

LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO


THE EVOLUTION OF THE ENTREPRENEURSHIP CONCEPT AND ITS RELATIONSHIP WITH INNOVATION AND KNOWLEDGE

<https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

Elizabeth Avila Angulo

elizabetavila@hotmail.com

Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, Bolivia

 <https://orcid.org/0000-0002-9596-830X>

Recibido: 15 de marzo 2021

Aprobado: 10 de abril 2021

RESUMEN

El iniciar cambios y generar oportunidades de negocios es lo que caracteriza al emprendedor convirtiéndose en el elemento fundamental de los procesos socioeconómicos, sin embargo, la explicación y caracterización de emprendimiento, pueden ser dadas desde diversas líneas de investigación. De aquí que el objetivo del presente artículo, es analizar las definiciones de emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. El artículo se caracteriza por ser una investigación de tipo descriptiva. Lo que ha permitido identificar que en este campo, no existe una sola teoría o perspectiva que defina y explique el emprendimiento como fenómeno de estudio, puesto que el enfoque de cada autor está dirigido a explicitar una determinada característica del emprendimiento, de acuerdo a la postura que asuma el autor; lo que ha llevado a concluir que los países más competitivos, así como las economías más desarrolladas se sustentan en la innovación, el emprendimiento y el conocimiento, como eje central de sus sistemas productivos.

Palabras clave: emprendimiento, emprendedor, conocimiento, innovación.

Código JEL: M13

ABSTRACT

Initiating changes and generating business opportunities is what characterizes the entrepreneur, becoming the fundamental element of socioeconomic processes, however, the explanation and characterization of entrepreneurship can be given from various lines of research. Hence, the objective of this article is to analyze the definitions of entrepreneurship and its relationship with innovation and knowledge. The article is characterized by being a descriptive research. This has allowed us to identify that in this field, there is no single theory or perspective that defines and explains entrepreneurship as a study phenomenon, since the approach of each author is aimed at making explicit a certain characteristic of entrepreneurship, according to the position that the author assumes; This has led to the conclusion that the most competitive countries, as well as the most developed economies, are based on innovation, entrepreneurship and knowledge, as the central axis of their production systems.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, knowledge, innovation.

JEL code: M13

INTRODUCCIÓN

Hablar de emprendimiento era más común en los ámbitos empresariales y las escuelas de negocio, provocando un reduccionismo a un campo específico, este aspecto ya fue mencionado por autores como Cuervo, Ribeiro & Roig (2006, p. 8) quienes manifestaban que: “Entrepreneurship se presenta muchas veces bajo las denominaciones de factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial e incluso se habla de espíritu empresarial”, sin embargo, de acuerdo al análisis sociohistórico conceptual se reconoce al emprendimiento como respuesta o resultado emergente para que la sociedad pueda enfrentar épocas de crisis, incertidumbre, cambio o transformación, de ahí que es fundamental reconocer la contribución del emprendimiento al desarrollo económico a través de la innovación, puesto que desde la lógica económica del siglo XXI, “la innovación se convirtió en un factor competitivo cada vez más importante” (Weiers, 2014, p. 41), la competencia entre empresas, países u continentes se reflejan a través de los indicadores macroeconómicos, demostrando una eficiencia económica en los sistemas de producción.

Es por ello, que en el proceso de innovación resalta la existencia de filtros internos y externos de conocimiento al interior de las organizaciones y corporaciones. De aquí que la economía del conocimiento, caracterizada por la ambigüedad y la incertidumbre, la globalización, la generación de nuevos saberes y la abundancia de la información requieren individuos emprendedores (Julien, 2005).

Recientemente, la tradición schumpeteriana ha vinculado el emprendimiento con el crecimiento económico, al señalar su papel como filtro de conocimiento (Acs et al., 2009). En este sentido, el conocimiento se convierte en un factor clave que permite la función empresarial y crea oportunidades (Audretsch & Keilbach, 2007; Malerba & McKelvey, 2018; Metcalfe, 2002; Winter, 2016)

Debido a las cualidades inherentes del conocimiento - incertidumbre, asime-

trías y transacciones costos elevados - el emprendimiento se vuelve más importante en una economía basada en el conocimiento. El emprendimiento proporciona uno de los mecanismos clave por los cuales el nuevo conocimiento económico se extiende desde la fuente hasta los que lo comercializan (Audretsch & Thurik, 2001, p. 5)

Lo que lleva a establecer como objetivo del presente artículo el de analizar la definición emprendimiento, su evolución y su relación con el conocimiento e innovación, a objeto de establecer un marco referencial. A continuación, se explica la metodología, los criterios y el análisis de datos utilizados. Posteriormente se presenta el análisis de la evolución del emprendimiento desde una perspectiva conceptual, para finalizar establecer la relación del conocimiento con el emprendimiento: génesis de la innovación.

METODOLOGÍA

La revisión de los documentos bibliográficos digitales se realizó en distintas bases de datos: Scielo, Microsoft Academic, American economic Association, Research Papers in Economics (RePEc), Google Scholar, Revistas Bolivianas – Scientific Electronic Library Online. La búsqueda se llevó a cabo en español como en inglés, no limitando el año de publicación a fin de obtener estudios que contribuyan potencialmente a la comprensión de la categoría emprendimiento como objeto de estudio, para ello se ha realizado la revisión de 216 artículos, seleccionados de acuerdo a los criterios de inclusión y exclusión.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN

El establecimiento de criterios de inclusión y exclusión surge del análisis categorial Tabla 1. construido para el presente estudio: el objeto y objetivo de la investigación, los cuales se sustentan en la lectura de fuentes bibliográficas como artículos científicos y libros ya sean impresos o digitales.

Tabla 1. Relación objetivo y categoría de análisis

Objetivo	Categoría de análisis
analizar la definición emprendimiento y su relación con el conocimiento e innovación, a objeto de definir posibles líneas de investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de emprendimiento • Evolución del concepto de emprendimiento • Transformación de la definición en el tiempo • Relación entre emprendimiento, conocimiento e innovación • Contribución al campo del conocimiento

Fuente. Elaboración propia

En cuanto a los criterios de inclusión, se consideró todos los documentos accesibles, centrados en el emprendimiento, evolución, relación entre emprendimiento, conocimiento e innovación. Por otro lado se aplicó el criterio de exclusión a los artículos u documentos que no cumplan con el criterio mencionado en la inclusión.

La selección de los contenidos parte de la revisión de los abstracts que ha determinado la lectura de los artículos completos, a objeto de identificar si la información guardaba relación con el objetivo del presente artículo y la categoría de análisis.

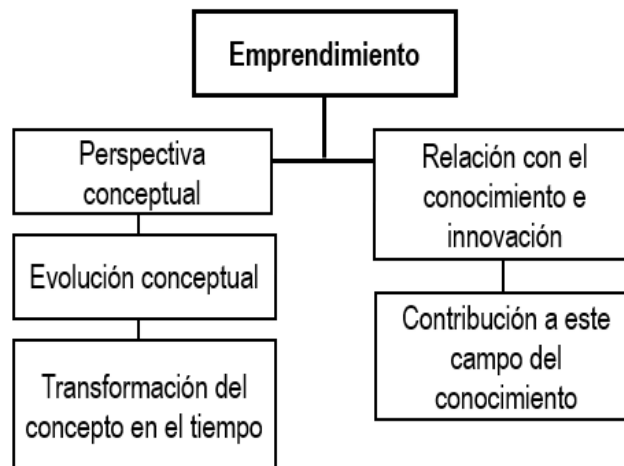
ANÁLISIS DE LOS DATOS Y ESTRUCTURACIÓN DEL CONTENIDO

La estructura del análisis de la información se sustenta en la aplicación de los siguientes métodos teóricos: el método de transito de lo abstracto a lo concreto, análisis – síntesis, el método inductivo – deductivo y el método lógico e histórico. Según la profundidad corresponde a una investigación descriptiva.

Por consiguiente, el análisis se fue estructurando desde un enfoque constructivista, a partir de un diseño emergente, que ha permitido la comprensión del emprendimiento, como parte de una actividad de independencia individual y empresarial articulado al desarrollo de la innovación y el conocimiento.

A partir de la matriz del objetivo y la categoría de análisis, se estructura la Figura 1 que permite visualizar las categorías en sus relaciones, y evidencia un sentido de jerarquía para estructurar el contenido como parte del sistema categorial.

Figura 1. Estructuración del contenido



Fuente: Elaboración propia en base a la tabla de relación de objetivo y categoría de análisis.

1. EL EMPRENDIMIENTO DESDE UNA PERSPECTIVA CONCEPTUAL

El emprendimiento es significativo para el desarrollo de cualquier país, evidenciándose en el beneficio que la sociedad recibe de los emprendedores, no solo es hacer referencia a la resolución de problemas del consumidor y la satisfacción de necesidades del mercado, sino también, es reconocer su aporte en la creación de empleos, el desarrollo de políticas públicas para fomentar el emprendimiento, la promoción de una sociedad inclusiva cuya participación se dé de forma equitativa en todos los ámbitos, la innovación de procesos y productos, además del crecimiento económico del país.

Schumpeter (1934), "atribuye el papel principal en este tipo de desarrollo al emprendedor: Las acciones empresariales son el mecanismo principal en el proceso de desarrollo económico y la perturbación del sistema económico es imposible sin ellos" (Croitoru, A., 2012, p. 141). Es en este entendido que, el estudio del emprendimiento en los últimos años se ha convertido en un campo de investigación y análisis.

El interés académico en torno al emprendimiento, se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio-productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo (Kantis et al., 2002)

Elementos que permiten generar explicaciones de la contribución del emprendimiento en el crecimiento económico y no quedar restringido al ámbito de la macroeconomía; para una mejor comprensión, es fundamental retomar a Schumpeter (1934) citado en Audretsch & Thurik (2001, p. 4), por la vinculación que realiza entre el crecimiento con la empresa (desde la perspectiva de unidades económicas) que según este autor, "el rendimiento, medido en términos de crecimiento económico, está determinado por el grado en que la estructura de la industria utiliza de manera más eficiente los escasos recursos". Esto lleva a Dosi (1988, p. 1157), que en su revisión

sistemática de la literatura en el Journal of Economic Literature, concluye que: "Cada actividad de producción se caracteriza por una distribución particular de las empresas".

Por lo expresado, los cambios y transformaciones que se dan en los procesos de producción y transformación al interior de las empresas responden: al espíritu emprendedor, los avances tecnológicos y la globalización, que son parte de la actividad económica basada en el conocimiento, este último reconocido como elemento fundamental para una mejor organización que propicie actividades innovadoras al interior de las empresas, proporcionando competitividad.

La innovación es la herramienta específica de los emprendedores, el medio por el cual explotan el cambio como una oportunidad para un negocio diferente o diferente servicio. Es capaz de ser presentado como una disciplina, capaz de ser aprendido, capaz de ser practicado. Los emprendedores necesitan buscar a propósito las fuentes de innovación, los cambios y sus síntomas indican oportunidades de innovación exitosa y necesitan saber y aplicar los principios de esta innovación exitosa (Drucker, 1985, p. 9).

De ahí, que es importante revisar las características y alcances del emprendimiento, desde sus diversas concepciones asumidas, si bien, es una temática relativamente nueva en el campo académico, ya en los años ochenta surge la necesidad de investigar la creación de empresas.

El estudio de Moncayo (2008) evidencia que emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en el que sea empleado; se encuentran varias maneras de definirlo y entenderlo, pero, muchos autores coinciden en que dicho vocablo se deriva de entrepreneur, que a su vez se origina del verbo francés entreprendre, que significa "encargarse de".

Por ello que, autores como Flor & Lara (2012) expresan que: los primeros estudios sobre el emprendedor hay que situarlos históricamente, a finales del siglo XIX y principios del XX. Sin embargo, es fundamental reco-

nocer que la raíz de “este término proviene del francés “entrepreneur” y fue introducido por primera vez por Cantillon en la primera mitad del Siglo XVIII para identificar a quien tomaba la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto” (Alonso & Galve, 2008, p. 7). Así también, autores como Castillo (1999), concluyen que la actitud hacia la incertidumbre es lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente, este término fue utilizado para identificar a quien comenzaba una empresa, por esa razón este término fue asociado a empresarios innovadores. Sin embargo:

[...] fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca, manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. Hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes (Castillo, 1999, p. 4).

En cuanto a las definiciones de emprendedor (entrepreneur), la literatura revisada sustenta evidencias teóricas y empíricas que abre la posibilidad a diversas líneas de investigación, permitiendo un mayor sustento teórico empírico del objeto de estudio.

El emprendimiento, como tema de investigación, aún se encuentra en una evolución progresiva, junto a las teorías que conforman esta disciplina. No obstante, el presente estudio expone los autores más significativos y representativos, a objeto de lograr una mejor comprensión de la progresión histórica que ha tenido el tema en particular y su evolución en la definición. El trabajo de Cantillon (1755, p. 21) lo coloca entre los primeros exponente en el tema, autor que define al emprendedor como una “persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende, tomando decisiones acerca de obtención y uso de recursos admitiendo consecuentemente el riesgo en el empre-

dimiento”. Sin embargo, Smith (1796) expresa que: el “entrepreneur es un individuo que emprende la formación de una organización con fines comerciales, reconociendo la demanda potencial de bienes y servicios, y actuando allí como agente económico y transformando la demanda en oferta” (Central board of secondary education, 2013, p. 4). Bajo la misma concepción Say (1803) expresa que un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento (Kruiger, 2004).

Alfred Marshall (1930), incorporó su interpretación al término emprendimiento, al agregar que un emprendedor debe tener la capacidad de gestionar con y a través de otras personas y debe estar constantemente alerta para buscar oportunidades o innovar para minimizar costos y progresar.

Por otro lado, la definición propuesta por Turgot y Say (1803) citado en Bruyat & Julie (2001, p. 167), “Consideran al emprendedor como la persona que crea y desarrolla nuevos negocios”. Estas primeras definiciones, se sustentan en un enfoque de agente económico, dedicado a la producción y comercialización de bienes y servicios, esta actividad no solo reconoce la demanda potencial que posibilitan grandes oportunidades de ofertas, satisfaciendo las necesidades del consumidor, sino también, se evidencia su dinamismo en la actividad económica. En la misma perspectiva conceptual, Formichella (2004, p. 4) plantea que: “Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita”.

Siguiendo este análisis de los precursores del término emprendimiento,

De Vries (1977) citado en Bucardo et al. (2015, p. 98) considera que: “Es necesario adicionar la dimensión de la toma de riesgo: el emprendedor no solo arriesga su capital económico, sino también, su imagen social y los costos psicológicos asociados con el fracaso”. En esta definición no solo contempla la dimensión económica, sino también, características sociales y psicológicas, estableciendo una relación dialéctica entre estos tres elementos, puesto que la acción de emprender se constituye en un proceso de interdependencia, interviniendo recursos, como: creatividad, experiencia, inteligencia emocional, la imagen, el estatus y el rol social, entre otros.

Ahora bien, el profesor J. Schumpeter (1934), incorpora una nueva perspectiva definiendo a los emprendedores como: “innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios”. Siguiendo este mismo paradigma Peter Drucker (1985) expresa que: “Un entrepreneur busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso”. Ambos autores enfatizan la innovación como instrumento de cambio y de transformación, mediante las actividades que implementan dejando explícito el rol del emprendedor y su contribución al desarrollo de los países. Por otra parte, De Vries (1977) identifica al emprendedor a partir de los roles que cumple al concebir e implementar la idea: (a) innovación; (b) administración o coordinación, y (c) toma de riesgos (Bucardo et al., 2015, p. 98).

Por su parte, Kirzner:

enriqueció el rol del emprendedor en el logro de la coordinación de mercado y la innovación, la naturaleza del capital y el interés, haciendo énfasis sobre los peligros de una economía regulada y la importancia de la libertad individual para obtener la creatividad que mejora la condición humana (Rodríguez & Jiménez, 2005, p. 76).

De esta forma, autores como Au-

dretsch y Thurik (2001), señalaron que: “Los emprendedores han sido reconocidos como catalizadores del crecimiento económico de dichos sistemas, como agentes que buscan nuevos productos y mercados y establecen novedosas unidades productivas, generan empleo e implementan innovaciones para incrementar la productividad”. Bajo estas definiciones, los emprendedores contribuyen a un mejor desarrollo sostenible de la calidad de vida del país, incidiendo como parte de una estrategia económica, puesto que para el incremento de la productividad y la generación de empleo deben considerar que se atraviesa un proceso multidimensional, donde intervienen factores políticos, económicos, culturales, psicológicos y otros, que permitan la generación de actividades económicas, considerando la responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente.

Por otro lado, Pereira (2003) reseñado por Bucardo et al. (2015, p. 98) manifiesta que: “el emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla”. Así también Lezana & Tonelli (1998) conciben que los emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto (J. A. Bóveda, 2004).

Sin embargo, los resultados de las investigaciones de Rodríguez & Jiménez (2005), plantean que el *Entrepreneur* o emprendedor, es quien deja de ser solo un tomador de riesgos económicos, para convertirse en un innovador de productos y servicios. De modo que la creación de una nueva empresa parte de que el emprendedor deba [...] permanecer alerta a los cambios y condiciones del mercado, anticipándolas de la mejor manera posible. En su posición sobre la naturaleza del emprendimiento, afirmó que “en toda

acción humana está presente un elemento que, aunque es crucial para la actividad economizante en general, no se puede analizar en términos de economía, maximización o con criterios de eficiencia. Kirzner 1930 citado en (Rodríguez & Jiménez, 2005, p. 76).

Kreiser and Davis (2010), explican que el espíritu empresarial es una perspectiva de búsqueda de oportunidades y visión de futuro que implica la introducción de nuevos productos o servicios antes de la competencia y su actuar en previsión de la demanda futura para crear, cambiar y dar forma al entorno de la empresa (Bedi, 2017, p. 754).

Así también, autores como Roberts y Woods (2005, p. 46) han señalado que: “El emprendedor es alguien que descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta ante la oportunidad y la necesidad de innovación”. Por tanto, el emprendimiento es la creación de valor por parte de personas y organizaciones, trabajando juntos para implementar una idea a través de la aplicación de habilidades, la creatividad, el impulso y la disposición a asumir riesgos (Stevenson & Jarillo, 1990). Sin embargo, también es necesario considerar el análisis del emprendimiento desde la empresa constituida, ya que puede ser asumida como una actividad estratégica de la gestión, que les permite revitalizarse, generando nuevas ventajas mediante el proceso emprendedor o dando paso al surgimiento de una nueva empresa (Audretsch et al., 2009).

Por otro lado, Toca (2010) citado en Patiño et al., (2018, p. 24) concluye que:

“El emprendedor se entiende como el individuo que desarrolla la capacidad para poner en marcha oportunidades a partir de ideas básicas, innova a partir de este proceso y sorteando los entornos hasta conseguir el objetivo que da origen a su motivación”.

Max Olivares (2017) citado en (Rodríguez & Jiménez, 2005, p. 78) reseñan en su estudio que: “El emprendedor es capaz de crear nuevas formas de solucionar problemas, de forma creativa, en un entorno específico”. En la misma perspectiva Nelson (1997), considera que el emprendimiento es un proceso cognitivo de transformar

una idea innovadora en un producto de valor agregado o crear una nueva empresa. Siguiendo con este análisis conceptual autores como Saldarriaga & Guzmán (2018, p. 129) exponen que: El emprendedor es quien tiene una idea de negocio, la pone en marcha, asume los retos, hace una inversión de capital – propio o préstamo–, con el fin de obtener una ganancia y, en algunos casos, generar empleos y se contribuya por medio de este a un mejoramiento de niveles sociales y el entorno económico de la región.

Por otra parte, el estudio de vanguardia realizado por Harpreet Singh Bedi (2017), propone que la orientación emprendedora, es una conceptualización multidimensional sugiriendo como dimensiones sobresalientes: la innovación, toma de riesgos, proactividad, agresividad competitiva y autonomía.

Reynolds (2005) lo conceptualizaba desde una función empresarial 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. El emprendimiento, algunas veces descrito como una subdisciplina de la estrategia, habría conocido los mismos cambios. La atención largamente prestada a las características del emprendedor se concentra igualmente sobre la descripción de los procesos empresariales (Fonrouge, 2002). Por lo cual el emprendimiento, implica la búsqueda y generación de actividades económicas sustentadas en una capacidad humana que incluye la experiencia personal (conocimiento) y social que le permite al emprendedor utilizar la capacidad de una empresa y sus recursos además de identificar las oportunidades del mercado generando nuevos productos, servicios, procesos o mercados (Ahmad & Seymour, 2008, p. 9).

Es decir, mientras más innovadora sea la economía de un país, tiene mayores posibilidades de mejorar la calidad de vida y brindar mayores y mejores beneficios a la población, para ello, es fundamental promover desde los distintos estamentos la creación de una

cultura que articule la innovación, educación y la economía con la calidad de vida, el bienestar sociocultural y el conocimiento.

1.1. LA DIMENSIÓN HUMANA DEL EMPRENDEDOR: CORRIENTES DE INVESTIGACIÓN

Los avances y la evolución que ha tenido el emprendimiento desde lo conceptual, se ha multiplicado, generando una amplia producción bibliográfica, aspecto que permite el estudio desde diversos enfoques de la iniciativa empresarial, sin embargo, los aportes también resaltan cada vez la dimensión humana del emprendedor, siendo el punto de partida para transformarse en un agente y catalizador económico.

Es por ello que, el análisis del emprendedor no puede estar sustentado solo desde la perspectiva económica, también es fundamental considerar su dimensión humana, capacidades como la determinación, la perseverancia, el manejo de las frustraciones, toma de decisiones y otras características que en su conjunto conforme un perfil que en la preparación de un desarrollo personal, lo lleve a posesionarse como empresario. Para ello, se parte de la propuesta de clasificación presentada por Chu (1998, p.9), y retomado por autores como Kruger (2004, p. 15) y Silva (2011, p. 3), la cual muestra cuatro corrientes, estableciendo cada una sus características y líneas de interrogantes, dando la posibilidad de brindar una mejor comprensión de cada una de ellas, conforme presenta la tabla 2. que sigue a continuación:

Tabla 2: Principales corrientes de la investigación sobre el emprendedurismo según Chu (1998)

Corrientes principales	Temas de Investigación	Líneas de preguntas
Psicológica: rasgos y conducta	Características de los emprendedores y del proceso emprendedor	Causas (Por qué)
Sociológica : social y cultural	Emprendedores de diferentes fondos culturales y sociales	Causas (Por qué)
Económica	Relación entre el entorno económico y el emprendedurismo	Efectos (Qué)
Gerencial	Habilidades de los emprendedores, gerencia y crecimiento	Conducta (Cómo)

Fuente: Kruger (2004, p. 15)

Bedi (2017, p. 755), en la "International Conference on Strategies in Volatile and Uncertain Environment for Emerging Markets", expresa que la construcción del emprendimiento está asociada con el dominio de la psicología que busca explicar por qué ocurre el emprendimiento. Concluyendo con una propuesta multidimensional centrada en cuatro componentes: innovación, toma de riesgos, proactividad, agresividad competitiva y autonomía. El estudio propone la adopción del enfoque de contingencia para la relación orientación emprendedora y rendimiento empresarial.

Oliver Williamson, el premio Nobel de ciencias económicas de 2009, consideraba que los costos de transacción reflejaban no solo la tecnología, sino también, la naturaleza humana: "La economía de los costos de transacción caracteriza la naturaleza humana tal como la conocemos por referencia a la racionalidad limitada y al oportunismo. La primera reconoce los límites de la competencia cognitiva para la simple búsqueda del interés propio" (Audretsch & Link, 2019, p. 22)

De esta manera se puede establecer que: la innovación y el espíritu empresarial son pro-

cesos cruciales para el crecimiento económico y la competitividad de las regiones. Un elemento clave para tener éxito en la economía empresarial es el desarrollo de un nuevo arquetipo de capital humano, que sea capaz de combinar la innovación tecnológica con los desafíos comerciales y el desarrollo social, asegurando la sostenibilidad económica, tecnológica y ambiental. (Elia et al., 2017, p. 27)

2. EL EMPRENDIMIENTO BASADO EN EL CONOCIMIENTO: GÉNESIS DE LA INNOVACIÓN

El espíritu emprendedor, el conocimiento, la innovación y el desarrollo económico forman parte de un proceso dialéctico y dialógico que en su conjunto hacen frente a las exigencias de un mundo dinámico, transformador y por ende a una economía rápidamente cambiante, que exige a las comunidades, empresas y personas, el desarrollo de nuevas competencias, habilidades y destrezas que permitan ofrecer productos, servicios y tecnologías novedosas. Por consiguiente, “adquirir el conocimiento que necesitan para organizar nuevos negocios es un proceso de aprendizaje permanente para los emprendedores incipientes, tanto antes como durante el proceso de organización” (Aldrich & Yang, 2014, p. 59). Así el conocimiento se ha convertido en el elemento clave de los sistemas de innovación, puesto que la transformación de ideas en oportunidades económicas, es lo que caracteriza al emprendedor.

En esta misma línea, Porter (1991); Patchell (1993) y Lundvall, (1995), explican que: “el conocimiento emerge como un elemento clave de la competencia, beneficiando a las firmas que crean y/o aplican conocimientos más rápidamente que sus competidores” (Kantis et al., 2005, p. 4). Así también Peter Drucker (1985, p. 32) en su obra “Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles” expresaba que “el conocimiento útil que permite al hombre por primera vez hacer que las personas productivas de diferentes habilidades y conocimientos trabajen juntas en una organización es una innovación de este siglo”. Por tanto, las empresas que incorporan la capacidad de aprender y reaprender en la práctica, desde la práctica y para la práctica empresarial, se dan la oportunidad de estar preparadas para responder a cambios externos como parte de un proceso de transformación.

De aquí que autores como: Agarwal, Au-

dretsch, & Sarkar, (2007), Braunerhjelm, Acs, Audretsch, & Carlsson (2010), Crossan & Apaydin, (2010), Galindo-Martín, Méndez-Picazo, & Castaño-Martínez (2016), Powell, Kouropalatis, Morgan, & Karhu (2016) Elia, Secundo, & Passiante (2017), Audretsch & Link (2019), Piñeiro-Chousa et al., (2019), reconocen que la sociedad basada en el conocimiento presenta una integración e interacción entre el espíritu empresarial, la innovación y el conocimiento, permitiendo el crecimiento económico. Sin embargo no se desconoce que el crecimiento económico puede darse independiente de la innovación. Además, en los últimos años autores como Block et al., 2017; Ghio, Guerini, Lehmann, & Rossi-Lamastra, 2015; Huggins & Thompson, 2015, citado en Piñeiro-Chousa et al., (2019) han señalado que la promoción del conocimiento, el espíritu empresarial o la innovación de forma aislada no mejora el crecimiento económico.

Por lo expuesto, es necesario subrayar que en la economía del conocimiento se ha identificado un acelerado crecimiento y acumulación del mismo, gracias a las tecnologías de la información, así como su depreciación, es una clara muestra del progreso científico y tecnológico que ha llevado a la economía industrial a una transformación profunda, sustentada en la educación, investigación, tecnologías de la información entre otros, que permitan la creación de nuevos conocimientos, en definitiva, una economía basada en el conocimiento no debe reducirse a la alta tecnología, puesto que para autores como David, P. A. y Foray, D., (2002, p. 7) “el conocimiento ha ocupado siempre el lugar central del crecimiento económico y de la elevación progresiva del bienestar social”. La capacidad de inventar e innovar, es decir, de crear nuevos conocimientos y nuevas ideas que se materializan luego en productos, procedimientos y organizaciones, ha alimentado históricamente al desarrollo.

En efecto, la nueva perspectiva del desarrollo económico es la de generar modelos teóricos de conocimiento, que representen y explique la realidad convirtiéndose en una herramienta predictiva que contribuya al crecimiento económico.

Por consiguiente, la importancia de la investigación y el Desarrollo experimental (I+D) que “se encuentra en las ciencias sociales, las humanidades y las artes, así como en las ciencias naturales y la ingeniería” (OCDE, 2015, p. 46), “comprende el trabajo creativo y sistemático realizado con el objetivo de aumentar el volumen de conocimiento (incluyendo el conoci-

miento de la humanidad, la cultura y la sociedad) y concebir nuevas aplicaciones a partir del conocimiento disponible" (OCDE, 2015, p. 47). De esta forma la actividad investigativa sienta la base para la generación de nuevos conocimientos que respondan a las necesidades y resolución de problemas de la sociedad, para el beneficio de la población en general. Sin embargo, la producción del conocimiento en el actual contexto aún se encuentra en condiciones desiguales, esto en relación a los sistemas educativos de cada país, visibilizándose en el desempleo y el deficiente crecimiento económico entre otros.

Stromquist, (2000) expresa que la apertura de los mercados, la desregulación, la producción orientada a la exportación y el crecimiento del sector informal caracterizan la economía global. Inexorablemente se pierden puestos de trabajo en los sectores que se modernizan, mientras que el sector servicio gana peso frente a la producción industrial y se habla de la terciarización de la economía. En el contexto de la globalización, las principales fuentes de competitividad de un país derivan de su capacidad de articular ciencia, tecnología, administración y producción. (Tarazona de Niño, 2002, p. 84).

En síntesis, se puede evidenciar que el conocimiento es el origen de la innovación que se da en el emprendimiento, no es otra cosa que la puesta en práctica del conocimiento existente o recientemente generado, a través de la experiencia, la interpretación y reflexión de las personas que emprenden, sin embargo, el emprendimiento al interior de las empresas puede surgir no solo de la alta gerencia, sino también, del personal por la capacidad de generar nuevas ideas, que permitan favorecer a las empresas permitiendo colocarlas en una mejor posición dentro de la competencia. Lo expuesto, denota la importancia del rol del conocimiento en este siglo XXI por la dinámica del desarrollo económico, la internacionalización, las redes de comercialización y de comunicación que se encuentran al alcance de todos.

Generar el conocimiento como parte del emprendimiento, es atravesar por un proceso de investigación, recabar la información que permita dar solución a necesidades y problemas; parte de este proceso de investigación es: conocer cómo aborda el cliente o el usuario el problema, qué hace para solucionarlo, qué productos o servicios está usando actualmen-

te. Estos cuestionamientos permiten validar la problemática, estableciendo el esfuerzo, el tiempo y los recursos que invertirá el emprendedor para solucionarlo.

Schumpeter (1963) en la teoría del desarrollo económico, la "destrucción creativa" realiza una clara diferenciación entre innovación e invención. Mientras la invención se refiere a la creación o combinación de nuevas ideas, la innovación va más allá, ya que consiste en la transformación de un invento en algo susceptible de comercialización, en un bien o servicio capaz de satisfacer las necesidades del mercado existentes o creadas por el propio empresario. (Valencia de Lara & Patlán, 2011, p. 22)

En este contexto, Schumpeter (1994), con un enfoque economista, establece una diferencia entre la invención e innovación:

Mientras la invención se refiere a la creación o combinación de nuevas ideas, la innovación va más allá, ya que consiste en la transformación de un invento en algo susceptible de comercialización, en un bien o servicio capaz de satisfacer las necesidades del mercado existentes o creadas por el propio empresario.

Sin embargo, dependiendo de la teoría económica que se analice se podrá definir o conceptualizar el emprendedor o empresario como actores y gestores del desarrollo económico. "Lo cierto es que, si bien los empresarios pueden ser inventores, como pueden ser capitalistas, lo son por coincidencia y no por naturaleza, y viceversa". (Valencia de Lara & Patlán, 2011, p. 22)

Las teorías de la innovación, como el modelo de eslabones de cadena de Kline y Rosenberg (1986) y la teoría de los sistemas de innovación (Freeman, 1987; Lundvall, 1992; Nelson [ed.], 1993; OCDE, 1997) enfatizan que la innovación no es un proceso lineal y secuencial, pero implica muchas interacciones y retroalimentaciones en la creación y uso del conocimiento. Además, la innovación se basa en un proceso de aprendizaje que se sustenta en múltiples entradas y requiere una resolución continua de problemas (OECD/Eurostat, 2018, p. 45). "El emprendimiento innovador es más probable que ocurra con algunas fuentes de oportunidades que con otras: las oportunidades basadas en el conocimiento, la tecnología o la investigación son antecedentes sólidos del

emprendimiento innovador” (Acs et al., 2009), sin embargo, la determinación del emprendedor de llevar a la puesta en marcha, es lo que determina su actividad empresarial contemplando indicadores que resaltan la importancia de la actividad.

La actividad emprendedora, no es comprendida en los países tercer mundistas por la fuerte incidencia de las actividades económicas informales. Es hacer referencia a la poca o ninguna investigación que identifiquen o explique los problemas a las que están expuestas las microempresas. Por tanto, es indudable que “la innovación se basa en la creación de conocimiento y en su puesta en práctica” (Feldman, 2002, p. 61), que parte de un análisis crítico reflexivo y la ejecución de procesos sistemáticos, que como resultado final le permita generar valor.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al realizar el análisis de las diversas definiciones y conceptos de emprendimiento, se identifica la ausencia de un marco unificador, es decir, que no existe un acuerdo en común sobre el término que defina y explique este fenómeno. Sin embargo, este aspecto ya ha sido resaltado por autores como: Alonso & Galve (2008); Da Costa et al. (2011); Herrera & Montoya (2013); Kruger (2004); Reynolds et al. (2005); Déry, R., Toulouse, J. M. (1994); Varela (2011).

Por otra parte analizar la integración entre: innovación, emprendimiento y conocimiento no es algo nuevo, ya lo expresaba Fagerberg et al. (2012) en su estado de arte presentado en el último artículo de su número especial, en el cual identifica la interrelación paulatina entre Innovación, Emprendimiento y conocimiento IEC/IEK, lo que tiende a evolucionar con el tiempo, por el alto grado de interdisciplinariedad permitiendo visibilizar más los aspectos que en común.

Así mismo, Piñeiro-Chousa et al., (2019, p. 9) en su artículo *Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field: Mapping the research front*, concluye “que los estudios de la Innovación, Emprendimiento y conocimiento en el área de investigación empresarial han avanzado en su nivel de integración en los últimos cinco años (2015-2019)”.

La apertura de esta nueva línea de investigación es fundamental para los responsables políticos, el acceso y la aplicación de los conocimientos teóricos y prácticos creados en la intersección de IEK puede ayudarles a promover esfuerzos más específicos y enmarcar medidas políticas más efectivas para contribuir al crecimiento económico (Block et al., (2017) ; Landström et al., (2015)).

Es por ello, que las definiciones de los distintos autores y las corrientes de investigación de emprendimiento, deben ser considerados desde la posición que el autor pueda tener con respecto a los enfoques y escuelas que asume para dar explicación a este fenómeno objeto de estudio.

Autores como Bóveda et al. (2015, p. 6) expresaba que “muchas publicaciones relacionadas con el emprendedurismo han sido editadas, pero sobre diversas líneas de investigación”. Esto se debe a la existencia de dos corrientes, consideradas pioneras en el campo del estudio de emprendedurismo: la de los economistas, que asocian el emprender a la innovación; y la de los comportamentalistas que destacan las actitudes, como la creatividad y la intuición.

No obstante, independiente de ello, es indiscutible el aporte del emprendimiento al desarrollo social y económico de los países que implementan esta dinámica. Los emprendedores que impulsan esta actividad responden de manera efectiva y eficiente a los retos del mercado, mediante la adaptación al cambio y al aprovechamiento de oportunidades del entorno, generando un valor económico y social. Ahmad & Seymour (2008, p. 10) muestran que “el emprendimiento consiste en identificar y actuar sobre (actividades humanas emprendedoras) oportunidades que crean valor (ya sea económico, cultural o social)”. Por lo general, las actividades empresariales requieren el aprovechamiento de recursos y capacidades a través de la innovación, pero las oportunidades en sí mismas siempre se relacionan con la identificación de nuevos productos, procesos o mercados.

De este modo, se considera que el emprendimiento se diferencia por su razón de ser, es decir, que los emprendimientos tradicionales

buscan satisfacer las necesidades de clientes o consumidores para generar una riqueza económica (Portales & Arandia, 2015), por consiguiente, la generación de riqueza para los autores Chambers, (2014); Dees y Elias, (1998); Santos, (2012), es entendida como una forma de incrementar el impacto y escalabilidad de la causa social (Portales & Arandia, 2015, p. 139).

Es por ello que, algunos de los aspectos multifacéticos del emprendimiento, como su oferta o las fuentes de las ideas de los emprendedores y su actitud, hacia el riesgo: por su naturaleza, atrae más directamente la atención de otras ciencias sociales y no la economía teórica propiamente dicha (Baumol, 1968, p. 70).

El rol del emprendedor en la economía de la sociedad del siglo XXI se destaca en épocas de crisis económica por su contribución en la generación de empleos, la presentación de procesos, productos y/o servicios innovados que se traduce no solo en el beneficio personal como emprendedores, sino también, en su aporte al crecimiento económico de un país. Sin embargo, para hablar de emprendimiento, es fundamental retomar la postura de Schumpeter, quien constituyó la competitividad en el mercado por competitividad por el mercado, por tanto, se puede considerar a la innovación como eje central del capitalismo así lo deja ver el proceso histórico de los países con un alto o significativo desarrollo económico sustentado en una economía de mercado que ha sobrepasado cualquier pronóstico; lo que hoy en día algunos autores lo denominan economía de la innovación.

Malerba y McKelvey (2018) proponen que las recomendaciones de políticas deben centrarse en el apoyo del conocimiento y aprendizaje en organizaciones jóvenes y en el desarrollo de vínculos y redes eficaces que ayuden a las nuevas empresas a utilizar y absorber los conocimientos necesarios para sus actividades innovadoras.

El énfasis en el conocimiento y el aprendizaje a nivel de empresa captura las principales características de este fenómeno vital en la economía moderna. La práctica del emprendedor innovador y su inmersión en el desarrollo del conocimiento puede dar lugar a la introducción de nuevos productos y tecnologías.

CONCLUSIONES

En el análisis de las definiciones presentadas dejan ver tres momentos del emprendimiento en su proceso evolutivo: en un primer momento el emprendedor es considerado un agente económico hacedor y transformador de oportunidades y actividad económica. En un segundo momento se puede considerar al emprendedor como innovador, que identifica, crea y aprovecha oportunidades, caracterizado por su capacidad, competencia y destreza en la toma de decisiones y riesgos asumidos. Como tercer momento, puede concebirse el emprendimiento como la renovación de una organización con trayectoria cuya capacidad de innovación surge del capital humano anticipándose a la competencia y las adversidades del entorno empresarial.

REFERENCIAS

- Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15-30. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9157-3>
- Agarwal, R., Audretsch, D., & Sarkar, M. B. (2007). The process of creative construction: Knowledge spillovers, entrepreneurship, and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3), 263-286. <https://doi.org/10.1002/sej.36>
- Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection (OCDE).
- Aldrich, H., & Yang, T. (2014). How do entrepreneurs know what to do? Learning and organizing in new ventures. *Journal of Evolutionary Economics*, 24(1), 59-82.
- Alonso, M. J., & Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: Una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e investigaciones sociales*, 26, 5-44.
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2007). The theory of knowledge spillover from entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1242-1254. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00722.x>
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., & Plummer, L. A. (2009). Agency and governance in strategic entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(1), 149-166.
- Audretsch, D. B., & Link, A. N. (2019). Sources of knowledge and entrepreneurial behavior.
- Audretsch, D. B., & Thurik, R. (2001). OECD Science, Technology and Industry Working Papers: Linking entrepreneurship to growth (OECD Publishing). Publicado por acuerdo con la OCDE. <https://doi.org/10.1787/736170038056>
- Baumol, W. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *American Economic Review*, 58 (2), 64-71.
- Bedi, H. (2017). Entrepreneurship: A State-of-the-Art Review. pp.753-760. SSRN: [tps://ssrn.com/abstract=3006534](https://ssrn.com/abstract=3006534)
- Block, J. H., Fisch, C. O., & Van Praag, M. (2017). The schumpeterian entrepreneur: A review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*. 24(1), 61-95.
- Bóveda, J. A. (2004). El emprendedor y las pequeñas empresas. *Revista Futuros*, 2 (6).
- Bóveda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). Manual de emprendedurismo. https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf
- Braunerhjelm, P., Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2010). The missing link: Knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth. *Small Business Economics*, 34(2), 105-125. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9235-1>
- Bruyat, C., & Julien, P. A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165-180.
- Bucardo, M. A. A., Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios | Elsevier Enhanced Reader. 6 (13), 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Cantillon, R. (1755). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. Fondo de Cultura Económica.
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Intec. Chile.
- Central board of secondary education. (2013). Entrepreneurship Class XI. http://cbseacademic.nic.in/web_material/Circulars/2013/48_Enterpreneurship.pdf
- Croitoru, A. (2012). Schumpeter, J.A., 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers. *Journal of comparative research in anthropology and so-*

ciology, 3 (2), 137-148.

- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of Organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). *Entrepreneurship: Conceptos, teoría y perspectiva*. Fundación Bancaja. <https://www.uv.es/bcjauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigESP.pdf>
- Da Costa, A. M., Barros, D. F., & Carvalho, J. L. F. (2011). A Dimensão histórica dos discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 179-197.
- David, P. A. & Foray, D. (2002). Una introducción a la economía y a la sociedad del saber. *Revista internacional de ciencias sociales*, 171.
- Déry, R., & Toulouse, J. M. (1994). La structuration sociale du champs de l'entrepreneurship: Le cas du Journal of Business Venturing. Maclean Hunter Chair of Entrepreneurship, HEC, the University of Montreal Business School.
- Dosi, G. (1988). Sources, procedures and microeconomic effects of innovations. *Journal of Economic Literature*, Vol. 26, 1120-1171.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Heinman.
- Elia, G., Secundo, G., & Passiante, G. (2017). Pathways towards the entrepreneurial university for creating entrepreneurial engineers: An Italian case. *J. Entrepreneurship and Innovation Management*, 21(1/2), 27-48.
- Fagerberg, J., andström, H., & Martin, B. R. (2012). Exploring the emerging knowledge base of 'the knowledge society'. 41(7), 1121-1131.
- Fagerberg, J., Martin, B. R., & Andersen, E. S. (Eds.). (2013). *Innovation studies: Evolution and future challenges* (1st ed). Oxford University Press.
- Feldman, M. P. (2002). La revolución de internet y la geografía de la innovación. *Revista internacional de ciencias sociales*, 171.
- Flor, G., & Lara, A. (2012). Diagnóstico del capital emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico en la región sierra-centro del Ecuador. XXII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Fonrouge, C. (2002). L'entrepreneur et son entreprise: Une relations dialogique (pp. 145-157).
- Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.
- Galindo-Martín, M. Á., Méndez-Picazo, M. T., & Astaño-Martínez, M. S. (2016). Growth, economic progress and entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(1), 62-68.
- Herrera, C. E., & Montoya, L. A. (2013). El emprendedor: Una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, 4, No 7, 7-30.
- Julien, P. (2005). Emprendimiento regional y economía del conocimiento: Una metáfora de las novelas policíacas. Pontificia Universidad Javeriana.
- Kantis, H., Federico, J., Drucaroff, S., & Martínez, A. C. (2005). Clusters y nuevos polos emprendedores intensivos en conocimiento en Argentina.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo y Universidad Nacional de General Sarmineto.
- Kruger, M. E. (2004). *Creativity in the Entrepreneurship Domain* [Tesis Doctoral]. University of Pretoria. Faculty of Economic and Management Sciences.
- Landström, H., Astrom, F., & Harirchi, G. (2015). Innovation and entrepreneurship studies: One or two fields of research? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 493-253.
- Malerba, F., & McKelvey, M. (2018). Knowle-

dge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0060-2>

- Marshall, A. (1930). *Principles of Economics* (Macmillan).
- Metcalfe, J. S. (2002). Knowledge of growth and the growth of knowledge. *Journal of Evolutionary Economics*, 12(1-2), 3-15. <https://doi.org/10.1007/s00191-002-0107-y>
- Moncayo, P. (2008). Emprendimiento: Un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. *Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*, 17(29), 33-48.
- Nelson, R. E. (1997). Entrepreneurship Education as a Strategic Approach to Economic Growth in Kenya. *Journal of Industrial Teacher Education*, 35(1), 7-21.
- OCDE. (2015). *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. Publicado por acuerdo con la OCDE, París (Francia). DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-en>
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities (4th Edition)*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Ordóñez, S. (2017). Sistemas de innovación y conocimiento: El caso de Jalisco, México. *Revista Problemas del Desarrollo*, 19(1) (48), 161-184.
- Patiño, J. D., Ruiz, A., & Pitre, R. (2018). El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Espacios*, 39 (N° 14). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p24.pdf>
- Piñeiro-Chousa, J., López-Cabarcos, M. Á., Romero-Castro, N. M., & Pérez-Pico, A. M. (2019). Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field: Mapping the research front. *Journal of Business Research*, 0148-2963. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.045>
- Portales, L., & Arandia, O. (2015). Emprendimiento y empresa social como estrategia de desarrollo local. *Recherches en Sciences de Gestion -Management Sciences -Ciencias de Gestión*, n°111, 137-160.
- Powell, T., Kouropalatis, Y., & Morgan, R. (2016). Mapping knowledge and innovation research themes: Using bibliometrics for classification, evolution, proliferation and determinism. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 20(3/4).
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez, P., & Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- Reynolds, P. D. (2005). Understanding Business Creation: Serendipity and Scope in Two Decades of Business Creation Studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359-364. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-0692-x>
- Roberts, D., & Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. *Revisión de la literatura. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(26), 73-89.
- Saldarriaga, M. E., & Guzmán, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Magazine School of Business Administration*, 85, 125-142. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. M. A. Harvard University.
- Schumpeter, J. A. (1994). *Capitalism, socialism and democracy*. Routledge.
- Silva, M. F. (2011, septiembre 4). El concepto del emprendedorismo: ¿todavía un problema? XXXV Encuentro de ANPAD,

Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). Campus Osasco. Osasco , SP, Brasil.

- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11(5), 7-21.
- Tarazona de Niño, L. (2002). Globalización: El contexto de las políticas educativas. En *Educación y globalización: Los desafíos para América Latina: Vol. I* (pp. 79-92).
- Valencia de Lara, P., & Patlán, J. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *Revista Tec Empresarial*, 5 (3), 21-27. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.045>
- Varela, R. (2011). Entrepreneurship. Universidad ICESI, Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/item/5289
- Weiers, G. (2014). *Innovation through cooperation: The emergence of an idea economy*. Springer.
- Winter, S. (2016). The place of entrepreneurship in the «Economics that might have been». *Small Business Economics*, 47(1), 15-34. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9701-5>