

# **Ciberemprendedores grupales y redes sociales virtuales en la Cibersociedad Tecnológica Postindustrial (CTP)**

*Autor: José Manuel Saiz Álvarez\**

Universidad Antonio de Nebrija, Facultad de Ciencias Sociales, e Instituto para el Fomento de la Investigación Económica (Instituto FIEC)

## **Resumen**

La creación de redes sociales virtuales ha sido incentivada por la aparición de un nuevo tipo de emprendedor que podríamos llamar, dadas sus peculiaridades: ciberemprendedor grupal. Este hecho está transformando a la sociedad y en la empresa del siglo XXI está abriendo nuevas posibilidades de negocio dentro de la economía digital. La democratización de las TIC y el mayor conocimiento y habilidades adquiridas por los internautas está acelerando dicho proceso de transformación que se está produciendo dentro de la Cibersociedad Tecnológica Postindustrial (CTP). En este trabajo se analizan cuáles son las características de estas redes sociales virtuales, así como se define y caracteriza al ciberemprendedor grupal.

*Palabras clave:* Emprendedor, red social, TIC, conocimiento, globalización

---

\* Para cualquier comentario: [jsaiz@nebrija.es](mailto:jsaiz@nebrija.es)

## Abstract

The creation of social virtual networks has been stimulated by the appearance of a new type of entrepreneur that we might call, given his peculiarities: group cyber-entrepreneur. This fact is transforming the society and in the company of the 21st century it is opening new possibilities of business inside the digital economy. The democratization of the TIC and the major knowledge and skills acquired by the inter-nauts is accelerating the above mentioned process of transformation that is taking place (produced) inside the Technological Post-industrial Cyber-society (CTP). In this work there are analyzed which are the characteristics of these social virtual networks, as well as the cyber-entrepreneur is defined and characterized.

*Key words:* Entrepreneurship, social network, ITC, knowledge, globalization

Recibido: 07.01.2009

Aceptado: 07.01.2009

---

## I. Introducción

Podríamos caracterizar a la red social como un capital social en la que los individuos (llamados también actores, agentes o nodos) la pueden usar para seguir sus propios fines o intereses (Colmeman, 1988; Granovetter, 1985). En las redes pequeñas los límites están claros, al ser medibles mediante la suma de los individuos. Sin embargo, en las redes grandes nacidas al amparo de la globalización económica, la situación es bien diversa, al existir el peligro del mal uso de las mismas con fines fraudulentos o de engaño a la comunidad virtual. Por ello, frente a la visión atomista, descontextualizada y atributiva de las redes sociales caracterizada por la importancia de las características de unos individuos que tienen acceso a información exclusiva por su estatus social, contactos o conocimientos, la globalización ha generalizado la puesta en marcha de una visión relacional de las redes sociales que considera que lo más importante es la interacción entre los mismos (Knoke y Kuklinski, 1982), tanto en un sentido dual (microsociología) como grupal.

Según Alba (1982), y en función de la naturaleza del problema analizado, las relaciones sociales pueden ser: conscientes o inconscientes; formales, institucionales, regladas o informales; permanentes o pasajeras; en proceso o consumadas; superficiales o profundas, y unidrigidas o mutuas. Con independencia del tipo de relación que estudiemos, lo importante en una red social es la calidad de las relaciones entre los individuos (intereses comunes, relaciones grupales y familiares) y no las características morfológicas de cada individuo (edad, sexo, raza y categoría social). Este hecho es cada vez más importante en un mundo en creciente globalización a medida que se democratiza el uso de las nuevas tecnologías por parte de la población.

Como resultado, las estructuras sociales son conglomerados sociales de roles que se han ido haciendo más complejos a medida que se han ido enriqueciendo las redes sociales. Esto tiene su influencia no solamente en la sociedad en su conjunto, sino también en los aspectos económicos de la misma. El objetivo de este trabajo es analizar esta doble relación en una red social virtual y la importancia que tienen los cibereprendedores grupales para el buen desarrollo de las mismas. Por ello, comenzaremos con la evolución, desde la Antropología y la Sociología, del concepto y la caracterización de una red social, para acto seguido, estudiar desde la Economía el impacto de las mismas en la creación de un nuevo tipo de emprendedor nacido al amparo de la globalización económica. Finalizaremos con unas conclusiones.

## II. Aproximación teórica a las redes sociales

Tal y como demuestra Scott (1991), la Teoría de redes tiene su origen en la Teoría de la forma (*Gestalt-Theorie*) mediante la cual, la percepción de un objeto tiene unas características específicas y diferenciadoras de la simple suma de sus partes. Objetos que pueden ser constituidos por grupos sociales cuyo estudio, ya desde los trabajos seminales de Lewin (1951) y su Teoría de campos, puede estudiarse mediante la Sociometría, el Estructural-funcionalismo antropológico (Barnes, 1954; Bott, 1955, y Nadel, 1957) y la Teoría de grafos<sup>1</sup> (Cartwright y Zander, 1953; Harary y Norman, 1956; Bavelas, 1948 y 1950; Mitchell, 1969)<sup>2</sup>. En los tres casos se observa cómo la actuación de los individuos en grupos y redes sociales influyen en el comportamiento individual de los que participan en ellos (Galaskiewicz y Wasserman, 1993).

El concepto de red social fue desarrollado desde la Antropología (Barnes,<sup>3</sup> 1954; Bott, 1955, y Mitchell, 1969) a partir de la Segunda Guerra Mundial como respuesta a las limitaciones del estructural-funcionalismo para explicar las situaciones de cambios en las sociedades tradicionales y los mecanismos de articulación de las sociedades complejas (Molina, 2001). Se define como red social a aquella estructura social definida como un conjunto de actores, principalmente individuos y grupos sociales, aunque también se pueden incluir redes científicas y clubes (Lozares, 1996), empresas y organizaciones formales (Sonquist y Koenig, 1975; Galaskiewicz, 1979 y Burt,

<sup>1</sup> Dentro de la Teoría de grafos destaca el fuerte aparato estadístico que analiza datos relacionales entre las que destacan los programas UNICET y GRADAP que posibilitan la utilización de las técnicas de subgrupos cohesivos, de escalas multidimensionales, matriciales y de identificación de cliques (Alba, 1982), junto a los tradicionales análisis correlacional, factorial y clusters.

<sup>2</sup> En el estudio de las redes sociales se emplean una serie de términos entre los que destacan: (1) Accesibilidad-compactibilidad: capacidad de la red para permitir el acceso libre de unos nodos a otros; (2) Anclaje: punto de partida de una red social, de un ego; (3) Densidad: porcentaje de relaciones existentes en función del máximo posible; (4) Dirección: sentido de una relación; (5) Durabilidad: tiempo de vigencia de una relación; (6) Intensidad: valor atribuido a una relación; (6) Frecuencia: número de interacciones en un período determinado, y (7) Rango: número de vínculos de un individuo.

<sup>3</sup> Ha sido el primero en utilizar el término "red" (*network*) mientras estudiaba las relaciones sociales en una pequeña aldea noruega de pescadores.

1980) y naciones (Snyder y Kick, 1979)) que están vinculados entre sí mediante un conjunto de relaciones sociales, tanto cercanas (mediante el uso de sistemas de intercomunicación personal) o lejanas (con la utilización de nuevas Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC)), tal y como es el objetivo de este trabajo. Siguiendo la Teoría de grafos los individuos (llamados también actores, nodos o agentes) están vinculados mediante aristas que muestran las relaciones entre ellos.

En lo que respecta a la Economía, las redes sociales se han integrado como parte de la Microeconomía dentro de la corriente de pensamiento llamada Nueva Economía Social, al pretender predecir el comportamiento de un grupo de individuos que actúan mediante relaciones fuertes (familia, amigos y compañeros de trabajo) y débiles (conocidos sin demasiado contacto entre sí). Este campo de estudio desde la Economía se ha desarrollado tras la llegada y democratización de las TIC, al caracterizarse Internet, incluso desde sus orígenes en ARPANET, la red de ARPA (*Advanced Research Projects Agency*), por ser una red de agregación preferente (*Free Scale Network*) (Barabási, 2002), esto es, una agregación de nodos en la que los internautas deciden con quien se vinculan. Se cumple así la denominada “fuerza de los vínculos débiles” (Granovetter, 1973) mediante la cual la formación de una red social virtual no depende tanto de las relaciones fuertes que tenga el internauta, formada por los allegados más cercanos y conocidos, sino principalmente de las débiles, al interactuar con decenas o miles de internautas a quienes, en muchas ocasiones, apenas conoce o desconoce en absoluto, actuando en muchas ocasiones como simples conectores (*hubs*), y no como dinamizadores de la red, para ampliar así su red de contactos virtuales.

El carácter de los vínculos determina los límites de la propagación en función del significado social de los mismos. Por ello, a la mera epidemia o contagio, esto es, la transmisión de la red de contactos, que será de crecimiento exponencial cuando existe un gran número de individuos dispuestos a ser “contagiados”, se une a que las redes sociales son dinámicas, por lo que los individuos cambian sus preferencias en el tiempo en función de sus necesidades y características. De ahí que la red social se vaya expandiendo o no, en función de factores exógenos al individuo, tales como la moda, la novedad y el idioma utilizado en la transmisión. Por ello el máximo alcance en Internet se alcanza cuando se emplea la *lingua franca*: el inglés.

¿En una red social se produce siempre el mismo proceso de dispersión y propagación de la información? ¿De qué factores depende? La respuesta a estas cuestiones vino dada por los Modelos de percolación, cuyas ideas seminales fueron establecidas por Watts y Strogatz (1998) y desarrolladas por Moore y Newman (2000). Según estos autores, la clave está en alcanzar el llamado umbral de percolación, esto es, un número mínimo de vínculos abiertos que permitan “infectar” la información, proceso que se hará rápidamente sin que nunca se llegue a la totalidad de la población. Ambos autores hablan así de “epidemias” de información cuando se supera un umbral de enlaces infectados que han transmitido la información, de forma consciente o no, como en este último caso con los virus informáticos.

Un aspecto importante en las redes sociales viene dado por la consideración, reconocimiento y aceptación social que se produce cuando el individuo realiza un comportamiento socialmente aceptado en su entorno cercano (*cluster* o subred). Esto lleva a un comportamiento conformista por parte del individuo, aunque en ocasiones es rentable modificar el propio comportamiento, según demuestra Chwe (1996), siempre que se supere el llamado “umbral de rebeldía”, esto es, cuando un conjunto de individuos cambian para realizar actividades aceptadas socialmente en la red. Para realizar dichos cambios los individuos han de estar informados y ser plenamente conscientes del objetivo de sus acciones. Por ello, pequeños cambios en nodos o subredes locales, pueden dar lugar por contagio a cambios globales por la influencia de unos pocos. Esto es especialmente significativo en política durante los procesos de elecciones, tal y como sucedió con el cambio de gobierno sucedido en España en las Elecciones generales de 2004 tras el atentado del 11-M cuya convocatoria a las manifestaciones de protesta fue realizada, principalmente, a través de SMS y correos electrónicos, y de forma sutil en los medios de comunicación. Por ello, es fundamental para el cambio tener en cuenta tanto el conocimiento mutuo (cuando un nodo conoce el umbral de rebeldía de los nodos con los que se conecta), como el conocimiento común (cuando todos los nodos de un cluster o subred conocen los umbrales de los demás), así como la densidad de la red (Chwe, 1996), ya que las redes menos densas son menos proclives al cambio, aunque son las que potencialmente pueden crecer más y llevar a un cambio a medio plazo si se dan las condiciones para ello.

### III. Redes sociales virtuales en la Sociedad de la Información y el Conocimiento

La utilización de las TIC está diversificando y enriqueciendo las denominadas pautas, modelos o estructuras de la Red, lo que facilita la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de comportamiento a partir de la sociabilidad e interacción de los individuos (Freeman, 1992) que comparten la llamada “materialidad sociológica de la relación” (amistad, información, contactos comerciales, dinero, conocimiento, aficiones,...). Este proceso de creación de nuevas redes sociales a partir de las TIC se acelera a medida que se van utilizando de forma masiva ordenadores y otros medios de comunicación derivados de las TIC por parte de la sociedad (Cibersociedad) mediante el uso de la técnica (Tecnológica) en esta era III Revolución Industrial (Postindustrial). De ahí que hable de una Cibersociedad Tecnológica Postindustrial (CTP) a lo largo de este estudio.

El comienzo de las redes sociales mediante la utilización de las TIC (redes sociales virtuales) se remonta a 1995 tras la creación de la página web *classmates.com*<sup>4</sup>, con el

---

<sup>4</sup> En la actualidad esta red social supera los quince millones de individuos y está en catorce países, todos ellos de habla inglesa.

objetivo de encontrar y/o mantener el contacto con antiguos compañeros de estudios. En 2002 comenzaron a aparecer nuevas comunidades virtuales entre las que destacan MySpace, LinkedIn, Facebook, Friendster, Orkut y Xing, esta última con más de seis millones de contactos. En la actualidad existen más de un dos centenares de redes sociales virtuales cuyo poder de expansión traspasa fronteras e incluso permite crear redes sociales de compras (Ciao y eBay, entre las más conocidas) en las que el internauta no sólo compra, sino también al opinar sobre el bien, puede influir en las decisiones de compra de los demás. Es el llamado Shopping 2.0 como especialización de la Web 2.0 y 3.0. Tipos de comunidades virtuales que operan en el ámbito de las 3C: Comunicación (para poner en conocimientos en común), Cooperación (para hacer cosas juntos) y Comunidad (para ayudar a la formación de redes sociales virtuales).

#### IV. Redes y CTP

Tal y como establece la ley de Moore<sup>5</sup>, la velocidad en la transmisión de datos sigue un crecimiento exponencial, lo que incide positivamente en la creación de una aldea global, en terminología de MacLuhan. Esto incide positivamente en la formación de redes sociales virtuales, lo que provoca a su vez una tecnificación de la sociedad. Además, como la posición de las redes condiciona la acción social e influye sobre otros en el sistema de acción (Burt, 1987), se forman líderes virtuales los cuales, de forma más o menos velada, dirigen el comportamiento del grupo. Son los creadores de amigos (*friends-makers*) en el ciberespacio. Unos líderes cuyo liderazgo no se ve amenazado en el tiempo, al ser en muchas ocasiones los creadores de las páginas web.

Por ello, el individuo está supeditado a la red, al no tener el mismo poder que los que la dominan. En efecto, en una red social (Wellman, 1983): (1) La estructura social predomina sobre los miembros; (2) La norma nace de relaciones sociales estructuradas; (3) La estructura social determina las relaciones diádicas; (4) La sociedad está compuesta por redes y no por grupos, y (5) La estructura suple al individuo. Esto hace que, cuando el líder se extralimita en sus funciones, han de intervenir las entidades supervisoras de los poderes públicos (incluso las unidades especializadas en delitos informáticos y similares de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado), para que así cada uno de los miembros de la red social virtual tenga garantizados sus derechos y libertades fundamentales.

En consecuencia, es importante que en una red social virtual se ofrezca una visión completa de la misma. Esto es por lo que en una red social, el análisis se realiza tanto desde una visión micro (cuando se enfatiza en los subgrafos de pares ordenados, sean diadas o triadas) como macro (cuando se describen estructuras sociales globales) (Galaskiewicz y Wasserman, 1993). Sólo cuando se unen ambas perspectivas se podrá

---

<sup>5</sup> Afirma que el número de transistores se dobla cada 18 meses lo que conlleva una reducción de coste.

tener un cierto control sobre la misma y se podrán evitar comportamientos anómalos que pueden dañar a todo el sistema (*efecto virus*).

Por otra parte, y según Mizruchi (1990), los lazos o vínculos cohesivos dentro de la red social puede venir influenciada por los sentimientos (cohesión subjetiva) o por los intereses particulares de cada agente (cohesión objetiva), así como ser lazos directos, sean muy fuertes (cliques) o con una intensidad menor (círculos sociales) (Burt, 1978), e indirectos, si vienen agrupados los individuos en función de un conjunto de rasgos (estructura de equivalencia). De ahí que podamos distinguir entre los principios siguientes:

1. *Principio de cohesión*, que se da cuando los individuos están relacionados entre sí, ya sea por la socialización en interacción, como por la similitud de creencias y tendencias de comportamiento.
2. *Principio de equivalencia*, que aparece cuando actores equivalentes tienen comportamientos homogéneos entre sí.
3. *Principio de prominencia*, que se produce cuando la red social se utiliza en provecho principal de un líder.
4. *Principio de rango*, cuando a mayor número de relaciones, mayor acceso a los recursos sociales de la red.
5. *Principio de corretaje*, que nace cuando un individuo persigue sus propios intereses y, de forma simultánea, su red social está desorganizada o en conflicto (Freeman, 1977; Burt, 1982).

Uno de los problemas de las redes sociales virtuales viene dado por la denominada “Paradoja de Nadel”<sup>6</sup>, según la cual a medida que se avanza en el establecimiento de la estructura social el análisis se aleja de la cultura de la cual partió. Dicho con otras palabras: la red social virtual está en una constante mutación en un sentido orgánico de la misma, esto es, nace, se desarrolla, se reproduce y, en algunos casos, muere y, en ocasiones, de éxito.

En definitiva, la sociedad puede definirse como una red de instituciones sociales que es corporativa si está organizada en tres planos (acciones, actores e ideas), ya que si estuviese organizada únicamente en uno o dos planos, sería difícil integrar las relaciones entre los actores con el análisis de las acciones y las ideas (Molina, 2001). La sociedad en su conjunto (macrosociedad) está formada por grupos diversos cada uno de los cuales con sus características peculiares y diferenciadoras que enriquecen y diversifican al conjunto. En este sentido, como parte de este grupo, nacen los emprendedores sociales virtuales que vendrán caracterizados en el epígrafe siguiente.

---

<sup>6</sup> En el estudio de las redes sociales este autor es importante porque significa el paso de la Antropología británica (Escuela de Manchester) a la Sociología norteamericana.

## V. Hacia un nuevo emprendedor: el ciberemprendedor grupal

Frente a los emprendedores tradicionales caracterizados por dirigirse hacia mercados definidos con un producto o una gama de productos concretos, la aparición y desarrollo de las redes sociales virtuales han dado lugar a un nuevo tipo de emprendedor caracterizado por utilizar a las TIC como medio exclusivo de comunicación con su público-objetivo (ciberemprendedor) así como por darse en redes sociales virtuales. De ahí que el ciberemprendedor tenga el carácter de grupal.

Este nuevo tipo de emprendedor presenta la característica, al estar integrado dentro de una red social virtual, que no asume riesgo comercial, al ser gratuita la permanencia de los miembros de la red en la misma. Tampoco asume riesgo financiero, al ser muy reducida la inversión inicial, así como los muy bajos costes de mantenimiento de la página web (coste del dominio y del paquete (número de páginas web) que tuviese contratado en el servidor). Servidor que, por lo general, está externalizado a una empresa especializada (*IT Outsourcing*)<sup>7</sup> por lo que no presenta riesgo de operatividad.

La entrada de las TIC en el mundo empresarial ha permitido una drástica reducción de costes operativos, así como la disposición de un mayor volumen de información obtenida a través de buscadores. Esto ha globalizado el alcance de las redes sociales virtuales, haciéndolas aún más extensas que las mayores VPN (*Virtual Private Network*), lo que dará a medio plazo un mayor valor económico a las mismas, lo que beneficiará a su(s) creador(es).

A medio plazo, y una vez que se han globalizado, las aplicaciones económicas de las redes sociales virtuales vienen dadas mediante la aplicación de estudios de mercado, análisis de hábitos de consumo y de ocio, tendencias en la moda y aficiones, entre otras aplicaciones de marketing. De ahí que las redes sociales virtuales sean, a medio plazo, mucho más que una relación de vínculos familiares y de amistad, al ser un espejo de la realidad social que rodea a las empresas.

Por otra parte, y dadas las características de los ciberempresarios grupales, existe el incentivo que gran parte de ellos sean microempresarios (individuales o con un socio). A pesar de ello, los ingresos vienen dados por la publicidad en anuncios (*banners*), y de forma más elegante en enlaces (*links*) con apertura en página nueva, ofreciendo incluso a las empresas personalización en la publicidad para optimizar el impacto de las mismas en la ciberpoblación-objetivo. Caminamos, por tanto, hacia la generación de nuevos modelos de negocio basados en las TIC en los que la iniciativa de un emprendedor tiene un impacto global, lo que beneficia, a su vez, a la sociedad en su conjunto.

---

<sup>7</sup> Véase Saiz (2008a) para una completa caracterización y clasificación del *outsourcing* como estrategia empresarial creadora de empleo, reductora del riesgo y maximizadora de la eficiencia.



## VI. Conclusiones

1. En esta globalización económica, gracias a las TIC, lo importante es la “glocalidad”, esto es, pensar globalmente y actuar localmente. Las redes sociales virtuales siguen este concepto, al actuar buscando solucionar un problema personal (“local”) como es la búsqueda de contactos con familiares y amigos, a la vez que compartir su vida más personal en grupo, con la globalización, al ampliar su red de contactos, que puede ser inmensa, siempre con el consentimiento del internauta.
2. Estamos asistiendo a un cambio de la estructura de relaciones sociales que es independiente del contexto cultural de cada individuo (Molina, 2001). En este proceso es fundamental considerar los aspectos éticos del mismo (Saiz, 2008b), así como el impacto que tiene dicho proceso sobre las relaciones personales, familiares y laborales de los individuos inmersos en ello (Fontela y Saiz, 2008).
3. Caminamos hacia una sociedad más individualista, pero ciberconectada en la distancia para formar redes sociales virtuales, en unos casos, o para realizar transacciones económicas y comerciales, en otros. Igual que en la actualidad no es concebible una sociedad y una economía sin las TIC, en un futuro próximo tampoco será posible imaginar una sociedad sin redes sociales virtuales en las que la información más personal y privada está puesta a disposición de cientos, o quizás en muchos casos, miles de usuarios.
4. Se ha producido la definitiva democratización de Internet gracias a la asimilación del conocimiento de las TIC, la multiplicación de nodos, el conocimiento de idiomas, y el consentimiento tácito y conocimientos técnicos de los internautas. Esta democratización está llevando a una mayor interconexión mundial y a la creación de redes sociales virtuales cuya importancia será creciente en el tiempo.

## Bibliografía

- ALBA, R.D. (1982), “Taking stock of network analysis”, *Research in the Sociology of Organizations*, vol. 1, págs. 39-74.
- BARABASI, A.L. (2002), *Linked: The New Science of Networks*, Cambridge, MA: Perseus.
- BARNES, J. (1954), “Class and Committees in a Norwegian Island Parish”, *Human Relations*, vol. 7, núm. 1, págs. 39-58.
- BAVELAS, A. (1950), “Communication Patterns in Task-Oriented Groups”, *Journal of the Acoustical Society of America*, 22, pp. 725-730.
- (1948), “A Mathematical Model for Group Structure”, *Applied Anthropology*, vol. 7, pp. 16-39.
- BOTT, E. (1955), “Urban Families: Conjugal Roles and Social Networks”, *Human Relations*, vol. VIII, pp. 345-384.
- BURT, R.S. (1987), “Social Contagion and Innovation, Cohesion Versus

- Structural Equivalence”, *American Journal of Sociology*, vol. 92, págs. 1287-1335.
- (1982), *Toward a Structural Theory of Action: Network Models of Social Structure, Perception and Action*, Nueva York: Academic Press.
- (1980), “Cooptive corporate actor networks: a reconsideration of interlocking directorates involving American manufacturing”, *Administrative Science Quarterly*, vol. 25, págs. 557-582.
- (1978), “Cohesion versus structural equivalence as a basis for network subgroups”, *Sociological Methods & Research*, vol. 7, págs. 189-212.
- CARTWRIGHT, D. y ZANDER, A. (Eds.) (1953), *Group Dynamics*, London: Tavistock.
- CHWE, M.S.Y. (1996), “Structure and Strategy in Collective Action: Communication and Coordination in Social Networks”, *Documento de Trabajo* 96-12-092, Santa Fe Institute, Nuevo México: Santa Fe.
- COLEMAN, J.S. (1988), “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Sociology*, vol. 94, núm. 5, págs. 95- 120.
- FONTELA, E. y SAIZ, J.M. (Dir.) (2008), *Ética y legalidad en los negocios*, Barcelona: Grupo Difusión.
- FREEMAN, L.C. (1992), “Social Networks and the Structure Experiment”, en FREEMAN, L.C.; WHITE, D.R. y ROMNEY, A.K. (Eds.), *Research Methods in Social Network Analysis*, New Brunswick, Estados Unidos: Transaction Publishers, págs. 11-40.
- (1977), “A Set of Measures of Centrality Based on Betweenness”, *Sociometry*, vol. 40, págs. 35-41.
- GALASKIEWICZ, J. (1979), *Exchange Networks and Community Politics*, Beverly Hills: Sage.
- y WASSERMAN, S. (1993), “Social Network Analysis. Concepts, Methodology and Directions for the 1990s” *Sociological Methods & Research*, vol. 22, núm. 1, págs. 3-22.
- GRANOVETTER, M. (1985), “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, *American Journal of Sociology*, vol. 91, págs. 481- 510.
- (1973), HARARY, F. y NORMAN, R.Z. (1953), *Graph Theory as a Mathematical Model in Social Science*, Ann Arbor, Mich: Institute for Social Science.
- KNOKE, D. y KUKLINSKI, J.H. (1982), *Network analysis*, Londres: Sage.
- LEWIN, K. (1951), *Field Theory in the Social Science*, Nueva York: Harper.
- LOZARES, C. (1996), “La Teoría de las redes sociales”, *Papers Sociología*, 48, Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 1-23.
- MITCHELL, C.J. (1969), “The concept and use of social networks”, en Mitchell, J.C. (Ed.), *Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns*, Manchester University Press, pp. 1-50.

- MIZRUCHI, M. (1990), "Cohesion, Structural Equivalence and Similarity of Behavior: An Approach to the Study of Corporate Political Power", *Sociological Theory*, vol. 8, págs. 16-32.
- MOLINA, J.L. (2001), "El análisis de redes sociales. Aplicaciones al estudio de la cultura en las organizaciones", *Athena Digital*, núm. 0, pp. 23.
- MOORE, C. Y NEWMAN, M.E.J. (2000), "Epidemics and percolation in small-world networks", *Documento de Trabajo 00-01-002*, Santa Fe Institute, Nuevo México: Santa Fe.
- NADEL, S.F. (1957), *The Theory of Social Structure*, London: Cohen & West.
- SAIZ, J.M. (2008a), *Outsourcing y creación de empleo. ¿Una estrategia de futuro?*, Colección Fundamentos, 3, Madrid: FIEC.
- (2008b): "Ética empresarial y lucha contra el fraude en la UE", en GALINDO, M.A., *Ética y Economía en la Unión Europea*, Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, págs. 249-270.
- y GARCÍA-OCHOA, M. (Coords.) (2008): *Innovación empresarial y globalización económica*, 2ª Ed., Madrid: FIEC.
- SCOTT, J. (1991), *Social Network Analysis*, Londres: Sage.
- SNYDER, D. y KICK, E.L. (1979), "Structural position in the world system and economic growth, 1975- 1970: a multiple network analysis of transnational interactions", *American Journal of Sociology*, vol. 84, págs. 1096- 1126.
- SONQUIST, J.A. y KOENIG, T. (1975), "Interlocking directorates in the top US corporations: a graph theory approach", *Insurgent Sociology*, vol. 5, págs. 196-229.
- WATTS, D.J. y STROGATZ, S.H. (1998), "Collective dynamics of 'small-world' networks", *Nature*, 393, págs. 440-442.
- WELLMAN, B. (1983), "Network Analysis: Some Basic Principles", en COLLINS, R., *Sociological Theory-1983*, San Francisco: Sossy-Bass, págs. 155-200.

