

***Entrepreneurship*: conceptos, teoría y perspectiva. Introducción**

Álvaro Cuervo¹, Domingo Ribeiro² y Salvador Roig²

¹Universidad Complutense de Madrid

²Universitat de València

La creación de riqueza y el dinamismo de un país se sustenta sobre la competitividad de sus empresas y esta depende básicamente de las capacidades de sus empresarios y directivos.

La esencia de la empresa moderna es la especialización de funciones. Los hombres de empresa -"*the businessmen*"-, que dirigen la actividad económica son, en sentido estricto, los directivos y los empresarios, estos últimos en una doble versión: el empresario individual (independiente) y el "empresario corporativo" que, sin participación significativa en el capital, controla la empresa.

El estudio de las ofertas de capacidades empresariales hace necesario diferenciar las funciones de empresario, directivo y capitalista, aunque en muchas ocasiones sea la misma persona quien las desarrolle (cuadro nº 1).

El empresario individual detecta o crea oportunidades de negocio que explota a través de pequeñas y medianas empresas en cuyo capital, normalmente, participa; lleva a cabo un arbitraje o simplemente "vende la idea" del proyecto empresarial. También hay que considerar al "empresario corporativo", al máximo ejecutivo de las grandes empresas, que ya no se limita a gestionar con eficiencia los activos de la empresa y coordinar y controlar la actividad de aquella, sino que en el momento actual tiene que anticipar, articular y gestionar el cambio, es decir, reinventar la empresa día a día, crear nuevas empresas (*spin-offs*) y desarrollar redes de empresas. Dentro de la figura del empresario corporativo se debe incluir a los accionistas de referencia, que juegan un papel activo, junto a los directivos que participan en la configuración de las competencias básicas de la empresa.

El directivo, por contra, tiene como función, en primer lugar, supervisar el proceso de combinación de recursos, gestionar con eficiencia la cartera de negocios de la empresa. Su función es clave cuando las empresas, como ocurre en la mayoría de los casos no operan con eficiencia (Leibenstein, 1979), sino que están lejos de su frontera de producción. En segundo lugar su labor fundamental es construir

una reputación y un clima de confianza que transforme un sistema conflictivo (individuos con objetivos en conflicto) en un sistema de cooperación. Los directivos deben crear un clima de confianza para que los empleados no sigan conductas oportunistas, incluso cuando a corto plazo esté en su propio interés hacerlo, y lograr un mayor grado de eficiencia al reducir costes de supervisión y agencia.

Cuadro nº 1. Empresarios, directivos y capitalistas

	EMPRESARIO	CAPITALISTA	DIRECTIVO
CARACTERIZADO POR	Descubre y explota oportunidades Un creador, inicia y motiva el proceso de cambio	Propietario capital: accionistas Accionista de control Accionista pasivo	Administra y gestiona recursos Un administrador
COMPORTAMIENTO	Acepta el riesgo Intuición, alerta, exploración Liderazgo y ruptura en los modos de actuación Identifica oportunidades de negocio Creación de Empresas	Aversión al riesgo Evalúa alternativas Elección de activos de riesgo	Aversión al riesgo Decisor "racional" Crear y mantener ventaja competitiva Crear confianza para la cooperación Supervisión del proceso administrativo

Finalmente, el capitalista es el aportante de fondos a la empresa, bien bajo la forma de accionista pasivo (en los casos de accionariado diluido o inversor institucional) o bien como accionista de control, accionista activo, que en las pequeñas y medianas empresas, en muchas ocasiones asume la función empresarial y directiva.

Sobre *entrepreneurship*

La función empresarial implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, es decir, nuevos productos, servicios y procesos productivos; nuevas estrategias y formas de organización, nuevos mercados de productos e inputs que no existían con anterioridad (Shane y Venkataraman, 2000). La oportunidad empresarial es una oportunidad económica no esperada y aún no valorada.

Las oportunidades empresariales existen porque diferentes agentes tienen diferentes creencias acerca del valor relativo de los recursos en sí mismos o cuando

son convertidos de inputs en outputs. La teoría del empresario se focaliza sobre la heterogeneidad en las creencias acerca del valor de los recursos (Alvarez y Busewitz, 2001: 756).

Entrepreneurship -función empresarial- puede ser conceptualizado como el descubrimiento de oportunidades y la subsiguiente creación de una nueva actividad económica, a menudo por medio de la creación de una nueva organización (Reynolds, 2005).

Al no existir un mercado para las “oportunidades” el empresario debe explotarlás, es decir desarrollar sus capacidades para obtener recursos, organizar y explotar las oportunidades. La dificultad del mercado de “ideas”, de “oportunidades”, es consecuencia de la dificultad para proteger los derechos de propiedad de las ideas no asociadas con patentes y copyrights; de las diferentes expectativas que tienen empresarios e inversores sobre el valor económico de las ideas y oportunidades de negocio y de la necesidad que tiene el empresario de no difundir información que pueda afectar al valor del proyecto.

Entrepreneurship se presenta muchas veces bajo las denominaciones de factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial e incluso se habla de “espíritu” empresarial. El factor empresarial se entiende como un nuevo factor de producción distinto de los clásicos tierra, trabajo y capital, lo que obliga a explicar su remuneración a través de la renta del empresario unida de la escasez de personas con capacidades empresariales. La consideración como función empresarial hace referencia al descubrimiento y explotación de oportunidades, a la creación de empresas. Por comportamiento emprendedor entendemos el comportamiento que consiga combinar innovación, toma de riesgos y proactividad (Miller, 1983). En otras palabras, combina las teorías clásicas del emprendedor innovador de Schumpeter (1934, 1942), el emprendedor que toma riesgos y ocupa una posición de incertidumbre propuesto por Knight (1921), y el emprendedor que toma la iniciativa, tiene imaginación, y crea nuevas oportunidades. Al hablar de la iniciativa empresarial se quiere destacar las razones para anticiparse correctamente a las imperfecciones de los mercados o bien la capacidad para la innovación para crear una “nueva combinación”. La iniciativa empresarial abarca creación, toma de riesgos, renovación o innovación dentro o fuera de una organización existente. Por último, el espíritu empresarial destaca, frente a la explotación de oportunidades de negocio propias de los directivos, la exploración, la búsqueda y la innovación.

Todo esto explica que se defina *entrepreneurship* de diversas formas. El proceso empresarial envuelve la identificación y evaluación de oportunidades; la decisión de explotarlás por uno mismo o venderlas, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la estrategia y la organización del nuevo proyecto empresarial (Eckhardt y Shane, 2003). El *entrepreneurship* es “el proceso a través del cual los individuos -o en solitario o dentro de una organización- persiguen las oportunidades” (Stevenson y Jarillo, 1990: 23). Se ha afirmado últimamente que si los direc-

tivos y empresarios de muchas de nuestras empresas adoptaran un comportamiento emprendedor al formular sus estrategias, el futuro de esas empresas sería mucho más prometedor de lo que sugieren las percepciones actuales (Lee y Peterson, 2000).

La actividad central de los empresarios es la creación empresarial y ésta se puede estudiar a nivel de individuos y/o grupos -analizando aspectos psicológicos y variables sociales de educación, formación o familiares- o a nivel de entorno a partir de las variables que facilitan el desarrollo empresarial o bien analizando aspectos del entorno económico, institucional y cultural.

El estudio de los empresarios como individuos analiza las variables que explican su aparición, como características personales, perfil psicológico (necesidad de logros, capacidad de control, tolerancia con la ambigüedad y propensión a tomar riesgos) o variables no psicológicas (educación, experiencia, redes, familia, etc.).

Igualmente, los enfoques socio culturales e institucionales destacan el papel de la exclusión y del cambio social, como incentivos ante la función empresarial en grupos minoritarios y marginales. En los estudios de las variables del entorno se destacan la cultura o los valores compartidos de en la sociedad, las instituciones unidas al marco legal, las variables del entorno económico (demanda) y financiero (capital riesgo y coste), el entorno espacial (clusters y economías de aglomeración).

Existen pues tres fundamentos para la explicación de la aparición de la actividad empresarial. El primero se centra en el individuo, es decir, la acción empresarial se concibe como atributo del ser humano, tales como voluntad para hacer frente a la incertidumbre (Kihlstrom y Laffont, 1979), aceptar el riesgo, necesidad de logros (McClelland, 1961) que diferencia al empresario del resto de la sociedad. El segundo destaca los factores del entorno económico que incentivan y hacen posible la actividad empresarial, tales como dimensión de los mercados, la dinámica de los cambios tecnológicos (Tushman y Anderson, 1986), de la estructura de mercado –regulatorios y demográficos- (Acs y Audretsch, 1990) o la simple dinámica industrial. El tercer factor está unido al funcionamiento de las instituciones, la cultura, los valores de la sociedad. Los enfoques no son excluyentes (Eckhardt y Shane, 2003), dado que la actividad empresarial es una actividad humana, no ocurre espontáneamente en la presencia del entorno económico, instituciones, cambios tecnológicos, regulatorios y demográficos.

Entre los empresarios se suele diferenciar entre emprendedores o empresarios individuales (independientes) y emprendedores o empresarios corporativos unidos a la alta dirección de las empresas. Este último tiene diferentes denominaciones, como “corporate Entrepreneurship”, “corporate venturing”, “intrapreneurship”, “internal corporate entrepreneurship” y “strategic renewal”.

Se puede considerar la dirección emprendedora como un modo de gestión distinto de la dirección tradicional. Muchos directivos están buscando nuevas maneras de hacer más emprendedoras a sus organizaciones en muchos aspectos, desde la orientación estratégica general hasta los sistemas de recompensa (Brown, Davidsson y Wiklund, 2001). Barringer y Bluedorn (1999) subrayaron el hecho de que existe una relación positiva entre la intensidad del *entrepreneurship* corporativo y la intensidad de la búsqueda de oportunidades, la adaptación estratégica y la creación de valor. Tal y como indicaron Hitt *et al.* (2001: 488) “las empresas necesitan ser simultáneamente emprendedoras y estratégicas”.

Entrepreneurship es elemento esencial para el progreso de una economía al vertebrarse de varias formas: a) identificando, evaluando y explotando oportunidades de negocios; b) creando nuevas empresas y/o renovando y dinamizando las existentes; y c) impulsando la economía –innovación, competencia, creación de empleo–, en suma mejorando el bienestar de la sociedad.

Entrepreneurship afecta a todas las organizaciones, de forma independiente del tamaño, edad, carácter privado o público y objetivos. Su importancia para la economía se refleja en su visibilidad creciente como tema en la prensa económica y en la literatura académica. Por este motivo es un tema de interés para académicos, empresarios y gobiernos en todo el mundo.

El estudio del *entrepreneurship* lleva a responder a una serie de preguntas como: ¿Qué ocurre cuando el empresario actúa?, ¿por qué actúa el empresario?, ¿Cómo actúa el empresario? (Stevenson y Jarillo, 1990) o bien ¿Cómo, por quién y con qué efectos las oportunidades de negocio son descubiertas, evaluadas y explotadas?. ¿Por qué, cuándo y cómo surgen las oportunidades?, ¿Por qué, cuándo y cómo determinadas personas y no otras las descubren y explotan? Y finalmente, ¿por qué, cuándo y cómo diferentes modos de acción son utilizados para explotar las oportunidades empresariales? (Shane y Venkataraman, 2000).

Nuestro conocimiento acerca de la opinión de los empresarios, las oportunidades empresariales, las personas que las persiguen, las habilidades usadas para organizar y explotar oportunidades y las condiciones favorables del entorno para estas actividades es limitado. El estudio se realiza además en múltiples niveles: individual, empresa, sector, espacio geográfico. No existe una base teórica para su estudio, sino aproximaciones basadas en la casuística, las anécdotas o planteamientos fragmentados (Eckhardt y Shane, 2003). Aún no se ha abierto la caja negra de la función empresarial (Fiet, 2001).

Los problemas con los que se enfrenta el estudio de “*entrepreneurship*” están unidos a la necesidad de delimitar el campo de estudio y contar con una estructura conceptual que haga posible explicar y predecir los fenómenos empíricos no explicados por otros campos de conocimiento; es preciso generar un paradigma, desarrollar un conjunto de hipótesis falseables, superar la casuística y la descripción para adentrarse en los análisis de sección cruzada y longitudinales.

Con todo, en los últimos años se ha acumulado un amplio cuerpo de literatura sobre el *entrepreneurship* hasta el punto en que, de forma similar a lo que ha ocurrido en otros campos, hay un gran número de trabajos publicados en revistas de las áreas de administración y dirección centrados en esta materia y al mismo tiempo han surgido revistas especializadas en *entrepreneurship*. Se ha examinado el papel del empresario en números monográficos de revistas como: *Strategic Management Journal* and *Journal of Management* (Audretsch *et al.*, 2005), *Academy of Management Journal* and *Journal of International Marketing* (Coviello y Jones, 2004). Casi un centenar de revistas publican sus trabajos relacionados con el *entrepreneurship* (División de *Entrepreneurship* de la Academy of Management, en una investigación realizada en verano de 2006).

La diferenciación del campo del *entrepreneurship* de otros campos depende del objeto de la investigación, las metodologías, y los problemas que pretende resolver (Bruyat y Julien, 2000). Busenitz *et al.*, (2003: 286) destacan la importancia del reconocimiento del “*entrepreneurship* como campo de estudio dentro de la dirección”, un campo de conocimiento que sustenta el desarrollo del *entrepreneurship* y sobre dichas bases se plantea nuestras reflexiones.

El estudio y la enseñanza del *entrepreneurship* y el papel de los profesores dedicados a la docencia e investigación en esta materia tienen una importancia creciente, como se refleja en el auge de los cursos y cátedras de *entrepreneurship* en Estados Unidos en los últimos años (Finkle, Kuratko y Goldsby, 2006). La Universitat de València se une a esta tendencia mediante la creación de la primera de estas cátedras de las universidades españolas: -la Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores-, para el estudio, investigación y desarrollo de aspectos relacionados con el *entrepreneurship*.

Sobre el contenido del libro

El libro consta de 15 capítulos, agrupados en tres partes, que corresponden a Conceptos, Teoría y Perspectiva. Cada capítulo contiene un artículo publicado que ha tenido una relevancia en la consolidación científica del *Entrepreneurship*, puede tenerla en el futuro o presenta algún elemento complementario en la visión del campo del *Entrepreneurship*. Somos conscientes de la ausencia de algunos textos muy conocidos, pero en la difícil tarea de reducir una lista inicial con más de 100 referencias, hemos optado por la complementariedad de los contenidos, evitando las redundancias. La selección final no podía dejar de reflejar nuestra vinculación personal con la dirección de empresas.

La primera parte del libro, Conceptos, pretende presentar precisiones terminológicas y conceptuales, al tiempo que da cuenta de la evolución histórica y de la

ubicación teórica de las diferentes aproximaciones al *Entrepreneurship*. Esta primera parte consta de cuatro capítulos.

El primer capítulo, debido al profesor Veciana, es la versión actualizada de un trabajo realizado en 1999. Presenta, describe y clasifica las teorías que han sido utilizados para dar estructura y formalizar el área de estudio. Para esta clasificación, el autor construye una matriz basada en cuatro enfoques teóricos, -el económico, el psicológico, el institucional y el gerencial- y tres niveles de análisis dentro del *entrepreneurship*, micro, meso y macro. En la cuadrícula resultante, se ubican veinticinco teorías sobre el *entrepreneurship*. La completa bibliografía final da cuenta de la extensa y fructífera actividad académica e investigadora de uno de los pioneros del estudio *entrepreneurship* en Europa.

En el segundo capítulo se presenta el texto más antiguo de los recogidos en el libro y a la vez uno de los que mayor repercusión, en términos de citas recibidas, ha obtenido en la historia. Carland et. al. muestran al *entrepreneurship* como independiente de los capitalistas y de la gestión y discute la contribución del *entrepreneurship* a los pequeños negocios y a la economía en su conjunto. Los autores destacan la importancia de la diferencia entre empresas emprendedoras y empresas nuevas o pequeñas. Se propone un criterio para identificar a las empresas emprendedoras, que consiste en cumplir al menos una de cuatro condiciones que según Schumpeter (1934) reflejan un comportamiento emprendedor: la introducción de nuevos productos, la introducción de nuevos modos de producción, la apertura de nuevos mercados o la reorganización industrial con condiciones suficientes para clasificar a una empresa como emprendedora.

El tercer capítulo, elaborado por Sharma y Chrisman, afronta el problema de las diferencias existentes en la terminología usada para describir el *entrepreneurship*, con la intención de reducir la confusión y reconciliar definiciones ya existentes. Los autores proporcionan una definición tanto para *entrepreneurship* como para el emprendedor. Para Sharma y Chrisman, el *entrepreneurship* abarca los actos de la creación organizativa o la innovación que ocurre dentro o fuera de la organización existente, mientras que los emprendedores son individuos o grupos de individuos que actúan de manera independiente o como parte de un sistema corporativo, que crean nuevas organizaciones o instigan la renovación o la innovación dentro de una organización existente. Los autores analizan el *corporate entrepreneurship* y tras una discusión sobre la creación empresarial interna y externa, proporcionan una clasificación de las *empresas de creación interna*, con especial atención a la autonomía estructural y al grado de relación con los negocios de la empresa motivadora de la creación.

En el cuarto capítulo, que cierra la primera parte, Aldrich y Fiol, constatan los elevados riesgos que asumen las empresas que se crean en los sectores emergentes. El texto contempla algunos procedimientos que pueden ser empleados para que un sector obtenga la legitimidad a nivel institucional. También se presentan algunas estrategias, seguidas con éxito por empresas singulares en sectores nuevos.

La segunda parte del libro, compuesta por los capítulos cinco a diez, da cuenta de tres paradigmas importantes en la evolución del *entrepreneurship* y aporta dos visiones teóricas, que si bien tienen un ámbito más limitado, tienen la virtualidad de enlazar con otras disciplinas o cuerpos de conocimiento.

El capítulo cinco contiene el trabajo de Low y Macmillan, elaborado en 1988. Los autores proponen una definición del campo del *entrepreneurship* como “la creación de nuevas empresas” y a partir de aquí sugieren seis requisitos que debe cumplir la investigación sobre *entrepreneurship*: propósito, perspectiva teórica, enfoque, nivel de análisis, marco temporal y metodología. Una vez establecidos los requisitos, evalúan la investigación previamente publicada para conocer en qué medida los cumplían y sugiere las orientaciones que deberían seguir las investigaciones futuras en el campo.

En el capítulo sexto, Stevenson y Jarillo exponen inicialmente el aparente conflicto conceptual entre el *entrepreneurship* y el *corporate entrepreneurship*. Para superar la tradición teórica que trataba de explicar de forma demasiado independiente las causas del comportamiento emprendedor, los resultados económicos y sociales del mismo o la actuación del emprendedor como directivo, aceptan el concepto de *entrepreneurship* como proceso a través del cual los individuos –solos o dentro de las organizaciones– buscan oportunidades sin tener en cuenta los recursos que controlan en ese momento. Con esta definición el sujeto puede dejar de ser un individuo para convertirse en una organización. A partir de aquí aplican sus conclusiones al *corporate entrepreneurship*, proponiendo las características de la organización emprendedora.

El séptimo capítulo corresponde al trabajo de Shane y Venkataraman, “The promise of entrepreneurship as a field of research” (La promesa del *Entrepreneurship* como campo de investigación), los autores consideran la existencia, naturaleza, y descubrimiento de oportunidades como el núcleo fundamental del *entrepreneurship* y aportan algunas de las razones por las que determinadas personas las reconocen y otras no. Asimismo investigan formas de desarrollar y aprovechar las oportunidades según su naturaleza. Al considerar a las oportunidades como núcleo del *entrepreneurship*, señalan un campo de investigación específico y establecen diferencias con el enfoque psicológico clásico, el estratégico y el del equilibrio económico.

El octavo capítulo es una aproximación a la teoría cognitiva aplicada al *entrepreneurship*. En él, Krueger propone un modelo cognitivo, basado en las intenciones, que procesa la percepción de oportunidades y evalúa su deseabilidad y viabilidad. El artículo discute en detalle la importancia de la orientación estratégica hacia las nuevas oportunidades, así como su naturaleza básica. La teoría cognitiva es, en la actualidad, el principal vínculo entre el *entrepreneurship* y la ciencia de la psicología.

Alvarez y Busenitz proponen, en el noveno capítulo una relación entre la teoría basada en los recursos y el *entrepreneurship*. Con ello ofrecen nuevas perspectivas que extienden las fronteras de la teoría de recursos al tiempo que utilizan ese bagaje teórico abordando cuestiones importantes en el *entrepreneurship*. Desde la Teoría de los recursos se evalúa como recurso "el reconocimiento de oportunidades y el comportamiento de buscar oportunidades", al igual que "el proceso de combinar y organizar recursos". El artículo también incluye una discusión de la cognición y de la competencia empresarial, el reconocimiento de oportunidades, la complementariedad estratégica, y la ambigüedad causal respecto de los límites ex post a la acción de competir.

En el décimo capítulo, Gartner utiliza las seis recomendaciones clave para especificar la investigación en *entrepreneurship*, elaboradas por Low y Macmillan (1988), (propósito, perspectiva teórica, enfoque, nivel de análisis, marco temporal y metodología para analizar el artículo escrito por Shane y Venkataraman (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research". Es decir, se utiliza la metodología propuesta por el trabajo del capítulo cinco para analizar el trabajo del capítulo siete, probando la utilidad de la metodología de Low y Macmillan y destacando la solidez del trabajo de Shane y Venkataraman. Se recomienda que en el campo de *entrepreneurship* se desarrollen comunidades de académicos que se identifiquen con cuestiones y temas de investigación específicas.

La tercera parte del libro agrupa cinco capítulos, de los cuales, los tres primeros se centran en presentar sugerencias para la investigación sobre *entrepreneurship* en el futuro, con el objetivo de su consolidación como campo científico. En esta parte también se aborda un proyecto de investigación internacional sobre *entrepreneurship* y recomendaciones para analizar y facilitar la publicación de la investigación en *entrepreneurship*.

En el capítulo once, Davidsson y Wiklund, basándose en los resultados de Low y MacMillan (1988), estudian los niveles de análisis que han sido identificados en los estudios del *entrepreneurship*. A continuación proporcionan ejemplos de progreso definidos para niveles de análisis específicos: por ejemplo, individual y equipo, empresa, industria/población, regional y nacional. Los autores postulan que el progreso futuro necesitará de una relación más estrecha entre las teorías del *entrepreneurship* y los niveles de análisis.

El capítulo doce es un trabajo elaborado por un grupo de profesores de la División de *Entrepreneurship* de la Academy of Management. Propone la existencia de tres áreas centrales en la investigación sobre *entrepreneurship*: las oportunidades, modos de organizar y llevar a cabo la explotación de las oportunidades y el estudio del entorno. Sugieren que el terreno más fértil es el de las intersecciones de esas áreas y ubica en cada una de ellas, tanto en las áreas como en las intersecciones, una muestra de 97 artículos publicados en las principales revistas académicas sobre la materia. Por otra parte, utiliza la misma muestra para evaluar el grado de consolidación del campo científico del *entrepreneurship*, así como su nivel de

legitimación científica y los flujos de intercambio con otros campos. La conclusión de esta evaluación no es demasiado optimista y aunque se reconocen avances significativos de ella se desprende que todavía no existe una consolidación comparable con la gran popularidad del *entrepreneurship*.

El capítulo trece, escrito por Aldrich y Martinez, presenta tres tendencias observadas en el último decenio: a) un cambio en el énfasis teórico de las características de los emprendedores como individuos a las consecuencias de sus acciones, b) una comprensión más profunda de cómo los emprendedores utilizan el conocimiento, las redes, y los recursos para construir empresas, y c) una taxonomía más sofisticada de las fuerzas ambientales en distintos niveles de análisis (población, comunidad y sociedad) que afectan al *entrepreneurship*. Los autores consideran que se ha avanzado en el conocimiento del “proceso” del *entrepreneurship*, pero que falta caracterizar mejor el “contexto emprendedor” y analizar la interacción recursiva de proceso y contexto. Junto a una evaluación más sofisticada del entorno y de la estrategia, los autores sugieren que se avance en crear hipótesis derivadas teóricamente, agregar información longitudinal, y aplicar técnicas estadísticas modernas.

El capítulo catorce, elaborado por Morales y Roig, analiza la influencia de los principales factores recogidos en la literatura en la decisión de crear una nueva empresa, identificando la percepción de oportunidades de negocio, el conocimiento de otros emprendedores y la percepción de que se tienen las habilidades necesarias como elementos cruciales del proceso. Por otra parte, se muestra la aversión al riesgo, especialmente cuando afecta a las expectativas del futuro familiar, así como el mayor nivel de ingresos e incluso el mayor nivel de estudios como factores limitantes de la probabilidad de crear una nueva empresa. Las conclusiones se extraen a partir de la base de datos pública generada por el proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), con información procedente de 29 países.

El capítulo quince es una reflexión desarrollada por Ireland, Reutzel y Webb, editores del *Academy of Management Journal*, sobre la evolución de la investigación sobre *entrepreneurship* que ha publicado su prestigiosa revista, en clara competencia con la investigación sobre otros campos del management. El trabajo ofrece algunas expectativas sobre la investigación en *entrepreneurship* que el AMJ puede publicar en el futuro, al tiempo que reclama una mayor atención tanto en técnicas estadísticas, como en medidas de validación e interpretación de los hechos y resultados.

Sobre la relevancia de los artículos en el campo de *entrepreneurship*

La selección de los artículos incluidos en el libro es, sin duda, nuestra responsabilidad personal como editores, pero hemos prestado atención a los factores de impac-

to y a los índices de citas, principalmente ISI/JCR y EBSCO. El impacto de las revistas, los autores y los artículos sobre la actividad académica se puede identificar a través de las medidas de su uso, gracias a citas recibidas en trabajos subsiguientes. Desde hace tiempo, los recuentos de citas se han considerado como indicadores importantes de la calidad de un artículo, de la relevancia del trabajo del autor, y del estatus de la revista donde fueron publicados los artículos (Garfield, 1972, 1979; Chandy & Williams, 1994; Jonson & Podsakoff, 1994; Knight, Hult, & Bashaw, 2000).

No obstante, hemos encontrado dos sesgos relevantes; por una parte, los índices de citas, en la materia que estamos analizando, sobredimensionan los artículos con un mayor componente financiero, priorizando además a aquellos con un carácter informativo o aplicado en perjuicio de los más teóricos. Por otra parte, es natural que los artículos más antiguos tengan más citas que los recientes y en consecuencia los artículos más actuales no pueden demostrar su trascendencia apelando a las citas recibidas, aunque hay algunas excepciones, como el trabajo de Shane y Venkataraman (2000).

Se seleccionaron los artículos publicados entre 1945 y 2005, en revistas ISI que estuvieran catalogadas en las áreas de “business”, “management” o “economics” y que si eran anteriores a 1991 hubieran recibido al menos 5 citas en la base de datos del Social Science Citation Index (SSCI), obteniéndose una muestra citante de 2.564 artículos. A su vez estos artículos contenían 102.331 citas a un total de 61.336 documentos diferentes.

La tabla 1 lista artículos de la muestra citante, publicados en revistas académicas, ordenados de forma decreciente por el número de citas recibidas en la base de datos del Social Science Citation Index. Se trata de artículos ISI citados en revistas ISI. En nuestra opinión se trata de una selección endogámica dentro de una muestra muy restrictiva y como consecuencia no es muy representativa de la población de documentos que fundamentan la investigación.

Se recogen los 50 artículos de la muestra citante que han recibido más citas en la base de datos del SSCI desde 1945 hasta 2005. En esta relación se aprecia con claridad el desfase temporal entre la publicación de un artículo y la recepción de las primeras citas, además, los artículos más antiguos han tenido mayor exposición a autores posteriores y por tanto mas probabilidad de ser citados, por lo que resulta conveniente subdividir temporalmente la muestra citante.

Tabla 1. 50 Artículos de la muestra citante más citados en la base de datos SSCI

Orden	Citas	Artículo
1	274	Uzzi, B. 1997. Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 42 (1): 35-67 Mar.
2	225	Petersen, M.A. & Rajan, R.G. 1994. The benefits of lending relationships - evidence from small business data. <i>Journal of Finance</i> , 49 (1): 3-37 Mar.
3	209	Deshpande, R., Farley, J.U. & Webster, F.E. 1993. Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms - a quadrat analysis. <i>Journal of Marketing</i> , 57 (1): 23-27 Jan.
4	206	Evans, D.S. & Jovanovic, B. 1989. An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. <i>Journal of Political Economy</i> , 97 (4): 808-827 Aug.
5	185	Brickley, J.A. & Dark, F.H. 1987. The choice of organizational form - the case of franchising. <i>Journal of Financial Economics</i> , 18 (2): 401-420 Jun.
6	165	King, R.G. & Levine, R. 1993. Finance, entrepreneurship, and growth - theory and evidence. <i>Journal of Monetary Economics</i> , 32 (3): 513-542 Dec.
7	156	Treadway, A.B. 1969. Rational entrepreneurial behaviour and demand for investment. <i>Review of Economic Studies</i> , 36 (2): 227-239.
8	155	Nee, V. 1992. Organizational dynamics of market transition - hybrid forms, property-rights, and mixed economy in china. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 37 (1): 1-27 Mar.
9	148	Miller, D. 1983. The correlates of entrepreneurship in 3 types of firms. <i>Management Science</i> , 29 (7): 770-791.
10	136	Miller, D. & Friesen, P.H. 1982. Innovation in conservative and entrepreneurial firms - 2 models of strategic momentum. <i>Strategic Management Journal</i> , 3 (1): 1-25.
11	135	Lafontaine, F. 1992. Agency theory and franchising - some empirical results. <i>Rand Journal of Economics</i> , 23 (2): 263-283 sum.
12	133	Eisenhardt, K.M. & Schoonhoven, C.B. 1996. Resource-based view of strategic alliance formation: strategic and social effects in entrepreneurial firms. <i>Organization Science</i> , 7 (2): 136-150 Mar-Apr.
13	124	Aghion, P. & Bolton, P. 1992. An incomplete contracts approach to financial contracting. <i>Review of Economic Studies</i> , 59 (3): 473-494 Jul.
14	123	Banerjee, A.V. & Newman, A.F. 1993. Occupational choice and the process of development. <i>Journal of Political Economy</i> , 101 (2): 274-298 Apr.
15	122	Shane, S.A. & Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. <i>Academy of Management Review</i> , 25 (1): 217-226 Jan.
16	116	Mintzberg, H. & Waters, J.A. 1982. Tracking strategy in an entrepreneurial firm. <i>Academy of Management Journal</i> , 25 (3): 465-499.
17	115	Baumol, W.J. 1990. Entrepreneurship - productive, unproductive, and destructive. <i>Journal of Political Economy</i> , 98 (5): 893-921 part 1 Oct.

18	114	Gartner, W.B. 1985. A conceptual-framework for describing the phenomenon of new venture creation. <i>Academy of Management Review</i> , 10 (4): 696-706.
19	114	Kihlstrom, R.E. & Laffont, J.J. 1979. General equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. <i>Journal of Political Economy</i> , 87 (4): 719-748.
20	112	Petersen, M.A. & Rajan, R.G. 1995. The effect of credit market competition on lending relationships. <i>Quarterly Journal of Economics</i> , 110 (2): 407-443 may.
21	110	Caves, R.E. & Murphy, W.F. 1976. Franchising - firms, markets, and intangible assets. <i>Southern Economic Journal</i> , 42 (4): 572-586.
22	109	Blanchflower, D.G. & Oswald, A.J. 1998. What makes an entrepreneur? <i>Journal of Labor Economics</i> , 16 (1): 26-60 Jan..
23	108	Burgelman, R.A. 1983. Corporate entrepreneurship and strategic management - insights from a process study. <i>Management Science</i> , 29 (12): 1349-1364.
24	101	Carland, J.W., Hoy F., Boulton, W.R., et al. 1984. Differentiating entrepreneurs from small business owners - a conceptualization. <i>Academy of Management Review</i> , 9 (2): 354-359.
25	101	Hart, O. & Moore, J. 1994. A theory of debt based on the inalienability of human-capital. <i>Quarterly Journal of Economics</i> , 109 (4): 841-879 Nov.
26	100	Brockhaus, R.H. 1980. Risk-taking propensity of entrepreneurs. <i>Academy of Management Journal</i> , 23 (3): 509-520.
27	99	Bates, T. 1990. Entrepreneur human-capital inputs and small business longevity. <i>Review of Economics and Statistics</i> , 72 (4): 551-559 Nov.
28	96	Holtzeakin, D., Joulfaian, D., & Rosen, H.S. 1994. Sticking it out - entrepreneurial survival and liquidity constraints. <i>Journal of Political Economy</i> , 102 (1): 53-75 Feb.
29	94	Norton, S.W. 1988. An empirical look at franchising as an organizational form. <i>Journal of Business</i> , 61 (2): 197-218 Apr.
30	91	Dewatripont, M. & Maskin, E. 1995. Credit and efficiency in centralized and decentralized economies. <i>Review of Economic Studies</i> , 62 (4): 541-555 oct.
31	89	Millson, M.R., Raj, S.P. & Wilemon, D. 1992. A survey of major approaches for accelerating new product development. <i>Journal of Product Innovation Management</i> , 9 (1): 53-69 Mar
32	83	Stuart, T.E., Hoang, H. & Hybels, R.C. 1999. Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 44 (2): 315-349 Jun.
33	82	Fiol, C.M. 1994. Consensus, diversity, and learning in organizations. <i>Organization Science</i> , 5 (3): 403-420 Aug.
34	82	Gersick, C.J.G. 1994. Pacing strategic change - the case of a new venture. <i>Academy of Management Journal</i> , 37 (1): 9-45 Feb.
35	82	Sandberg, W.R. & Hofer, C.W. 1987. Improving new venture performance - the role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. <i>Journal of Business Venturing</i> , 2 (1): 5-28 win.
36	82	Vandeven, A.H., Hudson, R. & Schroeder, D.M. 1984. Designing new business startups - entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. <i>Journal of Management</i> , 10 (1): 87-107.
37	77	Oviatt, B.M. & McDougall, P.P. 1994. Toward a theory of in-

		ternational new ventures. <i>Journal of International Business Studies</i> , 25 (1): 45-64.
38	75	Busenitz, L.W. & Barney, J.B. 1997. Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making. <i>Journal of Business Venturing</i> , 12 (1): 9-30 jan.
39	74	holtzeakin d, joulfaian d, rosen hs 1994. entrepreneurial decisions and liquidity constraints. <i>rand journal of economics</i> 25 (2): 334-347 sum.
40	73	Cooper, A.C., Woo, C.Y. & Dunkelberg, W.C. 1988. Entrepreneurs perceived chances for success. <i>Journal of Business Venturing</i> , 3 (2): 97-108 spr.
41	72	Begley, T.M. & Boyd, D.P. 1987. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. <i>Journal of Business Venturing</i> , 2 (1): 79-93 win.
42	72	Peterson, R.A. & Berger, D.G. 1971. Entrepreneurship in organizations - evidence from popular music industry. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 16 (1): 97-107.
43	70	Jacobson, R. 1992. The austrian school of strategy. <i>Academy of Management Review</i> , 17 (4): 782-807 oct.
44	68	Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. 1990. A paradigm of entrepreneurship - entrepreneurial management. <i>Strategic Management Journal</i> , 11: 17-27 sp. iss. si sum.
45	67	Cooper, R.G. & Kleinschmidt, E.J. 1995. Benchmarking the firms critical success factors in new product development. <i>Journal of Product Innovation Management</i> , 12 (5): 374-391 nov.
46	66	Kalleberg, A.L. & Leicht, K.T. 1991. Gender and organizational performance - determinants of small business survival and success. <i>Academy of Management Journal</i> , 34 (1): 136-161 mar.
47	66	Straub, D., Limayem, M., & Karahannaevvaristo, E. 1995. Measuring system usage - implications for is theory testing. <i>Management Science</i> , 41 (8): 1328-1342 aug.
48	64	Baumol, W.J. 1968. Entrepreneurship in economic theory. <i>American Economic Review</i> , 58 (2): 64-71.
49	64	Rao, C.H.H. 1971. Uncertainty, entrepreneurship, and sharecropping in india. <i>Journal of Political Economy</i> , 79 (3): 578-595.
50	63	Black, B.S. & Gilson, R.J. 1998. Venture capital and the structure of capital markets: banks versus stock markets. <i>Journal of Financial Economics</i> , 47 (3): 243-277 Mar.

Elaboración propia

La disparidad en la cantidad de citas recibidas por los artículos de la tabla 1 y 2 reflejan con claridad el mayor periodo de exposición de los artículos del segundo periodo y el desfase temporal entre la aparición de un artículo y la recepción de citas, especialmente si solo se cuentan las citas procedentes de artículos publicados en revistas ISI cuyo tiempo de revisión, aceptación y publicación suele ser prolongado. No obstante hemos querido como reflejo de estas diferencias centrar la atención en los artículos más recientes.

Tabla 2. 25 artículos del período 2000-2005 más citados en la base de datos SSCI

Orden	Citas	Artículos publicados entre 2000 y 2005
1	122	Shane, S.A. & Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. <i>Academy of Management Review</i> , 25 (1): 217-226 jan.
2	52	Shane, S.A. 2000. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. <i>Organization Science</i> , 11 (4): 448-469 jul-aug.
3	45	Amit R. & Zott, C. 2001. Value creation in e-business. <i>Strategic Management Journal</i> , 22 (6-7): 493-520 jun-jul.
4	45	Autio, E., Sapienza, H.J. & Almeida, J.G. 2000. Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. <i>Academy of Management Journal</i> , 43 (5): 909-924 oct.
5	36	Heaton, J. & Lucas, D. 2000. Portfolio choice and asset prices: the importance of entrepreneurial risk. <i>Journal of Finance</i> , 55 (3): 1163-1198 jun.
6	30	Hamilton, B.H. 2000. Does entrepreneurship pay? an empirical analysis of the returns to self-employment. <i>Journal of Political Economy</i> , 108 (3): 604-631 jun.
7	29	McDougall, P.P. & Oviatt, B.M. 2000. International entrepreneurship: the intersection of two research paths. <i>Academy of Management Journal</i> , 43 (5): 902-906 oct.
8	27	Guillen, M.F. 2000. Business groups in emerging economies: a resource-based view. <i>Academy of Management Journal</i> , 43 (3): 362-380 jun.
9	26	Petersen, M.A. & Rajan, R.G. 2002. Does distance still matter? the information revolution in small business lending. <i>Journal of Finance</i> , 57 (6): 2533-2570 dec.
10	26	Miner, A.S., Bassoff, P. & Moorman, C. 2001. Organizational improvisation and learning: a field study. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 46 (2): 304-337 jun.
11	26	Chandy, R.K. & Tellis, G.J. 2000. The incumbent's curse? incumbency, size, and radical product innovation. <i>Journal of Marketing</i> , 64 (3): 1-17 jul.
12	23	Lu, J.W. & Beamish, P.W. 2001. The internationalization and performance of smes. <i>Strategic Management Journal</i> , 22 (6-7): 565-586 jun-jul.
13	23	Stein, J.C. 2002. Information production and capital allocation: decentralized versus hierarchical firms. <i>Journal of Finance</i> , 57 (5): 1891-1921 oct.
14	22	Ahuja, G. & Lampert, C.M. 2001. Entrepreneurship in the large corporation: a longitudinal study of how established firms create breakthrough inventions. <i>Strategic Management Journal</i> , 22 (6-7): 521-543 jun-jul.
15	21	Wallsten, S.J. 2000. The effects of government-industry r&d programs on private r&d: the case of the small business innovation research program. <i>Rand Journal of Economics</i> , 31 (1): 82-100 spr.
16	21	Etzkowitz, H., Webster A., Gebhardt C., et al. 2000. The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. <i>Research Policy</i> , 29 (2): 313-330 feb.

17	21	Simon, M., Houghton, S.M. & Aquino, K. 2000. Cognitive, biases, risk perception and venture formation: how individuals decide to start companies. <i>Journal of Business Venturing</i> , 15 (2): 113-134 mar.
18	20	Friedman, E., Johnson, S., Kaufmann, D., et al. 2000. Dodging the grabbing hand: the determinants of unofficial activity in 69 countries. <i>Journal of Public Economics</i> , 76 (3): 459-493 jun.
19	20	Casper, S. 2000. Institutional adaptiveness, technology policy, and the diffusion of new business models: the case of german biotechnology. <i>Organization Studies</i> , 21 (5): 887-914.
20	20	Hult, G.T.M. & Ketchen, D.J. 2001. Does market orientation matter?: a test of the relationship between positional advantage and performance. <i>Strategic Management Journal</i> , 22 (9): 899-906 sep.
21	20	Shane, S.A. & Cable, D.M. 2002. Network ties, reputation, and the financing of new ventures. <i>Management Science</i> , 48 (3): 364-381 mar.
22	19	Johnson, S., McMillan, J. & Woodruff, C. 2002. Courts and relational contracts. <i>Journal of Law Economics & Organization</i> , 18 (1): 221-277 apr.
23	19	Rothaermel, F.T. 2001. Incumbent's advantage through exploiting complementary assets via interfirm cooperation. <i>Strategic Management Journal</i> , 22 (6-7): 687-699 jun-jul.
24	19	Thursby, J.G. & Thursby, M.C. 2002. Who is selling the ivory tower? sources of growth in university licensing. <i>Management Science</i> , 48 (1): 90-104 jan.
25	19	Berger, A.N., Klapper, L.F. & Udell, G.F. 2001. The ability of banks to lend to informationally opaque small businesses. <i>Journal of Banking & Finance</i> , 25 (12): 2127-2167 dec.

Elaboración propia

En las tablas siguientes vamos a contemplar las citas recibidas por cualquier tipo de documento, de los 61.336 documentos citados por los artículos de la muestra citante. En la práctica esta metodología incorpora artículos publicados en revistas no incluidas en las bases de datos del ISI y además añade libros como material de referencia. De hecho 27 de los 50 documentos más citados son precisamente libros y también se pueden encontrar artículos publicados en revistas ajenas al ISI. Y todo ello a pesar de que la muestra citante está compuesta por artículos ISI.

La tabla 3 muestra con gran claridad el origen de los antecedentes teóricos del campo del *entrepreneurship*

Tabla 3. 50 Documentos más citados en los 200 artículos ISI más citados en SSCI

Orden	Documento	Citas
1	Schumpeter, J.A. 1934. The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Harvard University Press, Cambridge, MA.	31
2	Porter, M.E. 1980 Competitive Strategy. The Free Press, New York.	25
3	McClelland, D.C. 1961 The Achieving Society. The Free Press, New York.	22
4	Penrose, E.T. 1959. The Theory of growth of the firm. John Wiley and Sons, New York.	17
5	Miller, D. 1983. The correlates of entrepreneurship in 3 types of firms. <i>Management Science</i> , 29 (7): 770-791.	17
6	Vesper, K.H. 1990. New venture strategies. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.	17
7	Williamson, O.E. 1975 Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. The Free Press, New York.	15
8	Schumpeter, J.A. 1942. Capitalism, Socialism, and Democracy. Harper, New York.	15
9	Nunnally, J.C. 1978. Psychometric Theory. McGraw-Hill, New York.	15
10	Kirzner, I.M. 1973. Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press, Chicago.	15
11	Lawrence, P.R. & Lorsch, J. 1967. Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration. Irwin, Homewood, IL.	15
12	Brockhaus, R.H. 1982. The Psychology of the entrepreneur, in Sexton & Smilor & Vesper "The Encyclopedia of Entrepreneurship" Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.	14
13	Peters, T.J. & Waterman, R.H. 1982. In Search of Excellence. Harper & Row, New York.	13
14	Weick, K.E. 1969. The Social Psychology of Organizing. Addison-Wesley, Reading, Mass.	13
15	Burgelman, R.A. 1983. A Process Model of Internal Corporate Venturing in the Diversified Major Firm. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 28 (2): 223-244.	13
16	Begley, T.M. & Boyd, D.P. 1987. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. <i>Journal of Business Venturing</i> , 2 (1): 79-93.	13
17	Low, M.B.& MacMillan, I.C. 1988. Entrepreneurship: Past research and future challenges. <i>Journal of Management</i> , 14 (2): 139-161.	13
18	Stinchcombe, A.L. 1965. Social Structure and Organizations. In: J.G. March (ed) "Handbook of Organizations"	13
19	Chandler, A.D. 1962. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise. MIT Press, Cambridge, Mass.	13
20	Collins, O.F. & Moore, D.G. 1964. The Enterprising Man. Michigan State University Press, Michigan.	13
21	Rubin, P.H. 1978. The Theory of the Firm and the Structure of the Franchise Contract. <i>Journal of Law and Economics</i> , 21(1): 223-233.	13
22	Hannan, M. T. & J. H. Freeman. 1984. Structural inertia and organizational change. <i>American Sociological Review</i>	12

	49(2):149-64.	
23	Nelson, R. & Winter, S. 1982. An Evolutionary Theory of Economic Change. Harvard University Press, Cambridge, MA.	12
24	Cyert, R.M. & March, J.G. 1963 A Behavioral Theory of the Firm. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.	12
25	Covin. J.G. & Slevin, D.P. 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. <i>Strategic Management Journal</i> , 10(1): 75-87.	12
26	Mathewson, G.F. & Winter, R.A. 1985. The Economics of Franchise Contracts <i>Journal of Law and Economics</i> , 28(3): 503-526.	12
27	Drucker, P. 1985. Innovation and entrepreneurship: practice and principles. Heinemann, London.	12
28	Sandberg, W.R. & Hofer, C.W. 1987. Improving new venture performance - the role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. <i>Journal of Business Venturing</i> , 2 (1): 5-28.	11
29	Kanter, R. M. 1983. The Change Masters: Corporate Entrepreneurs at Work. Simon & Schuster, New York.	11
30	Mintzberg, H. 1979. Structuring of organizations: a synthesis of the research. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.	11
31	Miller, D. & Friesen, P.H. 1982. Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms - 2 Models of Strategic Momentum. <i>Strategic Management Journal</i> , 3 (1): 1-25.	11
32	Hornaday, J.A. & Aboud, J. 1971. Characteristics of Successful Entrepreneurs. <i>Personnel Psychology</i> , 24(2): 141-153.	11
33	Knight, F.H. 1921. Risk, Uncertainty and Profit. Houghton Mifflin, New York.	11
34	Diamond, D. 1984. Financial intermediation and delegated monitoring, <i>Review of Economic Studies</i> , 51, 393-414.	11
35	Burgelman, R.A. 1983. Corporate entrepreneurship and strategic management - insights from a process study. <i>Management Science</i> , 29 (12): 1349-1364.	11
36	Williamson, O.E. 1985. The Economic Institutions of Capitalism. The Free Press, New York.	11
37	Pfeffer, J. & Salancik, G.R. 1978. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. Harper and Row, New York.	10
38	Pinchot, G. 1985. Intrapreneuring. Harper and Row, New York.	10
39	Evans, D. & Leighton, L. 1989. Some empirical aspects of entrepreneurship. <i>American Economic Review</i> . 79(3): 519-535.	10
40	Porter, M.E. 1985. Competitive Advantage. The Free Press, New York.	10
41	Hannan, M.T. & Freeman, J. 1977. The Population Ecology of Organizations. <i>American Journal of Sociology</i> , 82: 929,964.	10
42	Smith, N.R. 1967. The Entrepreneur and his Firm. Michigan State University Press, Michigan.	10
43	Caves, R.E. & Murphy, W.F. 1976. Franchising - firms, markets, and intangible assets. <i>Southern Economic Journal</i> , 42 (4): 572-586.	10
44	Child, J. 1972. Organization Structure, Environment. and Performance: The Role of Strategic Choice, <i>Sociology</i> , 6: 1-22.	10
45	Aldrich, H.E. & Zimmer, C. 1986. Entrepreneurship through Social Networks. in Sexton D.; Smilor, R.W.(eds) The Art and Science of Entrepreneurship. Ballinger, New York.	10
46	Brickley, J.A. & Dark, F.H. 1987. The choice of organiza-	10

	tional form - the case of franchising. <i>Journal of Financial Economics</i> , 18 (2): 401-420.	
47	MacMillan, I.C. & Day, D. 1987. Corporate ventures into industrial markets: Dynamics of aggressive entry. <i>Journal of Business Venturing</i> , 2(1): 29-39.	10
48	Guth, W.D. & Ginsberg, A. 1990. Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship. <i>Strategic Management Journal</i> , 11(5): 5-15	10
49	Burns, L.R. & Stalker, G.M. 1961. The Management of Innovation. Oxford University Press, Oxford	10
50	Stiglitz, J.E. & Weiss, A. 1981. Credit rationing in markets with imperfect information, <i>American Economic Review</i> , 71: 393-410.	10

Elaboración Propia

Tabla 4. 25 Documentos más citados en los 100 artículos ISI (2000-2005) más citados en SSCI

Orden	Documento	Citas
1	Schumpeter, J.A. 1934. The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Harvard University Press, Cambridge, MA.	19
2	Barney, J.B. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. <i>Journal of Management</i> , 17(1): 99-120.	16
3	Venkataraman, S. 1997. The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective, en: Katz, J. & Brockhaus (eds) "Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth, Vol. 3, p. 119-138, Greenwich, CT: JAI Press.	12
4	Schumpeter, J.A. 1942. Capitalism, Socialism, and Democracy. Harper, New York.	11
5	Burt, R.S. 1992. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Harvard University Press, Cambridge, MA.	11
6	Busenitz, L.W. & Barney, J.B. 1997. Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. <i>Journal of Business Venturing</i> , 12(1): 9-30.	10
7	Nelson, R. & Winter, S. 1982. An Evolutionary Theory of Economic Change. Harvard University Press, Cambridge, MA.	10
8	Stinchcombe, A.L. 1965. Social Structure and Organizations. In: J.G. March (ed) "Handbook of Organizations"	10
9	Shane, S.A. & Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. <i>Academy of Management Review</i> , 25(1): 217-226.	10
10	Gompers, P.A. & Lerner, J. 1999. The Venture Capital Cycle. MIT Press, Cambridge.	10
11	Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. <i>Academy of Management Review</i> , 21(1): 135-172.	10
12	Aldrich, H.E. & Zimmer, C. 1986. Entrepreneurship through Social Networks. in Sexton D.; Smilor, R.W. (eds) The Art and Science of Entrepreneurship. Ballinger, New York.	9
13	Evans, D. & Leighton, L. 1989. Some empirical aspects of entrepreneurship. <i>American Economic Review</i> . 79(3): 519-535.	9

14	Low, M.B. & MacMillan, I.C. 1988. Entrepreneurship: Past research and future challenges. <i>Journal of Management</i> , 14 (2): 139-161.	9
15	Gartner, W.B. 1988. Who is an entrepreneur? Is the Wrong Question. <i>American Journal of Small Business</i> , 12(4): 11-22	9
16	Aldrich, H.E. 1999. Organizations evolving. Sage, Thousand Oaks, CA.	9
17	Shaver, K.G. & Scott, L.R. 1991. Person, process, choice: the psychology of new venture creation. <i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> , 16(2): 23-45.	8
18	Kirzner, I.M. 1973. Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press, Chicago.	8
19	Petersen, M.A. & Rajan, R.G. 1994. The benefits of lending relationships - evidence from small business data. <i>Journal of Finance</i> , 49 (1): 3-37.	8
20	Zucker, L.G., Darby M.R. & Brewer M.B. 1998. Intellectual Human Capital and the Birth of US Biotechnology Enterprises. <i>American Economic Review</i> 88(1): 290-306.	8
21	Cohen, W.M. & Levinthal, D.A. 1990. Absorptive-Capacity - A New Perspective on Learning and Innovation. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 35(1): 128-152.	7
22	Arrow, K. J. 1962. "Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention." In <i>The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors</i> , National Bureau of Economic Research. Princeton University Press, Princeton.	7
23	Jaffe, A.; Trajtenberg, M. & Henderson, R. 1993. Geographic localization of knowledge spillovers as evidence by patent citations. <i>Quarterly Journal of Economics</i> , 108(3): 577-598.	7
24	Penrose, E.T. 1959. <i>The Theory of growth of the firm</i> . John Wiley and Sons, New York.	7
25	Petersen, M.A. & Rajan, R.G. 1995. The Effect of Credit Market Competition On Lending Relationships. <i>Quarterly Journal of Economics</i> , 110 (2): 407-443.	7

Elaboración Propia

La tabla 4 señala la evolución experimentada en los argumentos de fondo que respaldan la investigación y por tanto las nuevas teorías sobre el *entrepreneurship*, que a pesar de mantener un núcleo de referencias, más estable de lo que cabría suponer, parece sustituir, de forma lenta pero progresiva el análisis psicológico de los individuos, que por una parte va orientándose a grupos y equipos y por otra se desplaza hacia la atención a las oportunidades como causa y efecto económicos del desequilibrio y de las rentas empresariales. Igualmente, se constata el cambio metodológico, el intento de desarrollar una base teórica para el estudio de la función empresarial

Referencias

Acs, Z.J. & Audretsch, D.B. (1990). *Innovation and Small Firms*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Alvarez, S.A. & Busenitz, L.W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27, 755-775.
- Audretsch, D.B., Castrogiovanni, G.J., Ribeiro, D., & Roig, S. (2005). Linking *entrepreneurship* and management: Welcome to the International *Entrepreneurship and Management Journal*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 5-7.
- Barringer, B.R. & Bluedorn, A.C. (1999). The relationship between corporate *entrepreneurship* and strategic management. *Strategic Management Journal*, 20, 421-444.
- Brown, T.E., Davidsson, P. & Wiklund, J. (2001). An operationalization of Stevenson's conceptualization of *entrepreneurship* as opportunity-based firm behaviour. *Strategic Management Journal*, 22, 953-968.
- Bruyat, C., & Julien, P-A. (2000). Defining the field of research in *entrepreneurship*. *Journal of Business Venturing*, 16, 165-180.
- Busenitz, L.W., West III, G.P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N., & Zacharakis, A. (2003). *Entrepreneurship* research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, 29, 285-308.
- Coviello, N.E. & Jones, M.V. (2004). Methodological sigues in international *entrepreneurship* research. *Journal of Business Venturing*, 19, 485-508.
- Eckhardt, J.T. & Shane, S.A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29, 333-349.
- Fiet, J.O. (2001). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101-117.
- Finkle, T.A., Kuratko, D.F. & Goldsby, M.G. (2006). An examination of entrepreneurship centers in the United States: A national survey. *Journal of Small Business Management*, 44, 184-206.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Guest editors' introduction to the special issue strategic *entrepreneurship*: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22, 479-491.
- Kihlstrom, R.E. & Laffont, J.J. (1979). General equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87, 719-748.
- Knight, F. (1921) *Risk, uncertainty and profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Lee, S.M. & Peterson, S.J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35, 401-416.
- Leibenstein, H. (1979). Branch of economics is missing – Micro-Micro theory. *Journal of Economic Literature*, 17, 477-502.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Miller, D. (1983). The correlates of *entrepreneurship* in three types of firms. *Management Science*, 29, 770-791.
- Reynolds, P.D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24, 359-364.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper.
- Shane, S.A. & Venkataraman, S. (2000). The promise of *entrepreneurship* as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of *entrepreneurship* research: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Tushman, M.L. & Anderson, P. (1986). Technological discontinuities and organizational environments. *Administrative Science Quarterly*, 31, 439-465.