

Revisión y tendencias en la investigación sobre *creación de empresas*: una revisión de la literatura

Héctor Montiel¹, Francesc Solé Parellada², Ramón Salvador Vallés³

¹Ingeniero Industrial, UPC, hmontiel2001@yahoo.com.mx

²Catedrático de Organización de Empresas, UPC, soquatre@ictnet.es

³Ingeniero Industrial, UPC rsalvadorvalles@yahoo.com

RESUMEN

La creación de empresas, es decir, el “entrepreneurship” es un campo de investigación joven si atendemos a la fecha de la aparición de revistas especializadas, convocatorias de congresos y creación de sociedades y asociaciones científicas, elementos que constituyen la infraestructura de una disciplina académica. La adolescencia de la disciplina hace más necesaria la revisión de su trayectoria y el análisis detallado de los campos de reflexión y sus tendencias. La comunicación tiene por objeto: primero establecer el concepto central del entrepreneurship, segundo interpretar el sentido de la trayectoria cronológica de la disciplina y tercero describir las tendencias de investigación que se adivinan. Para ello se revisa la literatura más relevante y se acompaña un análisis bibliográfico..

Palabras clave: *creación de empresas, entrepreneurship, spin off.*

1. Introducción.

Cooper, Hornaday y Vesper [1] nos dicen que el “*entrepreneurship*”, si atendemos a la fecha de aparición de las revistas especializadas, congresos, sociedades y las asociaciones que crean la infraestructura, es un campo de investigación relativamente joven. Un campo científico o una disciplina no empieza a existir si una comunidad científica se constituye y se organiza, si ésta produce investigaciones, si ésta dispone de una revista y si ésta organiza una conferencia o congreso permitiendo a otros investigadores conocer los resultados de sus investigaciones [2]. Según Low [3] el *entrepreneurship* se encuentra en su adolescencia y tiene que hacer frente a las dificultades de toda disciplina naciente. Distingue al *entrepreneurship* su naturaleza de transversal y necesariamente la definición de su ámbito de estudio pasa por el análisis del concepto central de *entrepreneurship*.

2. Concepto de *entrepreneurship*.

Dada la naturaleza transversal de la disciplina las diferentes definiciones del *entrepreneurship* están referidas a cada uno de sus ámbitos parciales y sólo reflejan una parte del campo de investigación. Si logramos aislar los subcampos de la disciplina y clasificar las distintas definiciones referidos a cada uno de sus ámbitos no por ello tendremos por adición la definición del campo general de la disciplina ni la pertinente definición del concepto. El problema se complica cuando se trata de traducir el término *entrepreneurship* al español. Sin embargo los problemas de traducción son bienvenidos porque estimulan la reflexión. En las lenguas de raíz latina la palabra inglesa “*entrepreneur*” se puede traducir por empresario y también por emprendedor, lo que nos lleva directamente a la reflexión sobre la figura del

empresario que es central en la discusión sobre el término *entrepreneurship* [4]. Algunos autores usan traducciones de *entrepreneurship* tales como espíritu empresarial, espíritu emprendedor, fenómeno emprendedor, iniciativa empresarial, empresariado innovador, función empresarial, estudio del empresario, etc. Considerando las observaciones hechas por Gartner [5] sobre la importancia de los términos utilizados en este campo y sin querer dar una definición o una traducción literal del término anglosajón *entrepreneurship* la comunidad académica hispano parlante ha adoptado el término de “*creación de empresas*”. Por otra parte la coincidencia entre *entrepreneurship* y creación de empresas es compartida entre varios investigadores [6]. Podríamos pues decir que el ámbito del *entrepreneurship* es el relativo a la creación de empresas pero aunque el término es el preferido por los académicos el problema de definición no se termina aquí.

Una manera de profundizar en el concepto es el de analizar su evolución histórica. Sin embargo, aunque el término tiene sus orígenes en Richard Cantillon [7], quien en 1755 fue el primer economista en poner una atención considerable sobre el empresario, el recorrido histórico tiene un notable interés académico. Para nuestro propósito, nos centraremos en la última etapa de las 4 con que Veciana [8] divide la evolución de la disciplina.

La creación de empresas no puede alejarse del rol del empresario que, como puede observarse en el trabajo realizado por Hébert y Link [9], ha sido utilizado por la ciencia económica desde diferentes perspectivas. Sin embargo deberemos encontrar como la figura del empresario debe ser considerada en el campo de la *creación de empresas*.

3. Evolución histórica de la creación de empresas como disciplina.

Según Veciana [10] la primera etapa de la *creación de empresas* va del 1755 cuando Cantillon introduce el concepto de empresario, como agente económico específico y que cumple una función económica diferente del capitalista y del gerente [11], hasta finales del siglo XIX cuando Weber¹ cambia el enfoque del análisis. El principal interés de los economistas de esta primera etapa era la de definir al empresario y su función en el sistema económico.

Veciana [12] ubica la segunda etapa entre inicios del siglo XX bajo la influencia de Weber hasta el año de 1958 cuando en la Universidad de Harvard se crea el *Research Center in Entrepreneurial History* (RCEH). Hornaday [13] nos dice que al tratar de resolver los problemas conceptuales en la *creación de empresas* es imprescindible revisar los trabajos elaborados por el RCEH que fue dirigido por Arthur Cole durante 10 años en el que se hizo un serio esfuerzo por resolver los problemas teóricos y empíricos en la investigación empresarial desde una perspectiva económica, sociológica e histórica. En uno de los puntos en los que los integrantes del RCEH estuvieron de acuerdo según Hornaday, fue que la búsqueda del “verdadero empresario” era un trabajo inútil. Tipologizar los diferentes tipos teóricos de empresarios puede ser útil en determinados aspectos de la sociología y aún en la teoría económica, pero no existe un empresario tipo.

¹ Para Veciana, los estudios históricos sobre las empresas, empresarios y la función empresarial empiezan a proliferar bajo la influencia de Max Weber, siendo publicados con los títulos de Harvard Studies in Business History y en el Journal of Business and Economic History. Weber estaba más interesado en la función histórica del empresario en la transformación de la sociedad.

La crisis del petróleo en la década de los setentas provocó dos hechos importantes que de alguna forma contribuyeron al desarrollo del campo de investigación y sobre todo de una mayor atención al origen de la *creación de empresas*. En primer lugar un fuerte estímulo a los agentes económicos y políticos de los países para que con ello se iniciara una serie de ayudas a la creación de nuevas empresas [14]. En segundo lugar que existiera un cambio en la atención prestada al tamaño de las empresas, reconociendo que las pequeñas empresas tenían un papel fundamental en los aspectos económicos [15]. Veciana [16] resalta esta como la tercera etapa y que es cuando el campo de investigación se configura en sus dos vertientes iniciales: a) el estudio de las pequeñas y medianas empresas y b) el estudio del empresario y la creación de empresas.

La cuarta etapa es en la que actualmente nos encontramos se inicia en 1979 con la presentación del informe de Birch [17] titulado *The Job Generation Process* ante el Congreso de los Estados Unidos. En este informe se puso de manifiesto que en el periodo de 1969-1976 dos terceras partes de los nuevos puestos de trabajo en los Estados Unidos fueron creados por nuevas empresas que tenían menos de 20 empleados. Este informe provocó que la investigación que se venía haciendo en este campo tuviera un mayor apoyo en todos los sectores. Aunado a lo anterior, Sexton [18] ubica que la *creación de empresas* adquirió su status de campo científico autónomo en 1980.

Shapero [19], uno de los pioneros de este campo identifica tres principales razones por las cuales aumenta el interés a inicios de los ochenta por la *creación de empresas* y son: porque se venía de una economía mundial en depresión, por un “malestar” generado debido a la preferencia que se tenía por las grandes inversiones y empresas, y finalmente por un cambio de valores que se da en las personas.

3.1 La creación de empresas como campo de investigación independiente.

A nuestro parecer, son dos los aspectos que de alguna forma nos pueden ayudar a visualizar tanto la evolución como la naturaleza de este campo durante la década de los ochentas y noventas: a.-las reflexiones sobre la producción y rigor científico y, b.- los esfuerzos realizados hacia la creación de una teoría global en este campo.

3.1.1 La reflexión sobre la producción y el rigor científico

Cuando un campo de investigación da la impresión de no avanzar, se procede a un examen crítico de las problemáticas, de los métodos y de los supuestos habitualmente utilizados. Esto parece ser un paso clásico en el avance y desarrollo de los campos científicos. En la tentativa de articular todo un conocimiento acumulado para la producción de teorías y modelos se tiene que pasar por una reflexión global de dicho campo [20]. Esto es particularmente necesario cuando el campo de investigación es joven. Por otra parte, aunque se pongan en evidencia las dificultades y las insuficiencias que se han tenido, no significa que no se pueda seguir avanzando, sin embargo se tienen que plantear nuevas proposiciones.

A inicios de los ochentas ya se habían presentado algunas clasificaciones con respecto a las investigaciones realizadas en este campo. Las tipologías trataron de agrupar o de enmarcar todas las investigaciones que se venían realizando y que tenían relación con este campo de estudio desde varios años atrás, pero sobre todo la generada en los últimos años. Sin embargo,

Wortman [21] declara que estas clasificaciones no ayudaron a obtener un progreso en las investigaciones futuras. Wortman propone un nuevo marco y una tipología para analizar la investigación en la *creación de empresas* y pequeñas empresas con la finalidad de que las futuras investigaciones pudieran tener cabida dentro de esta clasificación. Greenfield y Strickon [22] sugieren que la razón por lo que existe una concurrencia para a su vez un aislamiento en los estudios sobre la *creación de empresas* es porque en las diferentes disciplinas, cada investigador tiende a seguir unas ideas específicas definidas como empresariales por los principales investigadores de su campo de origen.

Sexton [23] en su artículo "*The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger?*" manifiesta que las investigaciones realizadas en este campo presentan una gran variedad de temas, pero en cuanto a la contribución de conocimiento al campo se tiene mucho por hacer. En la década de los ochenta varios investigadores [24] empiezan a manifestar la inexistencia de un acuerdo sobre la definición de la *creación de empresas*, o más aún, lo que realmente constituía el área de estudio de este campo de investigación.

Gartner [25] realiza una investigación cuyo propósito era el de identificar los temas más importantes en el campo de la *creación de empresas*. Los resultados que obtuvo no fueron concluyentes y ante esta situación, su conclusión fue la siguiente: "*A definition of entrepreneurship has yet to emerge. The views on entrepreneurship that have been articulated here reflect the robustness of a new field, budding with new ideas and thoughts, all competing for a prominent place in some future orthodoxy*".

Por lo anterior, se puede apreciar que el estudio de la *creación de empresas* no se puede describir usando una dimensión, Por ello resulta interesante mencionar la propuesta de Bruyat [26] en la que propone la dialogía individuo/creación de valor. Otra propuesta es el modelo de Hornaday [27] que involucra tres dimensiones: la innovación económica, la creación de una organización y la búsqueda de beneficio en algún sector del mercado. La importante contribución de estos dos modelos es el hecho de que la *creación de empresas* no es absoluta. Los modelos permiten un estado relativo de las cosas en donde las dimensiones están presentes en mayor o menor grado. Estas dos propuestas nos ayudan a visualizar un poco más la amplitud de este campo científico sin llegar a ser restrictivos. Por lo que se puede apreciar, los estudios en este campo pueden presentar diferentes facetas o perspectivas incluso de un mismo tema de investigación.

Esta situación hace presente el segundo aspecto, es decir, el correspondiente al rigor científico de los trabajos. Bygrave [28] menciona: "*Entrepreneurship is one of the youngest paradigms in the management sciences. As with all young paradigms, it has emerged by using the methods and theories of other sciences. But if it is to grow in stature as a separate discipline, it will need to develop its own distinct methods and theories*". Las observaciones de varios autores [29] se enfocan sobre la exigencia y un mayor rigor científico y más notablemente sobre la necesidad de: definir claramente los conceptos y de describir con precisión las muestras utilizadas; de tener en consideración las investigaciones publicadas anteriormente; de utilizar la experiencia adquirida en campos científicos conexos a la *creación de empresas*; y de apoyarse en la realización de investigaciones empíricas y en los modelos teóricos ya existentes.

Como se puede apreciar, fueron varios los intentos que los investigadores venían haciendo para que la *creación de empresas* lograra obtener mejores avances en cuanto a la investigación se refiere. Sin embargo, consideramos que la publicación del artículo de Low y MacMillan [30] puso a reflexionar a la comunidad científica además de tener un verdadero impacto positivo en la producción científica. Low y MacMillan analizaron la investigación realizada en este campo de acuerdo a 6 especificaciones: el propósito de la investigación; la perspectiva teórica; el enfoque del fenómeno a ser investigado; el nivel o niveles de análisis; la metodología utilizada; y el periodo de tiempo en el que se realiza la investigación.

3.1.2 Hacia una teoría global en la *creación de empresas*

Hoy [31] menciona que los investigadores que escriben sobre este campo, lo acusan de no tener una teoría propia. Se podría decir que una consecuencia de ello y como se ha podido apreciar en puntos anteriores, algunos investigadores manifiestan que esto se debe a que el campo de la *creación de empresas* es muy amplio y por ello ha sido difícil desarrollar una teoría que integre todos y cada uno de los diferentes aspectos que se han investigado y que sea generalmente aceptada. Para poder contrarrestar este aspecto, se han utilizado teorías de diferentes disciplinas para entender y explicar los diferentes fenómenos que se estudian en la *creación de empresas*.

El interés por elaborar una teoría integradora que proporcione una visión holística de la *creación de empresas* tiene su origen en el desarrollo considerable que se tuvo en la investigación de la década de los ochenta. Un aspecto importante de las investigaciones realizadas a partir de esta década es el hecho de dar un menor énfasis a los estudios empíricos sobre las características de los empresarios y dar un mayor interés al carácter contextual del proceso empresarial [32].

Las observaciones de algunos investigadores son similares en el sentido de que las ideas seminales de Schumpeter [33] acerca de la *creación de empresas* han influido considerablemente a muchos investigadores, debido a que Schumpeter utilizó la *creación de empresas* como la máquina de su teoría del desarrollo económico y personificó a esta máquina en el empresario. Inconsciente o equivocadamente esta personificación de la *creación de empresas* en el empresario como un personaje con muchas cualidades fue posteriormente interpretado por muchos investigadores como el objeto principal de estudio de este campo.

Pese a todas estas consideraciones que se dan en la década de los ochenta, se tiene que hacer frente a una serie de retos para llegar a desarrollar una teoría o modelo general sobre este campo de investigación. La *creación de empresas* tiene que desarrollar sus propias teorías y métodos si no quiere correr el riesgo de que sea manipulado por las demás disciplinas, de las cuales usa teorías y métodos de investigación [34]. Desarrollar una teoría global se convierte en una tarea nada fácil de lograr e incluso podría ser algo muy ambicioso por alcanzar debido al carácter multidisciplinario de este campo [35]. A este respecto Bygrave [36] manifiesta que al estar la *creación de empresas* en sus primeras etapas se debería de buscar desarrollar teorías parciales más que una teoría global.

Este tipo de manifestaciones al interior del campo y gracias al interés en la comunidad científica por avanzar hacia la elaboración de una teoría global y propia de este campo se han

generado una serie de vínculos. Un ejemplo de esto es la conferencia “*Interdisciplinary Conference on Entrepreneurship Theory*” celebrada en la Universidad de Baltimore en los Estados Unidos en 1991. La conclusión general que se obtuvo en esta conferencia fue que cada disciplina tiene su propia forma de ver la *creación de empresas*, lo que implica que no hay ningún cambio en éstas por la forma de ver de las otras disciplinas. En otras palabras, esto es evidencia de que existen varias formas “únicas” de ver la *creación de empresas* y no una o más formas “multidisciplinarias” de ver dicho campo [37]. Un motivo de que pase esto lo proponen Bull y Willard [38] quienes dicen que a pesar de la riqueza en contribuciones que hacen diferentes disciplinas a este campo, en la mayoría de los casos, los investigadores de cada una de ellas tienden a ignorar las investigaciones realizadas por investigadores de otras disciplinas.

Hasta ahora la variedad de teorías que se han desarrollado y utilizado para describir las diferentes facetas de la *creación de empresas* en cada uno de los enfoques teóricos y en cada uno de sus niveles parten de supuestos muy diferentes. Cada teoría que se ha desarrollado proporciona una perspectiva con un conjunto de ideas propias y se han estado realizando esfuerzos para poder agruparlas y así poder generar una teoría global de este campo. Brazeal y Herbert [39] mencionan que entre las barreras para lograr avances en esta agrupación se incluyen el desarrollo irregular que se ha tenido en el campo, su falta de consistencia en cuanto a la terminología o métodos y su relativo aislamiento del desarrollo obtenido de otras disciplinas que podrían hacer importantes contribuciones a este campo.

4. Logros y futuras direcciones en la investigación sobre *creación de empresas*

De los esfuerzos que algunos investigadores han realizado para identificar la existencia de una posible convergencia en el ámbito de estudio de este campo, se puede apreciar que sus conclusiones son similares en el sentido de que la convergencia ha sido sobre objetos de estudio y no específicamente sobre un cuerpo distintivo de conocimiento y, que tales convergencias no han sido estables a través del tiempo [40]. La visión de la disciplina de *creación de empresas* como un popurrí de temas no es vista por los investigadores como una desventaja sino todo lo contrario. El carácter multidisciplinario es considerado por los diferentes autores como una exigencia que no impide que la *creación de empresas* sea un campo distintivo.

Low [41] plantea cuatro estrategias que podrían justificar o dar motivo a la investigación sobre *creación de empresas* buscando mantener la integridad y características prácticas de este campo mientras se hacen sustantivas y permanentes contribuciones intelectuales. Estas estrategias se describen a continuación.

La primera de ellas tiene su origen en la gran demanda que existe de cursos sobre *creación de empresas*, de ahí que se planteara **la investigación sobre creación de empresas en apoyo a la docencia**. Esta estrategia no daría legitimidad al campo, pero sí puede dar respeto dentro del contexto académico. La segunda estrategia trata sobre los actuales comentarios que se hacen sobre este campo y que de alguna manera reflejan la que actualmente es, es decir, **la investigación sobre creación de empresas como un popurrí de temas**. Esta estrategia crea un ambiente de libertad para la expresión académica y de reclutamiento para nuevos talentos que pueden hacer una buena carrera publicando sólo en revistas especializadas en *creación de empresas*.

La tercera estrategia es el reconocimiento del carácter multidisciplinario de este campo, es decir, **la investigación sobre creación de empresas se debe apoyar de otras disciplinas**. Se plantea que no es necesario tener una teoría global, sino que cada una de las disciplinas desarrolle una teoría y de esta forma se estudiarían las diferentes facetas de la *creación de empresas*. La cuarta y última estrategia es la más difícil y aunque parezca ser opuesta a la anterior, no lo es, sino más bien son complementarias ya que en esta se plantea que **la investigación sobre creación de empresas sea un campo distintivo**. Shane y Venkataraman [42] manifiestan que este campo necesita tener un marco conceptual que explique y prediga una serie de fenómenos empíricos que no sean explicados por otros campos ya existentes y que mientras esto no exista será difícil justificar su existencia.

Si tratamos de analizar estas estrategias no separadamente, sino en conjunto, se podría decir que la razón de existir de este campo está más que justificada. Low [43] propone que es tiempo de que surjan expectativas y normas sin limitar las futuras opciones, de ahí que no se deba olvidar que la mayor riqueza de este campo es su popularidad y no destruir la energía que ha hecho este campo tan interesante aunque algunos lo definan como un “popurri” de temas.

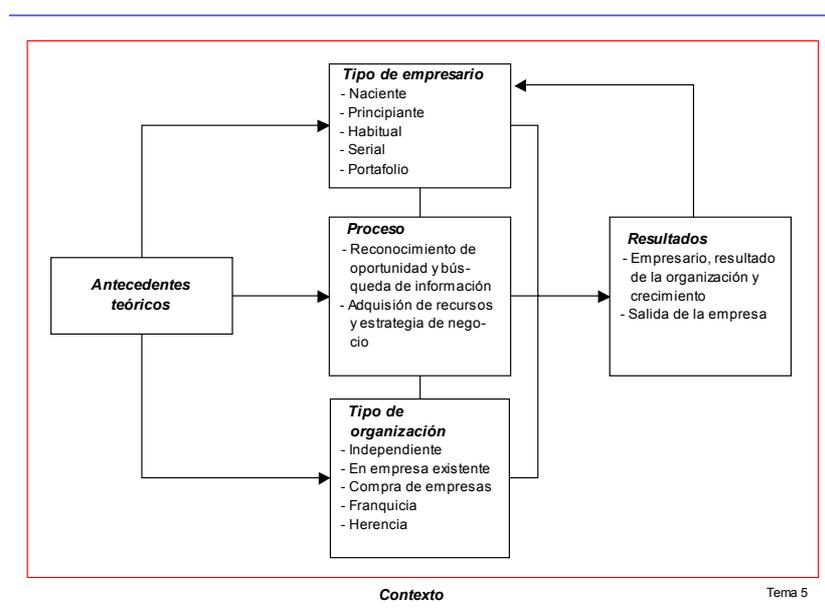


Figura 1: Enfoques en la investigación sobre creación de empresas. Fuente: Ucbasaran *et al* [44]

Ucbasaran *et al* [45] ante la fragmentación de conocimiento que existe en este campo y con la finalidad de motivar y canalizar el avance y difusión del mismo, plantean la figura 1 en la que se pueden identificar seis grandes temas, que son los que mejor ilustran el progreso y desarrollo en los “enfoques” planteados en la investigación sobre *creación de empresas* en la última década. Estos temas no deben verse aislados, sino en conjunto, ya que son estos los que constituyen el proceso y contexto empresarial de un fenómeno específico.

En este mismo sentido se presenta la figura 2, en la que se pueden apreciar las líneas de investigación que actualmente se consideran dentro del campo de la *creación de empresas*. Esta figura tiene su origen en un intento por analizar cuáles son y con qué incidencia se

investiga en dichas líneas en los últimos años. En esta clasificación se pueden distinguir 30 líneas de investigación, las cuales fueron definidas con base a la propuesta de clasificación de trabajos presentados en las actas del Congreso Internacional del *Frontiers of Entrepreneurship Research* en el año 2001.

Para determinar la incidencia en la investigación de cada tema se procedió al estudio de artículos tanto teóricos como empíricos presentados en las principales revistas en las que se hace presente la corriente principal de pensamiento de este campo, entre los años 1998 y 2002 (cuadro1). Estos resultados son congruentes con los obtenidos anteriormente [46], en el sentido de que la principal salida de los trabajos científicos en este campo se hace en revistas especializadas y no en revistas generales de *management*. Algunos autores atribuyen esto al grado de desarrollo o madurez de este campo de investigación, hecho que dificulta la publicación de trabajos en otras revistas científicas.

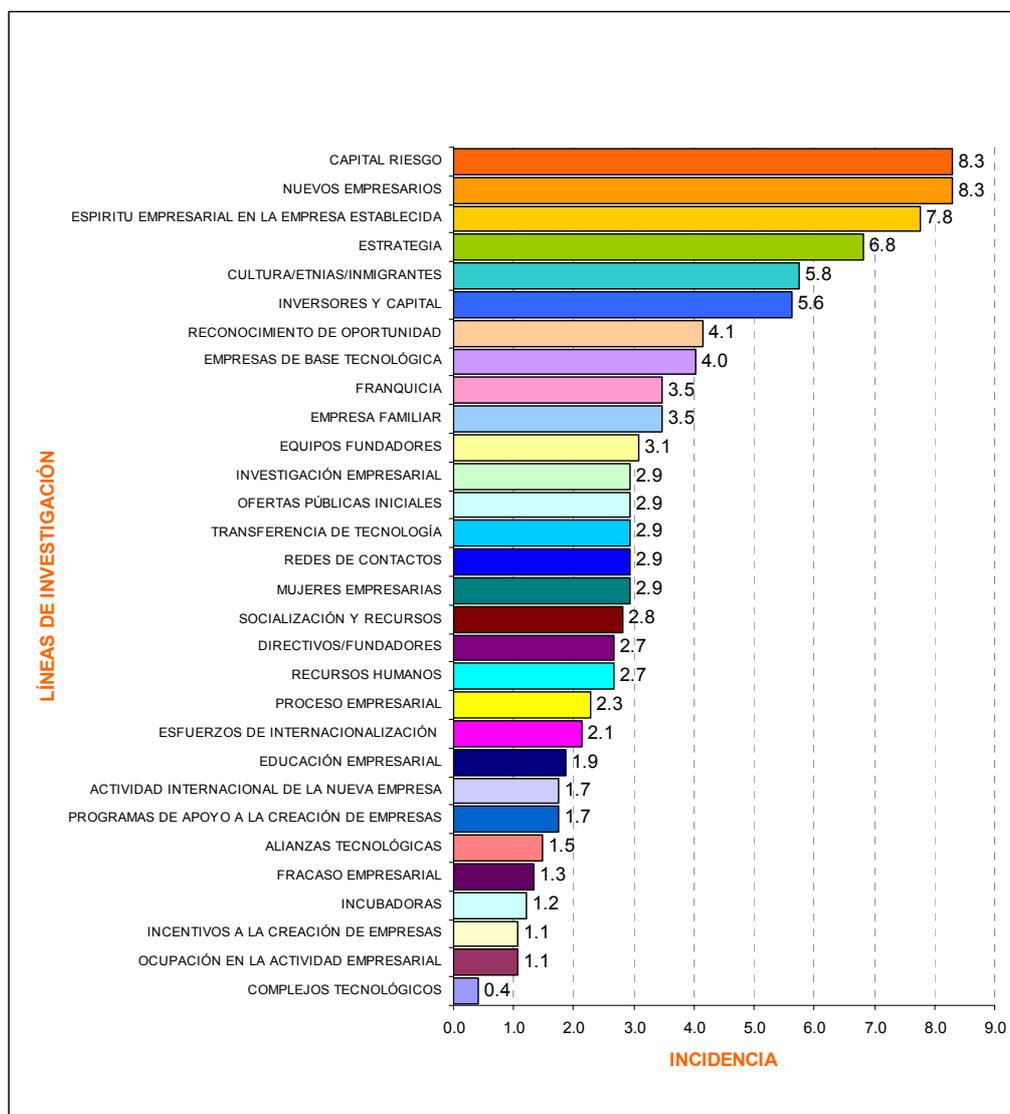


Figura 2: Incidencias en las líneas de investigación sobre *creación de empresas* (1998-2001). Fuente: elaboración propia

Fuente	1998	1999	Año 2000	2001	2002	Total
Frontiers of Entrepreneurship Research	158	123	115	91	-	487
Journal of Business Venturing	28	28	23	26	29	134
Entrepreneurship Theory and Practice	15	24	28	21	10	98
Academy of Management Journal	-	-	2	3	1	6
Academy of Management Review	-	-	2	1	-	3
Journal of Management	-	-	-	1	-	1
Strategic Management Journal	-	1	-	10	-	11
Management Science	-	-	-	2	-	2
Sloan Management Review	-	1	1	-	-	2
Journal of Management Studies	1	-	1	1	-	3
					TOTAL:	747

Cuadro 1: Revisión bibliográfica. Fuente: elaboración propia

Finalmente, cabe mencionar que de la figura 2 se puede apreciar que las incidencias son relativamente bajas y que prácticamente ninguna es dominante. Con esto se puede comprobar los comentarios hechos anteriormente sobre la segmentación y la naturaleza transversal existente en este campo.

Referencias

- [1] Cooper, A. C., Hornaday, J. A., Vesper, K. (1997). "The field of entrepreneurship over time". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College.
- [2] Bruyat, C. (1993). *Creation D'Entreprise: Contributions Epistemologiques et Modelisation*. Tesis Doctoral, Ecole Supérieure des Affaires. Université Pierre Mendès France (Grenoble II); 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.
- [3] Low, M. B. (2001). "The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 25 (4): 17-25.
- [4] Ripsas, S. (1998). "Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship". *Small Business Economics*. 10: 103-115; Veciana, J. M. (1999) op. cit.
- [5] Gartner, W. B. (1993). "Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary". *Journal of Business Venturing*. 8 (3): 231-239.
- [6] Low, M. B., MacMillan, I. C. (1988). "Entrepreneurship: past research and future challenge". *Journal of Management*. 14 (2): 139-161; Vesper, K. H. (1988). "Entrepreneurial academics- How can we tell when the field is getting somewhere?". *Journal of Business Venturing*. 3 (1): 1-10; Bygrave, W. D. (1993). "Theory building in the entrepreneurship paradigm". *Journal of Business Venturing*. 8 (3): 255-280.
- [7] Cantillón, R. (1950). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: FCE.
- [8] Veciana, J. M. (1999) op. cit.
- [9] Hébert, R. F., Link, A. N. (1988). "In search of the meaning of entrepreneurship". *Small Business Economics*. 1: 39-49.
- [10] Veciana, J. M. (1999) op. cit.
- [11] Santos, M. R. (1997). *Los economistas y la empresa. Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*. Madrid: Alianza Editorial.
- [12] Veciana, J. M. (1999) op. cit.

- [13] Hornaday, R. W. (1992). "Thinking about entrepreneurship: a fuzzy set approach". *Journal of Small Business Management*. 30 (4): 12-23.
- [14] Prieto, J. M., Briales, H., Le Marois, H., Thomson, A., Speroni, D. (1991). *Creación de empresas: políticas de apoyo y papel de la formación*. Luxemburgo: CEDEFOP.
- [15] Storey, D. J. (1982). *Entrepreneurship and the new firm*. London: Routledge; Gallacher, C. C., Doyle, J. (1987). "Size distribution, growth potential, and job generation contribution of united kingdom firms". *International Small Business Journal*. Autumn: 31-55.
- [16] Veciana, J. M. (1999) op. cit.
- [17] Birch, D. (1979). *The Job Generation Process*. Cambridge. MA.
- [18] Sexton, D. L. (1988a). An overview of the history of entrepreneurship research. En R. Peterson y K. Ainslie eds. *Understanding Entrepreneurship*. Kendall/Hunt Publishing Company.
- [19] Shapero, A. (1985). "Why entrepreneurship? A worldwide perspective". *Journal of Small Business Management*. 23 (4): 1-5.
- [20] Bull, I., Thomas, H. (1993). "Editor's note: a perspective on theory building in entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*. 8 (3): 181-182.
- [21] Wortman, M. S. Jr. (1987). "Entrepreneurship: an integrating typology and evaluation of the empirical research in the field". *Journal of Management*. 13 (2): 259-279.
- [22] Greenfield, S. M., Strickon, A. (1986). *Entrepreneurship and social change*. Lanham, MD: University Press of América.
- [23] Sexton, D. L. (1988b). "The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger". *Journal of Small Business Management*. 26 (1): 5-8.
- [24] Brockhaus, R. H. (1987). "Entrepreneurial folklore". *Journal of Small Business Management*. 25 (3): 1-6; Ronstadt, R., Hornaday, J. A., Peterson, R., Vesper, K. H. (1986). "Introduction". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College.
- [25] Gartner, W. B. (1990). "What are we talking about when we talk about entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*. 5 (1): 15-28.
- [26] Bruyat, C., op. cit.
- [27] Hornaday, R. W. op. cit.
- [28] Bygrave, W. D. (1989). "The entrepreneurship paradigm (I): a philosophical look at its research methodologies". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14 (1): 7-26.
- [29] Vesper, K. H. (1981). "Scanning the frontier of entrepreneurship research". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College; Hornaday, J. A., Churchill, N. (1987). "Current trends in entrepreneurial research". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College.
- [30] Low, M. B., MacMillan, I. C., op. cit.
- [31] Hoy, F. (1991). Editor's comments. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (2).
- [32] Bygrave, W. D., Hofer, C. W. (1991). "Theorizing about entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (2): 13-22; Bygrave, W. D. (1993) op. cit.
- [33] Schumpeter, J. A. (1996). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Folio.
- [34] Bygrave, W. D. (1993) op. cit.; Hofer, C. W., Bygrave, W. D. (1992). "Researching entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (3): 91-100.
- [35] Low, M. B., MacMillan, I. C., op. cit.; Amit, R.; Glosten, L.; Muller, E. (1993). "Challenges to theory development in entrepreneurship research". *Journal of Management Studies*. 30 (5): 816-834.
- [36] Bygrave, W. D (1989). op. cit.

- [37] Herron, L., Sapienza, H. J., Smith-Cook, D. (1991). "Entrepreneurship theory from an interdisciplinary perspective: volume I". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (2): 7-12
- [38] Bull, I., Willard, G. E. (1993). "Towards a theory of entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*. 8 (3): 183-195.
- [39] Brazeal, D. V., Herbert, T. T. (1999). "The genesis of entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 23 (3): 29-45.
- [40] Grégoire, D., Déry, R., Béchar, J. P. (2001). "Evolving conversations: a look at the convergence in entrepreneurship research". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College; Meeks, M. D., Neck, H. M., Meyer, G. D. (2001). "Converging conversations in entrepreneurship". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College.
- [41] Low, M. B. op. cit.
- [42] Shane, S., Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*. 25 (1): 217-226.
- [43] Low, M. B. op. cit.
- [44] Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M. (2001). "The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 25 (4): 57-80.
- [45] Ibid.
- [46] Veciana, J. M. (2000). "Entrepreneurship research: new trends and old problems". En Brauchlin, E., Pichler, J. H. *Unternehmer und Unternehmensperspektiven für Klein- und Mittelunternehmer*. Berlin: Duncker & Humblot; Davidsson, P. Wiklund, J. (2001). "Levels of analysis in entrepreneurship research: current research practice and suggestions for the future". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 25 (4): 81-99.