

Explorando las tendencias actuales en cultura emprendedora: una revisión bibliométrica utilizando Dimensions

Juan Bautista Boggio Vázquez

Universidad del Caribe
ORCID: 000-0002-4331-4793

Elda Leticia León Vite

Universidad del Caribe
ORCID: 0000-0001-7738-3060

Resumen

Este artículo presenta una revisión bibliométrica exhaustiva de la investigación sobre cultura emprendedora en las publicaciones académicas entre 1990 y 2020, utilizando herramientas como Dimensions y VOS viewer para identificar tendencias en términos de temas de investigación y origen de instituciones y autores. Además de ofrecer una visión actualizada, el estudio destaca la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico, la creación de empleo y la innovación, y argumenta que para comprender los factores determinantes del emprendimiento es esencial conocer la investigación sobre cultura emprendedora. El artículo también examina la evolución de la investigación en este campo y las instituciones que están centrando su atención en el emprendimiento. Se hace uso de métricas alternativas facilitadas por Dimensions para mejorar la comprensión del panorama actual. En resumen, esta revisión bibliométrica es una valiosa contribución al campo de la investigación sobre emprendimiento, y ofrece un punto de partida para futuras investigaciones.

Palabras clave: Cultura emprendedora; Análisis Bibliométrico; Dimensions; Altmetrics

Abstract

This article presents a comprehensive bibliometric review of research on entrepreneurial culture in academic publications from 1990 to 2020, using tools such as Dimensions and VOS viewer to identify trends in terms of research topics and the origin of institutions and authors. In addition to providing an updated overview, the study emphasizes the importance of entrepreneurship for economic growth, job creation, and innovation, and argues that understanding the determinants of entrepreneurship requires knowledge of research on entrepreneurial culture. The article also examines the evolution of research in this field and the institutions that are focusing on entrepreneurship. Alternative metrics provided by Dimensions are used to

improve the understanding of the current landscape. In summary, this bibliometric review is a valuable contribution to the field of entrepreneurship research and provides a starting point for future research.

Keywords:

Entrepreneurial culture; Bibliometric analysis; Dimensions; Altmetrics

I. Introducción

Este artículo presenta un minucioso análisis bibliométrico de la investigación concerniente a la cultura emprendedora en el ámbito académico, abarcando el período de 1990 a 2020. Se han empleado herramientas como Dimensions y VOS viewer para discernir tendencias en relación a los temas de investigación y el origen de instituciones y autores. Más allá de proporcionar una visión actualizada, el estudio resalta la trascendencia del emprendimiento en términos de crecimiento económico, generación de empleo e innovación. Además, se argumenta que, para una comprensión profunda de los factores determinantes del emprendimiento, es crucial tener un sólido fundamento en la investigación sobre cultura emprendedora. En este contexto, se examina también la evolución de la investigación en este campo y se identifican las instituciones que han centrado su atención en el emprendimiento. Se ha recurrido a métricas alternativas proporcionadas por Dimensions para enriquecer la percepción del entorno actual. En conjunto, esta revisión bibliométrica aporta significativamente al campo de investigación sobre emprendimiento y establece una base esencial para futuras investigaciones.

La motivación para emprender este estudio se basa en la clara necesidad de examinar minuciosamente la producción científica relativa a la cultura emprendedora en el

período 1990-2020. La complejidad de este fenómeno, que ha sido abordado por diversos autores, subraya su creciente importancia en el desarrollo económico y social. De esta manera, una revisión sistemática y exhaustiva de la literatura en esta área no solo permite identificar avances significativos, sino también reconocer lagunas y desafíos pendientes. Además, el análisis de trabajos sobresalientes publicados en prestigiosas revistas proporciona una visión actualizada y global de las tendencias y debates en este dominio. Estos hallazgos no solo resultarán valiosos para investigadores interesados en profundizar en este tema, sino también para formuladores de políticas públicas comprometidos con el fomento del emprendimiento y el desarrollo económico.

Impacto de la cultura emprendedora en el crecimiento económico y la innovación

El emprendimiento se revela como un motor impulsor de empleo, innovación y productividad, al desempeñar un papel crucial en las elecciones vocacionales. Este efecto ha sido sustentado por Birch (1979), quien pone de manifiesto que las pequeñas empresas, especialmente aquellas iniciadas por emprendedores, son responsables de la generación de empleo. A su vez, Baumol y Strom (2008) acentúan la trascendencia del emprendimiento en la innovación y la productividad. Este fenómeno de crear empresas repercute en múltiples dimensiones, abarcando el crecimiento económico (Wennekers & Thurik, 1999; Acs Z. , 2006), la innovación (Drucker, 1985), la creación de empleo (Henrekson & Johansson, 2009), la competitividad (Acs & Amorós, 2008) y el desarrollo regional (Audretsch & Belitski, 2017). El emprendimiento resulta esencial para propiciar el crecimiento laboral, la innovación y la productividad. A su vez, la cultura emprendedora ejerce su influencia en la regulación, la inversión y las actitudes sociales, en última instancia

afectando el éxito empresarial y la sociedad en su conjunto. Explorar los impulsores de esta cultura en diversos contextos posibilitará la formulación de políticas y estrategias que catalicen el éxito empresarial.

La corriente histórica alemana, encabezada por autores como Max Weber y Werner Sombart, otorga una marcada relevancia a la cultura emprendedora. En particular, Weber (2021) argumenta que la ética protestante, en especial el calvinismo, influyó en el surgimiento del capitalismo moderno. Sombart (2001), por su parte, establece conexiones entre la ética judía y la actividad empresarial, así como el desarrollo del capitalismo. En contraste, Shane (1996) disecciona la relación entre religión y la creación de empresas, hallando que la educación y la experiencia ejercen una influencia más significativa que la religión. Por otro lado, Casson (2010) y Baumol (2004) postulan la incidencia de los valores culturales en la iniciativa empresarial. No obstante, Galambos (2021), Huntington (2000) y Harrison (2000) enfatizan la relevancia de la cultura emprendedora en el desarrollo económico y social, abogando por políticas que fomenten la educación empresarial, las redes y la regulación que estimule la innovación y la competitividad. Asimismo, Hofstede (2001) aporta dimensiones culturales como la distancia al poder, la individualidad-colectividad, la aversión a la incertidumbre y la masculinidad-femineidad, elementos que influyen en las actitudes hacia el riesgo y la innovación.

Las investigaciones recientes desvelan la coexistencia de múltiples culturas emprendedoras (Hayton & Cacciotti, 2013), subrayando la complejidad y diversidad inherentes a este fenómeno. Esta variedad subraya la necesidad de enfoques contextualizados para la promoción de la cultura emprendedora (Cacciotti & Hayton, 2017). En síntesis, los valores culturales y religiosos ejercen una influencia directa en la actividad empresarial y el desarrollo económico, culminando en la configuración de una cultura que fomenta la innovación y el crecimiento. Veciana (2007) aborda el estudio del emprendimiento desde diversas perspectivas, como lo económico, lo psicológico, lo sociocultural y lo gerencial.

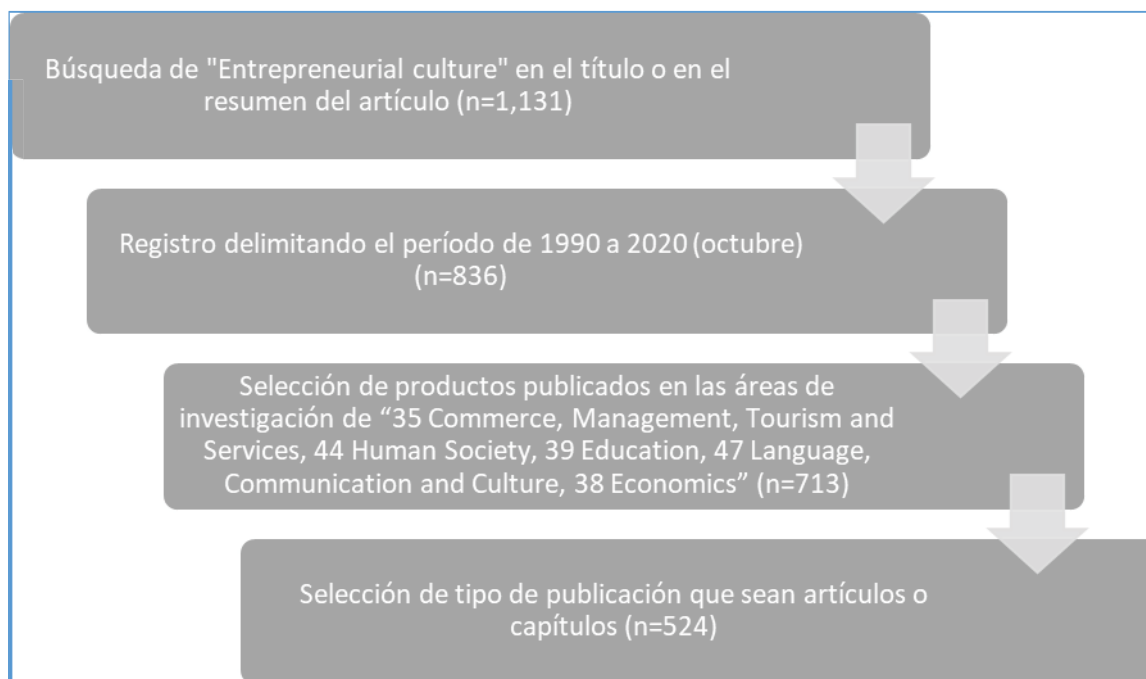
Dentro del enfoque sociocultural o institucional (Veciana & Urbano, 2008), la cultura emprendedora ejerce un impacto a nivel individual, empresarial y social. La comprensión de cómo el contexto influye en las decisiones y conductas empresariales, así como la forma en que estas a su vez contribuyen a modelar el entorno, se torna esencial (Veciana J. M., 2007). La justificación para investigar la cultura emprendedora desde 1990 hasta 2020 radica en su creciente relevancia en el desarrollo económico y social. Una exhaustiva revisión de la producción científica permitirá identificar avances y desafíos, brindando orientación tanto a investigadores como a formuladores de políticas.

Metodología.

Para realizar el estudio se utilizó Dimensions, que es una plataforma de búsqueda para investigadores lanzada en 2018 por Digital Science. Esta base de datos académica tiene una cobertura de artículos de revistas similar a Scopus, lo que la hace una alternativa plausible a Scopus y Web of Science para realizar análisis generales de citas y como apoyo de algunos tipos de evaluaciones de investigación (Thelwall, 2018; Harzing, 2019; Singh, Singh, Karmak, Leta, & Mayr, 2021). De la misma manera, Orduña-Malea y Delgado-López-Cózar (2018) concluyeron que Dimensions es una alternativa para realizar análisis de citas, pudiendo rivalizar con Scopus (mayor cobertura y gratuidad) y con Google Scholar (mayores funciones para el tratamiento y exportación de datos). Adicionalmente Dimensions utiliza aprendizaje automático (machine learning) para categorizar un artículo, en vez de clasificarlo de acuerdo a la disciplina que maneja la revista que lo publicó (Bornmann, 2018; Herzog & Lunn, 2018), y de esta forma se pueden identificar y clasificar mejor las investigaciones multidisciplinarias.

Figura 1.

Pasos de la selección de publicaciones en Dimensions.



Fuente: elaboración propia.

Análisis de la producción científica sobre la cultura emprendedora

La búsqueda que arrojó los datos fue realizada el 23 de noviembre del 2022, y los criterios de selección fueron que “entrepreneurial culture” se encontrara en el título o en el resumen del artículo, que el período de publicación fuera entre 1990 y 2020, y que los campos de investigación aceptados fueran “35 Commerce, Management, Tourism and Services”, “44 Human Society”, “39 Education”, “47 Language, Communication and Culture” y “39 Economics” en la base de datos de Dimensions (Digital Science & Research Solutions, Inc., 2022).

La cantidad de artículos sobre la cultura emprendedora por subcampos de investigación en los cuales fueron publicados de acuerdo con la clasificación de *Australian and New Zealand Standard Research Classification* (ANZSRC) (2022) que utiliza Dimensions, suman 364 artículos en “Comercio, Gestión, Turismo y Servicios”, y 30 artículos en “Economía”. Siendo identificados también otras categorías de investigación.

Tabla 1.

Artículos por categoría y campo de investigación.

| Categoría y Campo de Investigación | Cantidad de artículos |
|---|------------------------------|
| 35 Commerce, Management, Tourism and Services | 364 |
| 44 Human Society | 114 |
| 39 Education | 70 |
| 47 Language, Communication and Culture | 31 |
| 38 Economics | 30 |
| 50 Philosophy and Religious Studies | 20 |
| 46 Information and Computing Sciences | 9 |
| 52 Psychology | 8 |

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de Dimensions de acuerdo a clasificación ANZSRC 2020.

La Tabla 1 muestra la distribución de artículos en todas las categorías disponibles. Es importante destacar que la gran mayoría de los artículos se encuentran dentro de las primeras cinco categorías, mientras que solamente 20 artículos pertenecen a la categoría de Filosofía y Estudios Religiosos. Esta información es relevante ya que indica que hay una mayor concentración de artículos en ciertas áreas temáticas en comparación con otras, lo

que podría reflejar tanto la demanda del público como el enfoque de los autores o editores. Como académico, es crucial prestar atención a estas tendencias para comprender mejor el campo de estudio y cómo se están desarrollando las investigaciones en diferentes áreas temáticas.

I. Citas

El análisis de la distribución de citas en un conjunto de 500 artículos sobre cultura emprendedora en la tabla 2, muestra que los primeros 20 artículos más citados concentran el 44% del total de las citas. Esto sugiere que estos artículos han tenido un impacto significativo en el campo de estudio y cumplen con los criterios para ser considerados como representantes de la ley de Lotka. Según esta ley, en cualquier campo de investigación, existe una concentración desigual de autoría, donde un pequeño número de autores producen la mayoría de las publicaciones y la mayoría de los autores producen solo unas pocas publicaciones. En el caso de la cultura emprendedora, esta ley se refleja en la concentración de citas en un número limitado de artículos y autores.

Tabla 2.

Los veinte artículos más influyentes sobre cultura emprendedora

| Ranking | Título | Total citas | Autor/es | Journal | Año |
|----------------|--|--------------------|--|-----------------------|------------|
| 1 | A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its | 772 | Ireland, R. Duane; Hitt, Michael A.; | Journal of Management | (2003) |

| | Dimensions | | Sirmon, David G. | | |
|---|---|-----|------------------------------|--|--------|
| 2 | Building firm-specific advantages in multinational corporations: the role of subsidiary initiative | 629 | Birkinshaw, Hood, y Jonsson | Strategic Management Journal | (1998) |
| 3 | An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity-based firm behavior | 308 | Brown, Davidsson, y Wiklund | Strategic Management Journal | (2001) |
| 4 | Designing Efficient Institutions for Science-Based Entrepreneurship: Lesson from the US and Sweden | 158 | Henrekson y Rosenberg | The Journal of Technology Transfer | (2001) |
| 5 | Civilizational Incompetence: The Trap of Post-Communist Societies | 152 | Sztompka | Zeitschrift für Soziologie | (1993) |
| 6 | Turning adversity into advantage: Does proactive marketing during a recession | 152 | Srinivasan, Arvind, y Lilien | International Journal of Research in Marketing | (2005) |

| pay off? | | | | | |
|----------|---|-----|------------------------------|--|--------|
| 7 | Open Innovation In Practice | 151 | Kirschbaum | Research-Technology Management | (2005) |
| 8 | Entrepreneurship: what triggers it? | 150 | Morrison | International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research | (2000) |
| 9 | Cloud Computing in Support of Supply Chain Information System Infrastructure: Understanding When to go to the Cloud | 143 | Wu, Cegielski, Hazen, y Hall | Journal of Supply Chain Management | (2013) |
| 10 | National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union | 143 | Liñán y Fernandez-Serrano | Small Business Economics | (2014) |
| 11 | Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research | 142 | Hayton y Cacciotti | Entrepreneurship and Regional Development | (2013) |

| | | | | | |
|----|--|-----|--|---|--------|
| 12 | Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth | 140 | Beugelsdijk | Journal of Evolutionary Economics | (2007) |
| 13 | The Role of Small Firms in U.S. Biotechnology Clusters | 139 | Audretsch | Small Business Economics | (2001) |
| 14 | Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities | 134 | Stuetzer, Obschonka, Brixy, Sternberg, y Cantner | Small Business Economics | (2014) |
| 15 | Theoretical Foundations of an International Entrepreneurial Culture | 125 | Dimitratos y Plakoyiannaki | Journal of International Entrepreneurship | (2003) |
| 16 | Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship | 121 | Turró, Urbano, y Peris-Ortiz | Technological Forecasting and Social Change | (2014) |
| 17 | Selling Silicon Valley: Frederick Terman's | 117 | Leslie y Kargon | The Business History Review | (1996) |

| Model for Regional Advantage | | | | | |
|------------------------------|---|-----|--|--------------------------------|--------|
| 18 | Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship | 115 | Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda, y Amara | Thinking Skills and Creativity | (2015) |
| 19 | The 'Cultural Turn' in Australian Regional Economic Development Discourse: Neoliberalising Creativity? | 111 | Gibson y Klocker | Geographical Research | (2005) |
| 20 | Measuring the performance of Oxford University, Oxford Brookes University and the government laboratories' spin-off companies | 105 | Smith y Ho | Research Policy | (2006) |

Fuente: Elaboración propia con datos de Dimensions.

IV. II. Métricas alternativas

Si se utilizan métricas alternativas (altmetrics) se obtiene una medición de los diferentes impactos de la investigación más allá de las métricas tradicionales de la producción científica. De acuerdo con la Universidad de Chile, “estas métricas han nacido para reflejar la influencia del trabajo científico dentro de los nuevos contextos digitales, sociales y de información. Incluyen las veces que se ha referenciado en blogs y redes sociales como Facebook y Twitter, o las veces que ha sido marcado como favorito o guardado entre las referencias de un gestor de bibliografía, como Mendeley” (2022). La investigación académica sobre la cultura emprendedora analizada a través de altmetrics, ha permitido descubrir artículos de journals con un alcance más amplio que el área de negocios; tales como Science, Science and Public Policy, Angelaki y Popular Communication. Los datos obtenidos provienen de la web, lo que permite el monitoreo y la recuperación de menciones en línea tan pronto como se publican, incluso si la revista se identifica con otra temática. Esto posibilita la obtención de recopilaciones más rápidas y la inclusión de artículos que de otra forma no se mencionarían. De los diez artículos más destacados según altmetrics en Dimensions, todos ellos fueron mencionados en Twitter o guardados en Mendeley. Entre ellos, cinco artículos ya habían sido identificados entre los más citados, por lo tanto, solo se mencionan en la Tabla 4 los otros cinco artículos que son bien calificados con altmetrics, pero no aparecen entre los más citados.

Tabla 3.

Los artículos medidos con Altmetrics sobre Entrepreneurial culture.

| Ranking | Título | Altmetrics | Autor/es | Journal | Año |
|---------|--|------------|----------------------------------|---------------------------|--------|
| 1 | Business decisions | 28 | Mervis | Science | (2015) |
| 2 | Academic inventors and research groups: entrepreneurial cultures at universities | 25 | Göktepe-Hultén | Science and Public Policy | (2008) |
| 3 | The Importance Of Indigenous Educational Outcomes To Small Enterprise Development Within Remote Indigenous Communities Of Northern Australia | 23 | Fuller, Howard, Gunner, y Holmes | Small Enterprise Research | (2003) |
| 4 | IN THE GARAGE | 20 | Fuller G. | Angelaki | (2015) |
| 5 | Self-service media: Public radio personalities, reality podcasting, and entrepreneurial culture | 12 | Cwynar | Popular Communication | (2019) |

Nota: Se excluyen artículos que ya se mencionaron en la tabla de más citados.

Fuente: Elaboración propia con datos de Dimensions.

Existen muchas razones por las cuales un artículo puede ser considerado valioso o interesante, pero no necesariamente citado en otros trabajos académicos. Por ejemplo, un artículo podría ser almacenado en Mendeley debido a que el investigador lo encontró útil para su propia investigación, pero quizás no tuvo la oportunidad de citarlo en su trabajo. De igual forma, un artículo podría ser compartido en Twitter porque contiene información relevante o novedosa, pero no necesariamente llega a ser citado en otros trabajos. Cada uno de los cinco artículos analizados aborda una perspectiva diferente de la cultura emprendedora, desde la relación entre la academia y el emprendimiento hasta la influencia del género y la historia en la cultura emprendedora actual.

El Field Citation Ratio (FCR), por otra parte, es una medida que indica la eficacia relativa de citas de un artículo en comparación con otros artículos publicados en el mismo año y en la misma área temática. El FCR se normaliza a 1.0 para la selección de artículos en la misma área temática y año de publicación. Un FCR superior a 1.0 indica que el artículo ha recibido más citas de lo que sería de esperar en comparación con otros artículos publicados en la misma área temática y año. Por lo tanto, un FCR alto puede ser considerado como una medida de la influencia relativa del artículo en su campo.

Es importante tener en cuenta que los artículos con menos de dos años de antigüedad no tienen FCR, ya que se necesitan al menos dos años para que el artículo sea citado en otras publicaciones. Además, un artículo con cero citas tiene un FCR de 0, lo que indica que no ha recibido ninguna cita en comparación con otros artículos publicados en la misma área temática y año.

La Tabla 4 muestra los artículos que han sido indexados en la base de datos de Dimensions con un alto valor de Field Citation Ratio (FCR), y que no han sido

incluidos en la tabla de los veinte artículos más citados. Estos artículos, en su mayoría, son publicaciones recientes y, por lo tanto, no han tenido el tiempo suficiente para acumular un gran número de citas.

No obstante, la presencia de un FCR alto en estos artículos indica que han recibido un número de citas elocuentemente mayor que la media de otros artículos publicados en el mismo campo y año. Este reconocimiento por parte de la comunidad académica sugiere que estos artículos son de gran interés y valor en su campo temático, y pueden contribuir significativamente al avance del conocimiento en dicha área.

Tabla 4.

Los seis artículos con Field Citation Ratio (FCR) más altos en Dimensions sobre Entrepreneurial culture

| Ranking | Título | Field Citation Ratio (FCR) | Autor/es | Journal | Año |
|---------|---|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------|
| 1 | International new venture performance: Role of international entrepreneurial culture, ambidextrous innovation, and dynamic marketing capabilities | 45.16 | Buccieri, Javalgi, y Cavusgil | International Business Review | (2020) |

| | | | | | |
|---|--|-------|---|---|--------|
| 2 | Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space—an empirical investigation | 29.00 | Fritsch y Wyrwich | Small Business Economics | (2018) |
| 3 | John Howard's 'Values' and Australian Identity | 27.12 | Johnson | Australian Journal of Political Science | (2007) |
| 4 | Gimme shelter or fade away: the impact of regional entrepreneurial ecosystem quality on venture survival | 25.87 | Vedula y Kim | Industrial and Corporate Change | (2019) |
| 5 | Social entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems | 24.63 | Roundy | International Journal of Social Economics | (2017) |
| 6 | SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter? | 23.31 | Dimitratos, Johnson, Plakoyiannaki, y Young | International Business Review | (2016) |

Nota: Se excluyen artículos que ya se mencionaron en la tabla de más citados.

Fuente: Elaboración propia con datos de Dimensions.

IV. III. Autores

Los autores más influyentes se muestran en la tabla 5 y se clasificaron de acuerdo a la cantidad de citas recibidas por sus artículos. R. Duane Ireland con dos artículos y 844 citas tiene las credenciales como para ser considerado el autor más influyente. Es un autor de uno de los libros de texto más utilizados en cursos de grado y posgrado sobre Administración Estratégica.

Tabla 5.

Los autores más influyentes y productivos sobre cultura emprendedora.

| Nombre autor | Organización | País | Publicaciones | Citas | Media de citas |
|-------------------|--------------------------|----------------|---------------|-------|----------------|
| R Duane Ireland | Texas A&M University | United States | 2 | 844 | 422.00 |
| Pavlos Dimitratos | University of Glasgow | United Kingdom | 5 | 416 | 83.20 |
| Johan Wiklund | Syracuse University | United States | 1 | 324 | 324.00 |
| Per Davidsson | Queensland University of | Australia | 1 | 324 | 324.00 |

| | | | | | |
|----------------------------|-------------------------------------|----------------|---|-----|--------|
| | Technology | | | | |
| Emmanuella Plakoyiannaki | University of Vienna | Austria | 3 | 294 | 98.00 |
| Martin Obschonka | Queensland University of Technology | Australia | 3 | 248 | 82.67 |
| David Bruce Audretsch | Indiana University Bloomington | United States | 2 | 233 | 116.50 |
| Michael Stuetzer | Ilmenau University of Technology | Germany | 2 | 230 | 115.00 |
| José Fernández-Serrano | University of Seville | Spain | 2 | 184 | 92.00 |
| Sjoerd Beugelsdijk | University of Groningen | Netherlands | 2 | 165 | 82.50 |
| Rolf G Sternberg | Leibniz University Hannover | Germany | 1 | 137 | 137.00 |
| Andreu Turro | Autonomous University of Barcelona | Spain | 1 | 125 | 125.00 |
| David Urbano | Autonomous University of Barcelona | Spain | 1 | 125 | 125.00 |
| Mabel Sánchez-Barrioluengo | University of Manchester | United Kingdom | 1 | 124 | 124.00 |
| Stephen Young | University of Glasgow | United Kingdom | 2 | 124 | 62.00 |

| | | | | | |
|----------------------|-------------------------------------|----------------|---|-----|--------|
| Stuart W Leslie | Johns Hopkins University | United States | 1 | 119 | 119.00 |
| Michael Wyrwich | University of Groningen | Netherlands | 3 | 107 | 35.67 |
| Helen Lawton Smith | Birkbeck, University of London | United Kingdom | 1 | 106 | 106.00 |
| Dominic Buccieri | Missouri Southern State University | United States | 3 | 104 | 34.67 |
| Renaud Redien-Collot | Pôle Universitaire Léonard de Vinci | France | 2 | 102 | 51.00 |

Fuente: elaboración propia con datos de Dimensions.

Para la tabla 5 solamente se utilizaron a los primeros autores, y se debe considerar que hay varios autores adicionales que participaron en la elaboración de los artículos. Por ejemplo, Mabel Sánchez-Barrioluengo escribe con otros cuatro investigadores, y el mismo R. Duane Ireland escribe con otros dos autores, pero ellos aparecen como primer autor.

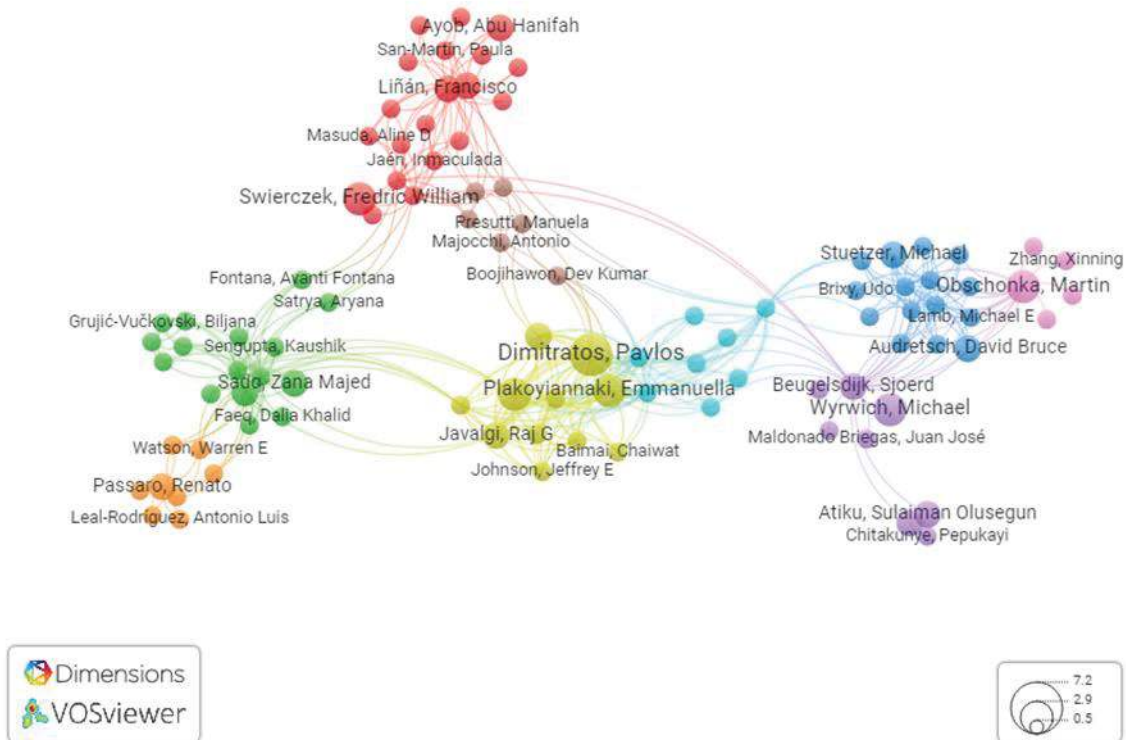
Al analizar esta lista de autores especializados en el campo del emprendimiento, podemos notar varios aspectos relevantes que pueden ser de interés para los investigadores y académicos en esta área, a considerar:

- a. En primer lugar, la presencia de autores de diferentes países indica que la investigación en emprendimiento es una actividad global, que se lleva a cabo en distintas partes del mundo. Esto es importante porque permite a los investigadores tener acceso a distintas perspectivas y contextos, lo que enriquece el debate y la comprensión del fenómeno del emprendimiento.

- b. En segundo lugar, la lista muestra una gran variación en la cantidad de publicaciones de los autores, lo que sugiere que no existe un número mínimo o máximo de publicaciones para tener impacto en la comunidad académica. En otras palabras, lo que parece ser importante es la calidad y relevancia de las publicaciones, más que su cantidad.
- c. En tercer lugar, el caso del profesor R Duane Ireland es particularmente interesante, ya que con solo dos publicaciones ha logrado ser el autor más citado de la lista. Esto sugiere que su trabajo ha tenido un impacto significativo en el campo del emprendimiento, sin duda por su originalidad, novedad y pertinencia. Su artículo “A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions” es un mojón en el estudio de la cultura emprendedora y su incidencia en la creación de nuevas empresas.

IV. IV. Mapa bibliométrico

Se utilizó la herramienta VOSviewer para construir y visualizar las redes bibliométricas, tales como de coautoría y de citas. El gráfico 4 arroja la existencia de nueve clústeres, 97 investigadores, 342 enlaces de citas y 434 citas totales.

Figura 5.*Red de investigadores – Análisis de citas.*

Nota: la relación de los investigadores se determina en función del número de veces que se citan entre sí.

Fuente: elaboración propia con VOSviewer y datos de Dimensions.

Analizando la información que nos arroja la red de investigadores podemos identificar los autores más prolíficos y adicionalmente actúan como nodos de sus respectivos clusters. Ser el autor más citado en un cluster es un indicador importante de su influencia en ese campo de investigación. En este análisis de redes de investigadores, el autor más citado de todos los identificados es R Duane Ireland,

y es miembro de la Texas A&M University, lo que sugiere que esta universidad es un importante centro de investigación en este campo.

Martin Obschonka de la Universidad de Queensland es un nombre conocido en este campo académico y ha realizado investigaciones importantes en conjunto con las universidades de Shanghai y Houston, esto sugiere que ha establecido colaboraciones y conexiones en el ámbito internacional, lo que ha contribuido a su influencia en el campo. La Universidad de Queensland es conocida por ser una institución de investigación líder en Australia, y la colaboración con otras instituciones de renombre internacional refuerza la influencia y el impacto del trabajo de Obschonka en el campo.

El hecho de que Sjoerd Beugelsdijk sea importante en un cluster adyacente sugiere que su trabajo está relacionado con el campo de investigación representado por ese cluster y tiene conexiones importantes entre los dos. Además, la afiliación institucional de Beukeldjik y Michael Wyrwich con la Universidad de Groningen sugiere que esta institución es un importante centro de investigación en el campo de la cultura emprendedora.

La conexión de David Audretsch con ambas universidades citadas anteriormente (Groningen y Queensland) y su posición intermedia entre ambos clusters sugiere que su trabajo está relacionado con ambos y ha establecido conexiones importantes entre ellos. Audretsch es un académico de renombre en el campo de la cultura emprendedora y ha realizado investigaciones importantes en este campo. La conexión de Audretsch con la Universidad de Indiana sugiere que esta institución es un importante centro de investigación en el campo de la cultura emprendedora, y su reconocimiento a nivel internacional está justificado por ser su trabajo ampliamente reconocido y citado en la comunidad científica.

La presencia de Pavlos Dimitratos, el segundo autor más citado global, como el nodo principal de un cluster internacional que incluye autores de la Universidad de Glasgow y otras universidades de todo el mundo sugiere que su trabajo ha sido ampliamente reconocido y citado por investigadores de todo el mundo.

La presencia de José Fernández-Serrano y Francisco Liñán de la Universidad de Sevilla como nodos importantes en un cluster productivo que incluye autores de la misma universidad, así como de las universidades de Cantabria y la Pontificia Universidad Católica del Perú, sugiere que la Universidad de Sevilla es un centro de referencia en la investigación sobre cultura emprendedora. La productividad de la Universidad de Sevilla se puede justificar por la realización de un gran proyecto de investigación. Este proyecto involucró a múltiples investigadores de la universidad y contribuyó significativamente a la producción científica de la institución en el campo en cuestión. La presencia de autores de otras universidades en el cluster también sugiere que la Universidad de Sevilla ha establecido colaboraciones y redes de investigación importantes con otras instituciones. El proyecto realizado se denomina "Valores culturales y aspectos socioeconómicos como determinantes de la intención empresarial: análisis comparativo de las regiones españolas" (Universidad de Sevilla, 2023).

Conclusiones

La cultura emprendedora es un tema crecientemente relevante en la comunidad científica, lo que se refleja en el aumento de la investigación y la publicación de artículos científicos en este ámbito. Además, se observa una concentración desigual de autoría, donde un pequeño número de artículos y autores han tenido un impacto significativo en el campo de estudio y son considerados como ejemplos paradigmáticos de la ley de Lotka. Estos

hallazgos sugieren este patrón de autoría puede tener implicaciones importantes para la evaluación y la medición del impacto en la investigación.

Por otra parte, los temas que se destacan con altmetrics en relación con la cultura emprendedora incluyen la conexión de la cultura emprendedora con otros ámbitos, como la academia, la masculinidad, la educación y los medios de comunicación. También se destaca la complejidad de este fenómeno y su relación con la sociedad y la cultura contemporánea.

Los artículos con un alto FCR se centran en el impacto de la cultura emprendedora en varios aspectos del entorno empresarial, incluyendo la dinámica ambiental en los mercados globales, la creación de nuevas empresas en sectores innovadores, la supervivencia de empresas emergentes y la internacionalización empresarial. Los autores emplean diferentes enfoques y perspectivas para analizar la cultura emprendedora, como la cultura de emprendimiento internacional (IEC), el conocimiento histórico de una región, los valores políticos y la calidad del ecosistema emprendedor. Estos estudios muestran que la cultura emprendedora es un tema complejo y multidimensional que puede ser abordado desde diversas perspectivas para comprender su impacto en el éxito empresarial.

Es importante tener en cuenta que tanto los altmetrics como el factor de impacto de las revistas (FCR) son métricas que miden aspectos diferentes de la investigación científica y no necesariamente están relacionados entre sí. Los altmetrics miden el alcance y la difusión de un artículo a través de redes sociales, medios de comunicación y otros medios en línea, mientras que el FCR mide la frecuencia con la que un artículo es citado en otras publicaciones académicas. Ambas métricas pueden ser útiles para evaluar la calidad y el impacto de la investigación científica, pero es importante tener en cuenta que no son las únicas medidas de calidad y que cada una tiene sus limitaciones y sesgos inherentes. Por lo tanto, no se debería tomar una sola métrica como la única medida de calidad o importancia

de un artículo.

En cuanto a los temas de los artículos, es posible que los temas "interesantes" o "chistosos" que se destacan en los altmetrics tengan una gran difusión en línea y puedan generar un gran impacto en las redes sociales y otros medios en línea, pero esto no necesariamente significa que sean más importantes o relevantes que los temas medidos por el FCR. Por otro lado, los temas medidos por el FCR pueden ser más relevantes para los investigadores y profesionales en un campo determinado, ya que indican qué temas están siendo discutidos y citados con mayor frecuencia en la literatura científica. Esto puede tener implicaciones importantes para el desarrollo de la investigación y la toma de decisiones en el ámbito empresarial, por ejemplo.

Al examinar la lista de autores especializados en el campo del emprendimiento, se pueden destacar aspectos significativos para los investigadores y académicos en este campo. En primer lugar, la presencia de autores de diferentes países sugiere que la investigación en emprendimiento es una actividad global que permite una diversidad de perspectivas y contextos. En segundo lugar, la variación en la cantidad de publicaciones de los autores indica que la calidad y relevancia de las publicaciones son más importantes que la cantidad, lo que sugiere que no hay un número mínimo o máximo de publicaciones para tener un impacto en la comunidad académica.

Una enseñanza de este estudio es que la elaboración de un proyecto de investigación, como el visto de la Universidad de Sevilla, sirve como un disparador de la producción científica en colaboración intra y extra académica, además de la creación de redes y vinculación con otras instituciones e investigadores.

Referencias

- Acs, Z. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovations Technology Governance Globalization*, 1(1), 97-107. doi:10.1162/itgg.2006.1.1.97
- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31, 305–322. doi:10.1007/s11187-008-9133-y
- ANZSRC. (10 de Octubre de 2022). *Australian Bureau of Statistics*. Obtenido de Australian and New Zealand Standard Research Classification (ANZSRC): <https://www.abs.gov.au/statistics/classifications/australian-and-new-zealand-standard-research-classification-anzsrc/latest-release>
- Audretsch, D. B. (2001). The Role of Small Firms in U.S. Biotechnology Clusters. *Small Business Economics*, 3–15. doi:10.1023/A:1011140014334
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: establishing the framework conditions. *The Journal of Technology Transfer*, 42, 1030–1051. doi:10.1007/s10961-016-9473-8
- Baumol, W. J. (2004). Entrepreneurial Cultures and Countercultures. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 316-326. doi:10.5465/AMLE.2004.14242240
- Baumol, W. J., & Strom, R. J. (2008). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 233–237. doi:10.1002/sej.26
- Beugelsdijk, S. (2007). Entrepreneurial culture, regional innovativeness and economic growth. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 187-210. doi:10.1007/s00191-006-0048-y

- Birch, D. L. (1979). *THE JOB GENERATION PROCESS*. M.I.T. , Program on Neighborhood and Regional Change, Cambridge, Mass. Obtenido de <http://ideasarchive.org/www/Job%20Generation%20Process,%20The%20-%201979%20-%20David%20Birch.pdf>
- Birkinshaw, J., Hood, N., & Jonsson, S. (1998). Building firm-specific advantages in multinational corporations: the role of subsidiary initiative. *Strategic Management Journal*, 19(3), 221-242. doi:10.1002/(sici)1097-0266(199803)19:3<221::aid-smj948>3.0.co;2-p
- Bornmann, L. (2018). Field classification of publications in Dimensions: a first case study testing its reliability and validity. *Scientometrics*. doi:10.1007/s11192-018-2855-y
- Brown, T., Davidsson, P., & Wiklund, J. (2001). An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity-based firm behavior. *Strategic Management Journal*, 22(10), 953-968. doi:10.1002/smj.190
- Buccieri, D., Javalgi, R. G., & Cavusgil, E. (2020). International new venture performance: Role of international entrepreneurial culture, ambidextrous innovation, and dynamic marketing capabilities. *International Business Review*, 29(2). doi:10.1016/j.ibusrev.2019.101639
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2017). National Culture and Entrepreneurship. En G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger, & T. Karcisky, *The Wiley handbook of entrepreneurship* (págs. 401-422). Hoboken: John Wiley & Sons.
- Casson, M. (2010). The cultural embeddedness of entrepreneurship. En M. Casson, *Entrepreneurship - Theory, Networks, History* (págs. 200-247). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Cwynar, C. (2019). Self-service media: Public radio personalities, reality podcasting, and entrepreneurial culture. *Popular Communication*, 17(4), 317-332. doi:10.1080/15405702.2019.1634811
- Digital Science & Research Solutions, Inc. (24 de Agosto de 2022). *Dimensions*. Obtenido de <https://dimensions.freshdesk.com/support/solutions/articles/23000022475-what-is-relevance-and-how-is-it-calculated->
- Dimitratos, P., & Plakoyiannaki, E. (2003). Theoretical Foundations of an International Entrepreneurial Culture. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(2), 187-215. doi:10.1023/A:1023804318244
- Dimitratos, P., Johnson, J. E., Plakoyiannaki, E., & Young, S. (2016). SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter? *International Business Review*, 25(6), 1211-1222. doi:10.1016/j.ibusrev.2016.03.006
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Edwards-Schachter, M., García-Granero, A., Sánchez-Barrioluengo, M., Quesada-Pineda, H., & Amara, N. (2015). Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship. *Thinking Skills and Creativity*, 16, 27-39. doi:10.1016/j.tsc.2014.11.006
- Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2018). Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space—an empirical investigation. *Small Business Economics*, 51(2), 337-353. doi:10.1007/s11187-018-0016-6
- Fuller, D., Howard, M., Gunner, S., & Holmes, S. (2003). The Importance Of Indigenous Educational Outcomes To Small Enterprise Development Within Remote Indigenous Communities Of Northern Australia. *Small Enterprise Research*, 11(1), 22-39.

doi:10.5172/ser.11.1.22

Fuller, G. (2015). IN THE GARAGE. *Angelaki*, 20(1), 125-136.

doi:10.1080/0969725X.2015.1017393

Galambos, L. (2021). The Entrepreneurial Culture: Mythologies, Realities, and Networks in Nineteenth-Century America. *Academy of Management Perspectives*, 35(4), 682–695. doi:10.5465/amp.2019.0132

Gibson, C., & Klocker, N. (2005). The 'Cultural Turn' in Australian Regional Economic Development Discourse: Neoliberalising Creativity? *Geographical Research*, 43(1), 93-102. doi:10.1111/j.1745-5871.2005.00300.x

Göktepe-Hultén, D. (2008). Academic inventors and research groups: entrepreneurial cultures at universities. *Science and Public Policy*, 35(9), 657-667. doi:10.3152/030234208x363196

Harrison, L. E. (2000). Why Culture Matters. En L. E. Harrison, & S. P. Huntington, *Culture matters: how values shape human progress* (págs. xvii-xxxiv). New York: Basic Books.

Harzing, A.-W. (2019). Two new kids on the block: How do Crossref and Dimensions compare with Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus and the Web of Science? *Scientometrics*, 341–349. doi:10.1007/s11192-019-03114-y

Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9-10), 708-731. doi:10.1080/08985626.2013.862962

Henrekson, M., & Johansson, D. (2009). Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*, 35(2), 227-244. doi:10.1007/s11187-009-9172-z

- Henrekson, M., & Rosenberg, N. (2001). Designing Efficient Institutions for Science-Based Entrepreneurship: Lesson from the US and Sweden. *The Journal of Technology Transfer*, 207–231. doi:10.1023/a:1011153922906
- Herzog, C., & Lunn, B. K. (2018). Response to the letter 'Field classification of publications in Dimensions: a first case study testing its reliability and validity. *Scientometrics*, 117, 641–645. doi:10.1007/s11192-018-2854-z
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Huntington, S. P. (2000). Cultures Count. En L. E. Harrison, & S. P. Huntington, *Culture matters: how values shape human progress* (págs. xiii-xvi). New York: Basic Books.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963-989. doi:10.1016/s0149-2063_03_00086-2
- Johnson, C. (2007). John Howard's 'Values' and Australian Identity. *Australian Journal of Political Science*, 42(2), 195-209. doi:10.1080/10361140701319986
- Kirschbaum, R. (2005). Open Innovation In Practice. *Research-Technology Management*, 48(4), 24-28. doi:10.1080/08956308.2005.11657321
- Leslie, S. W., & Kargon, R. H. (1996). Selling Silicon Valley: Frederick Terman's Model for Regional Advantage. *The Business History Review*, 70(4), 435-472. doi:10.2307/3117312
- Liñán, F., & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 685–701. doi:10.1007/s11187-013-9520-x

- Mervis, J. (2015). Business decisions. *Science*, 348(6240), 1190-1193. doi:10.1126/science.348.6240.1190
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: what triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(2), 59-71. doi:10.1108/13552550010335976
- Orduña-Malea, E., & Delgado-López-Cózar, E. (2018). Dimensions: re-discovering the ecosystem of scientific information. *El profesional de la información*, 27(2), 420-431. doi:10.3145/epi.2018.mar.21
- Roundy, P. T. (2017). Social entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *International Journal of Social Economics*, 44(9), 1252-1267. doi:10.1108/ijse-02-2016-0045
- Shane, S. (1996). Explaining Variation in Rates of Entrepreneurship in the United States: 1899-1988. *Journal of Management*, 22(5), 747-781. doi:10.1177/014920639602200504
- Singh, V. K., Singh, P., Karmak, M., Leta, J., & Mayr, P. (2021). The journal coverage of Web of Science, Scopus and Dimensions: A comparative analysis. *Scientometrics*, 5113-5142. doi:10.1007/s11192-021-03948-5
- Smith, H. L., & Ho, K. (2006). Measuring the performance of Oxford University, Oxford Brookes University and the government laboratories' spin-off companies. *Research Policy*, 35(10), 1554-1568. doi:10.1016/j.respol.2006.09.022
- Sombart, W. (2001). *The Jews and Modern Capitalism*. Kitchener: Batoche Books Limited.
- Srinivasan, R., Arvind, R., & Lilien, G. L. (2005). Turning adversity into advantage: Does proactive marketing during a recession pay off? *International Journal of Research in Marketing*, 22(2), 109-125. doi:10.1016/j.ijresmar.2004.05.002

- Stuetzer, M., Obschonka, M., Brixy, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*, 42(2), 221–244. doi:10.1007/s11187-013-9488-6
- Sztompka, P. (1993). Civilizational Incompetence: The Trap of Post-Communist Societies. *Zeitschrift für Soziologie*, 85-95. doi:10.1515/zfsoz-1993-0201
- Thelwall, M. (2018). Dimensions: A competitor to Scopus and the Web of Science? *Journal of Informetrics*, 12(2), 430-435. doi:10.1016/j.joi.2018.03.006
- Turró, A., Urbano, D., & Peris-Ortiz, M. (2014). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 360-369. doi:10.1016/j.techfore.2013.10.004
- Universidad de Chile. (17 de octubre de 2022). *Información y bibliotecas*. Obtenido de Métricas alternativas: <https://uchile.cl/informacion-y-bibliotecas/apoyo-a-la-investigacion/mide-tu-impacto/metricas-alternativas-altmetrics#:~:text=Las%20m%C3%A9tricas%20alternativas%20%28altmetrics%29%20son%20un%20conjunto%20de,de%20las%20m%C3%A9tricas%20tradicionales%20de%20>
- Universidad de Sevilla. (2023). *Proyecto VIE (Valores & Intenciones Empresariales) Facultad de CC. Económicas y Empresariales*. Obtenido de Facultad de CC. Económicas y Empresariales: <http://institucional.us.es/vie/es/index.php>
- Veciana, J. M. (2007). Entrepreneurship as a Scientific Research Programme. En Á. Cuervo, D. Ribeiro, & S. Roig, *Entrepreneurship* (págs. 23-71). Berlin: Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-540-48543-8
- Veciana, J. M., & Urbano, D. (2008). The institutional approach to entrepreneurship

research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 365–379. doi:10.1007/s11365-008-0081-4

Vedula, S., & Kim, P. H. (2019). Gimme shelter or fade away: the impact of regional entrepreneurial ecosystem quality on venture survival. *Industrial and Corporate Change*, 28(4), 827–854. doi:10.1093/icc/dtz032

Weber, M. (2021). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-55. doi:10.1023/A:1008063200484

Wu, Y., Cegielski, C. G., Hazen, B. T., & Hall, D. J. (2013). Cloud Computing in Support of Supply Chain Information System Infrastructure: Understanding When to go to the Cloud. *Journal of Supply Chain Management*, 49(3), 25-41. doi:10.1111/j.1745-493x.2012.03287.x