

# ASPECTOS DE INNOVACIÓN SCHUMPETERIANO: EL EMPRENDIMIENTO, EL PERFIL DEL EMPRESARIO EN EL CONTEXTO SOCIAL

*SCHUMPETERIAN ASPECTS OF INNOVATION: A REFLECTION ON ENTREPRENEURSHIP, THE ENTREPRENEUR PROFILE IN THE SOCIAL CONTEXT*

## Resumen

La redistribución del ingreso y el dinamismo económico de un país se sustenta sobre la competitividad empresarial y de la capacidad emprendedora de sus habitantes. Es decir, un emprendedor y empresario individual detecta 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", tiene un perfil de ingenio, busca incansablemente nuevas alternativas. Dado el resultado de esta actividad económica, se genera un cambio social, financiero y moral en la vida del emprendedor y empresario, visionarios en el mundo económico.

El empresario schumpeteriano se asocia con un perfil de iniciativa, visión, imaginación y emociones (Goss, 2005); de ahí que rompe los esquemas tradicionales, el dogmatismo y se sumerge de dotes de liderazgo para hacer una transformación en la organización (Schumpeter, 1934).

Ese proceso de transformación en la teoría Schumpeteriana es atractivo para hacer aplicaciones en las organizaciones modernas del mundo actual; sin embargo, ¿cuáles son los pilares que hacen que el proceso de la destrucción creativa sea inminente en las nuevas empresas?

Si bien en la apertura de este artículo de investigación no se pretende a ciencia cierta describir todos los pilares que sostienen de una u otra forma las posibilidades de acercarse a los aspectos que Schumpeter plantea como revolución empresarial, pero sí dejar evidente los principales pilares que conduzcan a aplicar la destrucción creativa como arma estratégica en las unidades de negocios.

Finalmente, se logran cambios transformacionales que promueven una ventaja ante otras organizaciones y se goza de un beneficio extra, producto de una cultura innovadora continua, para enfrentar los retos del mundo en etapa de posmodernidad.

**Palabras clave:** Innovación, Emprendimiento, Liderazgo, Creatividad, Transformación

## Abstract

Income redistribution and economic dynamism of a country is based on business competitiveness and entrepreneurship of its people. Is an entrepreneur and sole proprietor detects exploits business opportunities through small and medium enterprises in the capital normally participates, conducts an arbitration or simply "sell the idea" has a talent profile, continually endeavoring new alternatives. Given the outcome of this economic activity, social, financial and moral change in the life of an entrepreneur and businessman, visionary in the economic world is generated.

The Schumpeterian entrepreneur is associated with a profile of initiative, vision, imagination and emotions (Goss, 2005). Hence breaking the traditional schemes, dogmatisms and plunges leadership skills to make a transformation in the organization (Schumpeter, 1934).

This process of transformation in the Schumpeterian theory is attractive to modern organizations applications in the world today, but what are the pillars that make the process of creative destruction is imminent in new businesses? Although the initiation of this investigation, it is not intended to describe all sure pillars supporting some form of opportunities to approach the issues raised as Schumpeter business revolution. But if you leave obvious the main pillars leading to apply creative destruction as a strategic weapon in the business units.

Finally transformational changes that promote an advantage to other organizations and enjoys an extra benefit, the product of a continuously innovative culture, to meet the challenges of the postmodern world stage are achieved.

**Keywords:** Innovation, Entrepreneurship, Leadership, Creativity, Transformation.

Carlos Labarcés Ballestas

Estudiante de Administración de Empresas. Correo electrónico: Adarwin@uninorte.edu.co

RECIBIDO

18 de marzo de 2015

ACEPTADO

8 de abril de 2015



## INTRODUCCIÓN

En la actual economía de un mundo en proceso de posmodernidad, el hombre se ve en la necesidad de buscar oportunidades que generen valor agregado, beneficios económicos y que aceleran los ciclos de vida de otras empresas, como factor de supervivencia de sus organizaciones en un clima competitivo.

Este fenómeno del emprendimiento y creación de organizaciones ha sido un motor de desarrollo en los procesos sociales y económicos que ha llevado a la humanidad a una evolución. Uno de esos avances ha sido la invención tecnológica, crecimiento económico y nuevas formas de producción como consecuencia que ha tenido el desarrollo empresarial hasta nuestros días. Todo este proceso de cambio ha tenido diferentes etapas. Anteriormente, los modos de producción, el sistema feudal, el capitalismo, la revolución industrial con la invención de la máquina a vapor, el reemplazo de la arriería por nuevos transportes de mayor velocidad, producto de nuevos avances que traía consigo la modernidad.

Para Shane & Venkataraman (2000), el descubrimiento, la explotación de oportunidades, la aplicación de nuevos procesos productivos, son factores pertinentes para las oportunidades empresariales, tanto para el emprendedor como para el empresario de aquella época. Hoy día no es una tarea fácil para los emprendedores y empresarios el buscar esas oportunidades, ideas, donde el clima competitivo es denso, implacable y en estado de desequilibrio. Al no existir un mercado para las "oportunidades" el empresario debe explotarlas. Es decir, desarrollar sus habilidades para obtener recursos, planificar, organizar las ideas. Shane & Venkataraman (2000).

De lo anterior, el emprendedor y el empresario inician una carrera de comportamiento tipo bootstrapping vs business manager, ligados a combinar innovación, toma de riesgos y proactividad (Miller, 1983). En su opinión, una relación entre la teoría clásica del emprendedor innovador 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. Este artículo es producto de una revisión teórica de la teoría Schum-

peteriana del empresario innovador y enfoques teóricos de más análisis en el campo del emprendimiento empresarial, haciendo unas contribuciones con base a la revisión documental. El trabajo de este artículo finaliza con algunas consideraciones finales.

El desarrollo del trabajo se encuentra relacionado con lo que Veciana (1995) expresa en cuanto al enfoque teórico sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas, el surgimiento de los ciclos económicos, o proceso de desenvolvimiento e innovación (Schumpeter, 2005), y la relación de los individuos dentro de una organización persiguen las oportunidades" (Stevenson & Jarillo, 1990).

Esta revisión permite tener un conocimiento acerca de la importancia de los emprendedores y empresarios en la sociedad. En primera instancia, no existen estudios de alto nivel que determinen en Colombia cómo es el desarrollo de los emprendedores, aquellos que inician actividades económicas por necesidad, otros por oportunidad. Aunque desde el 2006 en Colombia se viene haciendo en ciertas universidades aliadas algunos estudios, pero aún no engloban la verdadera esencia científica de las causas del porqué el emprendedor se dispone a crear una unidad de negocio, la tasa de innovación y variables en que influyen los emprendedores, el monitoreo de los avances tecnológicos de las empresas Pyme jóvenes. Sin embargo, GEM (The Global Entrepreneurship Monitor), liderado por el Babson College, viene realizando una medición del avance en la creación de empresas desde el 2006, gracias al esfuerzo conjunto de las universidades Javeriana de Cali, ICESI, Universidad del Norte y la Universidad de Los Andes. Por último, se menciona la percepción de aquellas limitaciones formales e informales para el desarrollo de la capacidad emprendedora, que pueden fomentar o inhibir la propensión de un país o región a crear nuevas empresas teniendo como consecuencia desempleo, bajo capital intelectual, ausencia de factor competitivo entre ciudades y su capacidad para estar a la vanguardia mundial y la carencia de la inclusión a la redistribución del ingreso de sus habitantes.

## FUNDAMENTO TEÓRICO

El Marco Teórico se divide en cuatro puntos de estudios. 1) Nuevas combinaciones de Factores Cam-



biantes, la apertura a ¿cuál es la causa del cambio?, factores que influyen en una nueva estrategia. 2) Análisis de la actividad empresarial y el dinamismo dentro del emprendimiento. 3) Énfasis en el eje central del marco teórico, los aspectos de innovación de Joseph A. Schumpeter y, 4) Generación de nuevos proyectos empresariales.

## 1. Nuevas combinaciones de factores cambiantes

Para Schumpeter, el “empresario” es toda persona “que realiza nuevas combinaciones de los medios de producción” y, por tanto, incluye no solo a aquellos hombres de negocios “independientes”, sino a todos los que realicen dicha función, “aun si son dependientes” o “empleados de una compañía”, y cesan de serlo o pierden su carácter de empresario tan pronto como han establecido su empresa y empiezan a dirigir el negocio de forma rutinaria. Para Kirzner (1973), “empresario es aquél que está alerta a las oportunidades de negocio que no han sido identificadas por otros”. El término central del empresario de Kirzner es “alertness” que significa “un estar alerta”. Este conocimiento de las oportunidades de negocio, “perspicacia” o capacidad para identificarlas, es lo que define al empresario, según dicho autor. Sin embargo, puntualiza que “el aspecto del conocimiento que es crucialmente relevante para la función de empresario no es el conocimiento substantivo de los datos del mercado sino la “alertness” (perspicacia) y el “conocimiento” de dónde encontrar los datos del mercado” Kirzner (1973).

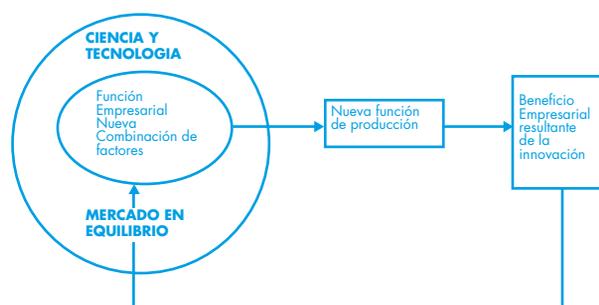
Según Kirzner (1973), como es el caso de Schumpeter, el empresario desempeña un papel importante en la economía. Este parte de un mercado en desequilibrio e imperfecto, precisamente porque el mercado está en desequilibrio y existen oportunidades de negocio. El empresario, con su actuación, conduce el mercado hacia un estado de equilibrio, que evidentemente nunca se alcanza.

Por otra parte, para McClellan (1961), “El empresario es alguien que ejerce control sobre los medios de producción y produce más de lo que consume con el fin de venderlo para lograr un beneficio propio”.

Cabe destacar la importante contribución de Schumpeter en su explicación del desarrollo económico, una contribución que solo en los últimos años ha empezado a estar valorada en su justo término, pues la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende -según Schumpeter- del comportamiento del empresario que hace una nueva combinación de factores. Esta supone una nueva función de producción. Las oportunidades para nuevas combinaciones de factores de producción resultan, fundamentalmente, del cambio tecnológico. De ahí que el modelo schumpeteriano de la creación de empresas puede representarse en la Fig. 1.

En el modelo schumpeteriano allí presentado explica la función empresarial, como nuevos factores que generan cambio dentro de un mercado en estado de equilibrio dado por la ciencia y tecnología que son propicios para que se conduzca a este proceso. Al existir una nueva combinación de factores, automáticamente se genera una nueva función de producción y, por último, resulta el beneficio empresarial derivado de la innovación. Es decir, la aplicación de los Aspectos de Innovación schumpeteriano en un mercado equilibrado desata una fuerza de producción que conduce a generar un impacto llamado Innovación.

**Figura 1.** El modelo schumpeteriano de la función empresarial



## 2. Análisis de la Actividad Empresarial

El emprendedor, dentro de la cadena de transformación de las actividades, es una de las más importantes. Posee esa capacidad de ver oportunidades que mejoren la calidad de vida y generan valor para el conjunto de la sociedad. Es capaz de transformar las actividades a un coste menor del valor que generan. Un emprendedor entiende la oportunidad como la

capacidad de generar un cambio, cuyo valor es mayor al coste. Duenas & Sagarra (2004).

Para Shane (1996) con su investigación empírica ha corroborado la hipótesis de la existencia de una relación positiva entre la tasa de cambio tecnológico y la tasa de creación de nuevas empresas. Esto significa la importancia del factor tecnológico que conduce un cambio en la apertura de empresas y el direccionamiento para que sean exitosas.

Existen, por otra parte, tres fundamentos para la explicación de la aparición de la actividad empresarial:

1. 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 & Laffont (1979), aceptar el riesgo, necesidad de logros McClelland, (1961) que diferencia al empresario del resto de la sociedad.
2. Destaca los factores del entorno económico que incentivan y hacen posible tales como dimensión de los mercados, la dinámica de los cambios tecnológicos Tushman & Anderson, (1986), de la estructura de mercado regulatorios y demográficos Acs & Audretsch, (1990), o la simple dinámica industrial, la actividad empresarial.
3. Está unido al funcionamiento de las instituciones, la cultura y los valores de la sociedad. Los enfoques no son excluyentes Eckhardt & Shane (2003), dado que la actividad empresarial es humana, no ocurre espontáneamente en la presencia del entorno económico, instituciones, cambios tecnológicos, regulatorios y demográficos. Entrepreneurship es elemento esencial para el progreso de una economía al vertebrarse de varias formas: Identificando, evaluando y explotando oportunidades de negocios, creando nuevas empresas y dinamizando las existentes y, por último, impulsando la economía, la 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.

De acuerdo con lo anterior, el estudio del entrepreneurship lleva a responder una serie de preguntas como: ¿Qué ocurre cuando el empresario actúa? ¿Por qué actúa el empresario? ¿Cómo actúa el empresario? (Stevenson & 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 & Venkataraman, 2000). Para responder estos interrogantes se menciona a Hernández, (2008) el cual describe del ¿por qué actúa el empresario? al establecer que a medida que avanza el sistema capitalista, hay división de trabajo, apertura de la especialización y por ende se empieza a fracturarse las funciones sociales que antes estaban en uno o pocos individuos.

El 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. No existe una base teórica para el estudio de la función empresarial, solo aproximaciones basadas en la casuística, las anécdotas o planteamientos fragmentados (Eckhardt & Shane, 2003). Aún no se ha abierto la caja negra de la función empresarial (Fiet, 2001).

### **3. Aspectos de Innovación Schumpeteriano**

Ahora bien, una vez explicada la relación entre el emprendimiento en el perfil empresario y emprendedor se procede a mencionar los cinco aspectos de innovación de Joseph A. Schumpeter que expone en la teoría de la destrucción creativa, de tipo ideal para la creación de organizaciones que busquen innovar y tener en cuenta en el mercado competitivo basa-



do en la teoría del Modelo de Equilibrio General de León Walras<sup>1</sup> (Orfila, 2007).

Por su parte, Schumpeter (1963) define la empresa como “la realización de las nuevas combinaciones”, y a los empresarios como “los encargados de dirigir dicha realización”. En la teoría del desarrollo económico Schumpeter realiza una diferencia entre innovación e invención. Una persona o emprendedor realiza innovación cuando introduce nuevos métodos de producción en una empresa ya existente o para la puesta en marcha de una nueva empresa; cuando utiliza métodos de producción existentes y distintos para obtener ventaja competitiva; cuando comercializa y utiliza medios de producción que ofrecen ventajas en relación con los existentes; cuando introduce bienes sustitutos en el mercado y cuando mejora un producto o servicio existente. Esto se afianza con la situación actual del mundo de hoy, se puede analizar que existen diferentes economías, algunas han llegado al límite de su crecimiento por una hiper-aceleración desmesurada, otras mantienen un rol modesto con base al crecimiento y la capacidad de demanda en el mercado, pero el punto clave es el entorno denso que viven las empresas del siglo XXI, la incesante búsqueda de evolucionar, al estilo darwiniano, pues solo sobreviven aquellas que tengan las mejores armas para competir, los factores políticos, económicos son un problema para pronosticar un margen de contribución lo suficientemente fuerte para absorber gastos y obtener beneficios económicos que es la verdadera esencia de una empresa existente.

Por otra parte, el emprendedor tiene la oportunidad de lanzarse al mercado ofreciendo un producto que genere un desequilibrio suficientemente competitivo, audaz que sea evidente, que se haga notar dentro de la competencia. Esto sin duda, sería lo ideal en el campo de los nuevos emprendedores sobre todo aquellos que inician la actividad económica por oportunidad, pues tienen conocimiento para poder

afrontar las barreras de entrada, la competencia y buscar soluciones para que la curva de crecimiento sea ascendente y longeva. Los emprendedores por necesidad carecen de un conocimiento teórico para los problemas que surgen luego de hacer actividades económicas, pero suelen ser negocios con un crecimiento limitado; al respecto, se puede mencionar el caso de la tienda barrial frente a las grandes estructuras.

Dicho lo anterior, es considerable mencionar la necesidad de búsqueda del conocimiento para que las organizaciones puedan realizar de manera exitosa las estrategias y planes derivados que busquen alcanzar los objetivos de emprendedores, empresarios, directivos comprometidos con las actividades económicas.

#### 4. Generación de nuevos proyectos

Veciana (1996), ante la creciente globalización de la economía y la aceleración del cambio tecnológico a raíz de las nuevas tecnologías, vuelve a cobrar actualidad la política de competencia y de crecimiento en las grandes empresas basada en la identificación de nuevas oportunidades y/o en el desarrollo de nuevos productos. Para ello se requiere creatividad e innovación. Surge así el llamado “venture management” o “corporate entrepreneurship” que se traduce por “generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores” (NPI), actividad que tiene por objeto identificar nuevas oportunidades y generar nuevos negocios para la empresa. Otro aspecto importante para nuevos proyectos innovadores es el éxito de las nuevas empresas que en gran parte dependen del perfil del empresario en el contexto sociocultural, pues son los factores del entorno los condicionantes del éxito, aquí se parte de la hipótesis de que son diversas las variables determinantes del éxito y fracaso de las empresas, y que, además, son variables controlables por el empresario. Por tanto, el éxito de la nueva empresa debería aportar conocimientos útiles para guiar la configuración y la dirección de la nueva empresa así como para predecir su fracaso.

1. El Modelo de equilibrio general de León Walras, es uno de los primeros modelos de la Ciencia Económica que aborda la situación de equilibrio general en el mercado de competencia perfecta bajo singulares condiciones. Además, es una excelente aplicación de las matemáticas al análisis económico que demuestra -con un sistema total de ecuaciones simultáneas que poseen igual número de incógnitas, condición esta que asegura su resolución- cómo lograr el equilibrio en varios mercados a la vez. Tomado de: <http://www.eumed.net/ce/2007b/dco-walras.htm>



## METODOLOGÍA

Para la realización del trabajo de investigación del cual se desprende este artículo científico, se utilizó información de la base de datos EBSCO, de donde fueron bajados los principales artículos científicos de acuerdo a la temática, material bibliográfico de la Biblioteca Karl C. Parrish, Universidad del Norte, así como información de la web.

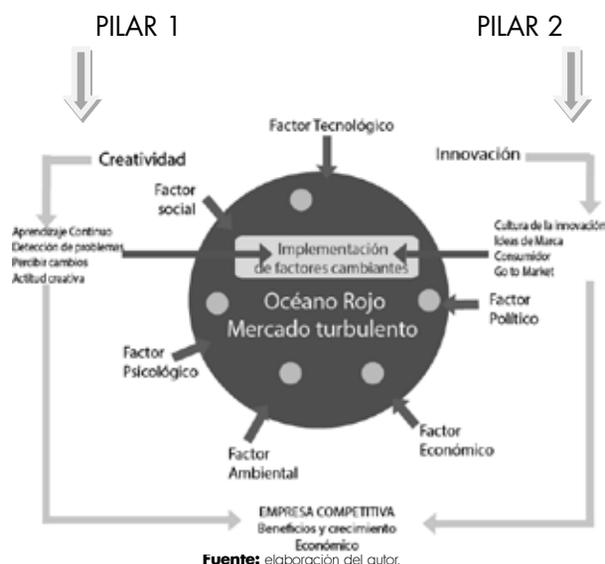
Esta investigación es de carácter documental, basada en una revisión de enfoque teórico, haciendo un análisis de aportes en el campo del emprendimiento, la teoría Schumpeteriana y la reflexión de otros autores influyentes en el campo del emprendimiento. Se debe tener en cuenta para los nuevos empresarios y emprendedores dentro un contexto social en la economía moderna actual. De igual manera, la presentación de una contribución de toda esta información previamente documentada, la posición del emprendimiento y creación de empresas en la teoría de la destrucción creativa y los nuevos retos del mundo posmoderno para la continuación exitosa de la actividad empresarial.

## Hallazgos

Dentro de esta revisión teórica y bajo las teorías que se ha incluido, se pretende explicar la función del empresario y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica. Se postularon cuatro puntos de análisis: el primer punto, es la nueva combinación de factores, la percepción de Kirzner (1973) con respecto a la teoría de Schumpeter, pues el uso de las teorías muestra de una forma pertinente las diferentes ideas que buscan explicar como el empresario es pieza fundamental en un mercado y qué herramientas puede utilizar para hacer innovación. El segundo punto, parte de la actividad empresarial y se relaciona con el tercer punto que destaca los cinco aspectos de innovación que menciona Schumpeter en la teoría económica. Si bien, es un punto de apertura para los factores condicionantes que se implementan en un mercado denso, en estado de desequilibrio, inestable, donde el emprendedor y el empresario tienen oportunidades para maximizar un beneficio económico por un tiempo en el que la competencia lo determine. El cuarto punto, es la generación de nuevos proyectos innovadores.

Se busca analizar de qué forma existen las diversas oportunidades para los emprendedores, las facilidades para crear proyectos y hacer una función empresarial dentro de las necesidades que se observen en el mercado.

## Principales Contribuciones



El punto principal y clave de esta contribución se centra en los pilares que inducen a introducir los aspectos de Schumpeter en la teoría del desenvolvimiento económico. El autor planteó un mecanismo o factor llamado tecnología como la caja de pandora para solucionar los problemas organizacionales. Introducir bienes, mejorar los productos, hacer este tipo de innovaciones se requiere de ciencia y tecnología. Pero de una forma no nos muestra cómo aplicar estos aspectos, ni de qué manera. ¿Cómo el emprendedor le dará uso a los aspectos de Schumpeter en una nueva empresa o en la ampliación de una empresa con cierta vida en el mercado. Son muchas de estas preguntas las que pueden formularse para analizar de qué forma se puede llegar a aplicar estos aspectos. De tal manera, con la información teórica, se contribuye a concluir en dos palabras clave llamadas 'pilares' (pilar 1, pilar 2).

Esos dos pilares son las bases fundamentales que se podrían acercar a englobar los aspectos de Schumpeter. Es decir, el pilar 1, llamado creatividad es

aquel que sostiene toda su órbita de conocimiento continuo del activo más importante de la empresa y es el recurso humano; este pilar conduce a que la organización sea fuerte y competitiva, tenga vida y movimiento, dinamismo. En este pilar además del concepto de aprendizaje continuo se derivan otros conceptos como es el análisis de problemas, procesos de cambio y creatividad como cuatro columnas que sostienen toda la órbita del pilar de la creatividad. Sin ellos una empresa no tiene futuro, no crece, no genera transformación ni es pertinente que evolucione constantemente y tenga nutrición autótrofa, aquel recurso humano capaz de dar lo mejor de sí por el bienestar de una empresa; esto significa que se tendría que hacer nuevos análisis en teoría de motivación pues últimamente no son factibles para las necesidades que el recurso humano empresarial tiene en estos tiempos.

El pilar 2 llamado Innovación, es el segundo que soporta la orbitación de la capacidad de generación cambiante. Es decir, toda la aplicación del proceso cálculo estratégico y cuantitativo que implica el desarrollo de los objetivos trazados en las organizaciones. Es un área de gran importancia y de cuidado en las empresas para obtener éxito. Muchas empresas quizá no ven sus beneficios porque sus áreas no son fuertes para competir en un océano rojo. Estos dos pilares son propicios a concentrar los aspectos de innovación de Schumpeter en combinación con la ciencia y tecnología; así se lograría obtener la destrucción creativa y la aplicación de estos procesos en las organizaciones cambiantes, lo que alcanzaría beneficios económicos y rentabilidad superior.

## CONCLUSIÓN

Este trabajo de carácter teórico permitió el diseño de un cuadro, que relaciona dos pilares claves, ellos son: la creatividad en el pilar 1, y la de innovación en el pilar 2; en el centro de ellos existe un mercado en desequilibrio, estos factores cambiantes contribuyen a la generación de ideas e implementación de cambios que rompan y destruyan el equilibrio del mercado. Desde el punto de vista en el entorno micro y macro los fundamentos teóricos ayudaron a sintetizar de una forma pertinente el proceso de una empresa competitiva en un mercado. Es decir, un ente económico creativo e innovador que produce

rendimientos económicos, promueve la desconexión de un mundo lógico y muy estructural, optando por aquellos factores dentro del entorno que hacen diferenciar una empresa de otra.

No obstante, es necesario realizar una continuación de la investigación. Un análisis a nivel empírico de Pymes de diferentes sectores de la economía, en este caso el contexto colombiano, es pertinente hacer un estudio exhaustivo de esos soportes que mantienen los pilares de innovación y creatividad en pie, aquellos que pueden ser parte para contribuir a mejoras en las empresas. Una combinación factible de la tecnología como factor principal en la búsqueda de la invención, formas para que de manera cuantitativa las áreas operacionales, medias y alta de la organización sean eficaces en ciencia y tecnología, un estudio en empresas de muy poco tiempo de creación, con un período no muy lejos a ocho años para poder analizar como el cuadro teórico es acorde a la realidad empresarial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ACS, Z. J. & Audretsch, D. B. (1990). *Innovation and Small Firms*. Cambridge, Ma: Mit press.
- Duenas, Ma., Sagarra, R. (2004). *Creación de Empresas. Teoría y Práctica*. McGraw- Hill.
- 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.
- Goss, D. (2005). ¿Schumpeter's Legacy? Interaction and Emotions in the Sociology of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (2), 205-219
- Hernández, I. (2008). *Empresa, Innovación & Desarrollo*. Recuperado el 11 de abril de 2012.
- Kihlstrom, R. E. & Laffont, J. J. (1979). *A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation*



- Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4).
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition & Entrepreneurship*. The University of Chicago Press.
- Knight, F. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin. McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*, Princeton, NJ: von Nostrand.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770-791.
- Orfila, D. del C. (2007). El modelo de equilibrio general de León Walras en: *Contribuciones a la Economía*.
- 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. (1996). Explaining variation in rates of entrepreneurship in the United States: 1899-1988. *Journal of Management*, 22(5): 747-781.
- Shane, S. A. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Schumpeter, J. A. (1963). *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico (3ra. ed.)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (2005). *Théorie de la monnaie et de la banque*, L'Harmattan, Paris, vol. I: L'essence de la monnaie, vol. II: Théorie Appliquée. Traducción del texto alemán *Das Wesen des Geldes*, 1970.
- 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.
- Veciana, J. M. (1995). *Entrepreneurship and a Scientific Research Programme*, Working paper: European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management, UAB.
- Veciana, J. M. (1996). *The Cluster as competitive Advantage of SMEs and the Role of Regional Public Policy for Regional Development*. Paper presentado en los *Rencontres de St. Gall*.

