

La concepción del emprendimiento: Una aproximación desde la posibilidad real de C. S. Peirce

Fred Davinson Contreras Palacios
Escuela Nacional del Deporte
Colombia

Para citaciones: Contreras Palacios, F. (2021). La concepción del emprendimiento: Una aproximación desde la posibilidad real de C. S. Peirce. *Panorama Económico*, 29(1), 48-72.

Recibido: 2 de marzo de 2020

Aprobado: 6 de agosto de 2020

Autor de correspondencia:
Fred Davinson Contreras Palacios
fred.contreras@endeporte.edu.co

Editor: Andrés Escobar E. Universidad de Cartagena-Colombia.

Tipología IBN Publindex:
Artículo de Revisión

Copyright: © 2021. Contreras Palacios, F. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.

La concepción del emprendimiento: Una aproximación desde la posibilidad real de C. S. Peirce¹

Fred Davinson Contreras Palacios

Escuela Nacional del Deporte - Colombia

RESUMEN

El presente artículo propone una nueva perspectiva de la concepción del emprendimiento a partir del concepto de posibilidad real de Charles Sanders Peirce. La nueva perspectiva que se propone busca contribuir a la comprensión de lo que se conoce como emprendimiento. En la concepción de experiencia peirceana, para experimentar algo no es necesario que este algo suceda realmente ni actuar conforme a su acontecimiento, como suele suceder hoy con las explicaciones del emprendimiento; la experiencia en esta concepción, la peirceana, corresponde a un hábito o regla de acción que se produce frente a hechos real. Consideramos así que las actuales significaciones del emprendimiento se basan en aquella experiencia dada y no como se propone aquí, en la experiencia como una regla de acción, hábito, que se produce ante un hecho concebible real aun cuando llegado el momento no suceda.

Palabras clave: emprendimiento; Peirce.

The conception of entrepreneurship: An approach from C.S. Sanders Peirce's concept of real possibility

ABSTRACT

This article proposes a new perspective on the conception of entrepreneurship based on Charles Sanders Peirce's concept of real possibility. The new perspective that is proposed seeks to contribute to the understanding of what is known as entrepreneurship. In the Peircean conception of experience, to experience something it is not necessary for this something to really happen or to act according to its event, as it is often the case with explanations of entrepreneurship. Experience, in this conception (the Peircean conception), corresponds to a habit or rule of action that occurs in the face of real events. Thus, we consider that the current meanings of entrepreneurship are based on that given concept of experience and not as proposed here, on "experience" as a rule of action, a habit, which occurs in the face of a conceivably real event even when the moment does not happen.

Keywords: entrepreneurship, Peirce.

¹ Este artículo es uno de los resultados del proyecto de investigación inscrito en la unidad de investigación de la Escuela Nacional del Deporte intitulado, "La concepción del emprendimiento en los estudiantes de Administración de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte (IU-END): Una aproximación desde la posibilidad real de C. S. Peirce; que a su vez esta imbricado en la tesis doctoral del autor que está en de desarrollo, la cual se denomina "El significado del Emprendimiento: Una aproximación Pragmaticista"

INTRODUCCIÓN

Ontológicamente² las explicaciones actuales que dan cuenta de la concepción del emprendimiento giran en las cuestiones alrededor de lo primero, de la esencia o de lo fundante; en otras palabras, por las causas primeras que indagan por lo pasado, es decir, por los antecedentes familiares, la experiencia, dificultades personales, el contexto donde surge y hasta por cuestiones genéticas. Esto tiene su precedente en la ontología cartesiana; lo cual ha conllevado a que, la mayoría de sus explicaciones de los hechos caen en la distinción establecida por Descartes “entre dos clases excluyentes de substancias, de las cuales se componen los objetos físicos, que se pueden constatar mediante la percepción sensible, y los fenómenos mentales, disponibles a la introspección, a saber, la res extensa y la res cogitas, respectivamente” (Bonaldi, 2003: p.5). Esta distinción es reconocida como dualismo por la distinción ontológica entre cuerpo y mente. Tal distinción ha generado algunos problemas; reducen la realidad, bien a monismos mentales o bien a monismos “físicos”, como es el caso del funcionalismo y el conductismo respectivamente, a lo cual las concepciones del emprendimiento no son ajenas.

Entre las concepciones dadas bajo este paradigma, y que abarcan amplios matices, se identifican aquellas que vinculan al emprendimiento con: la creación de una organización o empresa (Cole 1942, Gartner 1990); un proceso innovador (Curran & Burrows 1986); una nueva producción de bienes que responde a una oportunidad o nuevas iniciativas concebidas y desarrolladas para atender un mercado (Venkataraman 1997); también se identifican aquellas concepciones holísticas cuya propuesta es integrar diferentes enfoques disciplinarios: antropológico, psicológico, sociológico, geográfico y económico (Julien, 2005); o aquellas centradas en concepciones sistémicas y humanistas (Laverde 2007).

Por lo anterior, este artículo busca proponer una nueva perspectiva a cerca de la concepción del emprendimiento, como concepto, desde la posibilidad real de C. S. Peirce, que coadyuve en el establecimiento de políticas, programas y modelos de educación del emprendimiento tanto en las instituciones públicas y privadas que promueven la iniciativa empresarial, como en las instituciones de educación donde se procura establecer una “cultura” de emprendimiento. La afirmación anterior, se fundamenta en la hipótesis de que la falta de claridad del concepto de emprendimiento, es decir su diversidad conceptual, deviene en diferentes y confusos modelos de educación en emprendimiento³

Entre los componentes y/o factores más destacados en dichos modelos se identifican principalmente: los recursos, la empresa, la gestión, el contexto o ambiente; los rasgos o características de la personalidad del empresario y/o emprendedor: habilidades,

² La ontología se pregunta por lo que hay, cómo son las cosas, qué es una persona y qué clase de mundo es este, es decir la forma como pensamos que el mundo es.

³ Entre los componentes y/o factores más destacados en dichos modelos se identifican principalmente: los recursos, la empresa, la gestión, el contexto o ambiente; los rasgos o características de la personalidad del empresario y/o emprendedor: habilidades, identificación de la oportunidad empresarial, toma de decisiones, motivación al logro, asunción de riesgos y el trabajo en equipo. La misma hipótesis implica que de acuerdo a los factores que se conciben como parte del emprendimiento, determinará, en gran medida, el tipo de formación que se adopte en las universidades.

identificación de la oportunidad empresarial, toma de decisiones, motivación al logro, asunción de riesgos y el trabajo en equipo. La misma hipótesis implica que de acuerdo a los factores que se conciben como parte del emprendimiento, determinará, en gran medida, el tipo de formación que se adopte en las universidades.

Con el objeto de desarrollar esta propuesta, el artículo se estructura de la siguiente manera: en la primera parte se presenta una revisión de la concepción actual del emprendimiento, como concepto, para reconocer sus limitaciones y dificultades; posteriormente, la teoría de las categorías y el problema de la posibilidad real en Peirce, y cómo está expresa una de las características más relevantes que identifican al pragmatismo y a los pragmatistas. Para finalizar, se propone una nueva perspectiva a la concepción del emprendimiento. Finalmente, se presentan las conclusiones.

CONCEPCIÓN ACTUAL DE EMPRENDIMIENTO

Breve descripción del origen del concepto

El concepto de emprendimiento es más bien moderno; su génesis se relaciona con el concepto de empresario de la economía clásica. A quien se le atribuye su uso por primera vez fue al economista Richard Cantillo (1755); el término por él usado fue *entrepreneur*, que en español se traduce del francés como *empresario*. Esta palabra designaba a una persona que se caracteriza por comprar productos a un precio conocido y venderlo a un precio desconocido, propio de la concepción económica del momento. Posteriormente, en la misma disciplina, fueron apareciendo connotaciones distintas de diversos autores como Say (1852) y Casson (2005), quienes plantearon la diferencia entre *empresario* e *inversionista*. Aunque en ese momento el *empresario* ocupaba un lugar importante en la teoría económica neoclásica; su papel estuvo confinado a decidir qué cantidades producir y a qué precio. Pero quien le dio un lugar prominente al *empresario* en el pensamiento económico fue Joseph Schumpeter, lo identifico como “el destructor creador”, que rompe con los ciclos ajustados del mercado – competencia, precios y rendimientos bajos – a través de una innovación Schumpeter (1961).

Enfoques del emprendimiento

En razón a la fragmentación del concepto del emprendimiento, en la actualidad se reconocen diferentes enfoques disciplinares que buscan dar cuenta él. Los autores Alonso y Galve (2008) así lo muestran:

- a. Enfoque económico: éste recoge las diferentes teorías económicas que explican el fenómeno de la creación de empresas como resultado de la racionalidad económica a nivel de *empresario*, *empresa* o *sistema económico*. Prevalece un supuesto: *homo oeconomicus*.
- b. Enfoque psicológico: en él se analiza la figura del *empresario* como persona, su perfil y las condiciones que caracterizan a los *empresarios de éxito*. Se centra principalmente en las características personales del *empresario*.
- c. Enfoque socio-cultural y del entorno: enfatiza los factores sociales, políticos, familiares y en especial, la influencia del apoyo institucional en la decisión del *emprendedor* de crear su propia empresa.

- d. Enfoque gerencial: recoge un conjunto de teorías que se desarrollan en el interior de la empresa ya establecida, incidiendo sobre las características de la misma y de su organización, no aplicándose por tanto al estudio de la fase anterior de creación de la empresa.

Algunas miradas

Filion (1990) identifica entre las características del emprendedor: los valores, la experiencia, la intuición, el compromiso, el liderazgo, lo visionario y el modo particular de aprender; en tanto Bédard (2002), desde los cuatro modos de ser del dirigente, identifica el espíritu emprendedor al modo de ser pragmático; asociado éste a un conjunto de valores y principios como los resultados, la eficacia, la acción, la experimentación, la innovación y al mejoramiento continuo; de otra parte Bhidé (2001) al examinar los rasgos que deben poseer los emprendedores para construir empresas grandes y duraderas destaca las siguientes: la naturaleza de las ambiciones, la decisión a correr riesgos, la imaginación para idear un futuro distinto, la síntesis creativa y la capacidad de abstracción. Como se observa estos autores coinciden fundamentalmente en la visión, la imaginación y la innovación como características comunes a los emprendedores.

Concepción del emprendimiento

Generalmente cuando se hace referencia al emprendimiento surgen tres términos, empresa, empresario/emprendedor y emprendimiento. Los dos primeros son "fáciles" de correlacionar con un "objeto" de la realidad; por ejemplo, la empresa puede, según la perspectiva, relacionarse con un espacio físico o con una "persona" jurídica; en tanto que, el empresario/emprendedor con regularidad se relaciona con una persona, salvo en la economía que al referirse al empresario no alude a hombres, sino a una función concreta en el mercado, es una cuestión metodológica incorporar esta función a una figura imaginaria representada en un hombre (Mises, 1968). Si los términos empresa y empresario/emprendedor son "fácilmente" referenciados, no sucede igual para el concepto de emprendimiento. No es una persona, individuo u hombre; si así se concibiera, con facilidad, la psicología, la sociología y la antropología podría describirlo; tampoco es un objeto tangible y/o intangible, porque si lo fuera, la física y la química intentarían explicarlo; entonces, ¿qué es el emprendimiento?

Dar respuesta no es ni ha sido tan simple por dos razones. Primera, la "ciencia" administrativa⁴ por ser una disciplina en formación no tiene un objeto de estudio claro lo cual propicia la irrupción de otras disciplinas para explicarla; segunda, el emprendimiento como parte de ella, no es ajeno a la presencia de otras disciplinas que buscan dar cuenta de su concepción; entre estas disciplinas se pueden considerar las más usadas: psicología, economía, sociología y administración. Todas ellas se corresponden a los diferentes enfoques (determinantes, perspectivas de análisis o factores) que inciden y por lo tanto buscan explicar el fenómeno del emprendimiento: económico, psicológico, sociocultural y gerencial (Sánchez, 2011; Alonso y Galve, 2008; Veciana, 1999).

⁴ Chevallier y Loschak (1980) afirma, "la ciencia administrativa se presenta en nuestros días como un conjunto de discursos fragmentados, estratificados en el tiempo y yuxtapuestos en el espacio, más bien que reunidos en un proyecto global y articulados en torno a una problemática coherente [...]"

¿Cuál de los enfoques ha fijado su atención en el emprendimiento como concepto? Cada enfoque, de alguna forma, se ha aproximado a una definición del concepto. A nuestro parecer, la cuestión diverge más por el tipo de referencia que se tiene para su definición. Shane y Venkataraman (2000) lo entienden así al afirmar que, “hasta la fecha, la mayoría de los investigadores han definido el campo solamente en términos de quién es el emprendedor y qué es lo que hace él o ella” (p.160); en un sentido similar Stevenson y Jarillo (1990) argumentan que los estudios sobre emprendimiento se pueden dividir en tres categorías principales: qué sucede cuando los empresarios actúan, por qué actúan y cómo actúan.

a. Concepción del emprendimiento desde la psicología

De, ¿quién es el emprendedor? o ¿por qué actúan? McClelland (1989) considera que, cualquier teoría de la acción o de la personalidad debe tomar en consideración los tres principales determinantes de la conducta humana: motivos o esfuerzo; destrezas, habilidades o rasgos adaptativos; y las cogniciones o esquemas. Así, el enfoque psicológico se ocupa de la figura del empresario/emprendedor como persona, su perfil y/o características personales. De esta manera, la psicología se aproxima a la concepción del emprendimiento tomando como referente la persona, el empresario/emprendedor, es decir, las teorías psicológicas intentan explicar las razones por las que determinados grupos deciden crear empresas (Alonso y Galve, 2008).

Se distinguen tres líneas de investigación: atributos personales, interacción persona-contexto y carrera. La dimensión más destacada corresponde a los rasgos o atributos de personalidad del empresario, aunque, debido a las críticas que este ha recibido, el enfoque de investigación del emprendimiento ha cambiado hacia una determinación de aspectos conductuales y cognitivos del emprendedor, con un marcado énfasis en el entorno y el proceso emprendedor (Cornelius, Landström y Persson, 2006; citado en Alonso, 2012).

En general, en el enfoque psicológico, el emprendimiento se reconoce como un proceso de descubrimiento, reconocimiento, evaluación y explotación de oportunidades (Hisrich, Langan- Fox y Grant, 2007; Leutner, Ahmetoglu, Akhtar y Chamorro-Premuzic, 2014; Sadler-Smith, 2015), innovación y creación de valor (Bendassolli, Borges-Andrade y Gondim, 2016; Brandstätter, 2011), como un conjunto de comportamientos (Leutner et al., 2014), en especial el comportamiento emprendedor (Ahmetoglu, Leutner y Chamorro-Premuzic, 2011; Kautonen, Hatak, Kibler y Wainwright, 2015) o actuación emprendedora (Stevenson y Jarillo, 1990)

El comportamiento emprendedor es la acepción de la psicología más original hacia el concepto de emprendimiento; toda vez que en él se puede inferir con mayor medida, a partir de las características propias del emprendedor, la propensión de una persona a crear empresa y a explicar por qué estas iniciativas fracasan o tienen éxito (Nishimura & Tristán, 2011). En otros términos, dado que el comportamiento emprendedor se determina, en parte, a partir de los factores de personalidad y de las habilidades de cada individuo, éstos deberían prever la actividad emprendedora y su éxito (Ahmetoglu et al., 2011). Para algunos autores (Ajzen y Fishbein, 1980; Triandis, 1980), la intención precede al comportamiento, toda vez que esta se entiende como un estado de conciencia de la

mente que dirige la atención, la experiencia y la conducta hacia el comportamiento emprendedor planeado (Obschonka, Silbereisen y Schmitt-Rodermund, 2010).

La intención emprendedora se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planeado - TCP- de Icek Ajzen (Nishimura y Tristán, 2011), y esta a su vez se deriva de la Teoría de la Acción Razonada - TAR- (Ajzen y Fishbein, 1980). La cual postula al desempeño de un comportamiento determinado como una función de la intención de realizar tal comportamiento (Ajzen y Fishbein, 1980). La intención, como constructo, se constituye a partir de tres factores socio afectivos: actitudes hacia el desempeño del comportamiento, norma subjetiva concerniente a la acción y control comportamental percibido (Ajzen y Fishbein, 1980).

En conclusión, en el enfoque psicológico, el emprendimiento se concibe como consecuencia de, la actitud y la motivación al logro (McClelland, 1968); los factores cognitivos y/o el proceso cognitivo (Shaver y Scott, 1991; Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse y Smith, 2004) y la intención emprendedora (Krueger, 2007; Bird y Jelinek, 1988), entre otros. Es decir, estas dimensiones, son predictores del emprendimiento entendido como un comportamiento emprendedor. En un sentido psicológico, el emprendimiento es el comportamiento del empresario/emprendedor que se explica a través de la intención como estado mental y la cognición como facultad.

b. Concepción del emprendimiento desde la economía

De, ¿qué es lo que hace? o ¿qué sucede cuando los empresarios actúan? La economía ha fijado su atención en lo que hace el empresario, su función concreta en el proceso del mercado. Aunque inicialmente los economistas fijaron su atención en el término empresario (Richard Cantillon (1680-1734), Say (1767-1832), John Stuart Mill (1806 – 1873) y Alfred Marshall (1842-1924)), posteriormente, y en atención a esta función, se ocuparon por el concepto de emprendimiento de forma indirecta, Ludwig Von Mises (1881-1973), Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), Friedrich Hayek (1899-1992) y Frank Knight (1885-1972); y directamente, Arthur H. Cole (1889-1974), Israel M. Kirzner (1930-), William Baumol (1922- 2017) y Mark Casson (1945-), entre los más destacados.

Conforme a los intereses de esta investigación, a continuación, se presenta algunas concepciones de la economía sobre el concepto de emprendimiento:

De acuerdo con Wood (2005), Ludwig Von Mises en su obra la Acción Humana explicó el emprendimiento con precisión, de forma implícita, en su definición de acción. Dejando la elaboración de la misma a los demás. Mises (1968) enfatizó que la acción consiste en, "pretender sustituir un estado de cosas poco satisfactorio por otro más satisfactorio" (p.137). Mises (1968) llamo cambio a esta alteración voluntaria en el sentido de que cada acción humana era de naturaleza "especulativa"; es decir, destinado a cambiar el futuro incierto (Wood, 2005). De esta manera el emprendimiento para Mises es amplio, toda vez que abarca cada acción humana que busca mejorar la situación percibida del actor. En tal sentido, para Mises, en razón a que todos los participantes del mercado se enfrentan a la incertidumbre, todos ellos son, en cierta medida, empresarios (Wood, 2005).

En la misma línea de pensamiento de Ludwig Von Mises, F. A. von Hayek compartió,

“ampliamente un único modo de entender el proceso de mercado como toma de decisiones dinámicamente competitivas en un mundo en el que sujetos que en absoluto son omniscientes persiguen sus propios fines” (Kirzner, 1998: p.11). Diferenciándose el uno del otro por el tipo de aporte dado a la microeconomía. El primero, aporta el carácter empresarial; el segundo, el carácter centrado en el conocimiento. Convirtiéndose el conocimiento en una forma más de concebir el emprendimiento en la Escuela Austriaca. Wood (2005) llama espíritu emprendedor Hayekiano “[...] a la coordinación y difusión [...], por parte de los emprendedores, de los conocimientos adquiridos por los diferentes participantes en el mercado sobre nuevos hechos reales que han ocurrido y que aún no son plenamente apreciados por todos los participantes en el mercado” (p.34). De acuerdo con esta interpretación, el emprendimiento en Hayek se concibe como, “coordinar el conocimiento existente diseminado en muchas partes del sistema económico y diseminar el conocimiento del mercado así ganado” (Lachmann, 1976: p.59).

Israel Kirzner de alguna manera sintetiza las principales ideas de Mises –acción humana - y Hayek –conocimiento – para su concepción de emprendimiento. Al igual que ellos, Kirzner (1998) no comparte la categoría robbinsiana de economicidad. De esta manera, el autor amplió el análisis económico a un mundo de conocimiento imperfecto, reconociendo una función económica completamente nueva – el artificio del empresario puro -; un actor de decisiones cuya función consiste, únicamente, en percibir oportunidades hasta entonces ocultas (Kirzner, 1998). Con ello, intenta recuperar la eliminación virtual de la función empresarial en el mercado por parte de la teoría de los precios y de aquellos autores anteriores que realizaron múltiples intentos para definir al empresario y distinguirlo del capitalista o del empleado dirigente. Esta función de la que habla el autor es la función de la empresariedad (traducción de entrepreneurship). En el sentido del autor, el emprendimiento parte de la perspicacia empresarial del empresario de descubrir oportunidades sin explotar a partir de un estado de alerta.

Para comprender mejor esta concepción de emprendimiento es importante aclarar algunos aspectos. Primero, Kirzner distingue entre el descubrimiento de oportunidad y la explotación real de ésta; reconoce que esta última es una decisión de tipo robbinsiana, es decir economicista. Segundo, el descubrimiento de oportunidades – empresariedad – alude, para Kirzner (1998), a una “habilidad de ver” (p.93) o de “percibir nuevas oportunidades” (p.93). Tercero, según lo anterior, “las oportunidades se crean primero en su propia mente, y luego de haberlas visto, elige una para la acción” (Wood, 2005: p.39). Cuarta, la empresariedad (emprendimiento) existe en el proceso de mercado y su funcionamiento depende de la presencia de este elemento, y este elemento se asocia al de captación de oportunidades de ganancia. Quinta, la concepción de empresariedad (emprendimiento) se basa en gran parte en la falta conocimiento perfecto, “Sólo en un mundo en que los hombres cometen errores (en el sentido de no percibir las mejores oportunidades) pueden surgir oportunidades de beneficio puro que abren campo a la actividad empresarial” (Kirzner, 1998: págs. 90-91). Sexto, la concepción de actividad empresarial de Kirzner acepta y/o implica indudablemente incertidumbre y riesgo, pero no en el sentido de Knight. Para Kirzner (1998), el hombre lejos de sentirse entorpecido por la ineludible incertidumbre de nuestro mundo actúa según su juicio de qué oportunidades está sin explotar por otros; en este sentido la concepción de incertidumbre no es probabilística sino subjetiva. Séptimo y último, Kirzner (1982) define el estado de alerta como, “propensión motivada del hombre a formular una imagen del futuro” (p.149).

Con alguna frecuencia en la literatura sobre el emprendimiento se asocia los conceptos de incertidumbre y/o riesgo desarrollados por Frank Knight, no solo al término de empresario, sino a los términos de emprendedor y emprendimiento, entre ellos Wood (2005) y Kirzner (1982). Wood (2005), afirma que él, "I term Knightian entrepreneurship" alude a la confianza en sí mismo de la capacidad de predecir el futuro, luego emprender y asegurar los factores para comenzar y gestionar con éxito una empresa que busca satisfacer una demanda futura desconocida, ello implica una opinión superior frente a la incertidumbre. Para Kirzner (1982), el emprendimiento – empresariedad – knightianos consiste en el control y la responsabilidad. Entendiendo la noción de control como "conocimiento último" o "perspicacia empresarial" en el sentido de Kirzner; y la responsabilidad, entendida como aceptación de la incertidumbre. Al igual que a Frank Knight, Joseph Alois Schumpeter se le atribuye un aporte al fenómeno del emprendimiento. Se asocia al término "destrucción creadora" a la concepción del emprendimiento. Al respecto Kirzner (1998), considera que en el sistema Schumpeteriano el emprendimiento – empresariedad – consiste en, "la introducción de nuevos procesos de producción: en la producción de nuevos productos o de antiguos productos con nuevas formas" (p.91). Pero realmente Schumpeter lo que considero fue al empresario innovador. Schumpeter (1942), concibe la destrucción creadora como "proceso de mutación industrial" tal que, "revolucionan incesantemente la estructura económica desde dentro, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos" (p.121). Este proceso de destrucción creadora, afirma el autor, "constituye el dato de hecho esencial del capitalismo"; concluyendo que, además que en ella consiste definitivamente el capitalismo, toda empresa capitalista tiene que adaptarse a ella si desea sobrevivir.

Casson (2005), al parecer, da el mismo sentido a los términos, teoría emprendedora o empresarial (Entrepreneurial Theory) y teoría de emprendimiento (Theory of entrepreneurship) (p.2). En ambos casos, Casson (2005) hace referencia a la empresa (Firm), al empresario (entrepreneur), a lo empresarial y/o al emprendedor (Entrepreneurial) y no al concepto en sí de emprendimiento (entrepreneurship). En el artículo titulado, "Entrepreneurship and Theory of the Firm", Casson (2005) usa la palabra entrepreneurship solo tres veces, y una se sitúa en el título. Similar sucede con el artículo, "entrepreneurship" de 1985; en él, cita tres veces el concepto y una de ellas es en el título. En conclusión, Mark Casson relaciona, implícitamente, el emprendimiento como una teoría de la empresa.

Arthur Cole, como historiador económico se inquietó por dar respuesta a las concepciones de empresario y emprendimiento en el contexto americano, "¿what is meant by the terms "entrepreneur" and "entrepreneurship"?" (Cole, 1942: p.118). En ese intento reconoce que, "en un esfuerzo por establecer estas definiciones provisionales, el historiador económico recurre de manera bastante natural a las obras de los teóricos económicos, y creo que no es necesario sugerir que la guía que el historiador puede obtener de las obras antiguas o modernas en teoría es muy escaso" (Cole, 1942: p.119). Así reconoce, en ese momento, la importancia del tema como un área de investigación general importante toda vez que aún no ha sido explorada. Según esta afirmación, para los economistas clásicos como Adam Smith, no eran digno de estudio los líderes de negocios (The business leader).

De acuerdo con los estudios del momento, Arthur Cole realiza su primera aproximación al concepto de emprendimiento como funciones administrativas. Cole (1942) identifica tres: gestión de las operaciones de rutina; selección de innovaciones de todo tipo; y el desarrollo de la lealtad mediante inspiración (inspiring), es decir los elementos intangibles necesarios para la eficiencia grupal. Funciones que, según el autor, llevo a cabo el empresario de Jean Baptiste Say; a estas funciones así reconocidas, Cole (1942), las considero como la esencia del emprendimiento. ¿Es el emprendimiento un factor esencial para el funcionamiento de la empresa privada de América?, ¿hay un término mejor que "emprendimiento" para describir este elemento persistente en las empresas comerciales? Desde la aparición del concepto de empresario (entrepreneur), 150 años con respecto a la fecha que Arthur Cole escribe su artículo, según Cole (1942), las condiciones han cambiado en consideración, por ejemplo, al tamaño de la empresa; así el autor argumenta sobre la concepción de emprendimiento a partir del empresario (entrepreneur) de Jean Baptiste Say y los líderes de negocios (The business leader) dentro de la empresa moderna o corporaciones (the corporation). De esta forma, para Cole (1942) el empresario es la Corporación; salvo la pequeña tienda y la pequeña fábrica que han sobrevivido en manos de personas o asociaciones. La última afirmación es importante para la comprensión del fenómeno que estamos tratando, toda vez que esta postura asume una concepción más amplia del emprendimiento porque no lo reduce a la creación de empresas, sino a un proceso. Finalmente, al parecer, Cole (1942) vincula la historia del emprendimiento en América (history of American entrepreneurship) con la historia del empresario y sus ganancias empresariales (the entrepreneur and with Entrepreneurial gains). Para ello propone varios métodos: biográfico, estudio de los tipos de industria, función empresarial, estudios asociativos y los estudios transversales. Todo ello para comprender el papel del emprendimiento en el desarrollo económico estadounidense.

Finalmente, aunque Baumol (1968), en su artículo, "Entrepreneurship In Economic Theory", reconoce que la economía, hasta ese momento, no ha podido desarrollar un esclarecedor análisis formal del emprendimiento, en realidad no propone explícitamente una concepción del concepto emprendimiento. Más bien efectúa una distinción entre la función empresarial y la gerencial (the Entrepreneurial and the managerial functions) que contribuye, implícitamente, a la concepción de emprendimiento en la teoría económica. Así, él define al gerente como el individuo que supervisa la eficacia continúa de los procesos; en cambio, el empresario (entrepreneur), ya sea que se desempeñe o no como gerente, tiene una función diferente:

Él debe conducir, tal vez incluso inspirar; él no puede permitir que las cosas entren en la rutina y para él la práctica de hoy nunca es lo suficientemente buena para el mañana. En resumen, él es el innovador schumpeteriano [...]. Él es el individuo que ejerce lo que en la literatura comercial se llama "liderazgo" [...] Y es él quien está prácticamente ausente de la teoría admitida de la empresa (Baumol, 1968, p.64-65).

De lo anterior se deduce que el empresario al explotar deliberadamente las oportunidades percibidas en el sentido Kirzneriano cumple una función empresarial, la cual es un "componente vital en el proceso de crecimiento económico" (Baumol, 1968: p.65). De esta manera para el autor, la iniciativa empresarial (entrepreneurial initiative) así concebida, contribuye a explicar el crecimiento económico estadounidense. Por ello, según el autor, ignorar al empresario (entrepreneur), como lo hace la teoría de la firma

del momento, impide una comprensión total del crecimiento del país. La teoría de la firma que tiene en cuenta al empresario reconoce la gestión como, “una calculadora pasiva que reacciona mecánicamente a los cambios impuestos por desarrollos externos fortuitos sobre los cuales no ejerce, y ni siquiera intenta ejercer, ninguna influencia” (p.67). No se escucha hablar, en los modelos neoclásicos de la teoría de la firma, del ingenio, la innovación o el carisma los cuales conforman los elementos de un emprendimiento exitoso. En los casos en que se incluye al empresario, a este se le concibe como un tomador de decisiones calculador que maximiza el beneficio, concepción que lo implica como una pieza de un engranaje mecánico. Baumol (1968) asegura que, aunque “estos modelos pueden ser poderosos y cumplir bien su objetivo no nos llevan a adelantar un análisis del emprendimiento, ya que sus cálculos son de nuevo mecánicos y automáticos y no requieren una iniciativa emprendedora” (p.68).

Finalmente, Baumol (1968) concluye que, si bien estas dificultades impiden analizar en detalle la oferta de emprendimiento, las opciones de estrategia del emprendedor, sus actitudes hacia el riesgo o las fuentes de sus ideas, es decir construir una teoría económica relevante en el área; él propone un acercamiento teórico al emprendimiento examinando qué se puede hacer para alentar su actividad, es decir, las condiciones del contexto para promover el emprendimiento.

Cuadro 1. Concepción del concepto de emprendimiento desde la Economía.

Autor	Concepción
Mises (1968)	Acción humana
Hayek (1937)	Conocimiento
Kirzner (1998)	Explotación deliberada de las oportunidades percibidas
Knight (1947)	Incertidumbre y riesgo
Schumpeter (1942)	Destrucción creadora
Casson (2005)	Teoría de la empresa
Cole (1942)	Funciones administrativas
Baumol (1968)	Ingenio, innovación y carisma – condiciones del contexto

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2. Concepción del concepto de emprendimiento desde la Psicología.

Autor	Concepción
(McClelland, 1961)	La actitud y la motivación al logro.
(Shaver y Scott, 1991; Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse y Smith, 2004)	Los factores cognitivos y/o el proceso cognitivo.
Krueger, 2007; Bird y Jelinek, 1988)	Intención emprendedora.

Fuente: Elaboración propia

EL CONCEPTO DE POSIBILIDAD REAL EN PEIRCE⁵

Aproximarse a la cuestión implica esclarecer los conceptos implicados en la expresión “posibilidad real”. ¿Qué entiende Peirce por “real”? ¿Qué entiende Peirce por “posibilidad real”? La concepción de lo “real” en Peirce es relativamente más fácil que la de “posibilidades reales”. A la primera Peirce dio respuestas bien razonadas, en tanto que la elaboración de la segunda exigió un mayor esfuerzo.

⁵ Lo expuesto en este apartado se fundamenta en Debrock, G. (2001).

1. El concepto de lo real en Peirce

El contexto en el que Peirce se aproxima a lo que él entiende como real está dado en si los universales son reales. Debrock, citando a Peirce, alude a lo real dividiendo los objetos entre quimeras y/o sueños por un lado, y en realidades por otro. Los primeros objetos, solo existen en tanto que tú o yo o algún otro hombre los imagine; los segundos, tienen una existencia independiente de tu mente o la mía o de cualquier cantidad más de personas. En otras palabras lo real "es aquello que no es lo que pensamos de ello, sino que no es afectado por lo que podamos pensar de ello" (CP 8.012, 1871, citado en Debrock (2001: p.40). De esta manera, todo pensamiento u opinión humana dependen del poder e inclinación individual, de las limitaciones circunstanciales, es decir es accidental, arbitrario y de contenido erróneo. Aun así, la opinión humana tiende universalmente, the long run, a una forma verdadera definida. Esto implica de alguna forma que, dos hombres con la suficiente información y que ejerzan el suficiente pensamiento llegarán a la misma conclusión definida.

De lo anterior se concluye que lo real en Peirce debería satisfacer dos condiciones. Primero, no debe ser afectado por lo que podamos pensar de ello. Segundo, debe ser aquello que corresponda a la opinión final. Esta postura peirceana gira sobre "la paradoja de que lo real es independiente del pensamiento, a la vez que está intrínsecamente relacionado con el pensamiento". Así, cualquiera que sea la concepción que Peirce asigne a la palabra posibilidad, una posibilidad real "debe ser una posibilidad independiente de lo que alguien pueda pensar que sea, y debe ser lo que se piensa que es a largo plazo".

2. Las posibilidades reales

En razón a que lo epistemológico y lo ontológico es difícil de limitar, la cuestión de lo posible ha sido dominada por una ambigüedad fundamental. Peirce, como otros, fue víctima de ello. Sólo hasta 1896, contrario a lo que había pensado hasta entonces, vio con claridad que lo ontológico no podía ser reducido a lo epistemológico. Para Peirce, epistemológicamente lo posible "es aquello que no se conoce que no sea el caso". Pero, lo realmente posible, "es posible independientemente de lo que nosotros conozcamos o no conozcamos" (Debrock, 2001: p.42). De esta manera Peirce, distinguía entre lo realmente posible y lo epistemológicamente posible. Tal distinción queda clara para Peirce cuando descubre lo objetivamente probable. Un ejemplo de ello es el número que puede salir al tirar un dado; "tirando un dado lo suficiente se producirá a largo plazo una distribución tal que cualquier valor de 1 a 6 ocurrirá una de cada seis veces, y esto a pesar del hecho de que nunca sabemos con seguridad qué valor arrojará la siguiente tirada" (p.3). Así, la posibilidad de levantar un brazo – aun cuando llegado el momento no fuera levantado – es de un orden diferente a la posibilidad real de la probabilidad de obtener seis al lanzar un dado sea 1/6.

De acuerdo a esto último, Debrock distingue dos clases de "posibilidades reales". La posibilidad real en tanto que medida por la probabilidad (PRP) – epistemológica-; y la posibilidad real en tanto que real (PRR) – ontológica. Esta última es irreductible para Peirce; y es la que Guy Debrock asume.

Con esta postura, y dado que las posibilidades reales en el sentido PRR no son un asunto

de la lógica ni de la epistemología, Debrock supone que la defensa o justificación de la creencia peirceana acerca de las posibilidades reales en tanto que reales, debería fundamentarse o encontrarse en los escritos peirceanos relacionados con cuestiones ontológicas. Debido a que la ontología peirceana se fundamenta en su teoría de las categorías, parecería que, según Debrock, la justificación de esta creencia en PRR se daría en su teoría de las categorías.

3. Lo posible real y la teoría de las categorías

Aun cuando Peirce expuso la doctrina de las categorías en el contexto de sus estudios lógicos, muy pronto se convirtieron en una herramienta heurística que abordó desde los problemas propios de la ciencias hasta la infraestructura de una cosmología evolutiva; en cualquier caso, para hacerlas inteligibles Debrock considera que las categorías deben interpretarse en términos de una ontología de los eventos.

En la búsqueda de una posible justificación de la creencia peirceana de los posibles reales Debrock identifica en los escritos de Peirce un texto que vincula directamente las categorías y la cuestión de lo posible el cual cita textualmente:

Hay por lo tanto estos tres modos de ser: primero, el ser de un sentimiento, en sí mismo, separado de cualquier sujeto, que es meramente una posibilidad atmosférica, una posibilidad que flota en el vacío, no racional pero capaz de racionalización; segundo, existe el ser que consiste en acción bruta arbitraria sobre otras cosas, no sólo irracional sino antirracional, ya que racionalizarlo sería destruir su ser; y tercero, hay inteligencia viva de la que se derivan toda realidad y todo poder; que es necesidad racional y necesidad (CP 6.342, citado en Debrock (2001:p.43).

En el anterior texto Debrock concluye: Primero, el estricto contexto lógico ha desaparecido; segundo, las tres categorías son definidas como, lo posible, lo actual y lo necesario respectivamente. Peirce les asignó a sus categorías los nombres de Primero, Segundo y Tercero, y no Uno, Dos y Tres; es decir sus categorías son ordinales y no cardinales. Esta elección no es arbitraria sino deliberada, consciente. La Primeridad necesita que aparezca la Segundidad, y tanto la Primeridad como la Segundidad necesitan lo tercero para significar, es decir, para ser algo absoluto. Es más, las tres categorías son comunes a todo lo que aparece; no hay nada en absoluto que no esté marcado por ellas; todos los eventos más sublimes que caracterizan la experiencia humana. Para que algo suceda en absoluto, es decir signifique, "se necesita tres elementos: una interacción, unos elementos que hagan la interacción posible y un elemento en virtud del cual la interacción es de esta clase y no de otra" (p.5).

En opinión de Debrock, Peirce nunca percibió claramente la implicación revolucionaria de su concepción. Esta implicación consiste en que "el mobiliario del universo' tal y como se concibe en el lenguaje ordinario y ha sido presupuesto por cada ontología occidental desde Aristóteles, es una abstracción derivada de esas interacciones" (p.5). Un ejemplo típico de la interacción de estos tres elementos corresponde al del evento de un asesinato. Claramente, el asesino no es un asesino a menos que realmente mate a su víctima, y a su vez la víctima no es realmente la víctima de su asesino a menos que sea asesinada. De este modo se puede afirmar que la interacción que llamamos asesinato es el punto central

del evento, mientras el asesino y la víctima son abstracciones del mismo; ahora, que llamemos al evento asesinato y no reordenamiento de moléculas tiene relación con el punto de vista del cual aparece la interacción. Lo mismo se aplica para todo lo que hay.

Pero, ¿cómo afectan las categorías peirceanas al problema de justificar su creencia de los posibles reales?

1. Teoría de las categorías peirceana

i. La categoría de Segundidad

Si un fenómeno es un fenómeno en cuanto que algo sucede, su característica más obvia es el hecho de que sucede, es decir la Segundidad. De esta manera para Peirce la Segundidad es pura actualidad y existencia desprovista de lo general, incognoscible en términos Aristotélicos (CP 1.424 (1986), citado en Drebock (2001)); envuelve necesidad sin condición, es decir, fuerza sin ley o razón; es fuerza bruta (CP 1.427); fuerza bruta que connota esfuerzo “prescindiendo de la idea de un propósito”, y a su vez, el esfuerzo sólo lo es en virtud de su opuesto, “la experiencia del esfuerzo no puede existir sin la experiencia de la resistencia” (CP 8.330). Racionalizarlo implica destruir su ser, por ello es irracional y antirracional, es acción bruta arbitraria sobre otras cosas (CP 6.342). Así, queda claro que todo esto está desprovisto de posibilidad; las cosas suceden y ningún “sí, pero” “puede evitar que las cosas sucedan como suceden”; en otras palabras, según Peirce, cualquier cosa que sucede queda completamente privada de posibilidad en cualquier sentido; es decir, no tiene que ver con la ignorancia, ni con los condicionales, tiene que ver con la actualidad, y la actualidad es la negación de la posibilidad.

ii. La categoría de Primeridad

De las tres categorías la Primeridad es la más difícil de comprender, en parte porque es intrínsecamente ininteligible, y en parte porque las cosas dichas por Peirce acerca de ella son a veces muy enigmáticas.

Para facilitar su comprensión Guy Debrock, siguiendo a Peirce, inicia en primer lugar aclarando qué no es la Primeridad, “sea lo que sea, la Primeridad no depende de nada”. Así, Peirce señala las tres modalidades de independencia de la Primeridad: independencia de los casos particulares, de la actualidad y de la mente. ¿Qué implica tal independencia? El ser de las cualidades no depende de la cosa específica en la cual esta encarnada, es decir de la cosa material que la posea; en tanto Primeridad, no es ni depende en modo alguno de lo actual, es meramente posible; finalmente, por virtud de su ser, la cualidad no es en la mente ya sea en la forma de sentido o de pensamiento. Según Peirce, la falta de claridad de tal independencia ha conducido a muchos errores: “que la cualidad es dependiente del sentido es el gran error de los conceptualistas; que es dependiente del sujeto en el que se realiza es el gran error de todas las escuelas nominalistas” (CP 1.422); el error de todas esas escuelas, afirma Peirce, reside “en sostener que lo potencial o posible no es nada hasta que lo actual lo hace ser” (CP 1.422).

En este marco, lo que se pueda decir positivamente de la Primeridad es un corolario de estas modalidades de independencia. En este sentido, Debrock afirma que el primer corolario y probablemente el más importante es la monadicidad de la Primeridad. En palabras peirceanas la monadicidad se entiende como:

[...] aquello en lo que atendemos a cada parte como aparece en sí misma, en su propia talidad, mientras que no consideramos las conexiones. Rojo, agrio, dolor de muelas son cada uno sui generis e indescritibles. En sí mismos, eso es todo lo que hay que decir de ellos. Imagina a la vez un dolor de muelas, un dedo que te has pillado, un callo en el pie, una quemadura, un cólico, no necesariamente como existentes a la vez -deja eso vago- y no atiendas a las partes de la imaginación sino a la impresión resultante. Eso dará una idea de la cualidad general del dolor. Vemos que la idea de una cualidad es la idea de un fenómeno o fenómeno parcial considerado como una mónada, sin referencias a sus partes o componentes y sin referencia a nada más. [...] Un elemento separado de todo lo demás y en ningún mundo excepto en él mismo, puede decirse, cuando reflexionamos sobre su aislamiento, que es meramente potencial. [...] La cualidad es lo que se presenta a sí mismo en el aspecto monádico" (CP 1.424, citado en Debrock (2001: p.47)).

En esta concepción monódica de la Primeridad Debrock reconoce dos características. Primera, en tanto que no tiene relación con algo más no es posible ser comparada a nada, no puede conceptualizarse, ni puede ser definida; además, contrario a lo que sucede con los pensamientos, la Primeridad no tiene una razón. Segunda característica de la Primeridad, y la más intrigante, es la generalidad de las cualidades: "Cada cualidad es, en sí misma, general" (CP 1.422). Para Debrock esta postura parece contradecir la posición peirceana de que los generales se relacionan básicamente con la Terceridad, es decir con la razón, con los hábitos. En suma, todas estas características quedan implicadas en que la Primeridad es básicamente posibilidad, sin existencia e irreductible a algo más. Ser posible por lo tanto significa: "estar ahí, aunque no estar ahí actualmente"; sin existencia ni anclada a ella e irreductible a algo más; es en cambio fundamentalmente primero: "la condición de la posibilidad de la emergencia de eventos [...] es que haya cualidades potenciales que no tengan ningún origen más allá de sí mismas"; lo primero implica que "es una posibilidad cualitativamente positiva, en sí misma nada más" (CP 1.536).

Retomando lo dicho, Debrock regresa a la cuestión inicial del artículo ¿cómo justifica Peirce su creencia de que hay posibles reales? Sin duda la caracterización de la Primeridad da cuenta de su creencia de que hay posibles. Ahora, la cuestión es si esos posibles son reales. Para responder a tal inquietud, Debrock retorna y examina las dos condiciones de realidad en Peirce (Cfr. Pág., 1). La conclusión es que solo cumple la primera condición: lo real es independiente de cualquier cosa; pero es más difícil de determinar si cumple la segunda condición, que se relaciona con la opinión final. En resumen: si se acepta que los posibles son reales en el sentido PRP, el interés de Debrock es si lo es en el sentido PRR. En opinión de Debrock, ya que ni la Primeridad y la Segundidad satisfacen el criterio de PRR "se esperaría que Peirce justificara su creencia en los posibles reales en el sentido de PRR en términos de Terceridad".

iii. La Terceridad y lo posible

La Terceridad se relacionada con el pensamiento, o en la semiótica peirceana con el interpretante; en termino tradicionales Debrock argumenta que la Terceridad podría relacionarse con la quiddidad. Esto último implica que, aun cuando un evento sea "brutal", sin razón e irracional o antirracional, eso no lo exime de ninguna manera que se pregunte: qué es lo que sucedió. En otros términos, se debe distinguir entre lo que pasó y qué pasó. Este – qué – de alguna forma implica en la Terceridad lo que comúnmente se llama significado.

¿Cómo se relaciona entonces la posibilidad real con la Terceridad? La respuesta afronta algunas dificultades en tanto que Peirce, además de caracterizar a menudo la Terceridad en términos de posibilidad, la relacionada con ley y necesidad: "tercero, hay inteligencia viva de la que se derivan toda realidad y todo poder; que es necesidad racional y necesidad" (CP 6.342). La salida que propone Debrock a esta dificultad consiste en argumentar que "el enlace entre la Terceridad y la posibilidad gira sobre la postura pragmática básica de que el pensamiento tiene que ver con la creencia, y de que la creencia tiene que ver con el hábito". Esto a sabiendas de que el núcleo del hábito es su carácter condicional. Lo que significa esto último es que, según Peirce, "la estructura racional básica es la estructura de la implicación lógica: si p, entonces q"; esta implicación entre racionalidad y hábito es posiblemente una de las intuiciones más significativas de Peirce.

De acuerdo con estos argumentos en favor de la posibilidad asociada a la Terceridad, Debrock considera que las leyes, como los hábitos, envuelven necesidad condicional; más aún, las leyes envuelven siempre, como los hábitos y por tanto como el pensamiento, un contexto de expectación. En términos hobbianos, la posibilidad y la legalidad causal son dos caras de la misma moneda. En palabras de Debrock:

Concedido que algo sucedió, preguntamos por la causa de lo que sucedió, esto es, preguntamos por, qué es lo que lo produjo necesariamente. Pero en tanto que nada sucede, meramente podemos esperar que, bajo ciertas condiciones, algo sucederá necesariamente. De este modo, lejos de ser mutuamente excluyentes una de la otra, la posibilidad y la necesidad aparecen, exactamente como sugiere Peirce, como dos aspectos de una y la misma relación.

Lo importante para Debrock es distinguir entre la relación condicional expresada, bien por una ley, y la necesidad del consecuente de esta relación, dado el hecho del antecedente. Retomando el ejemplo de Alicia y el tren a Madrid, Debrock afirma que, si ella toma el tren a Madrid, llegará a Madrid; lo cual implica que esta afirmación es verdadera o falsa; si es verdadera, hay algo que la hace verdadera. Interpretando a Peirce, Debrock afirma:

Si comprendo a Peirce correctamente, está en realidad diciendo que una posibilidad real es lo que hace la verdad de tal afirmación condicional. Ya que la afirmación puede ser verdad, independientemente de la cuestión de si Alicia alguna vez tomó el tren o no [...] entonces Alicia necesariamente llega a Madrid.

Por tanto, concluye Debrock, cuando Peirce escribió que "es pura locura negar la posibilidad de levantar mi brazo, aunque, llegado el momento, no lo levante" (CP 4.579), queda justificado su creencia en su concepción de Terceridad.

La realidad de la posibilidad de levantar mi brazo, incluso aunque, llegado el momento no lo levante, es simplemente lo que hace la verdad -que es independiente de la opinión de cualquier persona- de la afirmación condicional de que "dadas ciertas circunstancias, levantaré mi brazo", aun cuando esas circunstancias nunca surgieran.

Así la posibilidad real en Peirce está vinculada a una de las cuestiones más importantes para el pragmatismo y los pragmatistas: el futuro. Al respecto Trujillo (2014) afirma que

Peirce a través de los futuros posibles reconoce en el pensamiento auto controlado el poder anticiparse mediante el proceso de inferencia y la elaboración de conjeturas; de esta manera establece “una conexión entre cognición racional y propósito racional, ya que el significado racional de toda proposición descansa en el futuro, es decir, consiste en nuestro concepto de qué conducta nuestra se daría en ocasiones concebibles” (Debrock, 2001: p.120). En otros términos “los hechos futuros son, según Peirce, los únicos que podemos controlar y todo lo que pueda haber en el futuro que no sea susceptible de control son las cosas que seremos capaces de inferir, o que deberíamos poder inferir, bajo condiciones favorables”. De esta manera Peirce reformula su máxima del pragmatismo en términos de lo posible así:

“Toda la intención intelectual de un símbolo consiste en el total de todos los modos generales de conducta racional que, condicionados a todas las diferentes circunstancias y deseos posibles, se seguirían de la aceptación del símbolo.” (CP 5. 438-463).

d. Nueva perspectiva

Cuando se intenta aproximar a un tema desde perspectivas distintas y no tradicionales, la dificultad radica en reconocer un camino que las vincule, o quizás construirlo sino este dado. Para el caso, corresponde concebir el emprendimiento desde el pragmatismo, es decir el pragmatismo de C. S. Peirce. En este proceso surge un interrogante esperado y válido, ¿Qué nos puede decir el pragmatismo acerca de la significación del emprendimiento? Para construir tal vínculo es necesario iluminar el camino con la respuesta a otro interrogante, ¿Por qué es importante el pragmatismo? Aquí interesa destacar aquello que se presenta como un destello que ilumina el camino que buscamos, el cual “sitúa el pensamiento humano en el orden natural de las cosas y le proporciona una trayectoria hacia delante, en lugar de la trayectoria hacia atrás, propia de las viejas epistemologías [...]” (Houser, 2006:p.9-10). , es decir, el contenido de pensamiento ha de ser hallado en las experiencias anticipadas más que en las causas históricas; lo cual implica que el pragmatismo enlaza el significado y la justificación con la experiencia futura más que con las causas pasadas (Houser, 2006).

El porqué del pragmatismo nos sitúa en un punto de la arquitectónica del pensamiento filosófico de C. S. Peirce. Este ápice es el concepto de posibilidad real. En él, Peirce reconoce un modo de ser general, no particular, que es real ya que esta modalidad⁶ se vincula con una de sus tres categorías⁷, la terceridad, como elemento general “siempre presentes en la experiencia misma” Ballabio (2016: p.44) y que no solamente cumplen una función conceptual que unifica la multiplicidad de los fenómenos, sino que es un concepto general que se imbrica como elemento de la realidad misma (Ballabio, 2016).

Esta modalidad que representa la posibilidad, la modalidad tiene que ver con los modos de ser en el “mundo” (“the fact of being a mode”, CP 3811), es de tipo ontológico y no

⁶ El realismo modal, el realismo acerca de la “posibilidad real”, constituye un elemento fundamental del realismo escolástico de Peirce. Este es definido como la doctrina que plantea que hay objetos reales que son generales, que hay principios generales realmente operativos en la naturaleza. Para Peirce, la generalidad es un aspecto indispensable de la realidad (EP 2: 343)

⁷ En uno de los aspectos que Peirce las vincula, corresponde al papel de su fenomenología (faneroscopia) como doctrina de los elementos siempre presentes en la experiencia, estas categorías son: primeridad, seguridad y terceridad

epistemológico. La dificultad que prevaleció al discernir la cuestión de lo posible fue dominada por una ambigüedad que género, y sigue generando, los aspectos epistemológicos y ontológicos por su dificultad para separarlos. Peirce, aunque víctima de esa misma ambigüedad, posteriormente reconoció que lo ontológico no podía ser reducido a lo epistemológico.

De esta manera, para Peirce, epistemológicamente lo posible "es aquello que no se conoce que no sea el caso". Pero, lo realmente posible, "es posible independientemente de lo que nosotros conozcamos o no conozcamos" (Debrock, 2001: p.42). Así distinguía entre lo realmente posible y lo epistemológicamente posible.

¿Qué nos puede decir el pragmatismo acerca de la significación del emprendimiento? Históricamente hubo una intención por dilucidar el significado del emprendimiento, que posteriormente cesó. En la actualidad no es común este tipo de cuestiones, se da por sentado o simplemente cada autor, según su interés, asume uno.

En suma, en el intento de significar el concepto de emprendimiento se pueden identificar tres aspectos. Primero, se reconoce dos tipos de investigaciones: teóricas y empíricas; las primeras prevalecieron, sobre todo, a mediados del siglo XIX cuando se valoró como área de investigación por el papel que cumplía en el desarrollo económico de una región o país (Cole, 1942; Baumol, 1968; Veciana, 1999) y cuyo objetivo principal fue el concepto en sí; en tanto las empíricas son las que han prevalecido en los últimos años por el interés de medir y no de comprender o explicar el fenómeno, pero se hacen sin una claridad acerca de lo que significa el emprendimiento. Segundo, se reconocen tres niveles de análisis: individuo, empresa y entorno (Veciana 2007). Tercero, generalmente cuando se hace referencia al emprendimiento surgen cuatro términos, empresa, empresario, emprendedor y emprendimiento. Cuarto, cuando la intención es dar cuenta del concepto de emprendimiento, lo asocian a otros conceptos o términos abstractos. La actitud y la motivación al logro (McClelland, 1961), los factores cognitivos o el proceso cognitivo (Shaver y Scott, 1991; Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse y Smith, 2004), intención emprendedora (Krueger), 2007; Bird y Jelinek, 1988); acción humana (Mises, 1968), conocimiento (Hayek, 1937), explotación deliberada de las oportunidades percibidas (Kirzner, 1998), incertidumbre y riesgo (Knight, 1947), destrucción creadora (Schumpeter, 1942), teoría de la empresa (Casson, 2005), funciones administrativas (Cole, 1942), ingenio, innovación y carisma - condiciones del contexto (Baumol, 1968); otros con miradas generales: creación de una organización o empresa (Cole 1942, Gartner 1990), proceso innovador (Curran & Burrows 1986), nueva producción de bienes que responde a una oportunidad, nuevas iniciativas concebidas y desarrolladas para atender un mercado (Venkataraman 1997). Esto deviene en tautologías y pleonasmos que no contribuyen a aclarar, sino que ayudan a producir galimatías.

La hipótesis que se reconoce en esta nueva perspectiva, la cual intenta reconocer tal confusión, considera que ontológicamente las explicaciones actuales que dan cuenta de la concepción del emprendimiento giran en las cuestiones alrededor de lo primero, de la esencia o de lo fundante; en otras palabras, por las causas primeras que indagan por lo pasado, es decir, por los antecedentes familiares, experiencias dadas, dificultades personales, el contexto, personalidad y hasta cuestiones genéticas. Esto tiene su precedente en la ontología cartesiana; lo cual ha conllevado a que, la mayoría de sus

explicaciones de los hechos caen en la distinción establecida por Descartes “entre dos clases excluyentes de substancias, de las cuales se componen los objetos físicos, que se pueden constatar mediante la percepción sensible, y los fenómenos mentales, disponibles a la introspección, a saber, la res extensa y la res cogitas, respectivamente” (Bonaldi, 2003: p.5). Esta distinción es reconocida como dualismo por la distinción ontológica entre cuerpo y mente. Tal distinción ha generado algunos problemas; reducen la realidad, bien a monismos mentales o bien a monismos “físicos”, como es el caso del funcionalismo y el conductismo respectivamente, a lo cual, como hemos observado, las concepciones del emprendimiento no son ajenas.

Ahora, reconocer y aceptar que las explicaciones actuales de la concepción del emprendimiento, por lo menos hasta el momento en que fue el centro de las investigaciones, asumen por defecto una ontología dualista, es asumir que el tipo de epistemología asumida en tales investigaciones es consecuente con el dualismo cartesiano, ya que, el tipo de ontología que se conciba determina la epistemología que usa una persona o disciplina.

De esta manera, en lo que nos puede contribuir el pragmatismo para concebir el emprendimiento, es decir su significado, parte del “cambio paradigmático” de Descartes a Peirce. De acuerdo con Peirce, hay tres grados de claridad: familiaridad, distintividad y pragmático. Para Peirce, cuando los lógicos anteriores a su época hablan de claridad “lo que significan no es más que una familiaridad con una idea” (CP 5.388-410, W3: 257-276, EP 1.124-141), así “una idea distinta se define como aquella que no contiene nada que no esté claro. [...] los lógicos entienden por contenidos de una idea todo aquello que está contenido en su definición. De manera que, según ellos, captamos una idea de modo distinto cuando podemos dar una definición precisa de la misma en términos abstractos [...]” (CP 5.388-410, W3: 257-276, EP 1.124-141).

Lo expresado por Peirce en el siglo XIX, continua vigente y es aplicable a la concepción actual del emprendimiento. Tratar de esclarecer un concepto por el método de la familiaridad y la distintividad, es decir, por su definición abstracta, corresponde al primer y segundo grado de claridad respectivamente, los cuales no son suficiente para aclarar conceptos complejos como el de emprendimiento que genera tantas dudas.

Para subsanar este estado de la cuestión que se relaciona con el grado de claridad de un concepto, Peirce, propone el tercer grado de claridad, el pragmático. Para lo cual desarrolla su pragmatismo como un método para lograrlo y enuncia su máxima pragmática:

El significado de una palabra u otra expresión, yace exclusivamente en su efecto concebible sobre la conducta de vida; de manera que, como obviamente nada que no pueda ser el resultado de un experimento puede tener un efecto directo sobre la conducta, si uno puede definir con precisión todos los fenómenos experimentales concebibles que la afirmación o negación de un concepto pueda implicar, se tendrá por consiguiente una definición completa del concepto, y no hay absolutamente nada más en ello (EP 2: 332 [1905])

¿Cómo deberíamos buscar, desde el punto de vista de la máxima pragmática, este tercer nivel de significado del emprendimiento? Esto implica responder, ¿Cuáles son los efectos

que concebimos tiene el emprendimiento sobre la conducta de la vida? Peirce sugiere que "el único efecto que las cosas reales tienen es causar la creencia".

Hasta aquí tenemos una amalgama de conceptos sin aparente vínculo, emprendimiento, posibilidad real, creencia y la categoría de Terceridad; y un principio, la máxima pragmática. Para lograr su implicación, es necesario retrotraer la cuestión de que la Terceridad, una de las tres categorías ontológicas peirceanas, se relaciona con el pensamiento, o en la semiótica peirceana con el interpretante. Esto implica que un evento dado, que corresponde o se sitúa en la actualidad, es decir la Segundidad que corresponde a otra de las categorías ontológicas de Peirce, sea interpretado mediante la pregunta: qué sucedió. La cuestión aquí es, dada la Segundidad, entendida como un hecho, evento o actualidad, la pregunta esperada sería, que pasó; en tanto suceda ello, en la Terceridad el interrogante es por el: qué pasó. En otros términos, se debe distinguir entre lo que pasó y qué pasó. Este – qué – de alguna forma implica en la Terceridad lo que comúnmente se llama significado.

¿Cómo se relaciona entonces la posibilidad real con la Terceridad? La implicación entre la Terceridad y la posibilidad real se fundamenta en la postura pragmática de que el pensamiento tiene que ver con la creencia, y a su vez la creencia tiene que ver con el hábito.

Según Peirce, la única función del pensamiento es producir hábitos de acción y esta depende de nuestras creencias. Una creencia es algo de lo que estamos conscientes, apacigua la irritación de la duda y establece en nuestra naturaleza una regla de acción (un hábito); como calma el malestar que produce la duda, el cual es el motivo del pensamiento, entonces causa un relajamiento momentáneo del pensamiento cuando la creencia es alcanzada. Pero como la creencia es una regla de acción, producirá más dudas, más pensamientos, así que es un lugar de descanso y al mismo tiempo es un lugar de inicio para el pensamiento siguiente (el pensamiento es esencialmente acción). Para Peirce la esencia de una creencia es el establecer un hábito.

Para revelar el significado de un pensamiento, simplemente debemos determinar los hábitos que éste produce, una cosa significa simplemente los hábitos que ésta causa. Cada propósito de acción está encaminado a producir algún resultado perceptible. Por ello para Peirce una creencia es una preparación de la mente para la acción, un impulso o disposición a actuar. Así, el Pragmatismo de Peirce es una teoría del significado y la lógica es una teoría del método o principios que rigen la producción de significado a través de los signos.

El camino vinculante entre la concepción del emprendimiento y la posibilidad real, consiste entonces en considerar las reglas de acción para significarlo; es decir la forma de significar el emprendimiento implica reconocer sus efectos concebibles – hábitos y creencias – que puede producir un efecto concebible en la conducta de la vida.

Para evitar interpretaciones equivocadas, es importante aclarar que el concepto de hábito no se debe asumir en el sentido tradicional. Para dar el sentido que Peirce le concibió, es imprescindible precisar su concepción de experiencia y cómo ella se relaciona con el hábito; así el lector comprenderá cómo se debe entender aquí el concepto de hábito.

¿Cuál es la concepción peirceana de experiencia? Para atender con claridad esta noción, es necesario reconocer la importancia del adverbio conceivably que usa Peirce en su máxima pragmática. En efecto, reconocer que la fenomenología analice los elementos universales de la experiencia es algo que puede darse por sentado. Sin embargo, no lo es subrayar que ésta describa “las categorías universales de los fenómenos dentro de un campo de experiencia constituido por cualquier cosa que sea posiblemente – conceivably – objeto de estudio” (Ballabio, 2016: p.22-23), y esto último constituye el rasgo más característico y diferenciador de la fenomenología peirceana sobre otras, a la cual llamo faneroscopia. Lo que se indica con ello, es que la experiencia, como la concibe Peirce, no se constituye “solamente por un dato o por un conjunto de datos perceptibles, sino que se debe extender su campo a todo lo que podría ser concebiblemente⁸ objeto de experiencia o percepción posible” (p.23).

Esta concepción de experiencia diferencia a Peirce de los demás pragmatistas, y a su vez es lo que diferencia su pragmatismo⁹, en especial con el de William James. No es posible, según Peirce, identificar la experiencia “con un evento puntual o con un conjunto de sensaciones, sentimientos, percepciones o reacciones, como lo hace James” (p.23), más bien, es el efecto “práctico y concebiblemente práctico que la vida ha producido y produciría en nuestras conductas, en nuestros hábitos de respuesta” (p.23). En suma, en la concepción de experiencia peirceana, para experimentar algo no es necesario que este algo suceda realmente ni actuar conforme a su acontecimiento; la experiencia, en esta concepción es un “hábito o una regla de acción que se produce frente a un hecho concebiblemente real”¹⁰ (p.24) aunque llegado el momento no suceda.

Entendido así el hábito, no se trata de hallar el significado del emprendimiento, como creemos que sucede con las actuales concepciones, en las experiencias sensoriales, en los sentimientos y reacciones presentes en una persona, como lo reconoció el pragmatismo de William James; es decir el significado del emprendimiento no debe consistir necesariamente en alguna acción o cosa presente ni en ninguna experiencia sensorial particular como sucede con su concepción actual. Más bien, la concepción del emprendimiento como posibilidad real, consiste en considerar las reglas de acción para significarlo; es decir la forma de significar el emprendimiento implica reconocer sus efectos concebibles – hábitos y creencias – que puede producir un efecto concebible en la conducta de la vida, como una regla de acción in future.

CONCLUSIONES

Para Charles Sanders Peirce tenía gran importancia el pensar claramente y por ello examino la distinción cartesiana entre las concepciones claras y oscuras. Al respecto, Peirce creía que Descartes podía ser mejorado con la adición de un tercer nivel de

⁸ Esta noción alude a la realidad de la posibilidad como parte constitutiva de ella. Es el realismo de Peirce frente a un nominalismo que no lo reconoce así.

⁹ En 1905 lo denominará pragmatismo

¹⁰ Aquí unos ejemplos dados por Peirce para comprender mejor lo concebible. ¿Qué significa tener la experiencia de que el agua moje? No es cuestión, solamente, de experimentar la humedad del agua a través de los sentidos o de reaccionar o hacer algo frente al fenómeno agua, como tomar una sombrilla; más que esto, consiste en la disposición de actuar de una determinada forma – hábito – ante la concebible posibilidad de que el fenómeno llamado agua se presente ante la mente (Ballabio, 2016). Este ejemplo es similar al de la posibilidad de alzar el brazo: “He reconocido siempre que una posibilidad puede ser real, que es pura locura negar la posibilidad de levantar mi brazo, aunque, llegado el momento, no lo levante” (CP 4.579, 1903).

claridad y que tal cuestión implicaba la aplicación de su máxima pragmática. De tal manera que Peirce, reconoce tres grados de claridad en un concepto, el primer grado que consiste en la familiaridad, usos "frecuentes" aceptados del concepto; segundo grado, el cual se ocupa de las definiciones abstractas o lexicográfica, es decir, en términos peirceanos, la distintividad; y el tercer grado de claridad de la aprehensión de un concepto, el pragmático. En los dos primeros están vinculados las aproximaciones actuales de la literatura del emprendimiento en su búsqueda de significarlo.

A la luz estos tres grados de claridad, si le preguntásemos a cualquier persona, ¿Qué significa el emprendimiento? En el primer grado, la familiaridad con el término permitirá obtener respuestas relacionadas con el uso que se le da, por ejemplo, crear empresa, luchar por lo que uno quiere, proceso, etcétera. En un segundo grado de claridad, ¿qué es el emprendimiento? En este grado se necesita una definición abstracta (del tipo de las del diccionario). De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española (RAE) el emprendimiento es, " 1. m. Acción y efecto de emprender (|| acometer una obra). 2. m. Cualidad de emprendedor. Esta persona destaca por su emprendimiento y capacidad.". Nada nuevo puede aprenderse de analizar definiciones. Por eso no tiene sentido detenerse en las definiciones ofrecidas por los estudiosos del tema, aunque si constituye una preliminar necesaria realizar una lectura distante y comprensiva de las definiciones, caracterizaciones y descripciones del concepto y del fenómeno del emprendimiento. Sólo que este es un segundo grado de claridad. El mayor grado de claridad lo obtenemos observando los efectos prácticos concebibles del concepto de emprendimiento en la conducta de la vida (the conduct of life).

Si bien los argumentos actuales sobre el concepto del emprendimiento son necesarios, toda vez que, si suponemos, a la luz de las tres categorías ontológicas peirceanas, que la mayor parte de ellos se relacionan con la Segundidad, es decir la actualidad, no son suficiente en razón a que su comprensión quedaría incompleta. Ello también implica reconocer en las concepciones actuales del emprendimiento una alusión a la experiencia en términos de un evento puntual o con un conjunto de sensaciones, sentimientos, percepciones o reacciones, aludiendo al percepto, es decir como un objeto de la percepción y no como se propone en este artículo, como un concepto, es decir como un objeto del pensamiento.

La nueva perspectiva que se propone en este artículo, intenta contribuir a "completar" el rompecabezas de lo que debemos entender como emprendimiento. La posibilidad real, permite reconsiderar que el significado de un concepto reside en el futuro y amplía el horizonte de lo que debemos considerar como experiencia en él. El significado es el efecto "práctico y concebiblemente práctico que la vida ha producido y produciría en nuestras conductas, en nuestros hábitos de respuesta" (Ballabio, 2016: p.23). Lo cual implica que en la concepción de experiencia peirceana, para experimentar algo no es necesario que este algo suceda realmente ni actuar conforme a su acontecimiento, como suele suceder hoy con las explicaciones del emprendimiento; la experiencia, en esta concepción, la peirceana la cual es la que se propone en este artículo, es un "hábito o una regla de acción que se produce

frente a un hecho concebiblemente real" (p.24). Consideramos así que las actuales significaciones del emprendimiento se basan en aquella experiencia dada y no como se

propone aquí, en la experiencia como una regla de acción, hábito, que se produce ante un hecho concebiblemente real aun cuando llegado el momento no suceda.

Finalmente, para enfatizar el sutil anti cartesianismo de este artículo frente a las posturas actuales de la concepción del emprendimiento cuyos argumentos consideramos son cartesianos, se consideran dos interrogantes ¿Cómo repercute, entonces, el pasado en la concepción del emprendimiento? ¿Cómo repercute el futuro en la concepción del emprendimiento? En la pregunta por el pasado se aposentan las explicaciones que hasta el momento han intentado significar el emprendimiento, toda vez que su enfoque ha sido por las causas, lo primero, por el punto de partida o por los hechos ya conocidos; por ello se indaga a las personas por su pasado, experiencias, familia, contexto, las circunstancias; o se realizan test que buscan medir su liderazgo, su inteligencia, personalidad, actitud, aptitud o su capacidad, competencias, atributos o cuestiones de ese tipo. Desde la perspectiva de las tres categorías ontológicas de Peirce, estas preocupaciones se corresponden con la Segundidad, es decir con la actualidad, la existencia, es decir hechos consumados (*faits accomplis*). Lo cual no es suficiente para concebir el emprendimiento, lo limita.

¿Cómo repercute el futuro en la concepción del emprendimiento? De acuerdo con Peirce, “el pragmatismo consiste en mantener que la intención de cualquier concepto es la repercusión que se concibe que tiene nuestra conducta” (CP5.423), pues su significación, del concepto, se refiere a la conducta deliberada, que es conducta controlable, pues la única conducta controlable es la conducta futura. En suma, esto corresponde a que el significado del emprendimiento se aclara a partir del tercer grado de claridad de aprehensión, el pragmático; el cual promulga y queda expresado en su máxima pragmática:

El significado de una palabra u otra expresión, yace exclusivamente en su efecto concebible sobre la conducta de vida; de manera que, como obviamente nada que no pueda ser el resultado de un experimento puede tener un efecto directo sobre la conducta, si uno puede definir con precisión todos los fenómenos experimentales concebibles que la afirmación o negación de un concepto pueda implicar, se tendrá por consiguiente una definición completa del concepto, y no hay absolutamente nada más en ello (EP 2: 332 [1905])

REFERENCIAS

- Alonso, P. (2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Tesis Doctoral. Un enfoque de género. Universidad de Cantabria.
- Alonso, M.J. & Galve, G. (2008): El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución, *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5-44.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1028– 1033.
- Ballabio, A. (2016). *Experiencia y creatividad en CS Peirce y M. Merleau-Ponty*. Bogotá: Aula de

Humanidades.

- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *The American economic review*, 58(2), 64-71.
- Bédard, R. (2002). *Los cuatro Modos de Ser: teoría y aplicaciones a la gestión*. HEC-Montréal, Groupe Humanisme et Gestion.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230
- Bendassolli, P. F., Borges-Andrade, J. E., & Gondim, S. M. G. (2016). Self-Control, Self-Management and Entrepreneurship in Brazilian Creative Industries. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 26(63), 25–33
- Bhidé, A. (2001). *Origen y evolución de nuevas empresas*. Oxford University Press.
- Bird, B. y Jelinek, M. (1988). The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 13(2), 21-29.
- Bonaldi, J. P. (2003): Funcionalismo e intencionalidad: Formas y contenidos de los estados mentales intencionales, Documentos CESO No. 63, Bogotá D.C.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58(2), 327-348.
- Cole AH. 1942. Entrepreneurship as an Area of Research. *The Journal of Economic History*, 2, 118-26
- Curran J, Burrows R. 1986. The sociology of petit capitalism: A trend report. *Sociology* 20, 265-79
- Chevallier, J. & Loschak, D. (1980). *La ciencia administrativa*. México: Fondo de Cultura Económica
- Debrock, G. (2001). Las categorías y el problema de lo posible en CS Peirce, *Anuario Filosófico*, 34, 39-55. Disponible en línea: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Las+categorias+y+el+problema+de+lo+posible+Guy+Debrock&btnG=
- Filion, L. J. (1990). Visions and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. In *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 57-71).
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. *The American Psychologist*, 62(6), 575–89. <http://doi.org/10.1037/0003-066X.62.6.575>
- Julien P.A. (2005). *Emprendimiento regional y economía del conocimiento: una metáfora de las novelas policíacas*. Bogota D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.
- Kautonen, T., Hatak, I., Kibler, E., & Wainwright, T. (2015). Emergence of entrepreneurial behaviour: The role of age-based self-image. *Journal of Economic Psychology*, 50, 41–51.
- Kirzner, I. M. (1998). *Competencia y empresarialidad 2da Edición*. Madrid: Unión Editorial.
- Kirzner, I. M. (1982). Uncertainty, Discovery and Human Action, in *Method, Process and Austrian Economics*.
- Krueger, N.F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Lachmann, L. M. (1976). From Mises to Shackle: an essay on Austrian economics and the kaleidic society. *Journal of Economic Literature*, 14(1), 54-62.
- Laverde FP. 2007. La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. *Hacia una*

- visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración 20: 11-37.
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58-63.
- McClelland, D. C. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea Ediciones.
- McClelland, D.C. (1968). *La sociedad ambiciosa: factores psicológicos en el desarrollo económico II*. Ed. Guadarrama.
- Mitchell, R.K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P.P., Morse, E.A. y Smith, J.B. (2004). The distinctive and inclusive domain of entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(6), 505-518.
- Nishimura, J. S., & Tristán, O. M. (2011). Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia*, (46), 55-71.
- Mises, V. L. (1968). *La acción humana*. Madrid: Editorial Sopec S.A.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 63-72.
- Peirce, C.S. (1958.) *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* en C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (eds.). Cambridge, MA: Harvard University Press
- Peirce, C. S. (1978). *Lecciones sobre el pragmatismo* en Dalmacio Negro (ed.). Buenos Aires: Aguilar.
- Peirce, C. S. (1987). *Obra lógico-semiótica* en Armando Sercovich (ed.). Madrid: Taurus.
- Peirce, C.S. (1988). *El hombre, un signo. (El pragmatismo de Peirce)* en José Vericat (ed.). Barcelona: Crítica.
- Peirce, C. S. (1988). *Escritos lógicos* en Pilar Castrillo (ed.). Madrid: Alianza.
- Peirce, C. S. (2012). *Obra filosófica reunida* en N. Houser y C. H. Kloesel (eds.). México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Sadler-Smith, E. (2015). The role of intuition in entrepreneurship and business venturing decisions. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(2), 212-225.
- Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema*, 23(3).
- Say, J.-B. (1852). *Première partie. Traité d'économie politique* (pp. 90-124). Paris: Guillaumin et Cie.
- Schumpeter, J. A. (1961). *Teoría do desenvolvimento econômico*.
- Schumpeter, J. (1942). Creative destruction. *Capitalism, socialism and democracy*, 825, 82-85.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shaver, K.G. y Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation Kelly G. shaver. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(2), 23-45.
- Stevenson, H.H. y Jarillo, J.C. (1990). "A Paradigm of Entrepreneurial Management" in *Strategic Management Journal*. 11, 17-27.
- Triandis, H.C. (1980). Values, attitudes and interpersonal behavior. Paper presented at the Nebraska Symposium on Motivation, Lincoln, NB. 27 195-259.
- Veciana J.M. 2007. Entrepreneurship as a scientific research programme In *Entrepreneurship*, pp. 23-71: Springer

- Veciana, J.M. (1999): "Creación de empresas como programa de investigación científica", Revista Europea de Dirección Y Economía De La Empresa, 8(3): 11-36.
- Venkataraman S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth, 3, 119-38.
- Vitale, A. (2004). El estudio de los signos: Peirce y Saussure. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Wood, J. S. (2005). The development and present state of the theory of entrepreneurship in product and asset markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Kirzner, Shackle, and Lachmann.