resumen

Esta investigación describe la importancia, evolución y estructura conceptual del emprendimiento y capital social durante los últimos 18 años. Para este fin, se usa como base la plataforma de consulta Web of Science y partiendo de herramientas cuantitativas, se realiza un análisis de las publicaciones realizadas en el tema, además de un análisis de citas. Luego se aplicó el algoritmo Tree of Science (ToS) y, finalmente, se identifican las subáreas del tema abordado. Este trabajo muestra tres subáreas: la primera da a conocer las oportunidades del capital social para la realización de los proyectos. La segunda muestra cómo la generación de redes empresariales ayuda a la consecución de recursos y genera oportunidades de negocio. Por último, la tercera determina cómo se generan las redes de Integración Social a partir de las redes empresariales. Este artículo, explora el empalme existente entre el capital social, el emprendimiento y la generación de redes empresariales, con el fin de generar mayores recursos y fortalecer el crecimiento y surgimiento de nuevas empresas a través de lazos fuertes y débiles generados en dichas redes. De igual manera, este trabajo expone cómo los líderes empresariales deben aprovechar su capital humano, ubicándolo de tal manera que puedan generar nuevas oportunidades para la organización mediante el aprovechamiento de sus capacidades, conocimientos previos y redes sociales.

Palabras clave: emprendimiento, evolución, oportunidad, redes empresariales, capital social.

*Artículo inédito: “Estructura Conceptual del Emprendimiento y Capital Social”.

**Correo electrónico: Martin.carvajalhe@amigo.edu.co

***Correo electrónico: dahiana.ramirezca@amigo.edu.co

****Correo electrónico: adrian.toroca@amigo.edu.co

Por último, cabe resaltar que en este trabajo se muestra como el capital social es relevante en la creación de redes empresariales y comunidades internas a través de procesos de cooperación. Como complemento es de gran relevancia tener en cuenta el capital cultural del mercado objetivo ya que conociéndolo se tendrá mayor aceptación de las empresas emergentes. Futuras investigaciones podrían ampliar estas subáreas.

Abstract

This research describes the importance, evolution and conceptual structure of entrepreneurship and social capital during the last 18 years. For this purpose, the Web of Science consultation platform is used as a basis and based on scientometric tools, an analysis of the publications made on the subject is carried out, in addition to an analysis of citations. Then the Tree of Science (ToS) algorithm was applied and, finally, the subareas of the topic addressed were identified. This work shows three subareas: the first shows the opportunities of social capital to carry out projects. The second shows how the generation of business networks helps to obtain resources and generates business opportunities. Finally, the third determines how Social Integration networks are generated from business networks. This article explores the connection between social capital, entrepreneurship and the generation of business networks, in order to generate greater resources and strengthen the growth and emergence of new companies through strong and weak ties generated in these networks. In the same way, this work exposes how business leaders should take advantage of their human capital, placing it in such a way that they can generate new opportunities for the organization by taking advantage of their capacities, previous knowledge and social networks. Finally, it should be noted that this work shows how social capital is relevant in the creation of business networks and internal communities through cooperation processes. As a complement, it is of great relevance to take into account the cultural capital of the target market since knowing it will have a greater acceptance of emerging companies. Future research could expand these subareas.

Keywords: entrepreneurship, evolution, opportunities, business networks, social capital.

1. Introducción

El capital social en el emprendimiento es de vital importancia debido a que depende de una innovación personal y por ende del entorno para evitar su estancamiento, dando la fuerza necesaria para continuar con su evolución, y así ser la base para la generación de nuevos conocimientos [1]. Uno de sus principales beneficios es que se convierte en el pilar de la entidad al ser práctico en la consecución de objetivos, aumentando así su ventaja competitiva y demostrando el valioso desempeño que posee un individuo al interior de una organización. además de brindar el acceso de las empresas a la indagación de conocimientos basados en los procesos colectivos. El capital social es la base para reconocer y aprovechar las nuevas oportunidades. Así mismo Osorio [2], realiza una revisión literaria sobre la relación de emprendimiento y liderazgo llegando a la conclusión

que los líderes deben tener la capacidad para desarrollar un emprendimiento y la creación de empleo.

Para entender el concepto capital social se han encontrado muchas personas interesadas en el tema, expertos en diferentes materias que intentan aclarar las dudas, respecto a cómo las diferentes interacciones sociales podrían dar solución a problemas de exclusión empresarial [3], arrojando así ciertas respuestas a las preguntas que existen sobre la teoría del emprendimiento. Al no tenerse la claridad adecuada se podría identificar la importancia para aplicarlas al interior de las entidades que se esfuerzan por estar siempre en una constante evolución [4]. Debido a esto, Stam et al [5] realizan un meta análisis encaminado a determinar las relaciones entre los emprendedores y las pequeñas empresas, mostrando que el vínculo entre capital social y el desempeño es positiva.

Para lograr el objetivo, primero se lleva a cabo una consulta en WoS sobre "entrepreneur* and social capital". se carga a la plataforma web ToS. Por último, se dan a conocer las investigaciones de acuerdo a su ubicación en el árbol, en la raíz los clásicos, en el tronco los estructurales y, finalmente, en las hojas los artículos más recientes. Esto permite entender el concepto y los aportes que se han realizado. De igual manera, determinar las subáreas del tema.

Se da continuidad a la metodología, explicando el proceso de búsqueda de los principales trabajos. Después se resaltan cronológicamente los aportes más destacados hasta las diferentes subáreas identificadas tales como: oportunidades del capital social, generación de redes empresariales y redes de integración social. Se concluye que la clave que tiene el emprendimiento y capital social en la generación de ventajas competitivas de empresas, es el aporte en el cambio sobre las prácticas de gestión empresarial.

2. Materiales y Métodos

La metodología se estructuró en tres momentos (Figura 1), inicialmente se realizó un análisis sobre la importancia del tema con indicadores bibliométricos. Después se analizó la cronología usando la metáfora del árbol. Por último, se extrajeron las subáreas del tema de investigación a partir de las citaciones. Se generó el mapa de los artículos y su interacción utilizando la teoría de grafos que propuso en 1941 Leonhard Euler, aplicada ampliamente en investigaciones en las ciencias sociales [6]. Con ella se extrae información relevante de las características de la red. Para ello se empleó la herramienta Gephi, que permite el análisis y la visualización de la red [7]. El análisis bibliométrico se realizó mediante la herramienta Bibliometrix, con esta se facilita el mapeo científico [8]. Se observa con Gephi y se evalúan los indicadores como el Indegree que hace referencia al número de citaciones de un artículo en particular, el Outdegree se refiere a la cantidad de veces de citaciones que se hace en un trabajo a otros, también se considera como el número de enlaces que tiene este [9]. Esta metodología ha sido validada por otras investigaciones [10], [11].

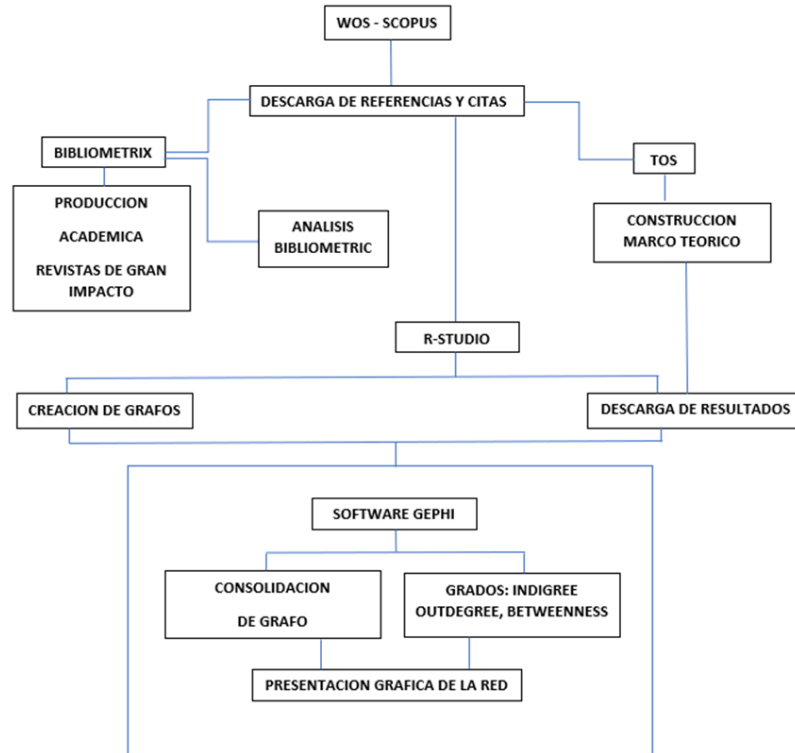


Figura 1. Pasos para identificar los artículos.

Fuente: Autores

Paso 1: Análisis bibliométrico

En la construcción del artículo, se usaron herramientas para obtener una respuesta de la historia y/o evolución del emprendimiento y capital social y sus diferentes Subáreas. Primero se ingresó a Web of Science (Wos) para buscar artículos científicos referentes al tema en desarrollo. Se realiza la búsqueda con el parámetro en Title: entrepreneur* y en tema: "social capital" los resultados dieron 485 registros.

Paso 2: Tree of Science

Los resultados, se cargaron en (ToS) [12]. Esto facilita la comprensión práctica del estado del arte mediante la búsqueda realizada en WoS. El algoritmo de ToS tiene su base en la teoría de grafos, en ella las investigaciones son representadas por nodos y las citas como links. Así, cada nodo es un segmento del conocimiento ubicado en la red. Los más importantes se identifican por su posición, que es definida por los links conectores. Es por ello, que los artículos de la raíz son los que citan más en el tema emprendimiento y capital social, las investigaciones del tronco citan a la raíz y a su vez son citados por artículos de las hojas. Finalmente, en las hojas se ubican artículos que citan a las anteriores categorías. Con ello, la información se presenta en forma de árbol.

Paso 3: Análisis de citas

Se procede a analizar y estudiar los artículos con mayor relevancia, seleccionando cinco de cada área. De esta manera, se tiene una visión de la historia, bases y desarrollos del emprendimiento y capital social según los análisis obtenidos por autores citados, logrando una completa orientación y acercarnos un poco más al objetivo principal. Identificadas las investigaciones, se examinaron los conceptos más relevantes para obtener una visión amplia del tema y presentarlo cronológicamente. Realizando una búsqueda respecto a las citas obtenidas vemos cuáles son las más notorias según la Figura 2, nos demuestra que desde hace mucho tiempo se tienen unas bases y grandes aportes por parte de diferentes personajes mencionados.

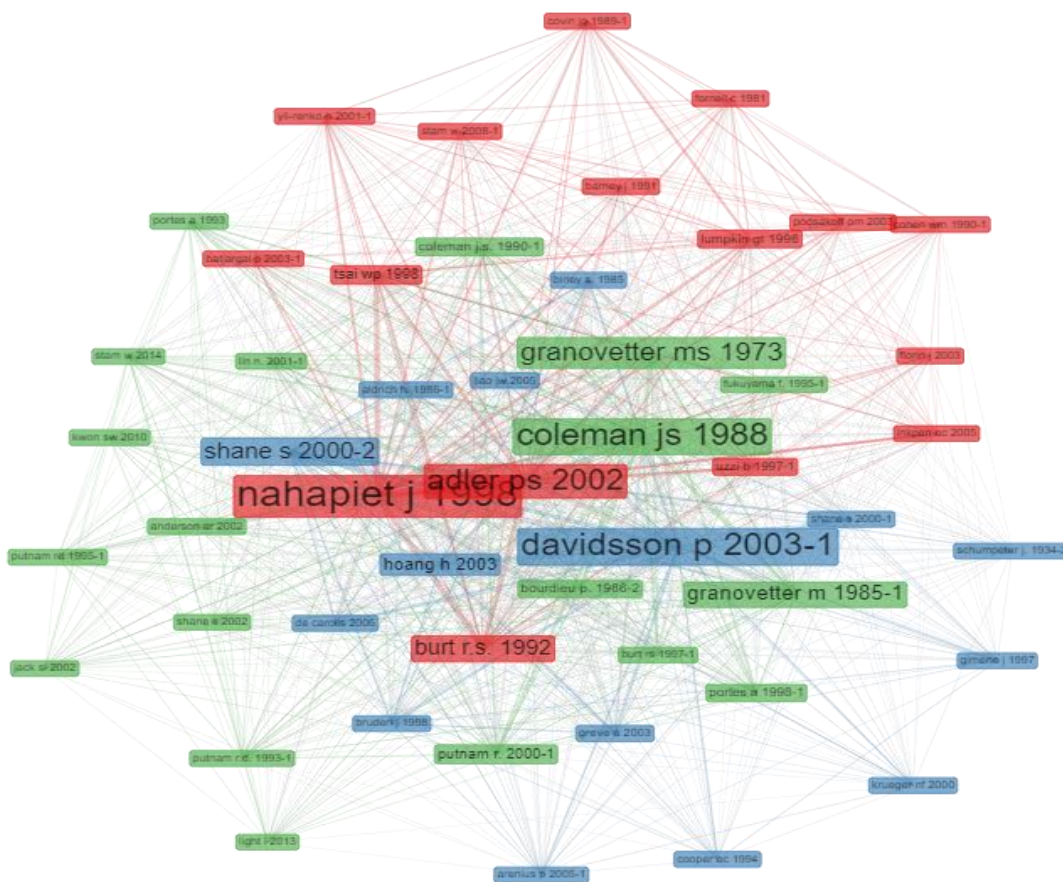


Figura 2. Citaciones importantes.

Fuente: Autores

En la Figura 3, se determinan la gran cantidad de redes de citas resaltando sus nodos y zonas más importantes. Se identifica el nivel de profundidad en cada enlace y como surgen según su importancia las subáreas, con ayuda de las herramientas de estudio que nos da un enfoque más claro respecto al tema.



Figura 2. Red de citas del capital social y emprendimiento.
Fuente: Autores

3. Resultados y discusión

Importancia

La Figura 4, muestra la producción científica publicada en WoS y Scopus del Emprendimiento y Capital Social, entre los años 2001 y 2019. Para el año 2004 se habían publicado 8 documentos, este periodo fue el menos productivo. Posterior a esto, se ve un incremento en el interés de la comunidad científica en la publicación de artículos sobre el tema, entre el año 2005 y 2012, representando un 19% del total de publicaciones. La tasa

anual de crecimiento es del 22%, También se resalta, la similitud entre ambas bases de datos en cuanto al número de publicaciones para los últimos 8 años. A partir del 2012, se ve un aumento positivo en la base de datos de WoS y una baja en Scopus sin dejar atrás su importante aporte evolutivo al tema emprendimiento y capital social.

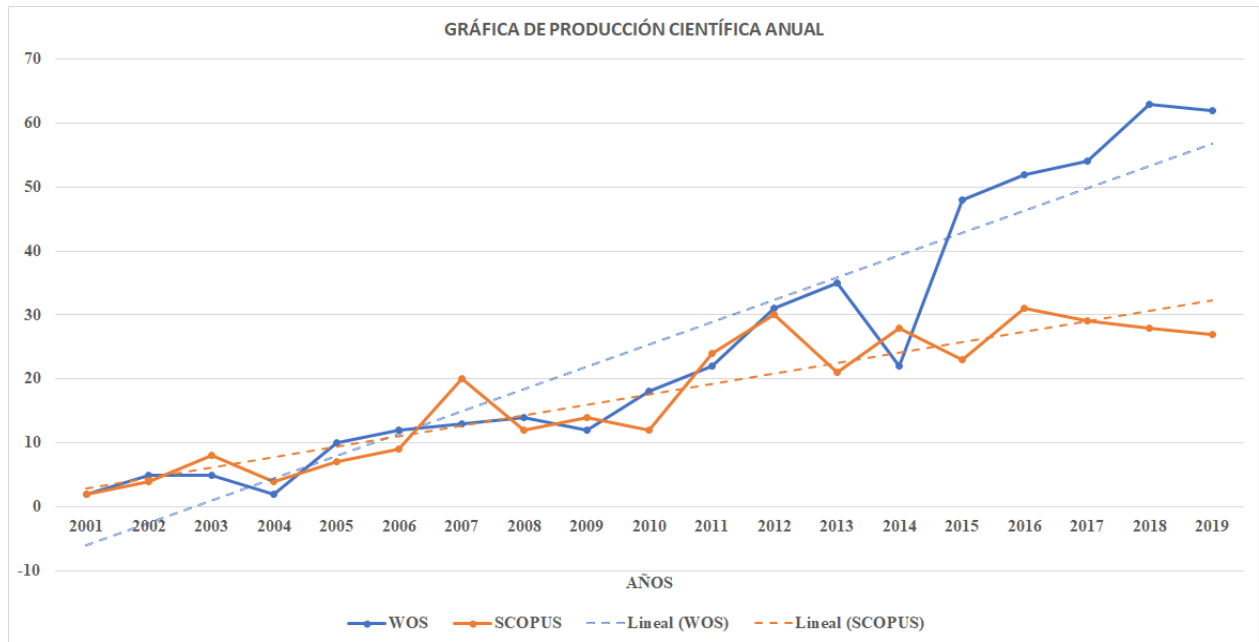


Figura 3. Producción científica anual.
Fuente: Autores

En la Tabla I, se observan las 5 revistas que han sido más importantes y más citadas en el transcurso del tiempo en la base de datos WoS, siendo Entrepreneurship Theory And Practice, Entrepreneurship And Regional Development y Small Business Economics las más representativas cada una con 20, 18 y 16 artículos. Sus cuartiles (Q1) indican que son las más aceptadas por los investigadores sin desmeritar los (Q2) ya que todos tienen importantes argumentos que ayudarán a la creación de los artículos científicos relacionados con el tema emprendimiento y capital social.

TABLA I. Listado de revistas.

Revistas	Artículos	Cuartil	Índice H
Entrepreneurship Theory And Practice	20	Q1	140
Entrepreneurship And Regional Development	18	Q1	83
Small Business Economics	16	Q1	120
International Journal Of Entrepreneurial Behavior Research	13	Q2	62
International Entrepreneurship And Management Journal	12	Q2	50

Fuente: Autores

La Figura 5, muestra la colaboración por parte de los expertos entre los diferentes países. Cada una de las líneas rojas siguen las conexiones entre regiones. Estados Unidos, Suecia, España, Alemania y China aportan en la elaboración a fondo del tema y de esta manera se logra enfocar en ciertos puntos estratégicos donde se ha hecho más énfasis y búsquedas en la terminología apropiada que aportan innumerables resultados.

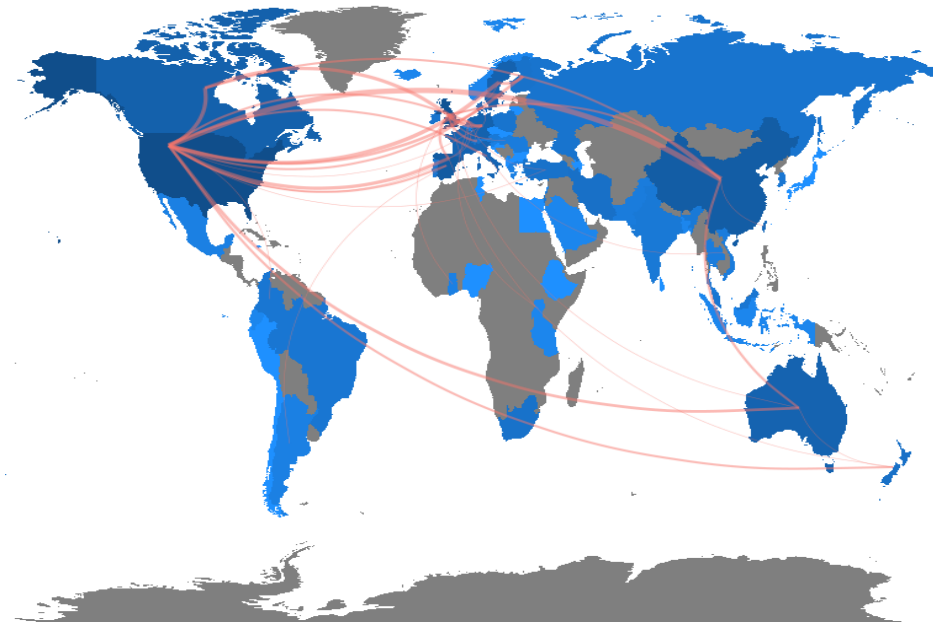


Figura 5. Mapa de Colaboraciones entre países.

Fuente: Autores

En la Figura 6, se pueden apreciar los autores de mayor relevancia en el tema emprendimiento y capital social, con los cuales se procede a la construcción del artículo.

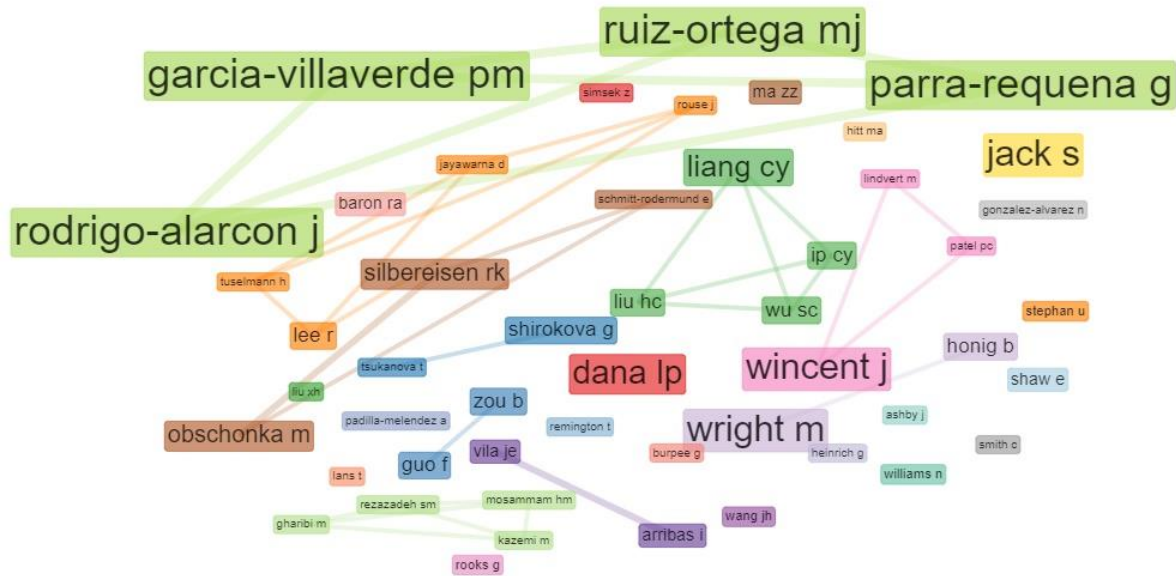


Figura 6. Autores importantes.
Fuente: Autores

Mirada histórica - Tree of Science

Los artículos ubicados en la raíz del “árbol de la ciencia”, se definen como investigaciones de soporte en el tema emprendimiento y capital social. En las raíces explica los resultados obtenidos por los expertos donde se identifica el capital social como ventaja competitiva al interior de las organizaciones [13].

Así mismo, si iniciamos un análisis basado en grupos de trabajo denotamos que las diferentes redes que se componen, siempre crean lazos dependiendo de la cercanía, y es por esto que en ocasiones se tiene una gran interacción creando un muro o un distanciamiento para poner en marcha la teoría de capital social [14].

Algunas de las condiciones que se analizan para poder determinar la poca utilización del capital social en las organizaciones se basa en gran medida a las condiciones sociales [15], las condiciones familiares y las expectativas que se tienen acerca del futuro donde no encuentran una finalidad [16]. Por esta razón [17] indica que los estudios adelantados no arrojan un resultado prometedor aun para dar solución o por lo menos para generar un enlace positivo como lo tiene otras teorías.

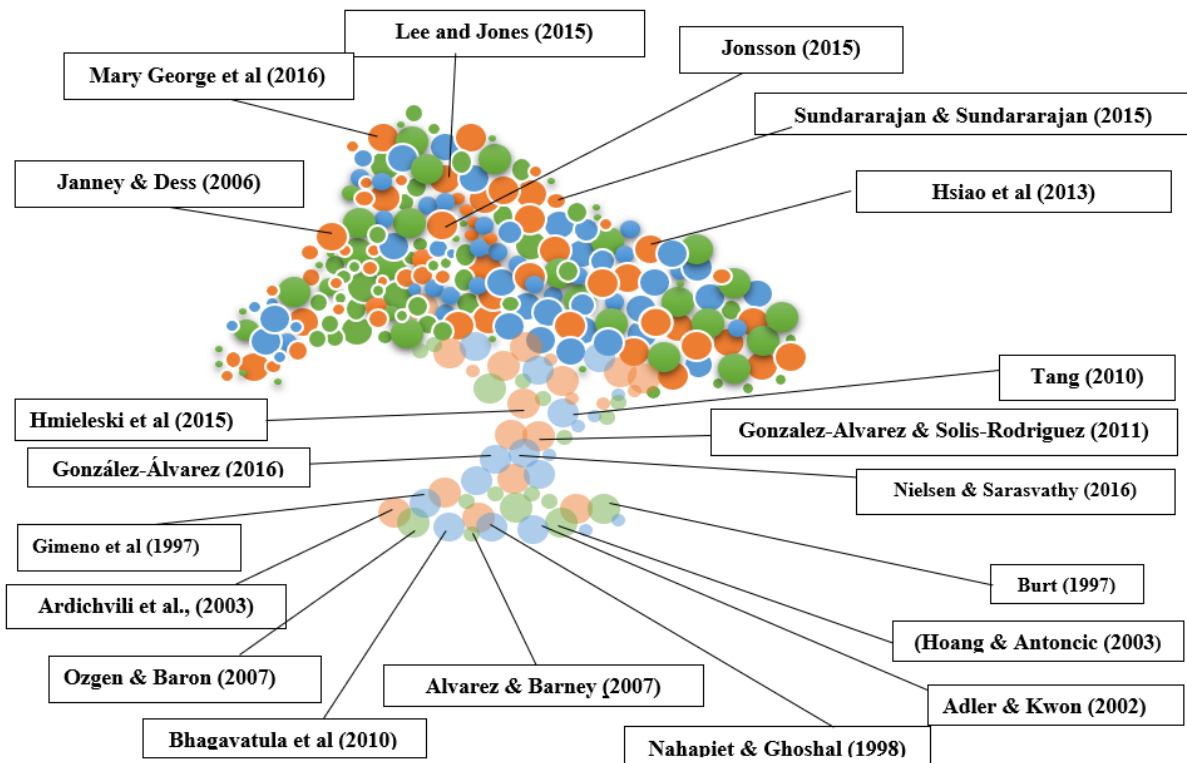


Figura 6. Árbol.
Fuente: Autores

El capital social es identificado como una gran base para la generación de nuevos emprendimientos, tanto al interior de una organización como para la iniciación de una, esta se debería tomar como una teoría fundamental del emprendimiento [1]. Como determina [18], la unión de lazos tanto fuertes como débiles son el impulso básico para llevar a cabo un proceso de iniciación empresarial, sin dejar a un lado el capital cultural ya que es un apoyo que brinda gran fortaleza a la creación del emprendimiento [19]. Aquí se pueden enlazar las diferentes redes ya que estas permiten un intercambio de experiencias y se han convertido en una gran influencia por su valioso número de conexiones sociales [20]. La unión hace la fuerza y como lo relata [21], siempre debemos encontrar la mejor alianza para alcanzar las ideas propuestas.

Adicional a esto se puede entender que a partir de estas nuevas formas de ver el capital social nace una estructura que facilita la adquisición de recursos del entorno en el cual se desenvuelven las personas, es decir si se tiene un entorno cerrado será más complicado tener nuevas ideas, pero si el entorno facilita su acceso esto será aceptado de la mejor manera y podrá brindar un nuevo conocimiento tanto personal como estructural [22].

Se puede inferir que la importancia del concepto Emprendimiento y Capital social está basada en los grandes beneficios que traería a la organización y a cada uno de los integrantes, es por esto que las respuestas deben darse apropiadamente. A pesar de la gran cantidad de estudios que se viene realizando sobre el tema en cuestión, encontramos que no

se establece un resultado medible sobre los propósitos que se establecen ya que aparentemente son diferentes para cada organización, dependiendo de su tamaño, su antigüedad y demás factores. Si existieran dichas mediciones sería posible crear recomendaciones ajustables para cada entidad enfocando su capital social siempre al propósito de la empresa [5].

Algunas de las alternativas que se brindan para sacar más beneficio a este concepto de gran valor es el aumento de la confianza social como bien es mencionado [23] ya que se fortalece de alguna manera el capital regional tomando fuertes pilares de asociatividad que, con una orientación empresarial encaminada a la dicha consecución de recursos, puede tener un gran dinamismo ambiental y no se vería enfrascada ante las adversidades [24]. Esto teniendo en cuenta que las economías globales siempre serán de gran relevancia y se deberá navegar junto a ellas para que nos aporten los diferentes empujes que a nivel global se requiere, aquí juega un papel crucial la capacitación del capital social [25].

Subáreas

Las subáreas a tener en cuenta se basan en el análisis profundo sobre las diferentes redes de citas que surgen al realizar la búsqueda, se muestran tres grupos de los cuales se toman las subáreas que se enfocan al tema emprendimiento y capital social como se definen a continuación.

Subárea 1: Oportunidades del Capital Social

En la búsqueda de oportunidades se deben tener presente una gran cantidad de obstáculos internos los cuales deben ser afrontados de la mejor manera, ya que como lo da a conocer [26], no siempre la supervivencia empresarial va ligada a sus resultados económicos sino también al capital humano que esta posee. Es por eso, que la identificación de personalidades por parte de los líderes es de gran ayuda en la imposición de cargos para aumentar esas oportunidades que cada uno de sus colaboradores posee en redes sociales, conocimientos previos y demás estrategias que pueden aportar a la organización [27].

En la detección de oportunidades se dan a conocer tres aspectos importantes de cada individuo como lo son; sus mentores, sus redes informales de la industria y participación en foros profesionales, que de una u otra manera siempre arrojaron resultados positivos para la organización [28]. Es de gran importancia tener presente que cada pequeño empresario tiene un capital humano con grandes fortalezas, ya que estos son quienes más comprometidos se encuentran con la obtención de nuevas oportunidades que fortalezcan sus proyectos y de igual manera aporten al desarrollo del país [29].

Dos teorías surgen a partir de lo mencionado por [30], las oportunidades están esperando ser descubiertas o estas se dan por las iniciativas de los emprendedores; si nos basamos en el capital social y humano de cada organización podemos definir que estas son simplemente creadas por los visionarios, aunque va de la mano con un poco de suerte si se puede decir de esta manera.

La acumulación de conocimiento e información es de vital importancia al momento de enfrentar entornos cambiantes, de los cuales obtener las oportunidades necesarias para dar el siguiente paso, agregando la forma de interpretar ese entorno por parte del empresario sin dejar a un lado el objetivo principal de la entidad [31]. Como hace referencia [32], la diferencia de género en la detección de oportunidades es vital para toda organización ya que las metodologías son cambiantes y los diseños estratégicos pueden ser acoplados generando aun así ideas más fuertes para lograr dar respuesta oportuna a oportunidades encontradas.

Los recursos intangibles que se denotan en esta subárea, como el nivel educativo, los lazos fuertes, el capital psicosocial, la esperanza, un índice de optimismo apropiado y la resiliencia de cada individuo son relacionados exitosamente en la detección y creación de nuevas oportunidades [33]. El capital social individual y colectivo siempre arrojan resultados completamente diferentes y como se menciona en [34], estos resultados indican que donde existe mayor capital social se tiene una ventaja para descubrir oportunidades empresariales, sin omitir la posibilidad de que individualmente se puede convertir en nuevos proyectos en personas emprendedoras ya que también se refleja que el capital social individual tiene un efecto mayor.

Es evidente que en la creación de nuevas empresas se genera un riesgo diferente que en las que ya están constituidas, debido a esto el enfoque administrativo debe estar guiado por las oportunidades que pueden surgir según la creación conocimientos especializados en las diferentes áreas de la organización [35]. La movilización del capital social por parte de los pequeños empresarios denota el gran enlace y enfoque que existe para encajar apropiadamente en los entornos industriales e identificar oportunidades, y cómo aportar en la transformación de esas nuevas alternativas en la creación de exitosas nuevas empresas [36].

En los estudios adelantados por [37], demuestra la habilidad de adaptación y apropiación por parte de personas fuera de sus zonas de confort para la creación de nuevas oportunidades en sus vidas y de esta manera poder subsistir a pesar de las adversidades, encajar en las economías completamente desconocidas es uno de los mayores motivos de investigación y se convierte en un reto a aplicar en las economías propias. A pesar de todos estos esfuerzos, los estudios relacionados con las oportunidades empresariales siguen siendo muy básicos y realmente empíricos dejando varios caminos por recorrer y muchas dudas que aún siguen siendo motivo de análisis, abriendo puertas a nuevas alternativas en un futuro [38].

Subárea 2: Generación de redes empresariales.

Para algunos investigadores la empresa con el pasar de los tiempos se debe adaptar, para así lograr ser una comunidad social especializada en la creación y transferencia de conocimiento eficiente, [13] hace referencia a que esto daría una ventaja competitiva bastante amplia si es aplicada conscientemente por el capital social de la organización en la creación de oportunidades para la misma. bajo esta adaptabilidad que se trata de

implementar más a menudo, se indica que toda organización que busque ir adelante en una constante expansión comercial, se debe enfocar en el progreso tecnológico para la búsqueda de oportunidades que alimenten día a día ese desarrollo de nuevos negocios y el aumento del motor económico que es su finalidad, apoyado siempre en el espíritu empresarial que determine el carácter de la organización [39].

Son amplias las oportunidades que se dan al encontrar el balance correcto entre el capital social y la orientación empresarial, no solo para la organización sino para el individuo en su cotidianidad ya que adquiere bases para ser más exitoso profesionalmente, encontrar mejores oportunidades ya sea al interior de la organización o en su expansión fuera de ella, además en la empresa se fortalecen las relaciones, se crea una red de aprendizaje entre compañías, se reduce rotación de personal y demás beneficios que varían según sea su línea de trabajo [4].

Los estudios muestran las características de los directivos al interior de una entidad en su Orientación Empresarial, es decir en la consecución de los objetivos planteados gracias a la unión con el capital social de la organización, debido a esta fuerza se dan oportunidades denotando así un significativo crecimiento y adaptación a los cambios que se den en el ambiente ya que toda organización que se rete a tener mayor crecimiento y a explotar de la mejor manera sus recursos siempre obtendrá los mejores resultados [40].

El capital social siempre se debe encajar con las diferentes redes de emprendimiento en organizaciones que están en pleno desarrollo, por ejemplo, al realizar amplias conexiones de red se busca tener nuevas oportunidades de negocio, tener más recursos para la compañía y que sea beneficioso para su economía, además de fortalecer las nuevas que surjan a partir de estas [5].

Es de gran importancia determinar qué tan apropiadas son las diferentes conexiones que se realicen para la consecución de los objetivos, ya que no siempre conlleva a los mejores resultados porque puede una debilite a la otra y se afecte el desempeño en la orientación empresarial que se tenga, este estudio demuestra el balance que deben tener y determinar si hace parte de los activos o pasivos de la entidad [41].

En los diferentes estudios realizado siempre se ha determinado el capital social de gran utilidad en la creación de oportunidades empresariales, asociado con la amplia tecnología existente, pero aun así se encuentran grandes vacíos y es aquí donde se hace una invitación a los diferentes expertos investigadores a que siempre vayan por un poco más y así poder aclarar dudas que existen en relación al tema emprendimiento y capital social, debido a que cada gerente debe tener conocimiento extra para realizar de la mejor manera su labor, es por esto que las diferentes brechas que existen perjudican el buen funcionamiento y toma de decisiones [42].

Para la competencia de cada organización en el medio se debe tener una gran base sólida y eficiente de conocimiento, los estudios se basan en factores arquitectónicos que dan forma al proceso empresarial, pero sigue existiendo un gran interés por conocer sus orígenes y así nutrir sus raíces [43]. Finalmente, si ponemos en práctica los diferentes estudios realizados vemos que las oportunidades están en el ambiente y solo los gerentes más capacitados

tienen la habilidad de surfear en las adversidades para obtener oportunidades que otros no ven, siempre estando con la mejor disposición para afrontar cambios repentinos que lo inviten a tomar riesgos que en el futuro puedan ser las mejores decisiones [44].

Subárea 3: Redes de Integración Social

Esta subárea está basada en la Integración social que se da en las redes anteriormente mencionadas, en los impactos que generan, y en el desempeño de las empresas desde hace algunos años. Las instituciones se ven afectadas por las relaciones sociales enfocadas en las redes de trabajo que se tienen, ya que los beneficios son más abundantes en la gente que se enfoca siempre en una misma meta, que en las personas que trabajan independiente a las visiones gerenciales [45].

Es importante entender que las redes de empresas son muy beneficiosas para las diferentes organizaciones y estas van incrustadas con un equilibrio de plena competencia donde la mejor obtiene más beneficios cuando están alineadas y enfocadas en su evolución [46]. Muchas de las investigaciones basadas en las redes de emprendimiento examinan tres áreas, iniciando con el contenido de las redes, liderazgo y estructura y el impacto que realiza esa red, pero de igual manera siguen siendo empíricos los resultados para determinar la teoría del desarrollo de redes a pesar que la idea principal es construir un campo teórico para el beneficio de las nuevas investigaciones [47].

Se logra determinar cómo hallazgo principal la integración relacional y la integración de recursos donde ambas tienen un impacto positivo en el desempeño de la organización ampliando su rendimiento [48]. La interacción que se realiza entre las diferentes fortalezas de una organización, siempre genera grandes alternativas y muchas posibilidades de supervivencia en el medio y en un entorno donde se puede decir que el más fuerte sobresale, en esta subárea es bueno recordar que un capital social de la mano de una experiencia inicial genera un efecto negativo para los resultados de la empresa [49].

Esto aumenta la probabilidad que una nueva empresa sea un éxito ya que la confianza en las redes empresariales juega un papel importante en este proceso sin dejar a un lado las actualizaciones que se darán a medida que se tenga un crecimiento positivo, lo que generará aún más confianza en estas redes ampliando su portafolio y abriendo nuevas puertas [50].

la investigación basada en la red de emprendedores específicamente en la puesta en marcha de una organización, debe tener en cuenta algunos aspectos como lo son el diseño, la metodología, el enfoque y la iniciación de nuevas relaciones, todo esto con el fin de adquirir recursos y apoyos para la empresa, las cuales tiene alta probabilidad para obtener relaciones integradas con acceso a información beneficiosa para ambos [51].

El capital social es de gran importancia en la creación de estas comunidades, ya que abarca valores compartidos a través de procesos de cooperación que ayudan en gran medida en la confianza cívica, y la falta de éste lo único que provoca es una disminución del espíritu comunitario como hace referencia [52].

También se hace énfasis sobre cuáles son las bases primordiales en influyentes en el comportamiento social y empresarial de cada individuo al interior de una organización, y se puede establecer que el hogar es uno de los principales además del factor experiencia, el factor cognitivo, y las diferentes relaciones personales y sociales con las que cuenta, ya que de esta manera puede existir una ligera ventaja al determinar un individuo como emprendedor y ayudaría enormemente en las redes internas ya sea para mantenerlas o para explotar al máximo sus beneficios [53].

Conclusiones

El propósito del presente artículo es identificar los principales aportes en el área del emprendimiento y capital social. Para cumplir este propósito, se utilizó la herramienta web ToS. ToS muestra los resultados en forma de árbol y de esta manera se realiza una descripción cronológica. El Emprendimiento y capital social nace de dos vertientes: orientación al emprendimiento y al mercado en la pequeña empresa. Sin embargo, más adelante se identificó que puede ser aplicada a la gran empresa.

En la actualidad, hay un elemento importante de este tipo, y es la orientación a la innovación por medio del capital social, es decir, al desarrollo de nuevos productos y nuevas alternativas. Sin embargo, una de las limitaciones en la investigación fue que se utilizó solo una base de datos indexada (WoS). Para estudios posteriores, se podría realizar con otras bases de datos como Scopus.

En cuanto a la práctica del emprendimiento y capital social, los autores citados concluyen que para establecer una mejora en dicho tema es necesario establecer nuevos contactos. Con respecto al capital social, llegaron a la siguiente conclusión: la importancia de vincular el conocimiento de cada integrante con las ayudas externas que se presentan. Los artículos consultados mostraron que las organizaciones utilizan sus relaciones sociales para encontrar y fidelizar su estatus en el medio.

En estas relaciones que se dan en el proceso de emprendimiento está claro que se debe tener en cuenta el capital cultural para tener un acceso mayor a cada uno de los rincones donde la empresa quiere posicionarse, esto con el fin de no ser rechazados con el paso del tiempo por las diferentes sociedades, siendo inclusivos con las creencias de cada una de las personas que harán parte de la organización y teniendo un alto grado de empatía, esto abrirá puertas en un futuro en zonas donde según los estudios puedan ser viables.

Se presentaron limitaciones como el uso de una base de datos en la investigación. Además, se encontraron artículos en las hojas desconectados con el principal tema de investigación. al no tener estudios claros se puede realizar una investigación exhaustiva para validar los hallazgos e implementarlos de la mano los especialistas. Es importante reconocer el capital social como una herramienta para la adquisición de recursos, y generación de nuevos emprendimientos.

No hay investigaciones que muestren el impacto del capital social en I&D, posiblemente sea un campo a desarrollar en futuros estudios.

Referencias

- [1] R. Lee, H. Tuselmann, D. Jayawarna, and J. Rouse, "Effects of structural, relational and cognitive social capital on resource acquisition: a study of entrepreneurs residing in multiply deprived areas," *Entrep. Reg. Dev.*, vol. 31, no. 5–6, pp. 534–554, 2019.
- [2] F. Osorio Buitrago, "Artículo inédito. Revisión cronológica sobre liderazgo y emprendimiento," *Revista de Ingenierías Interfaces*, vol. 2, pp. 1–16, 2019.
- [3] S. Estrin, T. Mickiewicz, and U. Stephan, "Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship Across Nations," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 37, no. 3, pp. 479–504, May 2013.
- [4] P. S. Adler and S.-W. Kwon, "Social Capital: Prospects for a New Concept," *Acad. Manage. Rev.*, vol. 27, no. 1, p. 17, 2002.
- [5] W. Stam, S. Arzlanian, and T. Elfring, "Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators," *J. Bus. Venturing*, vol. 29, no. 1, pp. 152–173, 2014.
- [6] S. Wasserman and K. Faust, "Social Network Analysis." 1994, doi: 10.1017/cbo9780511815478.
- [7] M. Bastian, S. Heymann, and M. Jacomy, "Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks," 2020. [En línea]. Disponible en: <https://www.aiai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/viewPaper/154>.
- [8] M. Aria and C. Cuccurullo, "bibliometrix : An R-tool for comprehensive science mapping analysis," *J. Informetr.*, vol. 11, no. 4, pp. 959–975, 2017.
- [9] W. D. Wallis, "Graphs," *A Beginner's Guide to Graph Theory*. pp. 1–18, 2007, doi: 10.1007/978-0-8176-4580-9_1.
- [10] S. Buitrago, P. L. Duque, and S. Robledo, "Branding Corporativo: una revisión bibliográfica," *Revista Económicas CUC*, vol. 41, no. 1, 2019, doi: 10.17981/econcuc.41.1.2020.Org.1.
- [11] P. Duque and L.-S. Cervantes-Cervantes, "Responsabilidad Social Universitaria: una revisión sistemática y análisis bibliométrico," *estud.gerenc.*, pp. 451–464, 2019.
- [12] D. S. V. Hernandez, S. Robledo, R. Pinilla, N. D. D. Méndez, and G. O. Tost, "SAP Algorithm for Citation Analysis: An improvement to Tree of Science," *Ingeniería e Investigación*, vol. 40, no. 1, p. 4, 2020.
- [13] J. Nahapiet and S. Ghoshal, "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage," *Acad. Manage. Rev.*, vol. 23, no. 2, p. 242, 1998.
- [14] M. S. Granovetter, "The Strength of Weak Ties," *Am. J. Sociol.*, vol. 78, no. 6, pp. 1360–1380, 1973.

[15]M. Granovetter, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness," *Am. J. Sociol.*, vol. 91, no. 3, pp. 481–510, 1985.

[16]J. S. Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital," *Am. J. Sociol.*, vol. 94, pp. S95–S120, 1988.

[17]S. Shane and S. Venkataraman, "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research," *AMRO*, vol. 25, no. 1, pp. 217–226, 2000.

[18]P. Davidsson and B. Honig, "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs," *J. Bus. Venturing*, vol. 18, no. 3, pp. 301–331, 2003.

[19]I. Light and L.-P. Dana, "Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 37, no. 3, pp. 603–624, 2013.

[20]E. McKeever, A. Anderson, and S. Jack, "Entrepreneurship and mutuality: social capital in processes and practices," *Entrep. Reg. Dev.*, vol. 26, no. 5–6, pp. 453–477, 2014.

[21]J. Aarstad, S. A. Haugland, and A. Greve, "Performance Spillover Effects in Entrepreneurial Networks: Assessing a Dyadic Theory of Social Capital," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 34, no. 5, pp. 1003–1019, 2010.

[22]E. Gedajlovic, B. Honig, C. B. Moore, G. T. Payne, and M. Wright, "Social Capital and Entrepreneurship: A Schema and Research Agenda," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 37, no. 3, pp. 455–478, 2013.

[23]J. Weiss, T. Anisimova, and G. Shirokova, "The translation of entrepreneurial intention into start-up behaviour: The moderating role of regional social capital," *Int. Small Bus. J.*, vol. 37, no. 5, pp. 473–501, 2019.

[24]K.-P. Huang and K. Y. Wang, "The moderating effect of social capital and environmental dynamism on the link between entrepreneurial orientation and resource acquisition," *Qual. Quant.*, vol. 47, no. 3, pp. 1617–1628, 2013.

[25]R. Sultana, I. Im, and K. S. Im, "Do IT freelancers increase their entrepreneurial behavior and performance by using IT self-efficacy and social capital? Evidence from Bangladesh," *Information & Management*, vol. 56, no. 6, p. 103133, 2019.

[26]J. Gimeno, T. B. Folta, A. C. Cooper, and C. Y. Woo, "Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms," *Adm. Sci. Q.*, vol. 42, no. 4, p. 750, 1997.

[27]A. Ardichvili, R. Cardozo, and S. Ray, "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development," *J. Bus. Venturing*, vol. 18, no. 1, pp. 105–123, 2003.

[28]E. Ozgen and R. A. Baron, "Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums," *J. Bus. Venturing*, vol. 22, no. 2, pp. 174–192, 2007.

[29]S. Bhagavatula, T. Elfring, A. van Tilburg, and G. G. van de Bunt, “How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India’s handloom industry,” *J. Bus. Venturing*, vol. 25, no. 3, pp. 245–260, 2010.

[30]S. A. Alvarez and J. B. Barney, “Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action,” *Strat. Entrepreneurship J.*, vol. 1, no. 1–2, pp. 11–26, 2007.

[31]J. Tang, “How entrepreneurs discover opportunities in China: An institutional view,” *Asia Pac. J. Manage.*, vol. 27, no. 3, pp. 461–479, 2010.

[32]N. Gonzalez and V. Solis, “Discovery of entrepreneurial opportunities: a gender perspective,” *Industr Mngmnt & Data Systems*, vol. 111, no. 5, pp. 755–775, 2011.

[33]K. M. Hmieleski, J. C. Carr, and R. A. Baron, “Integrating Discovery and Creation Perspectives of Entrepreneurial Action: The Relative Roles of Founding CEO Human Capital, Social Capital, and Psychological Capital in Contexts of Risk Versus Uncertainty,” *Strategic Entrepreneurship Journal*, vol. 9, no. 4, pp. 289–312, 2015.

[34]M. Nieto and N. González, “Social capital effects on the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities,” *Int Entrep Manag J*, vol. 12, no. 2, pp. 507–530, 2016.

[35]J. J. Janney and G. G. Dess, “The risk concept for entrepreneurs reconsidered: New challenges to the conventional wisdom,” *J. Bus. Venturing*, vol. 21, no. 3, pp. 385–400, 2006.

[36]Y.-C. Hsiao, S.-C. Hung, C.-J. Chen, and T.-P. Dong, “Mobilizing human and social capital under industry contexts to pursue high-tech entrepreneurship,” *Innovations*, vol. 15, no. 4, pp. 515–532, 2013.

[37]N. Mary George, V. Parida, T. Lahti, and J. Wincent, “A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors,” *Int Entrep Manag J*, vol. 12, no. 2, pp. 309–350, 2016.

[38]N. Mary George, V. Parida, T. Lahti, and J. Wincent, “A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors,” *Int Entrep Manag J*, vol. 12, no. 2, pp. 309–350, 2016.

[39]G. T. Lumpkin and G. G. Dess, “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance,” *Acad. Manage. Rev.*, vol. 21, no. 1, p. 135, 1996.

[40]Q. Cao, Z. Simsek, and J. J. P. Jansen, “CEO Social Capital and Entrepreneurial Orientation of the Firm: Bonding and Bridging Effects,” *J. Manage.*, vol. 41, no. 7, pp. 1957–1981, 2015.

[41]W. Blaser, L. M. van der Rohe, and G. Thomson, *Ludwig Mies Van Der Rohe/Spanish English*. Watson-Guptill Publications, 1991.

[42]P. M. García-Villaverde, J. Rodrigo-Alarcón, G. Parra-Requena, and M. J. Ruiz-Ortega, “Technological dynamism and entrepreneurial orientation: The heterogeneous effects of social capital,” *J. Bus. Res.*, vol. 83, pp. 51–64, 2018.

[43]C. Heavey and Z. Simsek, “Top Management Compositional Effects on Corporate Entrepreneurship: The Moderating Role of Perceived Technological Uncertainty: Top Management and Corporate Entrepreneurship,” *J Prod Innov Manag*, vol. 30, no. 5, pp. 837–855, 2013.

[44]J. Rodrigo-Alarcón, P. M. García-Villaverde, M. J. Ruiz-Ortega, and G. Parra-Requena, “From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities,” *European Management Journal*, vol. 36, no. 2, pp. 195–209, 2018.

[45]R. S. Burt, “The Contingent Value of Social Capital,” *Adm. Sci. Q.*, vol. 42, no. 2, p. 339, 1997.

[46]J. M. Hite and W. S. Hesterly, “The evolution of firm networks: from emergence to early growth of the firm,” *Strat. Mgmt. J.*, vol. 22, no. 3, pp. 275–286, 2001.

[47]H. Hoang and B. Antoncic, “Network-based research in entrepreneurship,” *J. Bus. Venturing*, vol. 18, no. 2, pp. 165–187, 2003.

[48]B. Batjargal, “Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia: A Longitudinal Study,” *Organization Studies*, vol. 24, no. 4, pp. 535–556, 2003.

[49]B. Batjargal, “Internet entrepreneurship: Social capital, human capital, and performance of Internet ventures in China,” *Res. Policy*, vol. 36, no. 5, pp. 605–618, 2007.

[50]D. A. Smith and F. T. Lohrke, “Entrepreneurial network development: Trusting in the process,” *J. Bus. Res.*, vol. 61, no. 4, pp. 315–322, 2008.

[51]S. Jonsson, “Entrepreneurs’ network evolution – the relevance of cognitive social capital,” *Int Jnl of Ent Behav & Res*, vol. 21, no. 2, pp. 197–223, 2015.

[52]R. Lee and O. Jones, “Entrepreneurial social capital research: resolving the structure and agency dualism,” *Int Jnl of Ent Behav & Res*, vol. 21, no. 3, pp. 338–363, 2015.

[53]J. A. Felício, E. Couto, and J. Caiado, “Human capital and social capital in entrepreneurs and managers of small and medium enterprises,” *J. Bus. Econ. Manage.*, vol. 13, no. 3, pp. 395–420, 2012.