

# **Análisis de enfoques epistemológicos en tesis doctorales relacionadas con el marketing y el emprendimiento<sup>1</sup>**

## **Analysis of epistemological approaches to doctoral theses related to marketing and entrepreneurship**

**José Luis Martínez Campo**

*Doctorante en Ciencias Sociales Mención Gerencia de la Universidad del Zulia. Magíster en Administración de Empresas, Director programa de Ingeniería Industrial Universidad Autónoma del Caribe, jose.martinez@uac.edu.co*

**Ernesto Fidel Cantillo Guerrero**

*Doctorante en Ciencias Sociales Mención Gerencia de la Universidad del Zulia. Magíster en Mercadeo, docente tiempo completo Universidad Autónoma del Caribe, ecantillo@uac.edu.co*

Recibido: Agosto 30 de 2013

Aceptado: Septiembre 27 de 2013

### **RESUMEN**

Se presenta un análisis de los enfoques epistemológicos cercanos a las disciplinas del marketing y el emprendimiento, mediante una revisión literaria de los postulados de distintos autores para establecer o darle sustento a los enfoques que los autores desean tomar para el desarrollo de sus tesis doctorales. El marketing y el emprendimiento, muy ligadas a las ciencias de la administración, al igual de cercanos al comportamiento humano. Del emprendimiento se establecen como enfoques sugeridos, la teoría económica institucional, la teoría social cognitiva y la complejidad autopoiésica; y en el caso del marketing, el empirismo / positivismo, el pragmatismo y la teoría de la complejidad como enfoques adecuados por la alta incidencia de la realidad empresarial y del entorno.

**Palabras Calve:** Marketing y el Emprendimiento, autopoiésico.

### **ABSTRACT**

It is an analysis of epistemological approaches close to the disciplines of marketing and entrepreneurship, by means of a literature review of the postulates of different authors to establish or sustain the approaches the authors wish to take for the development of their doctoral theses. Marketing and entrepreneurship, very linked to the science of administration, as well as close to human behavior. The venture is established as suggested approaches, institutional economic theory, social cognitive theory and the autopoiesica complexity; and in the case of marketing, empiricism / positivism, pragmatism, and the theory of complexity as approaches suitable for the high incidence of business realities and the environment.

**Key words:** Marketing and entrepreneurship, autopoiesico.