¿EN BÚSQUEDA DE UN PARADIGMA? REENFOCANDO EL PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN EN ENTREPRENEURSHIP*

Ana Maria Bojica, annabojica@correo.ugr.es, Universidad de Granada
Matilde Ruiz Arroyo, matiruizarroyo@yahoo.es, Universidad de Granada
María del Mar Fuentes Fuentes, mfuentes@ugr.es, Universidad de Granada

RESUMEN

La legitimidad de la perspectiva de Thomas Kuhn en organización de empresas ha inducido a un continuo debate sobre la necesidad de tener un paradigma generalmente aceptado en *entrepreneurship*. Tras revisar el debate centrado en la existencia de un paradigma, queremos poner de manifiesto el progreso científico en el marco de un programa de investigación científico adoptando la perspectiva de Lakatos (1970). En este trabajo, identificamos las ideas centrales que conducen la investigación en el campo de *entrepreneurship*, analizando las articulaciones existentes de esas ideas.

PALABRAS CLAVE: Entrepreneurship, paradigma, centro firme.

ABSTRACT

The legitimacy of Thomas Kuhn´s perspective in management, has induced a continuous debate about the necessity of having a general accepted paradigm in entrepreneurship. After reviewing the debate focused on the existence of a paradigm, we emphasize the progress within the framework of a scientific program adopting Lakatos´s perspective. We identify the core ideas which drive the investigation in entrepreneurship and analyse the existing articulations of these ideas.

KEY WORDS: Entrepreneurship, paradigm, core ideas.

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo y la legitimidad del campo del emprender entre las ciencias del *management* han sido objeto de numerosos debates en la comunidad científica internacional. Dada la creciente importancia del *entrepreneurship* para el campo de organización de empresas, la reclamación de un paradigma en este área merece un especial énfasis.

Lakatos ha ofrecido la alternativa científica al pensamiento Kuhniano que parece haber dominado las ciencias empresariales, incorporando aspectos clave de la perspectiva de Popper (1959), y abriendo el debate con el

* El presente trabajo ha sido financiado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía en el marco del Aula de Emprendedores de la Universidad de Granada, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

reconocimiento de que la unidad más adecuada para la apreciación científica es la secuencia de teorías relacionadas históricamente que forman un programa de investigación científico (Kilduff Martin 2006).

A diferencia de la visión de Popper (1959), un programa de investigación progresivo esta conducido no por refutaciones, sino por el desarrollo de nuevas teorías que apuntan a nuevos fenómenos posiblemente conducidos por otros programas de investigación. Lakatos (1970) se diferencia también de Kuhn (1962) en el rechazo al énfasis en la ciencia normal como criterio de progreso científico y en la necesidad de la aceptación indiscutible de un paradigma.

Para Kuhn, la ciencia normal es entendida como la investigación basada firmemente en una o más realizaciones científicas pasadas, realizaciones que alguna comunidad científica particular reconoce, durante cierto tiempo, como fundamento para su práctica posterior.

A falta de un paradigma o de algún candidato a paradigma, todos los hechos que pudieran ser pertinentes para el desarrollo de una ciencia dada tienen probabilidades de parecer igualmente importantes. Como resultado de ello, la primera reunión de hechos es una actividad mucho más fortuita que la que resulta familiar, después del desarrollo científico subsiguiente. Por consiguiente, no es extraño que, en las primeras etapas del desarrollo de cualquier ciencia, diferentes hombres, ante la misma gama de fenómenos, pero, habitualmente, no los mismos fenómenos particulares, los describan e interpreten de modos diferentes.

Para ser aceptada como paradigma, una teoría debe parecer mejor que sus competidoras; pero no necesita explicar y, en efecto, nunca lo hace, todos los hechos que se puedan confrontar con ella.

La ciencia normal será pues la actividad de resolver problemas bajo las reglas que marca un determinado paradigma. Aquellos casos que no puedan ser resueltos dentro de esas normas se denominan anomalías. El paradigma comienza a verse amenazado por la emergencia sistemática de serias anomalías que no pueden ser ignoradas ni aceptadas durante mucho tiempo. Y así la aparición de las anomalías será la puerta de entrada a un ambiente de crisis en la comunidad científica; esta conciencia de crisis conduce, más pronto o más tarde, a la aparición de un nuevo paradigma que desplaza al anterior, lo que supone un nuevo descubrimiento y, por consiguiente, un desarrollo no acumulativo de la ciencia y desemboca en un nuevo período de ciencia normal. Este desplazamiento de un paradigma en crisis por otro nuevo es lo que Kuhn denomina revolución científica. El nuevo paradigma implica una definición nueva y más rígida del campo.

La ciencia normal investiga zonas minúsculas, restringiendo drásticamente la visión. Kuhn considera que precisamente esas restricciones, nacidas de la confianza en un paradigma, resultan esenciales para el desarrollo de una ciencia ya que obliga a los científicos a investigar alguna parte de la naturaleza de una manera detallada y profunda que sería inimaginable en otras condiciones. El progreso se registra debido un mecanismo interno que posee la ciencia normal, pues siempre que el paradigma del que proceda deja de funcionar de manera efectiva, se asegura el relajamiento de las restricciones que atan a la investigación.

Desde la perspectiva de Lakatos (1989) el progreso teórico tiene que implicar la nutrición y articulación de ideas guiadoras que dan al programa de investigación el ímpetu y la originalidad. A través de un entendimiento interpretativo del “centro firme” de ideas conceptuales distintivas de un programa de investigación, los investigadores generan nuevas teorías e hipótesis, incrementando de forma potencial la finalidad empírica de las ideas centrales. Este proceso de extrapolación y predicción empírica lo ha descrito en términos de heurística positiva del programa de investigación.

Los investigadores entienden de forma intuitiva que el "centro firme" de ideas representa límites finales en términos de comprobaciones empíricas. Para un campo de investigación maduro, el centro firme se declara irrefutable por decisión metodológica de sus protagonistas, un proceso descrito por Lakatos (1989) como la heurística negativa de un programa de investigación. Esta heurística negativa del programa impide, según el autor, que apliquemos el modus tollens a este centro firme. El enfoque de los investigadores tiene que caer sobre incorporar e incluso inventar hipótesis auxiliares que formen un cinturón protector en torno a ese centro, que debe recibir los impactos de las contrastaciones y para defender al centro firme, será ajustado y reajustado e incluso completamente sustituido. Contra este cinturón protector se debe dirigir el modus tollens (Lakatos 1989).

Parece evidente el paralelismo existente entre las concepciones de Lakatos y Kuhn. Sin embargo, la primera, con su concepción central de que la aceptación de un programa depende de su carácter progresivo, estaría intentando encontrar un fundamento objetivo para aceptar o rechazar un programa de investigación, superando de este modo la concepción kuhniana de una psicología de la investigación científica en lugar de una lógica de la misma.

2. EL DOMINIO DE LA PERSPECTIVA KUHNIANA EN *ENTREPRENEURSHIP*

Se apunta a los años 1940 como momento en el cual investigadores de las disciplinas relacionadas con el área de organización de empresas empiezan a manifestar un interés creciente en el entrepreneurship, surgiendo dos décadas más tarde las revistas de la especialidad.

Después de la Segunda Guerra Mundial la importancia del fenómeno emprendedor y de la pequeña y mediana empresa (Pymes) disminuye considerablemente desde la perspectiva económica y en la política económica de los países de Europa y América del Norte. Las Pymes eran consideradas como menos eficientes que las grandes empresas, pues ofrecían niveles más bajos de empleo y se implicaban sólo de forma marginal en actividades innovadoras.

Los años 1970 marcan el principio de un cambio en esta situación que llevará hoy en día a considerar, según ya apuntaba Schumpeter en 1934, que el acto de emprender es el motor del desarrollo económico y social en todo el mundo.

La perspectiva de Schumpeter representa un punto de referencia y uno de los autores más citados en los estudios de entrepreneurship. Su visión del emprendedor como el que trae nuevas combinaciones que se concretan en la introducción de un nuevo producto o método de producción, en abrir nuevos mercados, en conquistar una nueva fuente de proveedores de materias primas, o en la creación de nuevas organizaciones e industrias, sigue dominando este campo de investigación. Este autor distingue entre emprender como función (entrepreneurship) y como persona (entrepreneur). La esencia "del emprender" es, según Schumpeter, la innovación, las oportunidades emergen de un proceso de "destrucción creativa", de la disposición interna del emprendedor para iniciar cambios en la economía.

De forma opuesta ontológicamente a la perspectiva schumpeteriana de innovación asociada a la función emprendedora, se encuentra la perspectiva de Kirzner (1997), que pone de manifiesto los aspectos relacionados con la información en la función emprendedora. El acto de emprender nace cuando ciertos individuos capitalizan su conocimiento diario y son capaces de discernir oportunidades únicas en el mercado, en base al descubrimiento de

necesidades y deseos de los consumidores previamente no cubiertos, incluyendo los bienes y servicios demandados y los precios que los consumidores están dispuestos a pagar.

El nuevo enfoque que surge en los años 1970 se refleja en la investigación, en la transición de los estudios fundamentados en economía a los estudios que entran bajo el amparo del movimiento multidisciplinario. La mayoría de los estudios que se realizan en ese periodo y en las siguientes décadas adoptan una línea de pensamiento kuhniana, reclamando la necesidad de un paradigma.

Landström (2005) considera la multidisciplinariedad como un elemento esencial a la hora de definir el acto de emprender en la actualidad: "es inherente complejo, vago, cambiante y enraizado en muchas disciplinas diferentes".

Tanto en las conceptualizaciones, como en los diseños de los estudios de esta época, se remarca una fuerte influencia del marco conceptual de Lewin (1935), que describe el comportamiento vía la interacción entre la persona y el entorno (Murphy, Liao y Welsch 2006). Existe una gran variedad de estudios que adoptan este marco: desde las investigaciones de los estilos de cognición de los individuos estudiados sólo para el contexto en el cual el nivel de experiencia del individuo es muy alto (Cooper et al. 1995), hasta los trabajos que ponen de manifiesto que la medida en la cual el individuo reconoce oportunidades depende de sus habilidades y actitudes únicas (Venkataraman 1997). No obstante, hay poco consenso sobre cuales son los factores o interacciones que tienen mayor poder explicativo (Low and MacMillan 1988).

Asimismo, surgen estudios comparando los emprendedores con otros tipos de personas (p.e. Palmer 1971, Carland et al. 1984), enfocados a las características de los emprendedores (McClelland 1987), a los factores del entorno que afectan la actividad emprendedora cómo las nuevas tecnologías, la cultura, las políticas gubernamentales,o los marcos institucionales.

Gartner (1985) avanza en la idea de la situación particular de cada emprendedor y cada nueva empresa creada (distintos tipos de emprendedores que crean distintos tipos de empresas), proponiendo cuatro dimensiones para definir el marco de la creación de una nueva empresa: individuo, ámbito, organización y proceso.

No obstante, la definición del acto de emprender como función, como la definición basada en el carácter del individuo, no ofrecen un fundamento para entender el concepto en términos útiles para la gestión y administración de empresas (Stevenson 1990). Una definición demasiado estrecha puede hacer que una parte muy útil de los estudios sea inaplicable para áreas importantes como es el emprendedor corporativo, y al mismo tiempo, una definición muy amplia puede convertir el emprender como un sinónimo de una buena gestión.

La comunidad científica ha denunciado la falta de consenso sobre las líneas de investigación que entran bajo el amparo del *entrepreneurship* como uno de los principales problemas a la hora de converger hacía un paradigma. Hay voces reclamando que el programa de investigación científico del *entrepreneurship* incluye el estudio del empresario, la función empresarial y la creación de empresas, acogiendo al mismo tiempo el estudio de los empresarios independientes, los nuevos proyectos innovadores en empresas existentes (Corporate Entrepreneurship), las pequeñas y medianas empresas y la empresa familiar (Veciana 1999), pero al mismo tiempo, hay voces que consideran como objeto de estudio sólo la creación de empresas (Vesper 1985). Por otro lado, hay autores que recomiendan que si el término de "*entrepreneurship*" es demasiado amplio para ser útil para la investigación, los investigadores deberían consensuar una definición operacional más limitada o limitar sus teorías al tema que están

investigando, antes que utilizar este término para amparar conceptos muy diferentes (Shane 2006). Como planteaba Kuhn (1962),"a falta de un paradigma o de algún candidato a paradigma, todos los hechos que pudieran ser pertinentes para el desarrollo de una ciencia dada, tienen probabilidades de parecer igualmente importantes."

A diferencia de los estudios realizados hasta la mitad de los años 80, que se centran en diferenciar el emprendedor de los no-emprendedores, el emprendedor del propietario de un pequeño negocio y las empresas emprendedores de las no-emprendedoras (p.e. Collins & Moore 1970; Thorne & Ball 1981), actualmente el enfoque de la investigación se ha mudado hacía el proceso emprendedor (Howorth, Tempest y Coupland, 2005), con especial énfasis en los métodos, prácticas y estilos de toma de decisiones que los empresarios usan para actuar de forma emprendedora (Lumpkin y Dess 1996) .

Las definiciones empiezan a emplear dos palabras clave: "proceso" y "oportunidades". Se considera que emprender es "un proceso por cual los individuos, sea dentro de una organización o sea solos, persiguen oportunidades sin tomar en cuenta los recursos que controlan en el respectivo momento" (Stevenson 1990), o que el proceso emprendedor esta formado por cuatro fases distintas que a pesar de que se realicen de manera progresiva, "ninguna etapa es emprendida de forma aislada o se finaliza totalmente antes de emprenderse las demás fases": la identificación y evaluación de la oportunidad, el desarrollo de un plan de empresa, la determinación de recursos necesarios, la gestión de la empresa resultante (Hisrich 2005).

Esta nueva perspectiva del *entrepreneurship* como proceso ha resaltado la necesidad de caracterizar e identificar procesos emprendedores claves y de emplear instrumentos de medición a nivel de empresa.

En primer lugar se han importado conceptos de la literatura sobre los procesos de creación de estrategia para modelar el "emprendizaje" a nivel de empresa. Se ha desarrollado el concepto de orientación emprendedora (Covin and Slevin 1989, 1991, Millar 1983, Lumpkin and Dess, 1996) y cinco dimensiones para delimitarlo: autonomía, innovación, disponibilidad de asumir riesgos, proactividad y agresividad competitiva. Estas dimensiones no explican que es lo que constituye el acto emprendedor; que sigue definiéndose por una: la creación de un nuevo negocio, sea una nueva empresa, dentro de una empresa ya existente o de una empresa que ya existe; sino que se realiza más bien como la "nueva entrada" (Lumpkin and Dess, 1996).

En la misma línea, Brown, Davidsson y Wiklund (2001) ofrecen un instrumento de medición a nivel de empresa para la conceptualización de "emprender" de Stevenson (1990). Los resultados de su estudio empírico sobre una muestra de más de 1200 empresas de distintas dimensiones, distintas estructuras de gobierno y proviniendo de diferentes industrias, han demostrado que tanto como en la muestra total como en varias submuestras ha sido posible identificar seis subdimensiones del *entrepreneurship* propuestas por Stevenson: orientación estratégica, orientación hacía los recursos, estructura de gestión, filosofía de recompensación, orientación hacía el crecimiento y cultura emprendedora.

Con el tiempo, la actividad investigadora ha generado un mayor entendimiento y sofisticación dentro de cada perspectiva, ha creado irrelevancias, y también ha marcado consistencias entre perspectivas (Murphy, Liao y Welsch 2006).

Definido como el proceso de "crear algo diferente, con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, psicológicos y sociales asociados y recibiendo las recompensas monetarias y de satisfacción personal resultantes" (Hisrich and Peters 2005 p.6); o en términos de comportamiento de innovación

aliado a una orientación estratégica en búsqueda de beneficio y crecimiento (Carland et al 1984); como el proceso de creación de nuevas empresas (Vesper 1985); o como el proceso de identificación y explotación de oportunidades (Shane and Venkaturaman 2000), el campo *entrepreneurship* sigue sin tener un paradigma científico.

Se ha reclamado que la investigación en este área está fragmentada **(**Ucbasaran et al, 2001**)** y dominada por empirismo ateórico (Davidsson et al, 2001). Coincidiendo en la idea de que este campo necesita desarrollar una teoría mejor (Davidsson et al, 2001, Gartner 2001, Low, 2001, Shane and Venkataraman 2000), la comunidad científica sigue sin consensuar sobre como hacerlo.

Veciana (1999) ve el origen de la falta de consenso sobre la definición del empresario y su función en el esencialismo metodológico de los investigadores, que pretenden identificar por medio de la intuición la o las características esenciales de un objeto, hecho condenado al fracaso desde el principio dado que cada uno considera esencial y característico un rasgo u otro.

Landström (2005) identifica tres puntos críticos que han tenido mayor influencia en el desarrollo del campo y en cierta medida han impedido su desarrollo: la relación entre la investigación disciplinaria y el campo separado del emprendizaje, la perspectiva del emprendizaje como fenómeno y el balance entre la explotación y la exploración del conocimiento. Este autor argumenta que el campo converge cada vez más hacía una "ciencia normal", caracterizándose, en primer lugar, por una estructura social densamente conectada (foros organizados: conferencias y revistas científicas especializadas que facilitan la comunicación entre investigadores: Journal of Business Venturing, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Small Business Management, revistas incluidas entre las mejores 35 publicaciones académicas según London Times, y con la aprobación de las mejores escuelas de negocios de Estados Unidos), y en segundo lugar, por un visible cambio en el desarrollo cognitivo del campo, de los estudios orientados hacía el descubrimiento a los estudios empíricos.

La existencia de un tan amplio abanico de posibles definiciones hace difícil el trabajo de los investigadores a la hora de acumular el conocimiento, dado que las teorías que explican el fenómeno emprendedor y los resultados empíricos que las sostienen, incorporan definiciones muy diferentes. Los investigadores han puesto de manifiesto que la naturaleza contingente de las explicaciones que los estudios ofrecen, hace más difícil la creación de teorías generales, como en otros campos, atrasando la convergencia hacía un paradigma.

Los estudios se basan muchas veces en muestras de poblaciones distintas, o no se usan muestras representativas para poblaciones comunes, hecho que hace imposible la generalización sobre la misma población.

Existe una gama muy amplia de preguntas que se hacen en este campo, lo que supone la necesidad de un número más elevado de estudios para ofrecer un entendimiento completo. Durante las últimas dos décadas, las investigaciones que proponen construir un marco conceptual del "entrepreneurship" en términos de reconocimiento y explotación de oportunidades han sido más frecuentes y persuasivas. El instrumento propuesto por Brown y otros (2001) y las numerosas conceptualizaciones de la orientación emprendedora abren el camino para un estudio empírico más profundo del comportamiento basado en la búsqueda de oportunidades a nivel de empresa.

La revisión realizada pone de manifiesto el esfuerzo realizado por la comunidad científica para imponer un orden en la multitud de perspectivas que se encuentran bajo el amparo del *entrepreneurship,* y la preocupación de la misma por la falta de coherencia y el subdesarrollo del campo a la hora de consensuar un paradigma.

Pero la celebración de la unanimidad y el enfoque hacía la solución de puzzles representa un peligro para cualquier campo científico, dado que es la competición entre grupos de investigadores y sus teorías lo que conduce el progreso científico (Archer 1996).

3. REENFOCANDO LA INVESTIGACIÓN EN *ENTREPRENEURSHIP*

A pesar de la significativa provocación que la obra de Lakatos realiza a la perspectiva del paradigma en la ciencia, su trabajo parece haber tenido muy poca influencia en el ámbito de organización de empresas (Kilduff Martin 2006).

Dada la creciente importancia del *entrepreneurship* para el campo de organización de empresas y las limitaciones que representa el consenso teórico en el marco de un paradigma compartido en un momento en el cual se reconocen distintas direcciones teóricas, el presente trabajo propone una nueva perspectiva que supere el continuo debate sobre la necesidad de un paradigma que puede conducir hacía una especialización estrecha, limitando la consideración de otras importantes alternativas y restringiendo el potencial crecimiento teórico.

En una ciencia, un paradigma es raramente un objeto para la renovación. En lugar de ello, tal y como una decisión judicial aceptada en el derecho común, es objeto para una mayor articulación y especificación, en condiciones nuevas o más rigurosas.

El éxito de un paradigma es al principio, en gran parte, una promesa de éxito discernible en ejemplos seleccionados y todavía incompletos. La ciencia normal consiste en la realización de esa promesa, una realización lograda mediante la ampliación del conocimiento de aquellos hechos que el paradigma muestra como particularmente reveladores, aumentando la extensión del acoplamiento entre esos hechos y las predicciones del paradigma, y por medio de la articulación ulterior del paradigma mismo (Kuhn 1962).

Con su inculpación de la perspectiva del paradigma en la ciencia, Lakatos ha buscado rescatar la autonomía de la teoría de la trivialidad de la solución de puzzle, provocando la reclamada inconmensurabilidad de las perspectivas de investigación rivales, ofreciendo una base racional para el progreso de una teoría a otra.

Un primer paso en articular un programa de investigación científico distinto lo representa, según Lakatos, la delimitación del núcleo de ideas y premisas científicas de las cuales emerge la investigación, lo así llamado centro firme de un programa de investigación.

El centro firme de un programa de investigación científica requiere, en la opinión de Lakatos (1970), tiempo y un detallado esfuerzo de investigación para ser delimitado. Como consecuencia, la expresión del centro firme del programa de investigación en entrepreneurship se construye sobre los trabajos previos en el campo, amparando tanto las ideas pioneras como la conceptualización en términos de descubrimiento y explotación de oportunidades, como los más recientes delimitados niveles de análisis, señalando de esta forma el carácter progresivo del programa. Partiendo de esta idea, analizamos las articulaciones existentes y propondremos las nuevas aportaciones.

La revisión de las investigaciones previas pone de manifiesto la existencia de dos principales coordenadas del centro firme: (1) la existencia de un proceso de identificación y explotación de oportunidades empresariales, y (2) la existencia de distintos niveles de manifestación del acto emprendedor: individuo y empresa.

3.1. EL PROCESO DE IDENTIFICACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE OPORTUNIDADES

En los últimos años han surgido numerosos estudios sobre *entrepreneurship* que toman prestados conceptos directamente de otras áreas de investigación cómo la psicología, sociología, la dirección estratégica, y cambian el enfoque de los individuos y los entornos, a la convergencia de recursos, incluido el conocimiento, con énfasis en la emergencia, existencia y explotación de las oportunidades emprendedoras.

En su seminal trabajo "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", Shane and Venkataraman (2000) definen el *entrepreneurship* por: cómo, por quién y con qué efecto, las oportunidades para crear bienes y servicios futuros son descubiertas, evaluadas y explotadas. Por consecuencia, el campo implica el estudio de las fuentes de oportunidades, el proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de las oportunidades y al mismo tiempo los individuos que las descubren, evalúan y explotan.

Existe una amplia gama de estudios empíricos que tienen como objeto las empresas de alta tecnología, el marketing en la red, las franquicias, las mujeres emprendedoras, el emprender étnico, el capital social de los emprendedores, etc., pero a pesar de la heterogeneidad, el marco conceptual basado en las oportunidades emprendedoras acompaña todos estos estudios y mantiene la relevancia en todos. De esta forma, la idea de que entrepreneurship supone un proceso de búsqueda, evaluación y explotación de oportunidades se revela como parte del centro firme lakatosiano. Las articulaciones existentes de estas ideas se centran en torno al proceso de explotación de oportunidades.

Sin embargo, a pesar de ser reconocido como el primer paso crítico del proceso emprendedor, la identificación de oportunidades ha sido objeto de pocas investigaciones empíricas (Ubasaran y otros 2001).Venkataraman (1997) señala que uno de los asuntos más descuidados en *entrepreneurship* es el estudio del origen de las oportunidades, indicando tres principales diferencias entre individuos, que podrían ayudar a entender por qué sólo ciertos individuos reconocen oportunidades mientras que otros no: conocimiento e información, diferencias cognitivas y diferencias comportamentales. Por qué, cuándo y cómo ciertos individuos y no otros explotan oportunidades, parece ser una función del conjunto de características de la oportunidad y del individuo (Shane y Venkataraman 2000; Ucbasaran y otros 2001).

El constructo de oportunidad emprendedora puede ser visto como independiente del de emprendedores, empresas o entorno porque los transciende (Murphy y otros 2006). Más integrador que el marco conceptual interactivo Lewiniano, una aproximación en términos de oportunidades revela limitaciones en los sistemas cerrados y de equilibrio, y complementa las aproximaciones centradas en la persona del emprendedor (Shane and Venkataraman 2000, Murphy, Liao y Welsch 2006).

Bajo esta perspectiva, aunque el programa de investigación en *entrepreneurship* ofrece material de estudio para distintas disciplinas, en el área de organización de empresas tiene como objeto de estudio tres tipos de preguntas fundamentales: ¿Por qué, cuándo y cómo nacen las oportunidades para crear bienes y servicios?, ¿Por qué, cuándo y cómo ciertas personas y no otras descubren y explotan estas oportunidades?, ¿Por qué, cuándo y cómo se usan distintos modos de acción para explotar las oportunidades? De esta forma, en el objeto de estudio del acto de emprender se puede incluir, pero no de forma obligatoria, la creación de nuevas empresas, si bien, el marco teórico propuesto siendo mucho más amplio que la creación de empresas (Shane and Venkataraman 2000).

Por consecuencia, si el emprendedor es la persona que ha creado un nuevo negocio, sea creando una nueva empresa, dentro de una empresa que ya existe o partiendo de una empresa ya existente, el acto emprendedor consiste en un proceso (Cunningham y Lischeron, 1991) por el cual una persona o un grupo de personas crea un nuevo negocio, una "nueva entrada" (Lumpkin y Dess 1996), sea creando una nueva empresa, dentro de una empresa que ya existe o partiendo de una empresa que ya existe, a través del descubrimiento, evaluación y explotación de una oportunidad empresarial (Shane and Venkatraman, 2000), en las condiciones específicas de su entorno.

3.2. LOS DISTINTOS NIVELES DE ANÁLISIS

El desarrollo conceptual en un entorno multidisciplinario ilustra que el descubrimiento emprendedor existe en todos los niveles de la economía y a cada nivel corresponden múltiples perspectivas de investigación (Gartner 2001). Si la investigación en *entrepreneurship* abarca dos grandes niveles de análisis como jerarquía de agregación de datos, macro y micro (Davidsson y Wilklund, 2001), dado que el presente trabajo se resume al área de organización de empresas, analizaremos el nivel micro, donde los estudios desarrollados hasta el presente han adoptado asuntos individuales y organizaciones.

Según destacan Davidsson y Wilklund (2001), la elección y la definición del nivel de análisis no es importante sólo para el diseño de estudios empíricos, sino también para la idoneidad de utilizar diferentes teorías y conceptualizaciones del *entrepreneurship.*

Aldrich (1992) considera que las generalizaciones sobre emprendedores requieren el estudio de los individuos, mientras que generalizar sobre la creación de nuevas empresas requiere el estudio de las organizaciones.

El concepto de *entrepreneurship* ha sido aplicado a muchos niveles distintos: los individuos, esto es, el emprendedor que introduce invenciones revolucionarias, las pequeñas y medianas empresas, consideradas responsables de la mayoría del crecimiento económico y de la creación de puestos de trabajo, ya que son las que descubren y explotan mercados inexplorados, y las grandes empresas, donde se ha desarrollado el concepto de emprender corporativo como medio de crecimiento y renovación estratégica.

El acto emprendedor considerado como nueva entrada se refiere a acciones que pueden ser iniciadas por un individuo, un grupo de individuos, una pequeña empresa o una unidad de negocio de una gran corporación, que suponen la creación de un nuevo negocio, no necesariamente de una nueva empresa, partiendo del descubrimiento, evaluación y explotación de una oportunidad empresarial. De esta forma, se delimitan tres niveles de análisis del acto emprendedor: el individuo, el grupo y la organización.

3.2.1. EL NIVEL INDIVIDUAL Y DE GRUPO

La segunda mitad del siglo XX esta marcada por un gran número de estudios que se centran en la persona del emprendedor. El debate a este nivel de análisis se ha situado en torno a las características distintivas del mismo, derivando también del debate sobre que es el *entrepreneurship.* Si consideramos que el emprendedor es una persona que ha fundado una nueva empresa, entonces alguien que ha heredado o comprado un negocio no puede llamarse emprendedor. Si definimos el emprendedor en términos de comportamiento innovador, la mayoría de los empresarios y de las personas que crean nuevos negocios no entra bajo el amparo de este concepto.

Carland et al (1984) han intentado hacer una clara distinción entre emprendedores y propietarios directivos de pequeñas y medianas empresas. Basándose en los estudios de Vesper, han argumentado que los primeros son individuos que establecen y gestionan un negocio con el fin de obtener beneficio y crecimiento, empleando un comportamiento innovador y prácticas de gestión estratégica, mientras los últimos están preocupados por asegurar los ingresos necesarios para satisfacer sus necesidades inmediatas, y persiguen objetivos personales, el negocio es una extensión de su personalidad.

En el estudio de Stewart et al (1998) el énfasis cae también sobre el individuo emprendedor. Basándose en teorías psicológicas, encuentran que los propietarios de pequeños negocios son más comparables con los directivos que con los emprendedores; los emprendedores eran más propensos a asumir riesgos, más motivados para tener logros y preferían la innovación, este perfil coincide con la literatura clásica sobre emprendedores.

Hodgetts y Kuratko (2001) han resumido las diferencias de la siguiente forma: "Las pequeñas y medianas empresas son negocios de propiedad y gestión independientes, no son dominantes en su campo y de costumbre, no se implican en prácticas innovadoras. Los objetivos principales del *entrepreneurship* son el beneficio y el crecimiento […] el negocio está caracterizado por prácticas estratégicas innovadoras y crecimiento continuo […], y puede ser visto con una perspectiva diferente de la de los propietarios de pequeñas empresas en el desarrollo actual de su empresa."

Siguiendo los criterios del interés en estudiar las características personales, oportunidades, gestión o la necesidad de adaptar un negocio existente, Cunningham and Lischeron (1991) encuentran seis escuelas de pensamiento en el campo del emprender: La Escuela de "la Gran Persona", La Escuela de las Características Psicológicas, La Escuela Clásica, La Escuela de Gestión, La Escuela del Liderazgo, y La Escuela del Intrapreneurship (emprender dentro de una organización). La literatura existente hasta este momento pone de manifiesto que los emprendedores no constituyen una entidad homogénea. Más, el *entrepreneurship* no es un evento que suponga una sola acción, y los emprendedores entre sí pueden manifestar diferentes características y pautas de comportamiento (Ucbasaran y otros 2001).

Desde la perspectiva del *entrepreneurship* en términos de descubrimiento y explotación de oportunidades, Shane and Venkataraman (2000) destacan que como un grupo numeroso y muy diverso de personas se implican en el proceso de emprender, es imposible que este se pueda explicar sólo refiriéndonos a una característica de ciertas personas, independientemente de su situación particular. Cuando se hace referencia al hecho de que sólo algunas personas adoptan un comportamiento emprendedor, se describe la tendencia de estas ciertas personas de responder a las oportunidades coyunturales; no se trata de una característica estable que diferencia a los individuos en todas las situaciones.

Un tema crucial y al mismo tiempo descuidado en relación a los niveles de estudio abordados en *entrepreneurship*, es el equipo emprendedor, a pesar de que gran parte de los negocios están emprendidos a nivel de grupo. Los grupos poseen un nivel más alto de diversificación de la base de habilidades y competencias, más legitimidad y un acceso más amplio a redes sociales y de negocios que se pueden utilizar para adquirir recursos adicionales (Ucbasaran y otros 2001). Los equipos emprendedores no se refieren sólo a la puesta en marcha de una empresa, sino también a la puesta en marcha de un negocio dentro de una empresa o partiendo de una empresa ya existente (Baruch y Gebbie, 1998).

La escasez de estudios que contemplen la identificación y explotación de oportunidades por grupos, las dinámicas de estos grupos y el proceso de constitución y mantenimiento de los mismas, abre nuevas líneas de investigación y posibilidades de articulación del centro firme, prestado de la literatura sobre equipos de dirección, dinámicas de grupo, comportamiento organizacional, dirección estratégica (Davidsson y Wiklund, 2001).

3.2.2. NIVEL DE EMPRESA. LA EMPRESA EMPRENDEDORA

Como hemos presentado anteriormente, a medida que el campo de estudio sobre emprender se ha desarrollado, el enfoque de la investigación se ha mudado hacía el proceso emprendedor, hacía los métodos, las prácticas y los estilos de dirección que la gestión usa para actuar de forma emprendedora.

Para configurar el acto de emprender a nivel de empresa se han tomado de la literatura de dirección estratégica tres dimensiones que permiten caracterizar y distinguir los procesos emprendedores clave: capacidad de innovación, asumir riesgos y proactividad (Covin & Slevin 1989, 1991). Estas tres dimensiones definen la orientación emprendedora que describe cómo se gestiona la nueva entrada, mientras que el *entrepreneurship* explica en qué consiste la nueva entrada. Si la idea central que sostiene el concepto de emprender es la nueva entrada (e.g., Hisrich y Peters 1989; Vesper 1985, Low y MacMillan 1988), la orientación emprendedora se refiere a los procesos, prácticas y actividades de toma de decisión que conducen a una nueva entrada (Lumpkin y Dess 1996).

Si los estudios más tempranos en este sentido han puesto de manifiesto que las empresas emprendedoras tienden a asumir más riesgos, buscan de forma proactiva nuevas oportunidades (Khandwalla 1977, Mintzberg 1973) y uno de sus principales enfoques es la innovación de nuevos productos (Miller y Friesen 1982), los estudios más recientes como el de Neubaum, Mitchell y Schminke (2004) amplían estos márgenes y se diversifican, tomando en cuenta como organizaciones emprendedoras tanto las nuevas organizaciones como las más antiguas que presentan una estrategia emprendedora y exploran el impacto de estas actividades emprendedoras sobre el clima ético de la empresa.

Según Miller (1983) la etiqueta “emprendedora” es más aplicable a empresas ya establecidas que exponen de forma simultánea un comportamiento innovador y proactivo, asumiendo riesgos, con respecto al conjunto de operaciones de negocio, ofertas de productos, tecnologías e interacciones con los competidores. Una empresa verdaderamente emprendedora exhibiría altos niveles de cada una de estas características (Covin y Slevin 1989). Pero otros estudios más recientes sugieren que estas tres subdimensiones pueden variar de forma independiente una de la otra (Kreiser, Marino, & Weaver, 2002), aunque también tienden a covariar en la forma identificada por Miller.

Todas estas características han sido integradas y conceptualizadas como el comportamiento emprendedor de las empresas, llegando de esta forma a la noción actual de orientación emprendedora que representa una medida a nivel de empresa del comportamiento emprendedor. Pero algunos autores ven la orientación emprendedora más como una capacidad de la empresa para descubrir y explotar oportunidades, basada en recursos intangibles como el conocimiento (Wiklund y Shepherd 2003).

La orientación emprendedora es una medida que se puede emplear tanto en empresas de nueva creación como en empresas maduras, donde los niveles de innovación, predisposición para asumir riesgos y proactividad pueden variar según el contexto específico de cada empresa.

Concepto estrechamente relacionado con la dirección estratégica y con el proceso de toma de decisiones estratégicas (Lumpkin y Dess 1996; Naman y Slevin 1993), la orientación emprendedora promueve la iniciativa y la implicación de la gestión a múltiples niveles para la formulación y la implementación de estrategias emprendedoras (Richard, Barnett, Dwyer, y Chadwick 2004); no se crea ni se impone por la dirección, sino que refleja la postura estratégica exhibida a múltiples niveles de gestión (Stevenson y Jarillo 1990), y trata sobre las "intenciones y acciones de jugadores clave que actúan en un proceso dinámico y generativo", el proceso emprendedor (Lumpkin y Dess 1996).

La orientación emprendedora ha sido definida tanto en términos de orientación estratégica, como de disponibilidad para emplear comportamientos emprendedores (Aloulou y Fayolle 2005). Como orientación estratégica parece acercarse conceptualmente a lo que Miles y Snow (1978), en su tipología de las orientaciones estratégicas denominan "prospectiva", que ampara la agresividad organizacional en la introducción de nuevos productos o el descubrimiento de nuevos mercados, requiriendo más tiempo para escanear el entorno y evaluar las oportunidades y amenazas (Miles y Snow 1978; Dess *et al*, 1997).

Acercándose más a la conceptualización actual de la orientación emprendedora, Venkataraman (1989) encuentra en base a la tipología de Miles y Snow (1978) seis dimensiones de la estrategia de negocios positivamente relacionadas con el desempeño empresarial: agresividad, análisis, defensa, perspectivas de futuro, proactividad y riesgo. Desde esta perspectiva, el constructo puede ser visto como una orientación estratégica para descubrir, perseguir y explotar oportunidades, sobretodo en empresas pequeñas donde la orientación estratégica del directivo (fundador) se identifica con la de la empresa (Wiklund 1998b).

Hay autores que reclaman que el fundamento teórico de la orientación emprendedora reside en la suposición de que existen empresas emprendedoras y no-emprendedoras (Gartner 1985) en términos de actividades de inicio de un negocio o de estrategia general, y las empresas emprendedoras difieren de otros tipos de empresas.

La empresa emprendedora se considera implicada en un proceso activo de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades empleando, dependiendo del contexto, distintos niveles de proactividad, innovación y predisposición de asumir riesgos.

Como disponibilidad para emplear un comportamiento emprendedor, se ha encontrado una fuerte asociación entre la orientación emprendedora y el comportamiento emprendedor (Wiklund 1998a, 1998b), la primera siendo un determinante de la entrada en nuevos mercados y la introducción de nuevos productos y un ingrediente clave del éxito organizacional (Lumpkin and Dess, 1996).

Dentro de este marco de investigación se han perseguido varias líneas de estudio. Entre las más representativas se encuentran la identificación de los factores que la predicen (e.g., Miller y Friesen 1982; Zahra, 1991), la identificación de los efectos que las distintas dimensiones tienen sobre el desempeño empresarial (Wiklund 1999; Zahra y Covin 1995), y la identificación de las variables que moderan la relación orientación emprendedora-desempeño empresarial (e.g., Covin y Slevin 1988; Lumpkin y Dess 2001). Dentro de la primera línea de investigación se puede constatar una considerable cantidad de estudios que se han centrado en identificar atributos contextuales no relacionados con la gestión interna, como las condiciones del entorno, que conducen a la emergencia o a la efectividad de la orientación emprendedora (Covin, Green y Slevin 2006).

La acumulación de conocimiento sobre este concepto ha sido sustancial (Zahra, Jennings y Kuratko 1999), dada la aceptación general de la comunidad académica de una medida común muchas veces referida como "la escala de Miller/Covin y Slevin" (Brown, Davidsson y Wiklund 2001; Covin, Green y Slevin 2006). Sin embargo hay áreas clave que aún no han recibido la atención merecida por parte de la comunidad científica, como el efecto de los procesos internos organizacionales sobre la relación entre la orientación emprendedora y el desempeño empresarial (Lumpkin y Dess 1996, Wiklund y Shepherd 2003, Covin, Greeny Slevin 2006).

4. CONCLUSIONES

El presente trabajo propone una perspectiva alternativa a la de Kuhn que parece haber dominado la investigación en *entrepreneurship*. Se plantea fundamental el desarrollo progresivo de este programa de investigación a través del debate sobre cómo se articula el centro firme, antes que estimular el consenso sobre un paradigma y restringir el campo a una comunidad cerrada.

La delimitación de las ideas que actualmente dirigen las investigaciones en *entrepreneurship* permite distinguir mejor las articulaciones existentes de las mismas y fomentar el debate y la competición entre varios cinturones teóricos protectores. Al mismo tiempo, señala nuevas posibles líneas de investigación y áreas actualmente descuidadas como son: el descubrimiento de oportunidades, por ejemplo como descubren oportunidades los distintos tipos de emprendedores (Ucbasaran y otros 2001) o el *entrepreneurship* a nivel de grupo: por ejemplo la adquisición de recursos críticos a nivel de grupo para la nueva empresa, o si ciertos ámbitos se pueden asociar con una probabilidad mayor o menor de que el acto de emprender se realice a nivel de grupo o a nivel individual (Davidsson y Wiklund 2001).

Un ejemplo de nuevas articulaciones del centro firme lo constituye el estudio de Dobrev y Barnett (2005) que avanza la perspectiva de un enfoque dinámico con respecto al nivel de análisis, la probabilidad de que exista un comportamiento emprendedor a nivel individual siendo determinada por las estructuras de las organizaciones existentes. Su contribución central es un modelo que demuestra como las propiedades de las organizaciones interaccionan con los papeles que los individuos trabajando en aquellas organizaciones desempeñan para predecir nuevos descubrimientos de oportunidades y el nacimiento de nuevas empresas.

De esta forma, el *entrepreneurship*, se entiende como el acto de un individuo fundador cuyas acciones están influenciadas por sus condiciones sociodemográficas, el capital humano y el capital social, un mosaico de propiedades del trabajo, experiencias del mercado del trabajo y papeles en organizaciones.

5. BIBLIOGRAFIA

Aldrich, H.E. : "Methods in Our Madness? Trends in Entrepreneurship Research"; The State of the Art in Entrepreneurship, 1992, Ed. Donald L. Sexton and John D. Kasarda.

Aloulou W., Fayolle A.: "A conceptual approach of entrepreneurial orientation within small business context"; Journal of Enterprising Culture Vol. 13, No. 1, March 2005.

Archer, M. S.: "Culture and agency: The place of culture in social theory";Cambridge University Press, 1996.

Audretsch D. B.: "Entrepreneurship A Survey Of The Literature"; Enterprise Papers No 14, 2003, Enterprise Directorate-General, European Commission.

Beaver G., Jennings P.: "Competitive Advantage And Entrepreneurial Power. The Dark Side Of Entrepreneurship"; Journal of Small Business and Enterprise Development Vol. 12 No. 1, 2005.

Baruch Y., Gebbie D.:"Cultures of success: Characteristics of the UK´s leading MBO teams and managers"; Journal of Business Venturing, 13 (5), 1998.
Brown T.E., Davidsson P., Wiklund J.:"An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity-based firm behavior"; Strategic Management Journal**,** Oct 2001. Tomo 22, No. 10.
Carland, J.W., Hoy F., Boulton W.R., Carland J.C.: "Differentiating Entrepreneurs From Small Business Owners: A Conceptualization"; Academy Of Management Review 9(2), 1984.
Cooper, A.C., Dunkelberg W.C.: " Entrepreneurship And Paths To Business Ownership"; Strategic Management Journal; Jan-Mar 1986; 7, 1.
Covin, J. G., Slevin D. P.: "Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environment"; Strategic Management Journal 10(1), 1989.
Covin, J. G., Slevin D. P.: "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behaviour"; Entrepreneurship Theory and Practice 16(1), fall 1991.
Covin J.G., Green K.M., Slevin D.P.: "Strategic Process Effects On The Entrepreneurial Orientation-Sales Growth Rate Relationship"; Entrepreneurship: Theory And Practice, January 2002.
Cunningham J.B., Lischeron Y.J.: "Defining Entrepreneurship"; Journal Of Small Business Management, 29(1), 1991.
Davidsson P., Wiklund J.:"Levels of analysis in entrepreneurial research: Current research practice and suggestions for the future"; Entrepreneurship Theory and Practice, summer 2001.
Dobrev S.D., Barnett W.P.: "Organizational Roles And Transition Entrepreneurship"; Academy Of Management Journal, 2005, Vol. 48, No. 3.
Gartner W.B., Shaver K.G., Gatewood E., Katz J.A.: "Finding The Entrepreneur In Entrepreneurship"; Entrepreneurship: Theory And Practice, Spring 1994.
Gartner W.B.: "A Conceptual Framework For Describing The Phenomen Of New Venture Creation"; Academy of Management Review, 1985.
Gartner W.B.: "Is There An Elephant In Entreprenurship? Blind Assumptions In Theory Development"; Entrepreneurship: Theory Y Practice, 2001.
Hisrich R.D., Peters M.P., Shepherd D.A.: "Entrepreneurship", 6ª Edición, McGraw-Hill Companies, Inc. 2005.
Hitt M.A., Ireland R. D., Camp S. M., Sexton D. L.: "Guest Editors' Introduction To The Special Issue: Strategic Entrepreneurship:..."; Strategic Management Journal; Jun/Jul 2001; 22, 6/7.
Hodgetts R.M., Kuratko D.F.: "Effective Small Business Management"; Orlando, Fla. Harcourt College Publishers, 2001.
Howorth C., Tempest S., Coupland C. : "Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur"; Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 12 No. 1, 2005.
Hult G.T., Snow C., Kandemir D.: "The Role Of Entrepreneurship In Building Cultural Competitiveness In Different Organizational Types"; Journal Of Management, 2003, 29(3).
Hyrsky K.: "Entrepreneurial metaphors and concepts: an exploratory study"; International Small Business Journal 18(1).
Khandwalla P.N.*:* "Some top management styles, their context and performance"*;* Organization and Administrative Sciences. Kent: Winter 1976-1977.Tomo7, Nº 4.
Kilduff M.: "A paradigm too far? A dynamic stability reconsideration of the social network research program."; Academy Of Management Review **31**(4), 2006.
Kirzner I: "Entrepreneurial Discovery and The Competitive Market Process: An Austrian Approach"; Journal of Economic Literature, March ,1997.
Kreiser P.M., Marino L.D., Weaver K. M.: "Assessing The Psychometric Properties Of The Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis"; Entrepreneurship: Theory And Practice, 2002.
Kuhn T.S.: "La Estructura De Las Revoluciones Científicas"; University of Chicago Press, 1962.
Kuratko D.F.: "A Tribute To 50 Years Of Excellence In Entrepreneurship And Small Business"; Journal Of Small Business Management; Jul 2006; 44, 3.
Lakatos I.: La metodología de los programas de investigación científica; Madrid: Alianza, 1989.
Lakatos I.: Historia de la ciencia y sus reconstrucciones racionales; Madrid: Tecnos , 1974.
Landström H.: "Pioneers In Entrepreneurship And Small Business Research"; New York: Springer Science_Business Media, 2005.
Low M.B.: "The adolescence of entrepreneurship research: Specification of purpose"; Entrepreneurship Theory and Practice, summer 2001.
Low, M.B., MacMillan, Ian C.: "Entrepreneurship: Past Research And Future Challenges"*;* Journal of Management. Bloomington: Jun 1988. Tomo 14, No. 2.

Lumpkin G.T., Dess G.: "Linking Two Dimensions Of Entrepreneurial Orientation To Firm Performance: The Moderating Role Of Environment And Industry Life Cycle"; Journal Of Business Venturing 16, 2001.
Lumpkin G.T., Dess G.: "Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance"; Academy Of Management Review 1996, Vol. 21. No. 1.
Lumpkin G.T., Dess G.: "Entrepreneurial Strategy Making And Firm Performance: Tests Of Contingency"; Strategic Management Journal (1986-1998); Oct 1997; 18, 9.
McClelland D.C.: "Characteristics of successful entrepreneurs", Journal of Creative Behavior, Vol. 21 No. 3, Third Quarter, 1987.
Miles R.E., Snow C.C.: "Organizational Strategy, Structure and Process"; New York, 1978, McGrawHill.
Miller D., Friesen P.H.:" Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum*";*Strategic Management Journal**.** Chichester: Jan/Mar 1982. Tomo 3, No. 1.
Miller D., Friesen P.H.:" Strategy-Making and Environment: The Third Link*";* Strategic Management Journal, Jul/Sept 1983. Tomo 3, No.1.
Mintzberg H.: "Strategy-making in three modes"; California Management Review**,** Berkeley: WINTER 1973. Tomo 16, No.2.
Murphy P.J., Liao J., Welsch H.P.: "A Conceptual History Of Entrepreneurial Thought"; Journal Of Management History, Vol. 12, No. 1, 2006.
Naman J., Slevin D.: "Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical testing"; Strategic Management Journal, 1993, 14(2).
Neubaum D., Mitchell M., Schminke M.: "Firm Newness, Entrepreneurial Orientation, And Ethical Climate"; Journal Of Business Ethics 52, 2004.
Palmer M.: "The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential"; California Management Review 13(3), 1971.
Popper, K. : "The logic of scientific discovery**".** London: Hutchinson 1959.
Richard O.C., Barnett T.: "Cultural Diversity In Management, Firm Performance, And The Moderating Role Of Entrepreneurial Orientation Dimensions "; Academy Of Management Journal, 2004, Vol. 47, No. 2.
Newbert S.L.: "New Firm Formation: A Dynamic Capability Perspective"; Journal of Small Business Management 2005 43(1).
Shane S., Venkataraman S.: "The Promise Of Entrepreneurship As A Field Of Research"; Academy Of Management Review 2000, Vol. 25, No. I.
Schumpeter J.A.: "The Theory Of Economic Development"; Cambridge Mass: Harvard University Press, 1934.
Shane S.: "Introduction to the Focused Issue on Entrepreneurship"; Management Science,Feb 2006,Tomo 52, No.2.
Shaver K.G., Gartner W.B.: "Attributions About Entreprenenrship: A Framework And Process For Analyzing Reasons For Starting A Business"; Entrepreneurship: Theory And Practice, Winter 2001.
Smart D.T., Conant J.S.: "Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies And Organizational Performance" ; Journal Of Applied Business Research, Summer 1994, Vol. 10, Issue 3.
Stevenson H.; Jarillo J.C.: "A Paradigm Of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management"; Strategic Management Journal; Summer 1990; 11.
Stewart W., Carland J.C., Carland J.W.: "A Proclivity For Entrepreneurship: A Comparison Of Entrepreneurs, Small Business Owners, And Corporate Managers"; Journal Of Business Venturing 14, 1998.
Ucbasaran D., Westhead P., Wright M.: "The focus of entrepreneurial research: Contextual and process issues"; Entrepreneurship Theory and Practice, summer 2001.
Veciana Vergés J.M.: "Creación De Empresas Como Programa de Investigación Científica"; Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol.8, (3), 1999.
Vesper, K.H.: "Entrepreneurship Education"; Babson College, Wellesley, MA., 1985.
Venkataraman S.: "The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor´s perspective". In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.); Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth, Vol. 3.
Katz R., Brockhaus: "Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth"; Vol 3, Greenwich, 1997.
Waltera A., Auerb M., Ritte T.: "The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance"; Journal of Business Venturing 21, 2006.
Webster F.A.: "Entrepreneurs and ventures: An attempt at classification and clarification"; Academy of Management Review, January 1977.
Wiklund J.: "The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship"; Entrepreneurship: Theory And Practice 24(1), 1999.
Zahra, S. A., Jennings, D., Kuratko, D.: "The antecedents and consequences of firm-level entrepreneurship: The state of the field"; Entrepreneurship Theory and Practice, 24(2), 1999.