

Emprendre o innovar, on és la diferència?

FRANCESC SOLÉ PARELLADA, ITXASO DEL PALACIO
AGUIRRE, ARIEL AREYUNA SANTIAGO
Universitat Politècnica de Catalunya

Resum

Aquest article pretén relacionar diversos conceptes clau en l'entorn econòmic actual com són: emprendre i innovar d'una banda i innovador i empenedor per una altra. En primer lloc es defineix el concepte d'innovació com un procés que presenta un comportament caòtic per a després mostrar-se més lineal i modelable. La revisió de la literatura ens permet identificar 5 competències crítiques per al desenvolupament d'un comportament innovador a les empreses.

A continuació es defineix el concepte d'empenedor i s'analitza la innovació com disciplina. Més endavant es centra en la iniciativa i finalment s'estudia l'acoblament entre innovació i iniciativa com dues dimensions del procés de canvi que experimenten les organitzacions constantment.

Paraules clau

Innovació, empenedor, creació d'empreses, procés, comportament, iniciativa.

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. Introducció

En l'estat actual de l'organització econòmica en el món (recordem que els principis econòmics són immutables però l'organització econòmica varia amb el temps) la innovació i la empreneduria semblen tenir molta més rellevància per a les organitzacions i per al desenvolupament econòmic que fins fa ben poc temps. Aquest fet ha commogut l'atenció de la comunitat científica, generant una ingent activitat investigadora que intenta explicar les raons subjacents al fenomen empenedor i innovador.

De fet les paraules innovació i emprendre estan avui omnipresents en el discurs econòmic. És difícil no trobar a la premsa econòmica del cor o en les revistes científiques del ram una referència a la innovació o a la empreneduria. No obstant això, si bé, i sorprenentment, ambdós termes, s'utilitzen amb bastant propietat i en el context apropiat, quan a una audiència se li demana una definició, les respostes són en general molt imprecises i incorrectes. El mateix succeeix amb conceptes relacionats tal com comportament innovador, capacitat innovadora, comportament empenedor, empresari o per exemple innovació tecnològica o innovació radical. Podem concloure que les paraules innovació i empreneduria no només tenen un gran predicament entre els estudiosos de l'economia i de les ciències de la gestió sinó que han traspassat la barrera que les unia a l'acadèmia i que

poden considerar-se incorporades al llenguatge corrent. Dita d'altra manera, tot el món s'atreveix a qualificar un fet com innovador o a una persona com emprenedora. No obstant això a l'acadèmia, en relació als seus àmbits, coincidències i divergències, les coses no estan tan clares com podria semblar.

2. Què és la innovació?

La innovació es defineix com qualsevol canvi en una organització que ve validat pel mercat. Ens referirem a la innovació tecnològica quan el canvi acceptat pel mercat té a veure amb els productes i/o amb els processos i aquests estan relacionats amb una determinada tecnologia. Un innovador, serà lògicament el que propicia la innovació, és a dir, el seu protagonista. La innovació es manifesta a les organitzacions en l'aparició de nous productes i serveis, en la incorporació de noves tecnologies, processos productius, pràctiques de treball o formes de fer negocis. Suposa la generació d'idees noves, la seva implementació i absorció per part de l'organització, i la seva final acceptació pel mercat, superant barreres culturals i organitzacionals de diversa índole (Dougherty, 1992);(Nemeth, 1997)). La innovació és rellevant per a les organitzacions per l'impacte que genera sobre el seu rendiment i especialment sobre les seves possibilitats de supervivència a llarg termini (Zahra i George, 2002).

Generalment la innovació es presenta com un procés seqüencial de passos discrets, que van des de la generació d'idees, passant pel desenvolupament i proves, fins a arribar a la implementació definitiva dintre de l'organització. No obstant això, aquesta és una simplificació excessivament racional i diversos autors han escrit sobre la naturalesa no lineal, incerta i caòtica de la innovació. Para Leonard (Leonard i Sensiper, 1998), el procés innovador és una seqüència de recerca i selecció, exploració i síntesi, amb cicles de pensament divergents, seguits per un procés de convergència; McGrath (McGrath, 2001) destaca l'exploració com mecanisme de recerca i aprenentatge; Cheng (Cheng i Van de Ven, 1996) ens diu que la innovació presenta un comportament caòtic en les etapes inicials per a després mostrar un comportament més lineal i modelable. Aquesta variabilitat duu a la recerca d'estratègies que, considerant aquestes característiques del procés d'innovació, contribueixin a mitigar els riscos que això implica, així per exemple, sota un entorn d'incertesa és més convenient una estratègia basada en l'experiència i en l'experimentació que consideri múltiples iteracions de disseny, major temps dedicat a les proves i la necessitat de la presència d'un líder fort que dirigeixi el procés (Eisenhardt i Tabrizi, 1995).

3. Competències per a la innovació

La revisió de la literatura ens permet identificar cinc competències que són crítiques per al desenvolupament d'un comportament innovador a les organitzacions. Algunes esmentades explícitament (Kelley i Caplan, 1993);(Amabile, 1998);(Roberts i Fushfeld, 1981) i altres en forma implícita, resultat de les diferents anàlisis de les capacitats necessàries per a abordar el procés innovador. Aquestes cinc competències són: creativitat, gestor d'informació, desenvolupament de xarxes, treball en equip i finalment capacitat emprenedora i que lògicament no han d'adornar per un igual a tots els membres de l'organització sinó que suficient que estiguin presents de forma integrada en el grup.

Hem situat la capacitat emprenedora com una de les cinc competències necessàries per a l'èxit en la gestió de la innovació. Efectivament, la disposició a assumir riscos calculats, és un aspecte especialment crític en el comportament innovador. A més, del risc associat a la naturalesa específica de cada innovació, existeixen riscos que habitualment estan presents en el procés d'innovació que, al principi és caòtic (Cheng i Van deVen, 1996), generalment es desenvolupa sota incertesa (Eisenhardt i Tabrizi, 1995), requereix de la construcció de nous coneixements (Pitt i Clarke, 1999). Així mateix, en alguns casos significa enfrontar barreres organitzacionals com una cultura dominant (Nemeth, 1997), visions departamentals i rutines organitzacionals que frenen el procés o clima organitzacional no propici per a la innovació (Scott i Bruce, 1994). Però podríem anar una mica més lluny i preguntar-nos: No són les quatre primeres competències esmentades per al bon funcionament d'un equip innovador també necessàries per a començar amb èxit una aventura emprenedora?. No és precisament una de les característiques de l'emprenedor la capacitat d'ordenar l'equip per a crear coses noves que el mercat posteriorment validarà?

4. Què és ser emprenedor?

Diem que una persona és emprenedora quan es compromet i accepta riscos en relació a la seva organització i/o afegeix una nova peça al sistema productiu. Estarem d'acord que aquesta definició és més o menys satisfactòria si el que volem és fer-nos entendre en una conversa o fins i tot en una conferència, però segurament no ens serà suficient quan intentem incloure la figura de l'empresari en els models econòmics. Per altra banda la definició de les disciplines corresponents, és a dir de la innovació o de la emprendeduria, presenten dificultats addicionals. La represa no és només la disciplina que estudia el que fan els emprenedors, com tampoc era la inno-

vació solament la disciplina que estudia el comportament dels innovadors, el que suposa una dificultat afegida a l'intentar precisar els conceptes.

5. Innovació com a disciplina

De què s'ocupa la innovació com a disciplina? En l'àmbit de la innovació i dels seus continguts com a disciplina Wolfe (Wolfe, 1994) va identificar tres àrees principals d'investigació: Difusió de la Innovació, Capacitat Innovadora Organitzacional i Teoria de processos. La difusió de la innovació tracta de trobar els patrons de difusió de la innovació a través d'una població potencial d'organitzacions adoptants, la unitat d'anàlisi és l'organització i es focalitza en la difusió d'una innovació en el temps i/o l'espai. La capacitat innovadora organitzacional procura comprendre què determina el desenvolupament d'innovacions a les organitzacions, la unitat d'anàlisi és l'organització i es concentra en els determinants de la seva capacitat per a innovar. La teoria de processos busca descobrir quins són els processos que duen a la implementació d'innovacions la unitat d'anàlisi és el procés mateix i el focus és el procés d'innovació dintre de les organitzacions. Des del punt de vista de les raons que duen a les empreses a desplegar activitats vinculades a la innovació, és possible trobar en la literatura arguments que es relacionen principalment amb l'assoliment d'un millor rendiment organitzacional (Damanpour et al., 1989). La innovació generalment presenta una significació fonamentalment estratègica, lligada a la supervivència de les organitzacions (Scott i Bruce, 1994), o com una font d'avantatge competitiu que es sustenta en la capacitat organitzacional de transformar i explotar el coneixement que absorbeix de l'entorn (Zahra i George, 2002), en el cas de la innovació de productes permet adaptar-se als canvis de l'entorn (Eisenhardt i Tabrizi, 1995), o bé les capacitats competitives poden veure's significativament impactades per la innovació de l'organització (Henderson i Clark, 1990).

En resum la disciplina que s'ocupa dels fenòmens relacionats amb la innovació inclou la figura de l'innovador i de l'anàlisi del seu comportament però lògicament es deté també en les seves conseqüències, en el procés, etc.

6. De què s'ocupa l'emprenedoria?

Per la seva banda l'emprenedoria o si es prefereix el *entrepreneurship* està generant també una creixent literatura. Un camp científic o una

disciplina no comença a existir si una comunitat científica es constitueix i s'organitza, si aquesta produeix investigacions, si aquesta disposa d'unes revistes i si aquesta organitza unes conferències o uns congressos permetent a altres investigadors conèixer els resultats de les seves investigacions (Bruyat, 1993),(Veciana, 1999). Segons Low (Low, 2001) el *entrepreneurship* es troba en la seva adolescència i ha de plantar cara a les dificultats de tota disciplina naixent, i per tant a construir aquest imprescindible entramat acadèmic. Necessàriament, la definició del seu àmbit d'estudi passa per l'anàlisi del concepte central de empeneduria i de la figura de l'empenedor i del comportament empenedor.

La definició del terme *entrepreneurship* es complica quan es tracta de traduir el terme a l'espanyol. En les llengües d'arrel llatina la paraula anglesa «*entrepreneur*» es pot traduir per empresari i també per empenedor, el que ens duu directament a la reflexió sobre la figura de l'empresari que és central en la discussió sobre el terme *entrepreneurship* (Ripsas, 1998),(Veciana, 1999). Alguns autors usen traduccions de *entrepreneurship* tals com esperit empresarial, esperit empenedor, fenomen empenedor, iniciativa empresarial, empresariat innovador, funció empresarial, estudi de l'empresari, etc. Considerant les observacions fetes per Gartner (Gartner, 1993) sobre la importància dels termes utilitzats en aquest camp i sense voler donar una definició o una traducció literal del terme anglosaxó *entrepreneurship* la comunitat acadèmica hispà parlant ha adoptat el terme de «creació d'empreses». Per altra banda la coincidència entre *entrepreneurship* i creació d'empreses és compartida des de fa temps per diversos investigadors (Low i MacMillan, 1988),(Vesper, 1988),(Bygrave, 1993). No obstant això, la creació d'empreses no pot allunyar-se del rol de l'empresari que, com pot observar-se en el treball realitzat per Hébert i com veurem més endavant pel propi Link (Hébert i Link, 1988), i ha estat utilitzat per la ciència econòmica des de diferents perspectives.

Podríem doncs dir que l'àmbit del *entrepreneurship* és el relatiu a la creació d'empreses però encara que el terme és el preferit pels acadèmics, és evident que el problema de definició no s'acaba aquí i que aquesta coincidència entre *entrepreneurship* i creació d'empreses s'endevina com lleugerament forçada.

Fins a ara no hem fet més que donar el primer pas en l'anàlisi del concepte de *entrepreneurship*, hem situat l'àmbit de discussió però sabem poc dels seus enfocaments i continguts. Una manera d'aprofundir en el concepte és la d'analitzar la seva evolució històrica, però considerant a Richard Cantillón (Cantillón, 1950) com el pare del concepte i tenint en compte que el seu primer treball sobre l'empresari ho va publicar el 1755 ens limitarem a preguntar-nos com és possible que sent la primera

i reconeguda cita tan primerenca considerem la emprenduria com una ciència jove.

Altra manera d'enfocar l'anàlisi del concepte seria la d'analitzar cadascun dels seus àmbits parcials, tal com hem fet en el cas de la Innovació. No obstant això vam intuir que si assolíssim aïllar els subcamps de la disciplina i classificar les diferents definicions referits a cadascun dels seus àmbits no per això tindrem per addició la definició del camp general de la disciplina ni la pertinent definició del concepte. En aquest sentit, Sexton (Sexton, 1988) en el seu conegut article «*The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger?*», va argumentar que les investigacions realitzades en el camp de la creació d'empreses ens posen de manifest una gran varietat de temes, però quant a la contribució de coneixement parcial a un sol camp del saber queda molt per fer. Altres autors començant per Gartner (Gartner, 1990) han treballat a identificar els temes presents en el camp de la creació d'empreses admetent finalment que la definició *entrepreneurship* està encara per concretar-se donada les múltiples àrees d'estudi de les quals es compon.

Podríem també canviar l'enfocament de l'anàlisi basant-nos en l'evident caràcter transversal de la creació d'empreses i acceptar que la disciplina no pot descriure's usant una sola dimensió. D'aquí les propostes de Bruyat (Bruyat, 1993) en la qual proposa conjugar individu i creació de valor i la de Hornaday (Hornaday, 1992) que suggereix un model tridimensional en el qual la emprenduria equival a la innovació econòmica, la creació d'una organització i la recerca de benefici en algun sector econòmic.

Finalment les observacions d'alguns investigadors ens retornen a les idees seminals de Schumpeter (Schumpeter, 1996) sobre la creació d'empreses i que han influït considerablement a molts investigadors, degut al fet que Schumpeter va utilitzar la creació d'empreses com la màquina de la seva teoria del desenvolupament econòmic i va personificar aquesta màquina en l'empresari. Inconscient o equivocadament aquesta personificació de la creació d'empreses en l'empresari com un personatge amb moltes qualitats va ser posteriorment interpretada per molts investigadors com l'objecte principal d'estudi d'aquest camp.

De fet Schumpeter ens retorna al nostre propòsit inicial del nostre article i que hem anat recuperant a través del text. És un emprendedor una variant de l'innovador o és l'innovador sempre un emprendedor? En què coincideixen i que es diferencien les disciplines del *entrepreneurship* i de la innovació?

Segons Albert N. Link (Link, 2006), un dels més coneguts experts en el domini de la emprenduria ens diu que la literatura econòmica destaca almenys dotze àmbits d'estudi en relació a la naturalesa i el rol de l'emprenedor :

1. L'emprenedor és la persona que assumeix riscos associats a la incertesa.
2. L'emprenedor és la persona que aporta capital financer.
3. L'emprenedor és un innovador.
4. L'emprenedor pren decisions.
5. L'emprenedor és un líder en un sector de l'activitat econòmica (quan no el creador del sector).
6. L'emprenedor és un manager.
7. L'emprenedor és un coordinador de recursos econòmics.
8. L'emprenedor és l'amo d'una empresa.
9. L'emprenedor és el que empra factors de la producció.
10. L'emprenedor és un contractant.
11. L'emprenedor arbitra.
12. L'emprenedor és el que coordina recursos que tenen usos alternatius i els dona una destinació concreta.

Si analitzem els dotze àmbits, Link observa que els citats en els llocs 2, 6, 8, i 9 descriuen els rols estàtics de l'emprenedor. «En un món estàtic l'emprenedor és un agent passiu perquè les seves accions no són altra cosa que repeticions de procediments tècnics coneguts». Però en un món dinàmic l'emprenedor apareix com una figura consistent i actua en els altres vuit àmbits que finalment comparteix amb el comportament innovador.

D'aquesta manera, és possible reconèixer en la literatura d'innovació i empreneduria abundants evidències de la superposició de les competències atribuïdes als protagonistes dels dos processos i de la coincidència de gran part del procés. Els punts de trobada es relacionen amb la creació de coses noves, la disposició a assumir riscos, el context d'incertesa que els embolica i sens dubte l'impacte econòmic que representen.

Aquest fort acoblament entre innovació i iniciativa adóna que ambdós fenòmens corresponen a dues dimensions del procés de canvi que experimenten constantment les organitzacions i l'activitat econòmica en el seu conjunt. D'aquesta manera, es pot reconèixer que tot esforç d'iniciativa està associat a una innovació, al mateix temps que tota innovació requereix d'accions d'iniciativa per arribar a el mercat. Tal vegada la diferència radicarà en l'abast de la iniciativa (a l'interior d'una organització o la creació d'una nova empresa) i en la magnitud de la innovació (Incremental o radical). (Veure Figura 1)

Altra cosa diferent són les coincidències entre les dues disciplines. Els àmbits coincideixen parcialment. No obstant això on si coincideixen totalment és en el seu caràcter transversal i en el notable creixement del reconeixement de la seva importància. L'explicació d'aquest fenomen tal vegada

Figura 1: Innovació i emprenduria.

		Incremental	Radical
Emprenduria	Dins una empresa	Creació de nous negocis, productes o processos, en base petites modificacions de l'existent.	Creació de nous models de negoci en base a la creació, adopció o transformació significativa dels productes, serveis o processos.
	Creació d'una empresa	Creació d'empreses escasament diferenciades de les existents en una indústria determinada	Creació de noves empreses, normalment de base tecnològica, que sustenta la seva existència en la incorporació al mercat d'un producte, servei o procés significativament diferent al que ja existeix.

sigui degut el signe dels temps, en l'anomenada societat del coneixement, on la complexitat de l'organització econòmica global faci més necessari incorporar l'emprenduria i la innovació en el model de forma més sòlida per a millorar la nostra comprensió de l'activitat econòmica i, dintre d'ella, dels factors del desenvolupament.

7. Conclusió

En l'estat actual de l'organització econòmica en el món, la innovació i l'emprenduria semblen tenir molta més rellevància per a les organitzacions i per al desenvolupament econòmic que fins fa ben poc temps.

La innovació suposa la generació d'idees noves, la seva implementació i absorció per part de l'organització i la seva final acceptació pel mercat, superant barreres culturals i organitzacionals. D'altra banda la innovació presenta un comportament caòtic en les etapes inicials per a després mostrar un comportament més lineal i modelable.

S'han identificat cinc competències necessàries per a l'èxit en la gestió de la innovació a les organitzacions. Aquestes són creativitat, gestor d'informació, desenvolupament de xarxes, treball en equip i capacitat innovadora. Aquesta última és un aspecte especialment crític en el comportament innovador.

A l'àmbit de la innovació i dels seus continguts, s'han identificat tres àrees principals d'investigació: difusió de la innovació, capacitat innovadora organitzacional i teoria dels processos.

És possible reconèixer en la literatura d'innovació i empeneduri abundants evidències de la superposició de les competències atribuïdes als protagonistes dels dos processos i de la coincidència de gran part del procés. Els punts de trobada es relacionen amb la creació de coses noves, la disposició a assumir riscos, el context d'incertesa que els embolica i sens dubte l'impacte econòmic que representen.

Aquest fort acoblament entre innovació i empenement adóna que ambdós fenòmens corresponen a dues dimensions del procés canvi que experimenten constantment les organitzacions i l'activitat econòmica en el seu conjunt. Tot esforç d'empenement associat a una innovació, al mateix temps que tota innovació requereix d'accions d'empenement per a arribar a el mercat. Tal vegada la diferència radicarà en l'abast de la iniciativa i en la magnitud de la innovació.

Bibliografia

- 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, reconceptualization, and extension» *Academy of Management Review*, Vol. ,27,No. 2,pp. 185-203.



Asociació Catalana de Comptabilitat i Direcció

Edif. Col·legi d'Economistes de Catalunya

Pl.- Gal·la Plàcida 32, 4ª planta - 08006 Barcelona

Tel. 93 416 16 04 extensió 2019

info@accid.org - www.accid.org- @Associacio ACCID