



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
rcs_luz@yahoo.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Literatura científica sobre emprendimiento social y su impacto en el ámbito iberoamericano

Uribe-Toril, Juan; De Pablo, Jaime; Ruiz-Real, José Luis; Pires Manso, José Ramos
Literatura científica sobre emprendimiento social y su impacto en el ámbito iberoamericano
Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXV, núm. 3, 2019
Universidad del Zulia, Venezuela
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28060161001>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 3.0 Internacional.

Literatura científica sobre emprendimiento social y su impacto en el ámbito iberoamericano

Scientific literature on social entrepreneurship and its impact in the Ibero-American sphere

Juan Uribe-Toril
Universidad de Almería, España
juribe@ual.es

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28060161001>

Jaime De Pablo
Universidad de Almería, España
jdepablo@ual.es

José Luis Ruiz-Real
Universidad de Almería, España
jlruizreal@ual.es

José Ramos Pires Manso
Universidade da Beira Interior, España
pmanso@ubi.pt

Recepción: 05 Marzo 2019
Aprobación: 18 Mayo 2019

RESUMEN:

El emprendimiento social agrupa actuaciones individuales o colectivas con una finalidad social. El objetivo de este artículo es analizar el concepto del emprendimiento social y su impacto científico en publicaciones y artículos de la base de datos Web of Science Core Collection, tanto a nivel mundial como en los países iberoamericanos. El emprendimiento que busca soluciones y cambios sociales, es una cuestión de actualidad a nivel mundial pero que en el caso de los países iberoamericanos es aún una materia incipiente. La metodología empleada se basa en un estudio bibliométrico descriptivo-retrospectivo de los documentos incluidos en la citada base de datos en el periodo 1994-2018, así como un análisis clúster de tendencias. Las variables estudiadas han sido: número de artículos, citas e índice de Hirsch, por año tanto a nivel global como por áreas de conocimiento y países; principales revistas, autores y centros de trabajo. A nivel mundial destacan las revistas y autores de Estados Unidos y Reino Unido y en el caso particular de los países iberoamericanos repuntan las revistas y autores españoles. En conclusión, sobre las tendencias y relaciones con el emprendimiento social aparecen como conceptos emergentes: Género, servicios sociales, crowdfunding, emprendimiento medioambiental, cooperativas, emprendimiento sostenible e intención emprendedora.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento social, web of science, bibliometría, innovación social, Iberoamérica.

ABSTRACT:

Social entrepreneurship groups individual or collective actions with a social purpose. The aim of this article is to analyze the concept of social entrepreneurship and its scientific impact on publications and articles of the Web of Science Core Collection database, both globally and in Ibero-American countries. The enterprise that seeks solutions and social changes, is a topical issue worldwide but in the case of Ibero-American countries it is still an incipient matter. The methodology used is based on a descriptive-retrospective bibliometric study of the documents included in the aforementioned database in the period 1994-2018, as well as a cluster analysis of trends. The variables studied were: number of articles, citations and Hirsch's index, per year both globally and by areas of knowledge and countries; main magazines, authors and work centers. Globally, magazines and authors from the United States and the United Kingdom stand out, and in the particular case of Ibero-American countries, Spanish journals and authors have picked up. In conclusion, trends and relationships with social entrepreneurship appear as emerging concepts: Gender, social services, crowdfunding, environmental entrepreneurship, cooperatives, sustainable entrepreneurship and entrepreneurial intention.

KEYWORDS: Social entrepreneurship, web of science, bibliometrics, social innovation, Iberoamerica.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento social es un término que agrupa actuaciones individuales o colectivas con una finalidad social. El emprendedor social se sitúa como un agente de cambio social que destaca por su capacidad de iniciar proyectos de innovación, adaptación y aprendizaje continuo; por desarrollar nuevos modelos, emplear puntos de vista creativos y tratar los fracasos de la organización como focos de aprendizaje (Dees, 1998).

No existe una única e inequívoca definición del concepto de emprendimiento social, siendo ampliamente estudiado por la literatura científica, sobre todo a partir del inicio de los años noventa. En la Tabla 1 se muestran algunos de los principales autores y definiciones con las que se ha tratado de definir el emprendimiento social.

TABLA 1
Autores y definiciones de emprendimiento social

Autor	Definición de emprendimiento social
Leadbeater, 1997.	Constituye una creciente necesidad de desarrollar de manera innovadora nuevas formas de capital social que fomenten la erradicación de la pobreza y la solución de los problemas sociales.
Sullivan et al., 2002.	Es multidimensional y engloba las actividades comerciales (empresarial) en el logro de la misión social.
Roberts y Woods, 2005.	Es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados.
Seelos & Mair, 2005.	Conjunto de organizaciones que han sido capaces de crear modelos de producción de bienes y servicios que cubren necesidades humanas básicas que, desgraciadamente, los mercados e instituciones instalados son incapaces de satisfacer eficaz y eficientemente
Austin et al., 2006.	Actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental.
Dees y Anderson, 2006.	Acción de los individuos para el cambio, utilizando principios y modelos empresariales para satisfacer las necesidades sociales, para abordar los problemas sociales, y mantener los valores sociales.
Chell, 2007.	Balance de comportamiento social y económico que va a permitir la generación de valor social y valor económico.
Zahra et al., 2009.	Abarca las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar el bienestar social creando nuevas empresas o gestionando organizaciones existentes de una manera innovadora.
Dees, 2011.	Conjunto de conductas que son excepcionales. Estas conductas deberían estar promovidas y recompensadas hacia quienes tienen las capacidades y temperamento para este tipo de trabajo.
Santos, 2012.	Proceso de innovación económica que se produce con una variedad de características de las instituciones sobre la base de la creación de valores en los que el enfoque utilizado es generalmente adecuada y apropiada para abordar los problemas de la sociedad moderna.
Bargsted, 2013.	Cualquier iniciativa de negocio, con o sin fin de lucro, cuyo principal objetivo es la generación de valor social.
Silva, 2015.	Un proceso mediante el cual se puede crear valor social mediante la combinación de recursos de nuevas maneras, y estas combinaciones de recursos puede explorar y explotar las oportunidades que crean valor y estimular el cambio social.
Sijabat, 2015.	Acción de los individuos para el cambio utilizando principios y modelos empresariales para satisfacer las necesidades sociales, para hacer frente a los problemas sociales, y mantener los valores sociales.
Madhooshi, Mohammed, y Samimi, 2015.	Incluye las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y explotar las oportunidades a fin de aumentar la riqueza social mediante la creación de nueva empresa o la gestión de las organizaciones existentes de una manera innovadora.

Elaboración propia, 2019.

El estudio acerca de los factores de éxito que intervienen en iniciativas de emprendimiento social vinculadas a cambios en el escenario político, social y económico de una región (Alvord, Brown, y Letts, 2002; Palacios, 2010) muestra que la innovación y la capacidad de organización y liderazgo se posicionan como los elementos más determinantes.

El emprendedor social analiza las carencias de la sociedad y trata de encontrar soluciones identificando nuevas oportunidades y motivando a la población a cambiar la actitud hacia una mejor convivencia (Sullivan, 2007; Campo-Ternera, Amar-Sepúlveda, Olivero, y Huguett, 2018). El proceso que inicia es creado y gestionado siguiendo la explotación de innovaciones sociales a partir de una mentalidad emprendedora y una fuerte necesidad de logro que desemboca en la creación de valor social para el mercado y la comunidad en general.

La aplicación de una actitud innovadora en el emprendimiento social actúa como un nexo entre fortalezas rentables y actitudes culturales, contrarias al capitalismo tradicional (Perrini y Vurro, 2006; Tortosa, De Pablo, y Uribe-Toril, 2018). La innovación es un matiz inherente en el concepto de emprendimiento social.

La empresa social puede ofrecer soluciones innovadoras para ayudar a resolver problemas de integración social, de comportamiento socialmente disfuncional y de desarrollo socioeconómico, como el desarrollo de prácticas micro-financieras (Chell, Nicolopoulou, y Karatas-Ozkan, 2010; Dacin, Dacin, y Tracey, 2011). Las organizaciones de emprendimiento social deben alejarse de una financiación basada en ayudas o subsidios gubernamentales y otras formas de generosidad y centrarse más en una actividad financiada por la reinversión de las ganancias obtenidas (Boschee y McClurg, 2003).

Tapsell y Woods (2010), exploran algunas de las ideas teóricas que emergen del trabajo en el campo del emprendimiento social (llevado a cabo con la comunidad Maorí de Nueva Zelanda) y la teoría de la complejidad. Se centra en una comprensión neo-schumpeteriana de la innovación como auto-organización, puesto que surge en el proceso de emprendimiento social. Se basa en la teoría de la complejidad y utiliza la auto-organización y sistemas adaptativos complejos para considerar la actividad emprendedora donde la innovación se produce a través de la interacción del empresario joven que busca oportunidades. La interacción entre estos dos actores en la comunidad tribal recuerda que la tradición y el patrimonio pueden formar el camino hacia la innovación, así como la importancia para la comprensión del emprendimiento social del contexto histórico, económico y cultural en el que se produce la innovación.

El emprendimiento social también puede alentar a las empresas establecidas a asumir una mayor responsabilidad social. Roper y Cheney (2005), sugieren un paralelismo entre el concepto de emprendimiento social y sostenibilidad. Análogamente al emprendimiento social, la sostenibilidad puede favorecer a la sociedad y al entorno o a los sectores económicos. El modelo de sostenibilidad débil prefiere lo económico y, por lo tanto, paralelo al modelo de emprendimiento social que busca la recompensa financiera directa o indirecta. Contrariamente, la sostenibilidad fuerte favorece el desarrollo social y medioambiental sobre el desarrollo económico, manteniendo los valores sociales de un verdadero emprendimiento social basado en la sociedad civil.

Por tanto, un marcado valor sostenible del emprendimiento social favorece el proceso de mejora de calidad de vida de la población. De esta forma, se ofrece planteamientos que pueden estimular ideas para estrategias de negocios socialmente aceptables y sostenibles.

Desde un modelo multidimensional del emprendimiento social (Weerawardena y Sullivan, 2006) en el que incluyen variables como la sostenibilidad, la dinámica del entorno, el riesgo de gestión o la capacidad de encontrar y aprovechar oportunidades, se responde a la necesidad de sostenibilidad organizacional, consistente en asegurar la continuidad de la actividad de la organización por su misión social. Por tanto, el emprendimiento social ha de cumplir un objetivo social de manera prolongada en el tiempo, ampliando los beneficios que se derivan de su actividad.

Resumiendo, un emprendedor social es un individuo, grupo, red, organización, o alianza de organizaciones que busca un cambio sustentable a largo plazo, a través de ideas innovadoras que los gobiernos, empresas sin

finés de lucro y las empresas en general realizan para lidiar con problemas sociales significativos (Young y Kerlin, 2010).

De manera extremadamente descriptiva, Drayton (2012) expone que: “El emprendedor social no está contento con darle el pescado o con enseñarle a pescar al pescador; lo estará únicamente cuando transforme la industria pesquera por completo, cuando se resuelvan los problemas sociales y ambientales conexos” (p.2).

Entre los artículos más recientes se destacan los realizados por Saebi, Foss, y Linder (2019) que revisa 395 artículos sobre emprendimiento social e identifican tres niveles de análisis, individual, organizacional, e institucional, y plantea un marco de múltiples niveles integrador, y el de Pan, Gruber, y Binder (2019), que valora la teoría de la identidad social para poder comprender mejor el espíritu del emprendedor social.

1. METODOLOGÍA

Por entender que el emprendimiento social será una pieza clave en el contexto económico mundial de las próximas décadas, se ha considerado importante conocer la evolución de las publicaciones científicas relacionadas con el término, prestando especial atención a la producción iberoamericana. El análisis bibliométrico (Pritchard, 1969; Osareh, 1996) permitirá conocer y evaluar el desarrollo y la influencia del emprendimiento social, así como detectar futuras tendencias para líneas.

La secuencia seguida para el presente análisis se resume en: 1) Definición de los términos de búsqueda, palabras clave y periodos; 2) selección de la base de datos; 3) ajuste y refinamiento de los criterios de búsqueda; 4) exportación de resultados; 5) análisis de resultados.

Los términos seleccionados como representativos fueron “social entrepreneurship” (inglés), “emprendimiento social” (español) y “empreendedorismo social” (portugués), para abarcar tanto la literatura en habla inglesa como la editada en español y en portugués. Asimismo, se excluyeron las publicaciones del año 2019 por encontrarse inconcluso. De los posibles tipos de documentos, se optó por centrar la investigación en artículos, descartando libros, proceeding o revisiones que, si bien pueden tener una calidad e influencia notables, son difícilmente comparables al carecer de índices de impacto directos.

La base de datos escogida para esta investigación ha sido la Web of Science (WoS) Core Collection, al considerarse la mejor opción atendiendo a su antigüedad, filtrado de parámetros bibliográficos y ser la comúnmente utilizada en investigaciones de evaluación científica (Haba-Osca, Osca-Lluch, y González-Sala, 2019). Por lo que han sido seleccionados 1.251 artículos, que han obtenido 18.567 citas en el periodo 1994 - 2018.

Para medir el impacto de las publicaciones se han evaluado el número de citas recibidas en las publicaciones, la frecuencia, el índice h (Hirsch, 2005), el factor de impacto de las revistas recogido en el Journal Citation Index y el análisis de clúster de la herramienta Vosviewer (Perianes-Rodríguez, Waltman, y Van Eck, 2016).

2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

2.1. Evolución del número de publicaciones por años

El primer artículo que se encontró sobre emprendimiento social en WoS es el publicado en 1994 en la revista *Administration and Policy in Mental Health* por la profesora Janice Prochaska titulado “Social Entrepreneurship – A challenge for mental health managers”, donde se coloca de manifiesto la diferencia entre los valores altruistas y los de negocios y muy focalizado en las posibilidades de desarrollo emprendedor en directivos de las agencias de salud mental (Prochaska, 1994).

El número de publicaciones no es significativo hasta mediados de la década de los 2000 cuando comienza a haber un incremento exponencial del uso del término (ver Figura I), llegando a su máximo en los años 2018

con 216 artículos y 195 en 2016. Esta evolución muestra el creciente interés e importancia del concepto en la literatura científica.

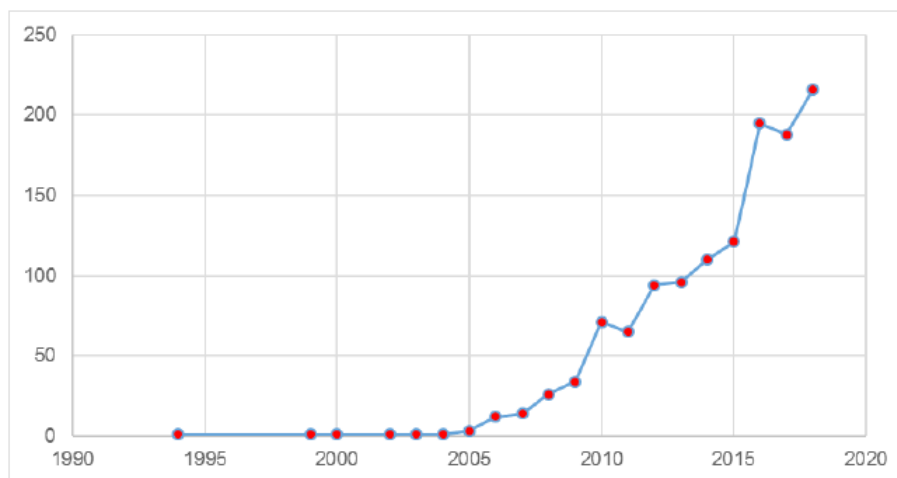


FIGURA I
Evolución anual de artículos
Elaboración propia, 2019.

En relación a la evolución en el número de citas, tal como se aprecia en la Figura II, aunque experimenta una evolución en el periodo 2006-2010, destaca el año 2006. En ese año se publica *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight* (Mair y Marti, 2006), artículo referente que recibe cerca de 1.000 citas. Este artículo presenta una visión del emprendimiento social como un proceso que cataliza el cambio social y aborda necesidades sociales importantes de una manera que no está dominada por los beneficios financieros directos para los empresarios.

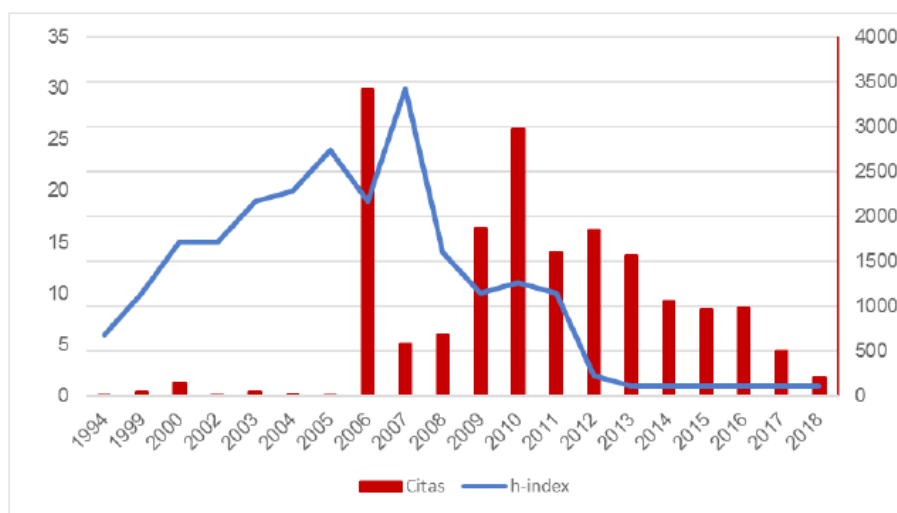


FIGURA II
Número anual de citas e índice h.
Elaboración propia, 2019.

Como es previsible, la mayoría de artículos sobre emprendimiento social se encuadran en las áreas de conocimiento de empresa, economía o dirección de empresas, como se observa en la Tabla 2, si bien la transversalidad del tema lo vincula con otras materias como educación, ética, administración pública o medio ambiente.

TABLA 2
Número de artículos, citas y h-index por áreas de conocimiento

Ranking	Áreas de investigación	Artículos	Citas	TC/Art	h-index
1	Empresa (Business)	564	13.778	24,43	51
2	Dirección (Management)	289	4395	15,21	30
3	Economía	101	869	8,6	14
4	Educación	64	450	7,03	12
5	Administración Pública	47	317	6,74	9
6	Estudios de Desarrollo	45	963	21,4	16
7	Problemas Sociales (Social Issues)	45	244	5,42	9
8	Ética	40	1.121	28,03	16
9	Estudios Medioambientales	36	553	15,36	10
10	Ciencias Sociales (interdisciplinar)	36	212	5,89	8

Elaboración propia, 2019.
TC/Art: Total de citas por artículo.

2.2. Los países más influyentes

Los Estados Unidos lideran el ranking de los países más influyentes en cuanto a producción científica, de artículos (366) sobre emprendimiento social, como se muestra en la Tabla 3. Reino Unido ocupa el segundo lugar, con menos de la mitad de publicaciones (159), pero con un mayor promedio de citas.

TABLA 3
Ranking de países según artículos, citas y h-index

Ranking	País	Artículos	Citas	TC/Art	h-index
1	EEUU	366	7.101	19,40	39
2	Reino Unido	159	3.614	22,73	30
3	España	80	1.713	21,41	12
4	Canadá	79	3.150	39,87	21
5	Australia	75	1.388	18,51	18
6	Alemania	68	589	8,66	12
7	Francia	44	886	20,14	11
8	Países Bajos	44	603	13,70	12
9	Italia	38	413	10,87	9
10	India	38	363	9,55	8

TC/Art: Total de citas por artículo.

Siguiendo con los países anglófonos, Canadá y Australia ocupan las posiciones cuarta y quinta respectivamente, y es destacable el número de citas de las publicaciones canadienses (3.150), superior a países con similar número de artículos, provenientes de su co-citación con los Estados Unidos y Reino Unido (ver Figura III).

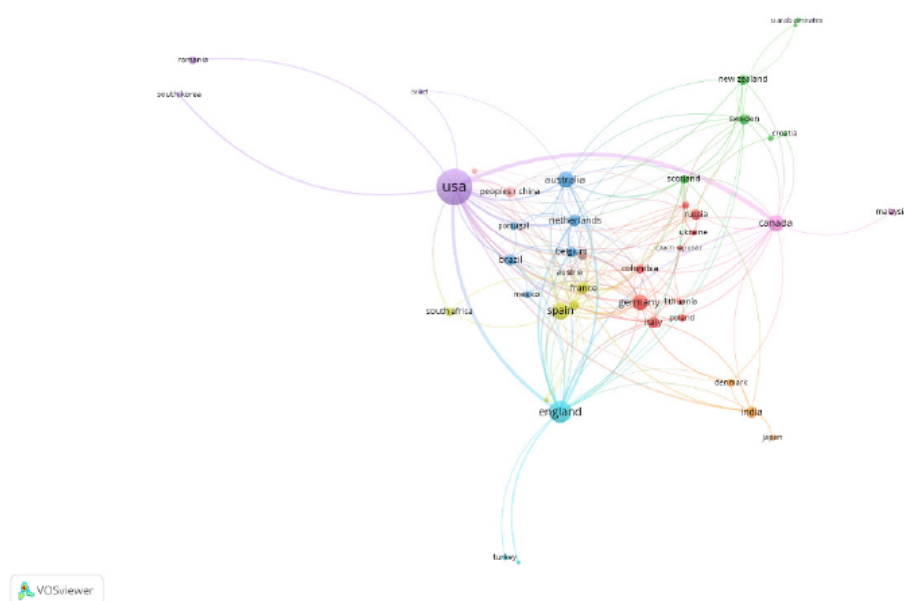


FIGURA III
Mapa de clúster de países por co-citación
Elaboración propia, 2019.

En cuanto a la influencia de los países iberoamericanos (ver Tabla 4), los más prolíficos son España (80) y Brasil (37), que ocupan el tercer y undécimo puesto de la clasificación mundial respectivamente y tienen una posición dominante. Colombia, Portugal y México completan el elenco de países iberoamericanos que superan la decena de publicaciones. Estos cinco países copan el 91% de las publicaciones (ver Figura IV) y el 97% de las citas.

TABLA 4
Ranking de países iberoamericanos según artículos, citas y h-index

Ranking	País	Artículos	Citas	TC/Art	h-index
1	España	80	1.713	21,41	12
2	Brasil	37	71	1,92	5
3	Colombia	20	173	8,65	6
4	Portugal	18	67	3,72	3
5	México	14	32	2,29	2
6	Chile	6	44	7,33	4
7	Ecuador	4	0	0	0
8	Costa Rica	2	16	8,00	1
9	Venezuela	2	0	0	0
10	Uruguay	1	4	4,00	1

Elaboración propia, 2019.
TC/Art: Total de citas por artículo.

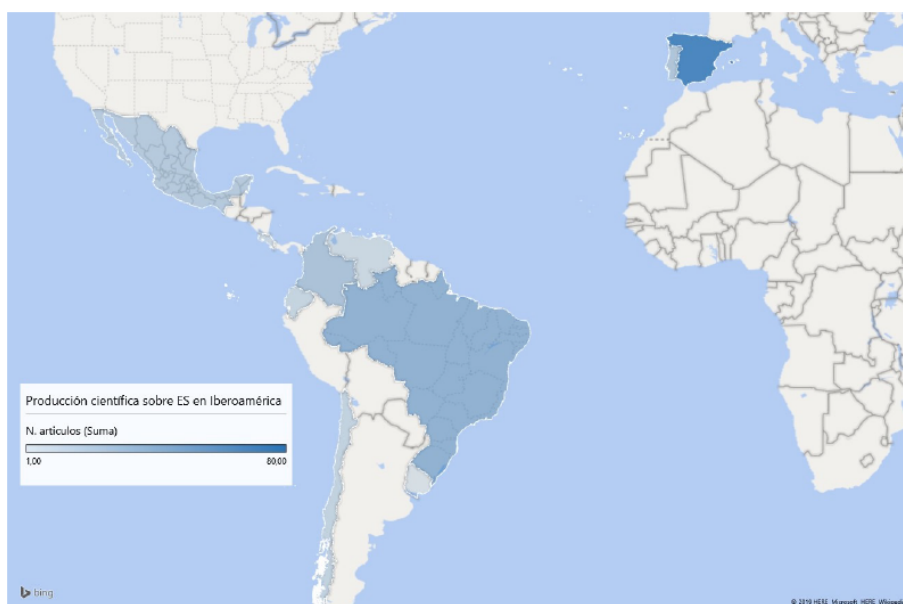


FIGURA IV
Mapa de densidad de publicaciones de países iberoamericanos
Elaboración propia, 2019.

2.3 Las revistas más influyentes

Las publicaciones relativas a emprendimiento social pueden ser encontradas en una amplia variedad de revistas, de distintas áreas de conocimiento, y con indicios de calidad muy dispares.

Para diferenciar las revistas que han publicado artículos centrados en emprendimiento social según el criterio de calidad académica, se han distinguido dos categorías: Por una parte, aquellas revistas que están indexadas en WoS y que cuentan con factor de impacto en la Journal Citation Index – JCR (ver Tabla 5) y por otra las revistas que, estando igualmente indexadas, no cuentan con índice de impacto en dicho índice (ver Tabla 6). Se debe hacer la reseña de que las revistas que se encuentran en WoS pero no en JCR, están todas comprendidas en la denominada Emergin Sources Citation Index, que desde el año 2015 recoge las publicaciones que optan por ser incluidas en el mencionado selectivo ranking.

Analizando las revistas con impacto JCR en la Tabla 5, se encuentra que las dos revistas con mayor número de manuscritos son Journal of Business Ethics (36) y Entrepreneurship and Regional Development (34), que aglutinan entre las dos un 5,6% del total de artículos publicados, destacan también por su elevado h-index, lo que indica que los escritos de estas revistas han estudiado la materia en profundidad.

TABLA 5
Ranking de revistas de impacto JCR, impacto según artículos, citas y h-index

R	Revista	Factor Impacto	Artículos	Citas	TC/Art	h-index
1	Journal of Business Ethics	3,955	36	1.090	30,28	16
2	Entrepreneurship and Regional Development	4,057	34	771	22,68	15
3	Journal of Business Venturing	9,069	27	1.596	59,11	13
4	Voluntas	1,707	25	165	6,60	7
5	Entrepreneurship Theory and Practice	8,082	16	2.074	129,63	15
6	Sustainability	2,177	15	38	2,53	4
7	Journal of Cleaner Production	6,352	12	82	6,83	5
8	Small Business Economics	4,064	11	369	33,55	9
9	Technological Forecasting and Social Change	3,683	11	69	6,27	5
10	Academy of Management Learning & Education	4,235	9	206	22,89	8
11	International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research	1,863	9	69	7,67	5
12	Journal of World Business	5,019	8	2.226	278,25	6

Elaboración propia, 2019.

R: Ranking; TC/Art: Total de citas por artículo.

En cuanto a número de citas, las norteamericanas *Entrepreneurship Theory and Practice* y *Journal of World Business*, son las dos revistas más influyentes, superando las 2.000 referencias y con un promedio de citas por artículo superior a 129 y 278 respectivamente.

De las 10 revistas más influyentes, dos de ellas son referentes en temas de sostenibilidad y medio ambiente (*Sustainability*; *Journal of Cleaner Production*), otra en educación (*Academy of Management Learning & Education*), y otra en tecnología (*Technological Forecasting and Social Change*), lo que muestra la transversalidad del tema (ver Tabla 5).

Por otra parte, el estudio de las revistas indexadas en la *Emergin Sources Citation Index*, muestra en general un menor número de citas por artículo, subrayando la *Journal of Social Entrepreneurship* como revista más prolífica (ver Tabla 6).

TABLA 6
Ranking de revistas emergentes, impacto según artículos, citas y h-index

R	Revista	Artículos	Citas	TC/Art	h-index
1	Journal of Social Entrepreneurship	70	959	13,70	16
2	Social Enterprise Journal	50	513	10,26	15
3	Journal of Enterprising Communities-People and Places of Global Economy	26	242	9,31	6
4	International Journal of Entrepreneurial Venturing	16	47	2,94	5
5	Journal of Entrepreneurship	11	111	10,09	6
6	Journal of Enterprising Culture	11	37	3,36	3
7	International Review of Entrepreneurship	10	79	7,90	4
8	Journal of Developmental Entrepreneurship	9	132	14,67	3
9	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	9	33	3,67	3
10	Problemy Zarządzania-Management Issues	8	7	0,88	2

Elaboración propia, 2019.

R: Ranking; TC/Art: Total de citas por artículo

Las revistas iberoamericanas no han sido especialmente prolíficas en cuanto a investigaciones publicadas sobre emprendimiento social, tal como se muestra en la Tabla 7, destacando las españolas CIRIEC España - Revista de Economía Pública Social y Cooperativa y REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos y las colombianas Equidad y Desarrollo, y Estudios Gerenciales. Esta última es la que presenta un mayor número de citas. La brasileña Revista de Administração de Empresas es la única revista iberoamericana con factor de impacto en JCR (Q4) incluida entre las 10 primeras.

TABLA 7
Ranking de revistas iberoamericanas, impacto según artículos, citas y h-index

R	Revista	Factor de Impacto	Art	Citas	TC/Art	h-index	País
1	CIRIEC España - Revista de Economía Pública Social y Cooperativa	Emergente	5	5	1	2	España
2	REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos	Emergente	5	5	1	1	España
3	Equidad y Desarrollo	Emergente	5	0	0	0	Colombia
4	Estudios Gerenciales	Emergente	3	10	3,33	1	Colombia
5	Revista de Estudios Empresariales - Segunda Época	Emergente	3	2	0,67	1	España
6	RAE-Revista de Administração de Empresas	Q4 (0,624)	2	3	1,5	1	Brasil
7	Administração Pública e Gestão Social	Emergente	2	1	0,5	1	Brasil
8	Gestão e Desenvolvimento	Emergente	2	0	0	0	Brasil
9	Revista Administração em Diálogo	Emergente	2	0	0	0	Brasil
10	Revista Eletrônica de Estratégia e negócios - REE	Emergente	2	0	0	0	Brasil

Elaboración propia, 2019.

R: Ranking; Art: Artículos; TC/Art: Total de citas por artículo

2.4. Autores más relevantes y referencias citadas

Medir la calidad científica sigue siendo un tema que suscita controversia. La bibliometría utiliza indicadores que se basan en la idea de la medición de la calidad a través de la contabilización de la producción científica en número de publicaciones y la influencia que estas han ejercido en otros autores, a través de las referencias recibidas.

En WoS y sobre el emprendimiento social, se pudo encontrar hasta 2.376 autores distintos, lo que ofrece una media de 1,8 investigadores por artículo. Encabeza la clasificación de autores más activo en volumen de publicaciones, como se aprecia en la Tabla 8, la profesora Sophie Bacq, con once publicaciones, ocho de ellas en revistas de alto impacto.

TABLA 8
Ranking de autores más prolíficos

R	Autor	Afiliación	Art	Citas	TC/Art	h-index
1	Bacq, S.	Northeastern Univ. (USA)	11	223	20,27	5
2	Meyskens, M.	Univ. de San Diego (USA)	9	234	26,00	5
3	Andersson, F.O.	Univ. de Indiana (USA)	9	40	4,44	3
4	McMullen, J.S.	Univ. de Indiana (USA)	8	248	31,00	4
5	Dey, P.	Univ. St Gallen (Suiza)	8	207	25,88	5
6	Renko, M.	Univ. de Illinois (USA)	7	102	14,57	6
7	Smith, B.R.	Univ. de Miami (USA)	6	182	30,33	6
8	Williams, C.C.	Univ. de Sheffield (Reino Unido)	6	78	13,00	4
9	Kickull, J.R.	New York Univ. (USA)	6	57	9,50	4
10	Scarlata, M.	Univ. de Surrey (Reino Unido)	6	56	9,33	4
11	Chandra, Y.	City Univ. Hong Kong (China)	6	20	3,33	3
12	Halberstadt, J.	Leuphana Univ Lüneburg (Alemania)	6	7	1,17	2

Elaboración propia, 2019.

R: Ranking; Art: Artículos; TC/Art: Total de citas por artículo.

De los doce autores más productivos, la mayoría tienen como filiación universidades estadounidenses (7), cuatro europeos y un asiático. Las colaboraciones entre investigadores de distintos países son muy uniformes, como se muestra en el análisis clúster por países en co-citación (ver Figura V), y si bien los Estados Unidos ocupan una posición central y preponderante, la distribución es homogénea.

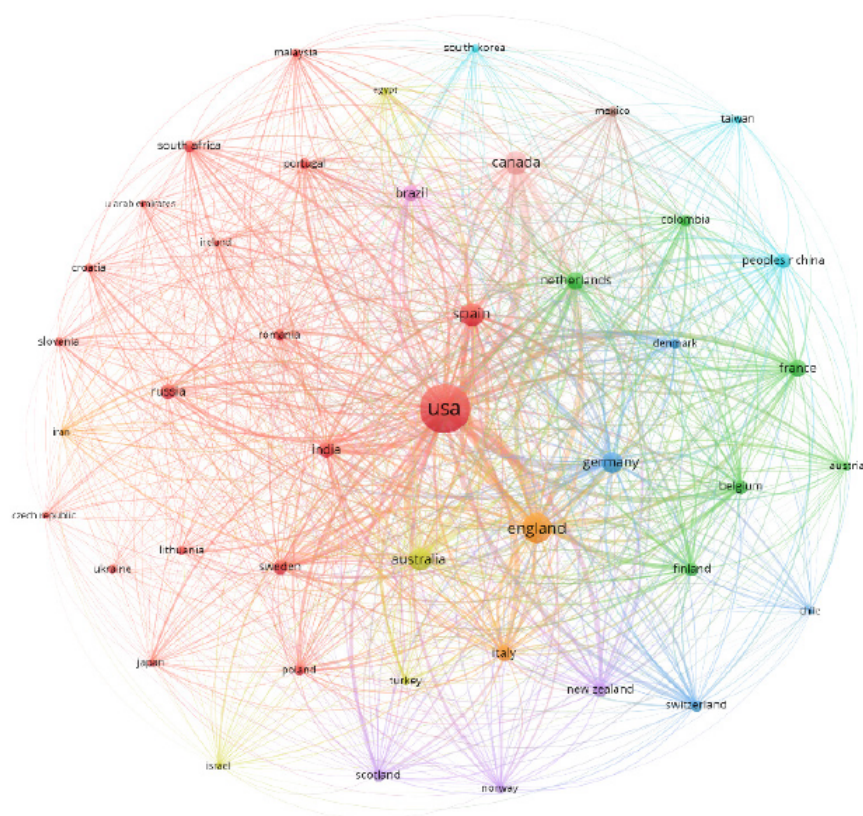


FIGURA V
Mapa de co-citación según países
Elaboración propia, 2019.

Ningún autor iberoamericano entra en posiciones destacadas de producción científica, aunque quedan cerca, tal y como se puede observar en la Tabla 9. Sin embargo, en cuanto a número de referencias, el profesor Domingo Ribeiro-Soriano de la Universidad de Valencia (España) y la profesora Rachida Justo, del Instituto de Empresa (España), alcanzan posiciones destacadas de influencia en términos de citas recibidas.

TABLA 9
Ranking de autores iberoamericanos más prolíficos

R	Autor	Afiliación	Art	Citas	TC/Art	h-index
1	Ribeiro-Soriano, D.	Universidad de Valencia (España)	5	80	16	4
2	Santos, JF.	Universidade de Minho (Portugal)	5	7	1,4	2
3	Bernardino, S.	Instituto Politécnico de Oporto (Portugal)	5	7	1,4	2
4	Justo, R.	Instituto de Empresa (España)	3	114	38	2
5	Toledano, N.	Universidad de Huelva (España)	3	53	17,67	2
6	Rey-Martí, A.	Universidad de Valencia (España)	3	38	3,8	2
7	Muñoz, P.	Universidad Desarrollo Chile (Chile)	3	22	7,33	2
8	Spitzack, H.	Fundação Dom Cabral (Brasil)	3	21	7	3
9	Servantie, V.	Universidad de Los Andes (Colombia)	3	11	3,67	2
10	Fernández, M.T.	Universidad Rey Juan Carlos (España)	3	7	2,33	1

Elaboración propia, 2019.

R: Ranking; Art: Artículos; TC/Art: Total de citas por artículo

La filiación de los autores iberoamericanos más productivos (ver Tabla 8) se reparte entre Universidades españolas, portuguesas, chilenas, brasileñas y colombianas, distribución bastante parecida a la de instituciones más relevantes, como se verá en apartado siguiente.

2.5. Principales instituciones

Como es previsible, las instituciones más productivas en estudios relativos a emprendimiento social, como se muestra en la Tabla 10, son Universidades de Estados Unidos, posicionándose en primer lugar la Universidad de Indiana, con 22 artículos y 477 referencias. Entre las cinco primeras se encuentra la Universidad de Valencia, donde el Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC) tiene su sede en España.

TABLA 10
Las 5 instituciones más prolíficas

R	Institución	Artículos	Citas	TC/Art	h-index
1	Universidad de Indiana (USA)	22	477	21,68	10
2	Universidad de Carolina del Norte (USA)	19	308	16,21	9
3	Universidad de Valencia (España)	19	93	4,89	4
4	Universidad Indiana Bloomington (USA)	18	474	26,33	10
5	Universidad de Oxford (Reino Unido)	16	312	19,5	8

Elaboración propia, 2019.

R: Ranking; TC/Art: Total de citas por artículo

Existe una considerable diferencia en el número de artículos de la institución iberoamericana líder en producción científica, la Universidad de Valencia (España) y las siguientes entidades, tal como se observa en la

CONCLUSIONES

El emprendimiento social, como concepto y como fenómeno social, se ha desarrollado e incrementado su relevancia en la comunidad académica a partir de la última década. Sorprende observar que no se recogen publicaciones científicas hasta el año 1994, y que no sea hasta 2005 cuando vuelven a aparecer.

Como suele ser habitual en los análisis bibliométricos de producciones científicas, los Estados Unidos aparecen como el país más influyente, seguido de Reino Unido. En contraposición, y aunque en la última década China se ha convertido en un importante referente en investigación en muchas materias, sobre emprendimiento social no es referencia. Los países iberoamericanos, encabezados por España, Brasil y Colombia, comienzan a ocupar posiciones de cabeza en el ranking de producción, lo que muestra un incipiente interés por la temática.

Si bien muchas de las revistas más prolíficas y prestigiosas en emprendimiento social son referentes internacionales en las áreas de conocimiento de economía y empresa, la transversalidad del término queda patente al ver como publicaciones de otras áreas (medio ambiente, tecnología, ética) irrumpen entre las publicaciones más influyentes.

Autores e instituciones iberoamericanas están cerca de los puestos principales a nivel mundial, donde aparece la Universidad de Valencia (España) dentro del top 5 mundial, impulsado por el Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC) y su revista asociada.

En las próximas décadas, el emprendimiento social se centrará principalmente en: Áreas de conocimiento relacionadas con igualdad de género, dando soluciones a las emprendedoras y a problemas sociales derivados de la incorporación de la mujer al mundo laboral; como solución a la falta de acceso de financiación, de los pequeños proyectos empresariales a través del crowdfunding o micro financiación colectiva.

De igual manera se centrará en el emprendimiento medioambiental, a través de concienciación e impulso de iniciativas innovadoras que respeten la sostenibilidad, en línea con los objetivos internacionales como los marcados por Naciones Unidas para el desarrollo sostenible. Finalmente, en servicios sociales y cooperativas, humanizando la atención a colectivos desfavorecidos y permitiendo alternativas novedosas al emprendimiento, dentro de un mercado global.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvord, S. H., Brown, D., y Letts, C. W. (2002). Social entrepreneurship and social transformation: An exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
- Austin, J., Stevenson, H., y Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(1), 1-22.
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar*, 13(25), 121-132.
- Boschee, J., y McClurg, J. (2003). *Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions*. Minnesota: Institute for Social Entrepreneurs.
- Campo-Tenera, L., Amar-Sepúlveda, P., Olivero, E., y Huguett, S. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006- 2016). *Revista de Ciencias Sociales*, XXIV(4), 26-37.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship. *International Small Business*, 25(1), 5-26.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., y Karatas-Ozkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., y Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76, 55-67.

- Dees, J. G. (2011). El significado del emprendimiento social. *Tercer Sector*, (17), 111-121.
- Dees, J. G., y Anderson, B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought in research on social entrepreneurship. *ARNOVA Occasional Paper Series*, 1(3), 39-66.
- Drayton, B. (2012). Social entrepreneurship in the age of atrocities: Forewords. In D. Kaufman (Ed.), *Social entrepreneurship in the age of atrocities: Changing our world*. USA: EE Publishing.
- Haba-Osca, J., Osca-Lluch, J., y González-Sala, F. (2019). Producción científica española en literatura desde una perspectiva de género a través de Web of Science (1975-2017). *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, bibliotecología e información*, 33(79), 35-50.
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, 102(46), 16569-16572.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of social entrepreneurship*. London: Demos.
- Madhooshi, M., Mohammed, H., y Samimi, A. J. (2015). Social entrepreneurship & social capital: A theoretical analysis. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(3), 102-112.
- Mair, J., y Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Osareh, F. (1996). Bibliometrics, citation analysis and co-citation analysis: A review of literature I. *Libri*, 46(3), 149-158.
- Palacios, G. (2010). Emprendimiento social: Integrando a los excluidos en el ámbito rural. *Revista de Ciencias Sociales*, XVI(4), 579-590.
- Pan, N. D, Gruber, M., y Binder, J. (2019). Painting with all the colors: The value of social identity theory for understanding social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 44(1), 213-215.
- Perianes-Rodríguez, A., Waltman, L., y Van Eck, N. (2016). Constructing bibliometric networks: A comparison between full and fractional counting. *Journal of Informetrics*, 10(4), 1178-1195. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2016.10.006>
- Perrini, F., y Vurro, C. (2006). Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. In J. Mair, J., Robinson, y K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*, Basingstoke. UK: Palgrave Macmillan.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Prochaska, J. M. (1994). Social entrepreneurship: a challenge for mental health managers. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 21(6), 531-535.
- Roberts, D., y Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Roper, J., y Cheney, G. (2005). The meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 5(3); 95-104.
- Saebi, T., Foss, N. J. y Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal on Management*, 15(1), 70-95.
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351.
- Seelos, C., y Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
- Sijabat, R. (2015). The role of social entrepreneurship in enabling economic opportunities for the poor: A synthesis of the literature and empirical works. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), 35-42.
- Silva, A. C. (2015). Social entrepreneurship and corporate social responsibility: Differences and points in common. *Journal of Business & Economic Policy*, 2(2), 86-98.
- Sullivan, D. M. (2007). Stimulating social entrepreneurship: Can support from cities make a difference? *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 77-78.
- Sullivan, G., Weerawardena, J., y Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.

- Tapsell, P., y Woods, C. (2010). Social entrepreneurship and innovation: Self-organization in an indigenous context. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 535-556.
- Tortosa, J. M., De Pablo, J., y Uribe-Toril, J. (2018). Innovación social como motor del desarrollo local y el emprendimiento social. *Equidad & Desarrollo*, 32, 11-25.
- Weerawardena, J., y Sullivan, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.
- Young, D., y Kerlin, J. A. (2010). Social Entrepreneurship. En H. K. Anheier, S. Toepler, y R. List (Eds), *International Encyclopedia of Civil Society* (pp. 1415-1420). New York: Springer Science+Business Media, LLC.
- Zahra, A. S., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., y Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.