

# **Emprender o innovar**

## **¿Dónde está la diferencia?**

FRANCESC SOLÉ PARELLADA, ITXASO DEL PALACIO  
AGUIRRE, ARIEL AREYUNA SANTIAGO  
Universidad Politécnica de Cataluña

### **Resumen**

Este artículo pretende relacionar varios conceptos clave en el entorno económico actual como son: emprender e innovar por un lado y innovador y emprendedor por otro. En primer lugar, se define el concepto de innovación como un proceso que presenta un comportamiento caótico para luego mostrarse más lineal y modelable. La revisión de la literatura nos permite identificar 5 competencias críticas para el desarrollo de un comportamiento innovador en las empresas.

A continuación, se define el concepto de emprendedor y se analiza la innovación como disciplina. Más adelante se centra en la emprendeduría y por último se estudia el acoplamiento entre innovación y emprendimiento como dos dimensiones del proceso de cambio que experimentan las organizaciones constantemente.

### **Palabras clave**

Innovación, emprendedor, creación de empresas, proceso, comportamiento, emprendeduría.

## **Abstract**

*This article tries to relate several concepts fix in the economic current environment since like they are: to tackle and to innovate on the one hand and innovator and entrepreneur for other one. First the concept of innovation is defined as a process that presents a chaotic behavior then to prove to be more linear and modelable. The review of the literature allows us to identify 5 critical competitions for the development of an innovative behavior in the companies.*

*Later the entrepreneur's concept is defined and the innovation is analyzed as discipline. Later on it centres on the entrepreneurship and finally the coupling is studied among innovation and entrepreneurship as two dimensions of the process of change that the organizations experience constant.*

## **Key words**

*Innovation, entrepreneurship, companies creation, process, behavior.*

---

---

## **1. Introducción**

En el estado actual de la organización económica en el mundo (recorremos que los principios económicos son inmutables pero la organización económica varía con el tiempo) la innovación y la emprendeduría parecen tener mucha más relevancia para las organizaciones y para el desarrollo económico que hasta hace bien poco tiempo. Este hecho ha concitado la atención de la comunidad científica, generando una ingente actividad investigadora que intenta explicar las razones subyacentes al fenómeno emprendedor e innovador.

De hecho las palabras innovación y emprender están hoy omnipresentes en el discurso económico. Es difícil no encontrar en la prensa económica del corazón o en las revistas científicas del ramo una referencia a la innovación o a la emprendeduría. Sin embargo, si bien, y sorprendentemente, ambos términos, se utilizan con bastante propiedad y en el contexto apropiado, cuando a una audiencia se le pide una definición, las respuestas son en general muy imprecisas e incorrectas. Lo mismo sucede con conceptos relacionados tales como comportamiento innovador, capacidad innovadora, comportamiento emprendedor, empresario o por ejemplo innovación tecnológica o innovación radical. Podemos concluir que las palabras innovación y emprendeduría no sólo tienen un gran predicamento entre los estudiosos de la economía y de las ciencias de la gestión

sino que han traspasado la barrera que las circunscribía a la academia y que pueden considerarse incorporadas al lenguaje corriente. Dicho de otra manera, todo el mundo se atreve a calificar un hecho como innovador o a una persona como emprendedora. Sin embargo en la academia, en relación a sus ámbitos, coincidencias y divergencias, las cosas no están tan claras como podría parecer.

## **2. ¿Qué es la innovación?**

La innovación se define como cualquier cambio en una organización que viene validado por el mercado. Nos referiremos a la innovación tecnológica cuando el cambio aceptado por el mercado tiene que ver con los productos y/o con los procesos y estos están relacionados con una determinada tecnología. Un innovador, será lógicamente el que propicia la innovación, es decir, su protagonista. La innovación se manifiesta en las organizaciones en la aparición de nuevos productos y servicios, en la incorporación de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios. Supone la generación de ideas nuevas, su implementación y absorción por parte de la organización, y su final aceptación por el mercado, superando barreras culturales y organizacionales de diversa índole (Dougherty, 1992);(Nemeth, 1997)). La innovación es relevante para las organizaciones por el impacto que genera sobre su rendimiento y especialmente sobre sus posibilidades de supervivencia a largo plazo (Zahra y George, 2002).

Generalmente la innovación se presenta como un proceso secuencial de pasos discretos, que van desde la generación de ideas, pasando por el desarrollo y pruebas, hasta llegar a la implementación definitiva dentro de la organización. Sin embargo, ésta es una simplificación excesivamente racional y diversos autores han escrito sobre la naturaleza no lineal, incierta y caótica de la innovación. Para Leonard (Leonard y Sensiper, 1998), el proceso innovador es una secuencia de búsqueda y selección, exploración y síntesis, con ciclos de pensamiento divergentes, seguidos por un proceso de convergencia; McGrath (McGrath, 2001)) destaca la exploración como mecanismo de búsqueda y aprendizaje; Cheng (Cheng y Van deVen, 1996) nos dice que la innovación presenta un comportamiento caótico en las etapas iniciales para luego mostrar un comportamiento más lineal y modelable. Esta variabilidad lleva a la búsqueda de estrategias que, considerando estas características del proceso de innovación, contribuyan a mitigar los riesgos que ello implica, así por ejemplo, bajo un entorno de incertidumbre es más conveniente una estrategia basada en la experiencia y en la experimentación que considere múltiples iteraciones de diseño, mayor tiempo dedicado a las pruebas y la necesidad de la presencia de un líder fuerte que dirija el proceso (Eisenhardt y Tabrizi, 1995).

### **3. Competencias para la innovación**

La revisión de la literatura nos permite identificar cinco competencias que son críticas para el desarrollo de un comportamiento innovador en las organizaciones. Algunas mencionadas explícitamente (Kelley y Caplan, 1993);(Amabile, 1998);(Roberts y Fushfeld, 1981) y otras en forma implícita, resultado de los diferentes análisis de las capacidades necesarias para abordar el proceso innovador. Estas cinco competencias son: creatividad, gestor de información, desarrollo de redes, trabajo en equipo y finalmente capacidad emprendedora y que lógicamente no deben adornar por un igual a todos los miembros de la organización sino que basta que estén presentes de forma integrada en el grupo.

Hemos situado la capacidad emprendedora como una de las cinco competencias necesarias para el éxito en la gestión de la innovación. Efectivamente, la disposición a asumir riesgos calculados, es un aspecto especialmente crítico en el comportamiento innovador. Además, del riesgo asociado a la naturaleza específica de cada innovación, existen riesgos que habitualmente están presentes en el proceso de innovación que, en un principio es caótico (Cheng y Van de Ven, 1996), generalmente se desarrolla bajo incertidumbre (Eisenhardt y Tabrizi, 1995), requiere de la construcción de nuevos conocimientos (Pitt y Clarke, 1999). Asimismo, en algunos casos significa enfrentar barreras organizacionales como una cultura dominante (Nemeth, 1997), visiones departamentales y rutinas organizacionales que frenan el proceso o clima organizacional no propicio para la innovación (Scott y Bruce, 1994). Pero podríamos ir un poco más lejos y preguntarnos: ¿No son las cuatro primeras competencias mencionadas para el buen funcionamiento de un equipo innovador también necesarias para empezar con éxito una aventura emprendedora?. ¿No es precisamente una de las características del emprendedor la capacidad de ordenar el equipo para crear cosas nuevas que el mercado posteriormente validará?

### **4. ¿Qué es ser emprendedor?**

Decimos que una persona es emprendedora cuando se compromete y acepta riesgos en relación a su organización y/o añade una nueva pieza al sistema productivo. Estaremos de acuerdo en que esta definición es más o menos satisfactoria si lo que queremos es hacernos entender en una conversación o incluso en una conferencia, pero seguramente no nos será suficiente cuando intentemos incluir la figura del empresario en los modelos económicos. Por otra parte la definición de las disciplinas correspondientes, es decir de la innovación o de la emprendeduría, presentan dificultades adicionales. La emprendeduría no es sólo la disciplina que estudia lo que

hacen los emprendedores, como tampoco era la innovación sólo la disciplina que estudia el comportamiento de los innovadores, lo que supone una dificultad añadida al intentar precisar los conceptos.

## 5. Innovación como disciplina

¿De que se ocupa la innovación como disciplina? En el ámbito de la innovación y de sus contenidos como disciplina Wolfe (Wolfe, 1994) identificó tres áreas principales de investigación: Difusión de la Innovación, Capacidad Innovadora Organizacional y Teoría de procesos. La difusión de la innovación trata de hallar los patrones de difusión de la innovación a través de una población potencial de organizaciones adoptantes, la unidad de análisis es la organización y se focaliza en la difusión de una innovación en el tiempo y/o el espacio. La capacidad innovadora organizacional procura comprender qué determina el desarrollo de innovaciones en las organizaciones, la unidad de análisis es la organización y se concentra en los determinantes de su capacidad para innovar. La teoría de procesos busca descubrir cuáles son los procesos que llevan a la implementación de innovaciones, la unidad de análisis es el proceso mismo y el foco es el proceso de innovación dentro de las organizaciones. Desde el punto de vista de las razones que llevan a las empresas a desplegar actividades vinculadas a la innovación, es posible encontrar en la literatura argumentos que se relacionan principalmente con el logro de un mejor rendimiento organizacional (Damanpour et al., 1989). La innovación generalmente presenta una significación fundamentalmente estratégica, ligada a la supervivencia de las organizaciones (Scott y Bruce, 1994), o como una fuente de ventaja competitiva que se sustenta en la capacidad organizacional de transformar y explotar el conocimiento que absorbe del entorno (Zahra y George, 2002), en el caso de la innovación de productos permite adaptarse a los cambios del entorno (Eisenhardt y Tabrizi, 1995), o bien las capacidades competitivas pueden verse significativamente impactadas por la innovación de la organización (Henderson y Clark, 1990).

En resumen, la disciplina que se ocupa de los fenómenos relacionados con la innovación incluye la figura del innovador y del análisis de su comportamiento pero lógicamente se detiene también en sus consecuencias, en el proceso, etc.

## 6. ¿De qué se ocupa la emprendeduría?

Por su parte la emprendeduría o si se prefiere el *entrepreneurship* está generando también una creciente literatura. 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 unas revistas y si ésta organiza unas conferencias o unos congresos permitiendo a otros investigadores conocer los resultados de sus investigaciones (Bruyat, 1993),(Veciana, 1999). Según Low (Low, 2001) el *entrepreneurship* se encuentra en su adolescencia y tiene que hacer frente a las dificultades de toda disciplina naciente, y por lo tanto a construir este imprescindible entramado académico. Necesariamente, la definición de su ámbito de estudio pasa por el análisis del concepto central de emprendeduría y de la figura del emprendedor y del comportamiento emprendedor.

La definición del término *entrepreneurship* se complica cuando se trata de traducir el término al español. 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* (Ripsas, 1998),(Veciana, 1999). 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 (Gartner, 1993) 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 desde hace tiempo por varios investigadores (Low y MacMillan, 1988),(Vesper, 1988),(Bygrave, 1993). Sin embargo, la creación de empresas no puede alejarse del rol del empresario que, como puede observarse en el trabajo realizado por Hébert y como veremos más adelante por el propio Link (Hébert y Link, 1988), y ha sido utilizado por la ciencia económica desde diferentes perspectivas.

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, es evidente que el problema de definición no se termina aquí y que esta coincidencia entre *entrepreneurship* y creación de empresas se adivina como ligeramente forzada.

Hasta ahora no hemos hecho más que dar el primer paso en el análisis del concepto de *entrepreneurship*, hemos situado el ámbito de discusión pero sabemos poco de sus enfoques y contenidos. Una manera de profundizar en el concepto es la de analizar su evolución histórica, pero considerando a Richard Cantillón (Cantillón, 1950) como el padre del concepto y teniendo en cuenta que su primer trabajo sobre el empresario lo publicó en 1755 nos limitaremos a preguntarnos cómo es posible que siendo la primera y reconocida cita tan temprana consideremos la emprendeduría como una ciencia joven.

Otra manera de enfocar el análisis del concepto sería la de analizar cada uno de sus ámbitos parciales, tal como hemos hecho en el caso de la Innovación. Sin embargo intuimos que si lográsemos aislar los subcampos de la disciplina y clasificar las distintas definiciones referidos a cada uno de sus ámbitos no por ello tendríamos por adición la definición del campo general de la disciplina ni la pertinente definición del concepto. En este sentido, Sexton (Sexton, 1988) en su conocido artículo “*The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger?*”, argumentó que las investigaciones realizadas en el campo de la creación de empresas nos ponen de manifiesto una gran variedad de temas, pero en cuanto a la contribución de conocimiento parcial a un solo campo del saber queda mucho por hacer. Otros autores empezando por Gartner (Gartner, 1990) han trabajado en identificar los temas presentes en el campo de la creación de empresas admitiendo finalmente que la definición *entrepreneurship* está todavía por concretarse dada las múltiples áreas de estudio de las que se compone.

Podríamos también cambiar el enfoque del análisis basándonos en el evidente carácter transversal de la creación de empresas y aceptar que la disciplina no puede describirse usando una sola dimensión. De aquí las propuestas de Bruyat (Bruyat, 1993) en la que propone conjugar individuo y creación de valor y la de Hornaday (Hornaday, 1992) que sugiere un modelo tridimensional en el que la emprendeduría equivale a la innovación económica, la creación de una organización y la búsqueda de beneficio en algún sector económico.

Finalmente las observaciones de algunos investigadores nos devuelven a las ideas seminales de Schumpeter (Schumpeter, 1996) acerca de la creación de empresas y que 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 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 interpretada por muchos investigadores como el objeto principal de estudio de este campo.

De hecho Schumpeter nos devuelve a nuestro propósito inicial de nuestro artículo y que hemos ido recuperando a través del texto. ¿Es un emprendedor una variante del innovador o es el innovador siempre un emprendedor? ¿En que coinciden y en que se diferencian las disciplinas del *entrepreneurship* y de la innovación?

Segun Albert N. Link (Link, 2006), uno de los más conocidos expertos en el dominio de la emprendeduría nos dice que la literatura económica destaca al menos doce ámbitos de estudio en relación a la naturaleza y el rol del emprendedor :

1. El emprendedor es la persona que asume riesgos asociados a la incertidumbre.
2. El emprendedor es la persona que aporta capital financiero.
3. El emprendedor es un innovador.
4. El emprendedor toma decisiones.
5. El emprendedor es un líder en un sector de la actividad económica (cuando no el creador del sector).
6. El emprendedor es un manager.
7. El emprendedor es un coordinador de recursos económicos.
8. El emprendedor es el dueño de una empresa.
9. El emprendedor es el que emplea factores de la producción.
10. El emprendedor es un contratante.
11. El emprendedor arbitra.
12. El emprendedor es el que coordina recursos que tienen usos alternativos y les da un destino concreto.

Si analizamos los doce ámbitos, Link observa que los citados en los lugares 2, 6, 8, y 9 describen los roles estáticos del emprendedor. “En un mundo estático el emprendedor es un agente pasivo porque sus acciones no son otra cosa que repeticiones de procedimientos técnicos conocidos”. Pero en un mundo dinámico el emprendedor aparece como una figura consistente y actúa en los otros ocho ámbitos que finalmente comparte con el comportamiento innovador.

De este modo, es posible reconocer en la literatura de innovación y emprendeduría abundantes evidencias de la superposición de las competencias atribuidas a los protagonistas de los dos procesos y de la coincidencia de gran parte del proceso. Los puntos de encuentro se relacionan con la creación de cosas nuevas, la disposición a asumir riesgos, el contexto de incertidumbre que los envuelve y sin duda el impacto económico que representan.

Este fuerte acoplamiento entre innovación y emprendimiento da cuenta de que ambos fenómenos corresponden a dos dimensiones del proceso de cambio que experimentan constantemente las organizaciones y la actividad económica en su conjunto. De este modo, se puede reconocer que todo esfuerzo de emprendimiento está asociado a una innovación, al mismo tiempo que toda innovación requiere de acciones de emprendimiento para alcanzar el mercado. Tal vez la diferencia radicará en el alcance del emprendimiento (al interior de una organización o la creación de una nueva empresa) y en la magnitud de la innovación (Incremental o radical). (Ver Figura 1)

Otra cosa diferente son las coincidencias entre las dos disciplinas. Los ámbitos coinciden parcialmente. Sin embargo donde si coinciden totalmente es en su carácter transversal y en el notable crecimiento del reconocimiento de su importancia. La explicación de este fenómeno tal vez sea

**Figura 1:** Innovación y emprendeduría

		Incremental	Radical
<b>Emprendeduría</b>	<b>Dentro de una empresa</b>	Creación de nuevos negocios, productos o procesos, en base pequeñas modificaciones de lo existente.	Creación de nuevos modelos de negocio en base a la creación, adopción o transformación significativa de los productos, servicios o procesos.
	<b>Creación de una empresa</b>	Creación de empresas escasamente diferenciadas de las existentes en una industria determinada.	Creación de nuevas empresas, normalmente de base tecnológica, que sustenta su existencia en la incorporación al mercado de un producto, servicio o proceso significativamente diferente a lo que ya existe.

debido el signo de los tiempos, en la llamada sociedad del conocimiento, donde la complejidad de la organización económica global haga más necesario incorporar la emprendeduría y la innovación en el modelo de forma más sólida para mejorar nuestra comprensión de la actividad económica y, dentro de ella, de los factores del desarrollo.

## 7. Conclusión

En el estado actual de la organización económica en el mundo, la innovación y la emprendeduría parecen tener mucha más relevancia para las organizaciones y para el desarrollo económico que hasta hace bien poco tiempo.

La innovación supone la generación de ideas nuevas, su implementación y absorción por parte de la organización y su final aceptación por el mercado, superando barreras culturales y organizacionales. Por otro lado la innovación presenta un comportamiento caótico en las etapas iniciales para luego mostrar un comportamiento más lineal y modelable.

Se han identificado cinco competencias necesarias para el éxito en la gestión de la innovación en las organizaciones. Estas son creatividad, gestor de información, desarrollo de redes, trabajo en equipo y capacidad innovadora. Ésta última es un aspecto especialmente crítico en el comportamiento innovador.

En el ámbito de la innovación y de sus contenidos, se han identificado tres áreas principales de investigación: difusión de la innovación, capacidad innovadora organizacional y teoría de los procesos.

Es posible reconocer en la literatura de innovación y emprendeduría abundantes evidencias de la superposición de las competencias atribuidas a los protagonistas de los dos procesos y de la coincidencia de gran parte del proceso. Los puntos de encuentro se relacionan con la creación de cosas nuevas, la disposición a asumir riesgos, el contexto de incertidumbre que los envuelve y sin duda el impacto económico que representan.

Este fuerte acoplamiento entre innovación y emprendimiento da cuenta de que ambos fenómenos corresponden a dos dimensiones del proceso cambio que experimentan constantemente las organizaciones y la actividad económica en su conjunto. Todo esfuerzo de emprendimiento está asociado a una innovación, al mismo tiempo que toda innovación requiere de acciones de emprendimiento para alcanzar el mercado. Tal vez la diferencia radicará en el alcance del emprendimiento y en la magnitud de la innovación.

## **Bibliografía**

- AMABILE, T.M. (1998) "How to kill creativity" *Harvard Business Review*, Vol.,76,No. 5,pp. 76.
- BRUYAT, C. (1993) "Creation D'Entreprise: Contributions Epistemologiques et Modelisation." Tesis Doctoral, Ecole Supérieure des Affaires. Université Pierre Mendès France (Grenoble II), Vol. .
- BYGRAVE, W.D. (1993) "Theory building in the entrepreneurship paradigm" *Journal of Business Venturing*, Vol. ,8,No. 3,pp. 255-280.
- CANTILLÓN, R. (1950) "Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general" México: FCE.
- CHENG, Y.T. y VAN DEVEN, A.H. (1996) "Learning the innovation journey: Order out of chaos?" *Organization Science*, Vol. ,7,No. 6,pp. 593-614.
- DAMANPOUR, F.; SZABAT, K.A. y EVAN, W.M. (1989) "The Relationship Between Types of Innovation and Organizational Performance" *Journal of Management Studies*, Vol. ,26,No. 6,pp. 587-601.
- DOUGHERTY, D. (1992) "Interpretive Barriers to Successful Product Innovation in Large Firms" *Organization Science*, Vol. ,3,No. 2,pp. 179-202.
- EISENHARDT, K.M. y TABRIZI, B.N. (1995) "Accelerating Adaptive Processes - Product Innovation in the Global Computer Industry" *Administrative Science Quarterly*, Vol. ,40,No. 1,pp. 84-110.
- GARTNER, W.B. (1990) "What are we talking about when we talk about entrepreneurship" *Journal of Business Venturing*, Vol. ,5,No. pp. 15-28.

- GARTNER, W.B. (1993) "Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary" *Journal of Business Venturing*, Vol. ,8,No. 3,pp. 231-239.
- HÉBERT, R.F. y LINK, A.N. (1988) "In search of the meaning of entrepreneurship" *Small Business Economics*, Vol. ,1,No. pp. 39-49.
- HENDERSON, R.M. y CLARK, K.B. (1990) "Architectural Innovation - the Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms" *Administrative Science Quarterly*, Vol. ,35,No. 1,pp. 9-30.
- HORNADAY, R.W. (1992) "Thinking about entrepreneurship: a fuzzy set approach" *Journal of Small Business Management*, Vol. ,30,No. 4,pp. 12-23.
- KELLEY, R. y CAPLAN, J. (1993) "How Bell-Labs Creates Star Performers" *Harvard Business Review*, Vol.,71, No. 4,pp. 128-139.
- LEONARD, D. y SENSIPER, S. (1998) "The role of tacit knowledge in group innovation" *California Management Review*, Vol. ,40,No. 3,pp. 112-132.
- LINK, A. N. (2006) "Introducción del Handbook: "Entrepreneurship and Technological Policy"".
- LOW, M.B. (2001) "The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose" *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. ,25,No. 4,pp. 17-25.
- LOW, M.B. y MACMILLAN, I.C. (1988) "Entrepreneurship: past research and future challenge" *Journal of Management*, Vol. ,14,No. 2,pp. 139-161.
- MCGRATH, R.G. (2001) "Exploratory learning, innovative capacity, and managerial oversight" *Academy of Management Journal*, Vol. ,44,No. 1,pp. 118-131.
- NEMETH, C.J. (1997) "Managing innovation: When less is more" *California Management Review*, Vol. ,40,No. 1,pp. 59-74.
- PITT, M. y CLARKE, K. (1999) "Competing on competence: A knowledge perspective on the management of strategic innovation" *Technology Analysis & Strategic Management*, Vol. ,11,No. 3,pp. 301-316.
- RIPSAS, S. (1998) "Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship" *Small Business Economics*, Vol. ,10,No. pp. 103-105.
- ROBERTS, E.B. y FUSFELD, A.R. (1981) "Staffing the Innovative Technology-Based Organization" *Sloan Management Review*, Vol. ,22,No. 3,pp. 19-34.
- SCHUMPETER, J. A. (1996) "Capitalismo, socialismo y democracia" Barcelona: Folio.

- SCOTT, S.G.; BRUCE, R.A. (1994) "Determinants of Innovative Behavior - A Path Model of Individual Innovation in the Workplace" *Academy of Management Journal*, Vol. ,37,No. 3,pp. 580-607.
- SEXTON, D.L. (1988) "The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger" *Journal of Small Business Management*, Vol. ,26,No. 1,pp. 5-8.
- VECIANA, J.M. (1999). "Creación de empresas como programa de investigación científica" *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. ,8,No. 3,pp. 11-36.
- VESPER, K.H. (1988) "Entrepreneurial academics- How can we tell when the field is getting somewhere?" *Journal of Business Venturing*, Vol. ,3,No. 1,pp. 1-10.
- WOLFE, R.A. (1994) "Organizational Innovation - Review, Critique and Suggested Research Directions" *Journal of Management Studies*, Vol. ,31,No. 3,pp. 405-431.
- ZAHRA, S.A. y GEORGE, G. (2002) "Absorptive capacity: A review, re-conceptualization, and extension" *Academy of Management Review*, Vol. ,27,No. 2,pp. 185-203.