

**Factores de éxito del emprendimiento social. Una revisión de la literatura en los años
2017 – 2022**

Jose David Forero Navarro

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador de Empresas

Director

Sebastián García Méndez

Doctor en Ciencias de la Educación

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Administración de Empresas

2023

Agradecimientos

Agradezco a mi director de tesis, el doctor Sebastián García, por apoyarme en el desarrollo del presente proyecto a lo largo de toda su ejecución, a la Universidad Santo Tomás por instruirme en los conocimientos académicos y valores humanos que requiero como profesional, a mi tía y a mi mamá por siempre apoyarme y muy especialmente, a mis abuelitos, porque en vida siempre creyeron en mí.

Contenido

Introducción	11
1. Factores de éxito del emprendimiento social. Una revisión de la literatura en los años 2017 – 2022.....	13
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Justificación.....	15
1.3 Objetivos	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
2. Marco referencial	16
2.1 Marco teórico	16
2.1.1 Diferencias entre emprendimiento social y emprendimiento tradicional.....	18
2.1.2 Desafíos que enfrentan los emprendimientos sociales	20
2.2 Marco conceptual	24
3. Método	26
3.1 Enfoque y tipo de investigación.....	26
3.2 Instrumento de recolección de información	27
3.3 Trabajo de campo	27
4. Cronograma.....	28
5. Desarrollo.....	29
5.1 Indicadores de bibliometría en torno a los factores de éxito del emprendimiento social ...	29
5.2 Estructuración de la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social	43

FACTORES DE ÉXITO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL.	4
5.2.1 Definición de los factores de éxito	43
5.2.2 Clasificación bibliométrica en torno a los factores de éxito.....	48
5.3 Formulación de orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales	79
5. Conclusiones.....	90
Referencias.....	91

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Conceptos de emprendimiento social.</i>	24
Tabla 2. <i>Cronograma de la propuesta de investigación</i>	28
Tabla 3. <i>Bibliometría acerca de los factores de éxito del emprendimiento social</i>	29
Tabla 4. <i>Clasificación de la bibliometría</i>	49
Tabla 5. <i>Orientaciones competitivas</i>	80

Lista de figuras

Figura 1. *Clasificación de emprendimientos* 19

Resumen

Mediante el desarrollo del presente trabajo de grado se busca analizar los factores de éxito del emprendimiento social, contemplando un proceso de revisión de la literatura en los años 2017 al 2022, con el fin de propender la competitividad organizacional. En concordancia con lo anterior, se describirán los indicadores de bibliometría en torno a los factores de éxito del emprendimiento social, así mismo, se estructurará la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social, con el fin de brindar insumos inherentes a la competitividad en las organizaciones; y se formularán orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales, con el objetivo de brindar escenarios de toma de decisiones. Por otra parte, la presente investigación será cualitativa, descriptiva, transversal y no experimental, el instrumento de recolección de información será las ecuaciones de búsqueda que se emplearan para realizar la revisión literaria y el trabajo de campo se desarrollará en una de las principales bases de datos de producción científica, Scopus.

Palabras clave: emprendimiento social, revisión de literatura, factores de éxito, competitividad organizacional

Abstract

Through the development of this thesis, the aim is to analyze the success factors of social entrepreneurship, considering a literature review process from 2017 to 2022, in order to promote organizational competitiveness. In line with this, bibliometric indicators will be described regarding the success factors of social entrepreneurship. Additionally, the theoretical foundation will be structured around the success factors of social entrepreneurship, providing inputs inherent to competitiveness in organizations. Competitive guidelines will also be formulated for social entrepreneurship, aiming to provide decision-making scenarios. On the other hand, this research will be qualitative, descriptive, cross-sectional, and non-experimental. The information collection instrument will be the search equations used to conduct the literature review, and the fieldwork will be conducted in one of the main databases of scientific production, Scopus.

Keywords: Social entrepreneurship, literature review, success factors, organizational competitiveness

Glosario

Valor social: puede manifestarse de muy diferentes formas, con actuaciones respetuosas con el medio ambiente, favoreciendo la inclusión social, actuando de forma socialmente responsable, incidiendo sobre colectivos que requieren de una atención social no cubierta adecuadamente por el Estado o concretándose las iniciativas en fórmulas que contribuyen a la creación de empleo estable, al desarrollo territorial y a la cohesión social (Sánchez Espada, et ál., 2018).

Estado: país soberano, reconocido como tal en el orden internacional, asentado en un territorio determinado y dotado de órganos de gobierno propios (Real Academia Española (RAE), s.f.).

Modelo de negocio: es un instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado. Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio. A través de un modelo de negocios se debe distinguir cuál es el valor de un producto, qué se necesita para insertarlo en el mercado y a qué tipo de clientes se venderá (Clavijo, 2023).

Dividendo: la palabra dividendo tiene su origen en el vocablo latino *dividendus* y significa “cantidad a dividir”, por lo que en el ámbito mercantil se utiliza para definir la porción de los beneficios que una empresa reparte anualmente entre sus accionistas (Banco Santander S.A., 2022).

Autosuficiencia financiera: una institución es financieramente autosuficiente cuando, a través de sus ingresos, cubre no sólo los costes de funcionamiento sino también todos los costes financieros del capital. Si además se quiere asegurar el crecimiento futuro de la institución, será

necesario incluir también un margen que asegure dicho crecimiento (Lacalle Calderón, et ál., 2006).

Introducción

El emprendimiento social ha despertado un creciente interés profesional y científico debido a su impacto en el ámbito social, así como económico y ambiental en los países y regiones en donde se desarrollan este tipo de iniciativas empresariales. Se trata de empresas u organizaciones que surgen para abordar demandas sociales insatisfechas, destacando por su enfoque en generar impacto social a través de valores como el altruismo, la solidaridad, la cooperación y la responsabilidad social. Estas organizaciones tienen el potencial de abordar problemas significativos en las comunidades donde operan.

Aunque comparten características con otros tipos de emprendimientos, los emprendimientos sociales se distinguen por la motivación altruista de los emprendedores. Si bien buscan obtener ganancias económicas, su objetivo principal es reinvertirlas para mejorar constantemente su actividad y lograr la autosuficiencia financiera. Sin embargo, se enfrentan a desafíos importantes, como la generación de utilidades y el acceso al mercado financiero, así como la gestión efectiva de sus proyectos.

En este contexto, surge la pregunta de investigación sobre los factores de éxito en el emprendimiento social, a través de una revisión de la literatura entre 2017 y 2022. Se busca entender qué elementos contribuyen al éxito de estas iniciativas empresariales a largo plazo.

La justificación de este proyecto radica en la relevancia del emprendimiento social para el desarrollo social, ambiental y económico de las diferentes regiones y países. Además, se pretende brindar información útil a los empresarios sociales para la ejecución exitosa de sus proyectos y contribuir al desarrollo científico en este campo de estudio. Se espera analizar los factores de éxito del emprendimiento social y formular recomendaciones para promover la competitividad y la toma de decisiones estratégicas en este tipo de empresas.

Asimismo, se reconoce que el éxito del emprendimiento social repercute directamente en el desarrollo económico de los países en donde se ejecutan iniciativas de este tipo y generan grandes contribuciones en los países en vías de desarrollo. Al sumarse a las acciones del Estado, estas iniciativas fomentan el crecimiento económico y abordan los problemas de la sociedad de manera colectiva.

Finalmente, en cuanto a la organización del presente documento, inicialmente se encuentra el planteamiento del problema y la justificación, en donde se expone el problema de investigación que motiva el presente estudio, así como las razones y fundamentos que respaldan la importancia de la investigación; seguidamente, en la sección de los objetivos, se establece el alcance y la meta principal de la investigación; en el marco referencial, se expone toda la sustentación teórica del presente estudio, así como diversos conceptos de emprendimiento social; en la sección método, se expone el enfoque y tipo de investigación del presente proyecto, así como el instrumento de recolección de información y el trabajo de campo del estudio; para finalizar, en cronograma, se expone la planeación de la ejecución del presente proyecto.

1. Factores de éxito del emprendimiento social. Una revisión de la literatura en los años 2017 – 2022

1.1 Planteamiento del problema

“El emprendimiento social en los últimos años ha aumentado notablemente el interés académico y profesional por su relevante impacto económico y social que genera en los territorios y países convirtiéndose en un área de expansión” (Minga López, et ál., 2022, p. 1). El emprendimiento de carácter social es un tipo de organización o empresa que surge debido a una demanda social insatisfecha por parte del Estado u otras instituciones, así mismo, según diversos académicos el aspecto distintivo del presente tipo de emprendimiento radica en su enfoque por generar impacto social, impulsado por valores como el altruismo, la solidaridad y la cooperación, entre otros, siendo estos elementos esenciales en la constitución de su modelo de negocio, de igual manera, dada su naturaleza, las organizaciones de emprendimiento social tienen un gran potencial para abordar problemas significativos en las comunidades donde operan (Murillo Pérez, 2022).

Sumado a lo anterior, cabe aclarar que la creación y crecimiento de empresas no se limita a aquellos que buscan maximizar ganancias, los emprendimientos sociales son un tipo de empresa que comparte características con otras, pero se distingue principalmente por la motivación altruista de los emprendedores, estos últimos utilizan el altruismo como base para generar valor social, abordando diversas necesidades sociales como el deterioro medioambiental, la exclusión social y la pobreza, entre otras, sumado al hecho de que aunque busquen obtener ganancias económicas, su objetivo no es repartir dividendos, sino reinvertirlos para mejorar constantemente su actividad y lograr la autosuficiencia financiera, evitando depender de ayudas públicas o donaciones filantrópicas (Santos, et ál., 2013, pp. 185-186).

Por otra parte, los ejecutores del presente tipo de empresa enfrentan desafíos importantes que deben superar para cumplir sus objetivos y lograr cambios duraderos en el tiempo en los lugares donde operan (Murillo Pérez, 2022). Una de las principales dificultades del emprendimiento social se relaciona con la generación de recursos financieros y el acceso al capital, lo anterior, debido a que en muchos casos el enfoque social prevalece sobre el objetivo financiero y a menudo se subestiman las estrategias para la obtención de fuentes de financiamiento diversificadas que aseguren la viabilidad a largo plazo, esta problemática se agrava por la creciente competencia por capital, producto de la alta demanda por financiadores y colaboradores, los cuales aumentan constantemente los requisitos para la inversión en proyectos y la concesión de subvenciones, especialmente en términos de medición, gestión, generación y visibilidad del impacto social (Murillo Pérez, 2016). Sumado a los desafíos relacionados con el acceso al capital, los administradores de estas organizaciones sociales enfrentan diversas dificultades como las relacionadas a la gestión efectiva de sus proyectos e iniciativas, entre otras (Murillo Pérez, 2022).

Dado todo lo anterior y tomado en cuenta el papel tal relevante que desempeña el presente tipo de empresa en el desarrollo social, ambiental y económico de los países, sumado a las diversas problemáticas que enfrentan los emprendedores sociales en cuanto a la correcta ejecución y gestión de sus proyectos empresariales en aras de lograr la prevalencia en el tiempo, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué factores de éxito se contemplan en el emprendimiento social por medio de una revisión de la literatura en los años 2017 – 2022?

1.2 Justificación

El emprendimiento social es un catalizador para la integración y cooperación de actores tanto del sector público como del privado, esta forma de emprendimiento permite nuevas formas de innovación social y da lugar a nuevos modelos de negocios, sumado a que, en Colombia, el emprendimiento social es de gran importancia y sumamente necesario, ya que puede impulsar el desarrollo humano y económico en el país (Chica, et ál., 2017).

Dado lo anterior, la importancia del presente proyecto se fundamenta en aportar información útil a los empresarios sociales para la ejecución de proyectos empresariales exitosos y contribuir al desarrollo científico del presente campo de estudio, mediante el análisis de los factores de éxito del emprendimiento social, contemplando un proceso de revisión de la literatura científica sobre el presente tema en los años 2017 al 2022, estructurando la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social y formulando orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales, con el objetivo de brindar escenarios de toma de decisiones y promover la competitividad organizacional del presente tipo de empresas.

De igual manera, debido a que el éxito del emprendimiento social radica en generar un impacto significativo en el desarrollo económico, especialmente en países en vías de desarrollo, el presente proyecto es de suma importancia ya que de forma directa promueve a mejorar el panorama ambiental, económico y social de los países en donde sea aplicado, ya que la colaboración social colectiva se suma a las acciones del Estado para abordar los problemas de la sociedad (Chica, et ál., 2017).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar los factores de éxito del emprendimiento social, contemplando un proceso de revisión de la literatura en los años 2017 – 2022, con el fin de propender la competitividad organizacional.

1.3.2 Objetivos específicos

- Describir indicadores de bibliometría en torno a los factores de éxito del emprendimiento social, considerando la literatura en los años 2017 – 2022.
- Estructurar la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social, con el fin de brindar insumos inherentes a la competitividad en las organizaciones.
- Formular orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales, con el propósito de brindar escenarios de toma de decisiones.

2. Marco referencial

2.1 Marco teórico

El emprendimiento social tiene una relevancia fundamental en la búsqueda de un sistema económico equitativo, donde la ética y la economía estén intrínsecamente ligadas, esta conexión entre valores éticos y actividades económicas es de suma importancia para promover un enfoque más justo y sostenible en el ámbito empresarial y social (Bouby Tolentino, 2015).

Así mismo, la empresa social desempeñan un rol de agente de cambio al interior de las comunidades donde opera al adoptar una misión orientada a generar valor social de forma

sostenible, sin limitarse solamente al beneficio privado, reconociendo y persiguiendo incansablemente nuevas oportunidades para cumplir con la mencionada misión, involucrándose en un proceso de mejora continua, aprendizaje y adaptación mediante la innovación, de igual forma, su actuación no se limita a los recursos disponibles y muestran un alto grado de responsabilidad ante los individuos y grupos a los que sirven, así como por los impactos que generan (Dees, 2001).

En concordancia con lo anteriormente expuesto, el presente tipo de emprendimiento surge como un fenómeno que implica una transformación sociocultural, promoviendo la democratización de las actividades económicas a través de la ayuda mutua y el esfuerzo personal, por otra parte, en América Latina, el emprendimiento basado en el trabajo asociativo y la propiedad colectiva está adquiriendo una gran relevancia, ya que los gobiernos han comenzado a reconocer su importancia como una forma de combatir la pobreza y el desempleo en la región (Bouby Tolentino, 2015).

Por otra parte, en cuanto a la característica más consensuada y exigible en los proyectos de emprendimiento social, según diversos académicos, es la creación de valor social, dicha característica se manifiesta principalmente a través de la promoción de la innovación social, la cohesión social y la responsabilidad social, de igual manera, otras manifestaciones importantes, reconocidas por organizaciones de referencia como Ashoka (la cual es una de las organizaciones más importantes del mundo para el fomento del emprendimiento social), incluyen la concienciación social, el desarrollo territorial, la creación de oportunidades laborales, la inclusión social, la atención a comunidades desatendidas por el Estado y la adopción de prácticas respetuosas con el medio ambiente (Sánchez Espada, et ál., 2018).

Sumado a lo anterior, el emprendimiento social no se limita únicamente al ámbito de las organizaciones sin ánimo de lucro, sino que también puede ser realizado por entidades gubernamentales y empresas del sector privado, lo anterior debido a que el éxito de la empresa social se fundamenta en la contribución que genera en el desarrollo sostenible, siendo especialmente relevante en países en vías de desarrollo, donde la acción social colectiva complementa las acciones de los diferentes gobiernos para abordar las diversas problemáticas de carácter social, así mismo, en Colombia, se ha observado un avance notable y un creciente interés por parte de las empresas privadas en llevar a cabo las mencionadas iniciativas mediante la creación de fundaciones que buscan promover la mejora en la calidad de vida de las personas en línea con las disposiciones del gobierno y las diferentes políticas sobre este tema (Chica, et ál., 2017).

2.1.1 Diferencias entre emprendimiento social y emprendimiento tradicional

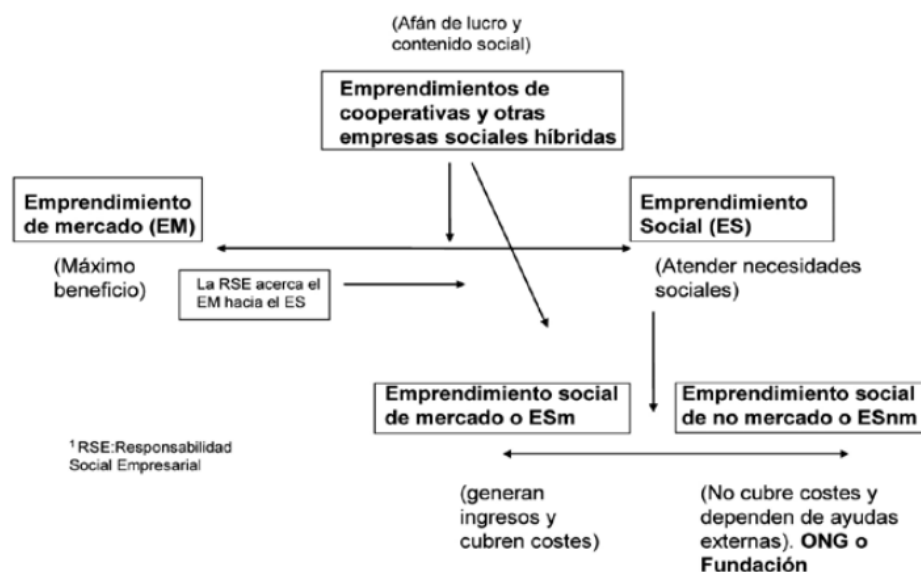
Los emprendimientos se dividen en dos grandes categorías principales: emprendimientos económicos o de mercado y emprendimientos sociales, con la posibilidad de existir tipos híbridos que combinan características de ambos; un ejemplo de emprendimiento social híbrido son las cooperativas, que buscan obtener ganancias, pero también tienen un enfoque social en su actividad; por otro lado, un ejemplo de emprendimiento de mercado híbrido sería una empresa de sociedad anónima que persigue maximizar sus beneficios, pero también establece programas de responsabilidad social empresarial (RSE), lo que se conoce como un emprendimiento de mercado con compromiso social (Bouby Tolentino, 2015).

Suma a lo anterior, del tipo de empresa de mercado híbrida, en Colombia, existen al menos tres modelos distintos de inversión empresarial en la sociedad, los cuales son: (a) creación de

programas internos propios, (b) establecimiento de organizaciones separadas de la empresa principal, como fundaciones, corporaciones o asociaciones, o brindar financiación a organizaciones sin fines de lucro preexistentes, y (c) participación en programas sociales liderados por terceros, como gremios, organizaciones sin fines de lucro o el gobierno local, entre otros (Chica, et ál., 2017).

En concordancia con las categorías previamente expuestas, de acuerdo con la distinción entre el objetivo principal del emprendimiento, ya sea maximizar el beneficio o atender a intereses sociales, se pueden identificar dos tipos puros de emprendimiento: los emprendimientos de mercado y los emprendimientos sociales, sin embargo, entre estas dos posiciones extremas, también pueden existir enfoques más híbridos, lo que resultaría en una clasificación de emprendimientos a lo largo de un continuo, como se puede apreciar en la figura 1 (Santos, et ál., 2013).

Figura 1. Clasificación de emprendimientos



Tomado de (Santos, et ál., 2013, p. 186).

Así mismo, en relación con los emprendimientos sociales puros, aquellos que priorizan claramente su misión social sobre el objetivo de obtener beneficios, se pueden identificar dos tipos según su grado de autosuficiencia financiera; si dependen de ayudas públicas o filantrópicas para cubrir sus costos, se consideran emprendimientos sociales no comerciales (como las ONG tradicionales); por otro lado, si generan ingresos y son capaces de cubrir sus costos, se trata de emprendimientos sociales comerciales, que pueden o no tener ánimo de lucro, dado todo lo anterior, no es posible establecer una clasificación dicotómica de los emprendimientos basada en su objetivo social o financiero, ya que existe un amplio espectro de emprendimientos que se sitúan en el continuo expuesto previamente (Santos, et ál., 2013).

2.1.2 Desafíos que enfrentan los emprendimientos sociales

En las últimas décadas, los modelos de gestión “orientados a resultados” han sido una tendencia importante en el ámbito empresarial convencional, enfocándose en la entrega eficiente de productos o servicios, oportunos y de calidad, para generar beneficios económicos, sin embargo, en las entidades sociales, adoptar este enfoque puede plantear un dilema, ya que algunos administradores temen que limitar los resultados solo al aspecto económico pueda desviarlos de su misión social, por lo tanto, es crucial que estas organizaciones reconozcan que los resultados para ellas se extienden más allá del beneficio económico y abarcan el impacto social, sin descuidar la sostenibilidad necesaria para lograr sus objetivos sociales (Murillo Pérez, 2016).

De igual manera, la correcta unión de las metas de sostenibilidad financiera y creación de beneficio social, demandan que las organización y las iniciativas empresariales de carácter social superen su tradicional debilidad en la planeación estratégica, ya que su enfoque por abordar rápidamente diversas problemáticas sociales han limitado la dedicación necesaria para una

planificación adecuada que logre un impacto social medible, estructurado y a largo plazo, así mismo, la mayoría de las entidades, especialmente las más pequeñas, enfrentan dificultades que obstaculizan su eficiencia en el seguimiento y mejora continua de sus resultados (Murillo Pérez, 2016).

Dado lo anterior, a continuación, se presentan los principales retos a los que se enfrentan los emprendimientos sociales en cuanto a la gestión orientada a los resultados:

2.1.2.1 Planificación estratégica deficiente. Los retos que enfrentan las empresas sociales están en constante aumento debido a las nuevas demandas sociales y los marcos de cooperación entre el sector público y privado, por lo tanto, es crucial que el sector demuestre una mayor capacidad para generar valor e impacto social a través de un enfoque estratégico sólido, sin embargo, la gestión estratégica actual en las presentes entidades se limita a conceptos básicos como el establecimiento de una misión, una visión a futuro y unos objetivos generales, lo que restringe sus acciones y no va más allá de una presentación superficial ante terceros, dado lo anterior, para que los emprendimientos sociales logren un adecuado direccionamiento estratégico, la planificación estratégica debe ser un proceso dinámico y cíclico, donde la acción esté estrechamente relacionada con la verificación y la toma de medidas permanentes para mejorar la efectividad de las acciones relacionadas con la misión de la entidad, sin embargo, aunque las empresas sociales reconocen la relevancia de una gestión estratégica adecuada, muchas son cautelosas y tradicionalistas al adoptar modelos más eficientes e innovadores que les permitan gestión la organización de forma más efectiva (Murillo Pérez, 2016).

2.1.2.2 Incongruencia entre los objetivos y las métricas de desempeño. En concordancia con el numeral anterior, debido a la falta de profundidad en la planificación estratégica y la presión por rendir cuentas a la comunidad o al sector público, una gran cantidad de emprendimientos sociales no logran una total congruencia entre sus objetivos estratégicos y sus sistemas para realizar la medición de los mismos, lo cual genera que a menudo se encuentren en dichas organizaciones baterías de indicadores que solo informan sobre las actividades realizadas en programas o proyectos, pero son pocos los que verdaderamente miden el impacto realizado por la empresa y la generación de valor a las comunidades, es decir, el logro final de la estrategia como entidad social, sumado a lo anterior, la dificultad para identificar y seleccionar los indicadores clave también contribuye a la presente problemática, ya que sin una comprensión clara de los objetivos estratégicos, resulta difícil elegir los indicadores adecuados y se puede realizar una medición indiscriminada de cualquier aspecto que parezca tener un impacto positivo (Murillo Pérez, 2016).

2.1.2.3 Difícil acceso a la información. La falta de información y los costos asociados a la medición constituyen un obstáculo para el establecimiento de sistemas adecuados de medición en las entidades sociales, la gestión y almacenamiento de datos a lo largo de todo el proceso de ejecución de un proyecto requiere un esfuerzo considerable, sumado al hecho de que la disponibilidad de información confiable es crucial para medir indicadores que permitan tomar decisiones informadas sobre la gestión del impacto social y la adaptación de la estrategia, sin embargo, obtener esta información a menudo implica costos elevados que no se han tenido en cuenta en los presupuestos, además de los costos asociados con la recopilación de datos, también se deben considerar otros aspectos importantes como el desarrollo y la capacidad de gestión de un sistema de información adecuado, por lo tanto, en muchos casos, las entidades se ven obligadas a

tomar decisiones sobre la asignación de recursos, y lamentablemente, la inversión en actividades de medición suele quedar relegada debido a la percepción errónea de que no generan valor en comparación con la ejecución de proyectos y acciones directas (Murillo Pérez, 2016).

2.1.2.4 Dificultad en la medición de activos inmateriales. La necesidad de saber los resultados generados por las empresas sociales y la presión de los gestores y grupos de interés por obtener información inmediata lleva a que los indicadores establecidos se centren en resultados operativos a corto plazo en lugar de medir el verdadero impacto social a largo plazo, la medición del impacto social requiere un periodo de tiempo adecuado, generalmente superior a dos o tres años, para evaluar los efectos y el bienestar de los colectivos beneficiados, lamentablemente, pocas organizaciones realizan un seguimiento continuo a lo largo de los años para evaluar este valor, que es el que indica el nivel de transformación social que están logrando (Murillo Pérez, 2016).

Sumado a lo anterior, se presenta la dificultad en la cuantificación y gestión de los activos intangibles de las organizaciones, los cuales pueden ser en cuanto a los grupos atendidos, así como en cuanto al personal y el activo intelectual de la empresa, entre otros, dichos activos intangibles, son capacidades desarrolladas en los individuos y generan valor tanto para ellos como para su entorno y esto suele ser omitido en los sistemas de medición que usualmente adoptan las empresas sociales debido a la dificultad de valorarlos o monetizarlos, sin embargo, si se alinean adecuadamente con la estrategia, los intangibles son los principales generadores de valor y contribuirán en mayor medida a la transformación social, que es el propósito fundamental de las presentes entidades (Murillo Pérez, 2016).

2.2 Marco conceptual

Tabla 1. *Conceptos de emprendimiento social.*

Autor	Año	Definición
(Letts, et ál., p. 137)	2003	“Social entrepreneurship as a catalyst for social transformation [...] that creates innovative solutions to immediate social problems and also mobilizes the ideas, capacities, resources, and social arrangements required for long-term, sustainable, social transformations.”
(Peredo y McLean, p. 58)	2006	“Social entrepreneurship is exercised where some person or group: (1) aim(s) at creating social value, either exclusively or at least in some prominent way; (2) show(s) a capacity to recognize and take advantage of opportunities to create that value (“envision”); (3) employ(s) innovation, ranging from outright invention to adapting someone else’s novelty, in creating and/or distributing social value; (4) is/are willing to accept an above-average degree of risk in creating and disseminating social value; and (5) is/are unusually resourceful in being relatively undaunted by scarce assets in pursuing their social venture.”

Autor	Año	Definición
(Guzmán Vázquez y Trujillo Dávila, p. 111)	2008	“Un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales.”
(Zahra, et ál., p. 522)	2009	“Encompasses the activities and processes undertaken to discover, define, and exploit opportunities in order to enhance social wealth by creating new ventures or managing existing organizations in an innovative manner.”
(Pedraza, p. 52)	2016	“Actividad, con un significativo componente social y dimensión colectiva, en donde la comunidad es el eje del mismo, para lo cual se apoya en estrategias y habilidades empresariales.”
(Chou, p. 76)	2018	“Social entrepreneurship involves a variety of stakeholders such as social entrepreneurs, users, citizens, governments, communities, etc., to collaborate together to solve the social problems.”

Autor	Año	Definición
(Minga López, et ál., p. 15)	2022	“Proceso innovador e ingenioso, basado en el mercado, mediante el cual se intentan resolver determinados problemas sociales y provocar procesos transformadores en la sociedad.”

Para el presente proyecto de investigación se tomó la postura de definición presentada por (Minga López, et ál., 2022) en donde se afirma que el emprendimiento social es el “proceso innovador e ingenioso, basado en el mercado, mediante el cual se intentan resolver determinados problemas sociales y provocar procesos transformadores en la sociedad”, sumado a lo anterior, el autor afirma que las características que definen al concepto de emprendimiento social “hacen referencia a aspectos como: valor social, innovaciones y actuaciones creativas, problemas y transformación social” (Minga López, et ál., 2022).

En concordancia con lo anteriormente expuesto, la revisión conceptual sobre el emprendimiento social deja en evidencia la definición necesaria para la elaboración del presente proyecto de investigación y el desarrollo metodológico del estudio que se expone a continuación.

3. Método

3.1 Enfoque y tipo de investigación

La presente investigación será cualitativa, descriptiva, no experimental y transversal, ya que, en primer lugar, el enfoque de la investigación cualitativa radica en la comprensión de fenómenos desde el punto de vista de los individuos que lo experimentan y en el presente proyecto se realizara un análisis examinando la manera en la cual el fenómeno del emprendimiento social

es abordado e interpretados por los diversos autores de textos científicos (Hernández Sampieri, 2014).

De igual manera, el alcance de la presente investigación será descriptivo, ya que los estudios descriptivos tienen por objetivo analizar un fenómeno, detallando sus propiedades, características y como se manifiesta (Hernández Sampieri, 2014).

Sumado a lo anterior, el diseño de la presente investigación será no experimental y transversal, ya que se analizará un fenómeno de la forma en la que se manifiesta, sin realizar ningún tipo de modificación sobre las variables que lo componen, así mismo, el aspecto transversal del presente estudio consiste en describir las variables concernientes a un fenómeno, analizando su incidencia e interacción en un momento del tiempo específico (Hernández Sampieri, 2014).

3.2 Instrumento de recolección de información

El instrumento de recolección de información será la ecuación de búsqueda que se emplearan para realizar la revisión literaria, dicha ecuación será: (("factores de exito") OR (("emprendimiento social") AND ("empresa social")) OR ("competitividad organizacional")) AND PUBYEAR > 2016 AND PUBYEAR < 2023 AND (LIMIT-TO (OA , "all")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "ECON") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "SOCI")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish")).

3.3 Trabajo de campo

El trabajo de campo se desarrollará en una de las principales bases de datos de producción científica, la cual es *Scopus*.

4. Cronograma

Tabla 2. Cronograma de la propuesta de investigación

N°	Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Fase I: Describir indicadores de bibliometría en torno a los factores de éxito del emprendimiento social																	
1	Creación de ecuaciones de búsqueda	X	X														
2	Revisión de bases de datos		X	X	X												
3	Extracción de artículos inherentes al objeto de investigación			X	X	X											
4	Análisis de bibliometría					X	X	X									
Fase II: Estructurar la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social																	
5	Estructurar categorías de análisis						X	X	X								
6	Estructurar fundamentación teórica									X	X	X					
Fase III: Formular orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales																	
7	Definición de orientaciones competitivas										X	X	X	X			
8	Análisis de priorización														X	X	X

Adaptado de los modelos de gestión en el cumplimiento de los objetivos empresariales. Caso de Estudio: Cia. de Transportes 27 de mayo S.A. (Tamayo Herrera, et ál., 2018).

5. Desarrollo

En el presente apartado se presentan los resultados del análisis de los factores de éxito del emprendimiento social, por medio de la revisión de la literatura comprendida entre los años 2017 a 2022, con el fin de propender la competitividad organizacional.

5.1 Indicadores de bibliometría en torno a los factores de éxito del emprendimiento social

Para desarrollar la revisión literaria en torno a los factores de éxito del emprendimiento social se planteó una bibliometría, en donde se lograron identificar investigaciones, autores, año de investigación, además de conocer estudios de diversas revistas científicas e instituciones, logrando así describir la finalidad de cada uno de estos artículos con las respectivas palabras clave de los mismos y organizarlos por su relevancia tomando en cuenta el número de citas que se le ha realizado a cada uno de los artículos, según la plataforma Scopus.

Tabla 3. *Bibliometría acerca de los factores de éxito del emprendimiento social*

Documentación - bibliometría							
N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
1	Ávila R.C.; Campos J.L.	La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: Innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria	2018	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo tiene como finalidad explorar cómo la economía social se adapta y responde a los nuevos paradigmas económicos emergentes, como la innovación social, la economía colaborativa, la economía circular, la responsabilidad social empresarial, la economía del bien común, la empresa social y la economía solidaria.	Collaborative Economy; Economía circular; Economía colaborativa; Economía social; Economía solidaria; Empresas sociales; Innovación social; Nonprofit sector; Nonprofit sector; Revoluciones científicas; Scientific revolutions;

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
							Social Economy; Social enterprises; Social Innovation; Social responsibility; Solidarity economy
2	Álvarez-Aros E.L.; Bernal-Torres C.A.	Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano	2017	Informacion Tecnologica	Centro de Informacion Tecnologica	La finalidad del artículo es presentar un modelo de innovación abierta que destaca el papel del potencial humano como estrategia para mejorar la capacidad innovadora sostenible de las empresas, en particular, en las de los países en desarrollo que suelen caracterizarse por ser empresas tradicionales en su forma de gobierno y dotación tecnológica.	Human potential; Innovation; Model; Open innovation; Traditional innovation
3	Igual J.F.J.; Martí E.M.; Ribera E.M.	Rol de la economía social y la universidad en orden a un emprendimiento basado en el conocimiento tecnológico y los valores	2020	CIRIEC-España Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo tiene como finalidad abordar la necesidad de avanzar hacia una economía más intensiva en conocimiento, especialmente tecnológico, que permita afrontar el reto que supone la llamada 4ª revolución tecnológica, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más competitiva y al mismo tiempo que ello se realice desde una economía con valores.	Entrepreneurship ; Knowledge; Social economy; Technological revolution; University
4	Barrios-Hernández K.C.; Contreras Salinas J.A.; Olivero-Vega E.	La gestión por procesos en las pymes de barranquilla: Factor diferenciador de la competitividad organizacional	2019	Informacion Tecnologica	Centro de Informacion Tecnologica	La finalidad del artículo es contribuir al desarrollo de un marco general para el diseño de políticas orientadas a la implementación de la gestión por procesos en las Pymes de la ciudad de Barranquilla, sustentado en la relevancia, pertinencia e	Competitiveness; Management; Market; Process; SMEs

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
						interés que tiene este campo en la actualidad.	
5	Duque P.; Meza O.E.; Giraldo D.; Barreto K.	Economía Social y Economía Solidaria: Un análisis bibliométrico y revisión de literatura	2021	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Complutense Madrid	La finalidad del artículo es contribuir al conocimiento de la economía social y solidaria a través de un análisis y revisión de la literatura registrada en las bases de datos WoS y Scopus entre los años 2000 y 2020, empleando métodos y herramientas bibliométricas.	Capitalism; Economic crisis; Economic development; Social impact; Social inequality; Third sector
6	Martínez-García I.; Teresa Padilla-Carmona M.; Suárez-Ortega M.	Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento	2019	Revista de Investigación Educativa	Asociación Interuniversitaria de Investigación en Pedagogía	La finalidad del artículo es estudiar los aspectos vinculados al éxito en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, identificar los factores personales y situacionales que influyen en la consolidación de un proyecto emprendedor.	Career development; Career guidance; Competences; Delphi technique; Entrepreneurship
7	García M.S.; Alfonso C.G.; Morera T.S.; Girona E.V.	La identidad de la empresa social en España: Análisis desde cuatro realidades socioeconómicas	2018	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo tiene como finalidad arrojar luz sobre la realidad de la empresa social en España y establecer una tipología de las mismas. Se analizan las diferentes realidades socioeconómicas en las que se encuentran las empresas sociales en España y se comparan con otros países europeos.	Social Economy; Social Enterprise; Social Entrepreneurship; Solidarity Economy; Third Sector of Social Action
8	Guerrero R.F.; Taboada L.R.; Simón Moya V.	Supervivencia de empresas sociales de nueva creación. Un enfoque basado en el análisis cualitativo comparativo fsQCA	2018	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo tiene como finalidad analizar la supervivencia de las empresas sociales de nueva creación y explorar los factores que pueden influir en su éxito a largo plazo. También ofrece recomendaciones prácticas para los responsables de	Business plan; Business survival; Entrepreneur characteristics; FsQCA; Size; Social entrepreneurship

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
						políticas públicas y los emprendedores sociales.	
9	Caro-González F.J.; Pérez-Suárez M.; Sánchez-Torné I.	Características de las Empresas Sociales Periodísticas	2019	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	La finalidad del artículo es contribuir a delimitar el concepto de empresas sociales periodísticas (ESP) desde un punto de vista empírico, analizando las características de los medios de comunicación que se consideran ESP y comparándolos con los medios de comunicación tradicionales.	Journalism; Journalistic Enterprise; Non-profit organization; Social Economy; Social Enterprises
10	Mendoza J.L.	Emprendimiento de negocios propios en el Perú: El rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos	2018	Estudios Gerenciales	Universidad Icesi	La finalidad del artículo es especificar las características sociodemográficas individuales que determinan la probabilidad de crear un negocio o empresa propia en cada uno de los 24 departamentos del Perú, utilizando regresiones econométricas de un modelo probit.	Business creation; Entrepreneurship ; Peru; Sociodemographic factors
11	Flores-Fernández L.; Severino - González P.; Sarmiento-Peralta G.; Sánchez-Henríquez J.	Responsabilidad social universitaria: diseño y validación de escala desde la perspectiva de los estudiantes de Perú	2022	Formación Universitaria	Centro de Información Tecnológica	El artículo tiene como finalidad presentar una propuesta de escala para medir la percepción de los estudiantes universitarios sobre la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) en Perú, a través de la revisión de artículos y la identificación de dimensiones acordes al sustento conceptual del constructo.	Higher education; Social responsibility; University management; Validation scale

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
12	Saldarriaga Salazar M.E.; Guzmán González M.F.; Concha Cerón E.A.	Innovación empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en popayán, colombia	2019	Revista Venezolana de Gerencia	Universidad del Zulia	El artículo busca demostrar cómo la innovación puede ser un factor clave para el éxito empresarial y la sostenibilidad en el mercado, especialmente para las micro, pequeñas y medianas empresas.	Business Innovation; Competitiveness; Quality of life
13	Rodríguez de Pepe M.; Cervilla Ruano M.A.	Asociatividad empresarial y fuentes de capital social: Hacia un modelo explicativo	2020	Innovar	Universidad Nacional de Colombia	La finalidad del artículo es explorar los beneficios de las redes interempresariales y cómo pueden generar ventajas competitivas a través de la generación de capital social.	Discretionary accruals; Earnings management; Listed companies; Unlisted companies
14	Abad J.S.	Economía social y solidaria, emprendimiento social y economía popular en la sociedad post-crisis	2019	Revista de Antropología Social	Universidad Complutense de Madrid	El artículo tiene como finalidad explorar la economía social y solidaria, el emprendimiento social y la economía popular en la sociedad post-crisis, y cómo estos enfoques pueden contribuir a construir una economía más justa y sostenible al servicio de las personas y no de los mercados.	Economía social y solidaria; Emprendimiento social; Economía popular
15	Mateos M.R.; Rojas R.D.H.	Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España)	2018	Estudios Geograficos	CSIC Consejo Superior de Investigaciones Cientificas	El artículo tiene como finalidad analizar las microempresas de artesanía y turismo en la ciudad de Córdoba, identificando sus características, oportunidades y desafíos, así como su relación con la dinámica socioeconómica local y la oferta turística de la ciudad.	Crafts; Córdoba (Spain); Local development; Micro-enterprises; Tourism
16	Navío-Navarro M.	Contenidos eficientes en redes sociales: La promoción de series de netflix	2021	Index.comunicacion	Rey Juan Carlos University	El artículo tiene como finalidad proporcionar información y estrategias para generar contenido eficiente en las redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter) para la promoción de series de ficción de Netflix.	Facebook; Fiction series; Instagram; Netflix; Social Media; Twitter

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
17	Fernández-Lores S.; Martínez-Navarro G.; Gavilán D.	Factores de éxito en las webs de contenidos audiovisuales. Análisis cualitativo comparado	2020	Profesional de la Información	El Profesional de la Información	El artículo tiene como finalidad identificar los factores críticos de éxito de las webs de contenidos audiovisuales (WCA) y analizar cómo pueden mejorar su atractivo, tráfico de usuarios, capacidad de prescripción y difusión de contenidos.	Audiovisual communication; Audiovisual consumption; Audiovisual content; Audiovisual content websites; Audiovisual product; Cinema; Comparative qualitative analysis; Film users; Online influence; Online platforms; Social interaction; Websites
18	Pachón L.Á.S.; Chinarro E.P.	Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento	2019	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	La finalidad del artículo es proporcionar información detallada sobre el emprendimiento social y las medidas legales de apoyo en España, con el objetivo de fomentar el desarrollo de iniciativas emprendedoras y fortalecer el tejido empresarial de forma duradera.	entrepreneur; entrepreneurial orientation; Entrepreneurship; social economy entity; social enterprise; social entrepreneurship
19	PORTALES L.	Emprendimiento social, ¿alternativa o continuidad del sistema neoliberal?	2018	Recerca	Universidad Jaume I de Castellón	El artículo tiene como finalidad reflexionar sobre el emprendimiento social y su relación con el neoliberalismo, analizando las continuidades y discontinuidades en el discurso del sistema capitalista y las escuelas de pensamiento del emprendimiento social.	Neoliberalism; Ontological elements; Schools of thought; Social entrepreneurship

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
20	de Jesús González J.; Valdés Medina F.E.; Saavedra García M.L.	Factores de éxito en el financiamiento para Pymes a través del Crowdfunding en México	2021	Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época	Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas	La finalidad del artículo es analizar los factores que influyen en el éxito de financiamiento de las Pymes a través del Crowdfunding en México, con el objetivo de fortalecer el marco de conocimiento de las finanzas tecnológicas y contribuir a una mejor toma de decisiones en la estructura de fondeo de las pequeñas y medianas empresas.	Crowdfunding; financing; Fintech; SMEs
21	Pérez Peralta C.M.; Chirinos Araque Y.V.; Ramírez García A.G.; Barbera Alvarado N.	Factores de competitividad en pymes manufactureras en Colombia	2021	Revista Venezolana de Gerencia	Universidad del Zulia	El artículo tiene como finalidad analizar los factores de competitividad en PYMES manufactureras en Colombia, con el objetivo de identificar cómo estas empresas pueden ser eficientes, flexibles y adaptables para propiciar ventajas competitivas.	Competitiveness; Factors; Globalization; Sme manufacturing
22	Avelino C.T.; Palacio J.R.S.	Ética y Responsabilidad Social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas	2021	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Computense Madrid	El artículo tiene como finalidad explorar cómo las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas pueden crear valor económico y social para la comunidad, y cómo las políticas de responsabilidad social y los comportamientos éticos pueden garantizar el éxito de estas alianzas.	Non-profit organizations; Shared value; Social responsibility; Strategic alliances
23	Rojas A.B.M.; Ramírez R.I.L.; Flórez Serrano E.G.	Factores de éxito de la certificación ISO 9001 en empresas de Cúcuta y su Área Metropolitana	2018	Estudios Gerenciales	Universidad Icesi	La finalidad del artículo es evaluar el impacto de la certificación ISO 9001 en la calidad y rentabilidad de las empresas de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, a través de un estudio detallado de los factores de éxito de la certificación.	Impact; ISO 9001 certification; Quality management system

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
24	Cortés C.B.Y.; Landeta J.M.I.	Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México	2021	Contaduría y Administración	Universidad Nacional Autónoma de México	El artículo tiene como finalidad analizar el impacto de las motivaciones, competencias y factores de éxito en el emprendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) en el estado de Querétaro, México, y cómo estas características pueden influir en el éxito de los negocios.	Entrepreneur; Entrepreneurial success; Entrepreneurship
25	Avila Morales H.; Olmos Saldívar D.; Quispe Gonzales G.C.; Diaz Tito L.P.	Talento humano en la cuarta revolución industrial	2022	Revista Venezolana de Gerencia	Universidad del Zulia	La finalidad del artículo es caracterizar el talento humano en el contexto de la cuarta revolución industrial, a través de una revisión teórica documental y bibliográfica.	Fourth industrial revolution; Human talent; Innovation
26	Lastra Ó.R.E.; López J.D.G.	Índice de Capacidades Asociativas: Construcción teórica y propuesta metodológica de cálculo para organizaciones de economía solidaria	2018	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo presenta una propuesta metodológica para medir las capacidades asociativas de las organizaciones solidarias, con el objetivo de contribuir a su desarrollo y fortalecimiento.	Associative capabilities; Capacidades asociativas; Desarrollo local; Economía solidaria; Emprendimientos solidarios; Local development; Solidarity economy; Solidarity entrepreneurship
27	Pérez-Suárez M.; Sánchez-Torné I.; Pérez-Troncoso D.	La Empresa Social: realidad de la Economía Social en España	2021	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Complutense Madrid	El artículo presenta una investigación sobre la realidad de la Economía Social en España y detalla el perfil de la Empresa Social activa, con el objetivo de discutir algunos tópicos del fenómeno estudiado y generar conocimiento para la comunidad que contribuya tanto a la	Organizational Life Cycle; Social Economy; Social Enterprise; Social Initiative Co-operative; Spain

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
						sostenibilidad futura de las entidades sociales como a su integración real en la Economía Social.	
28	Rodríguez L.G.; Guevara D.F.; González B.P.	Análisis de la actitud emprendedora en sociedades cooperativas pesqueras en México	2021	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Computense Madrid	El artículo tiene como finalidad analizar la actitud emprendedora de los presidentes de cooperativas pesqueras en el Estado de Sinaloa, México, y verificar si se ajusta a lo que indica la literatura, con el objetivo de desarrollar actividades sustantivas y estratégicas para su crecimiento y fomentar la educación cooperativa y la economía solidaria.	Attitude; Entrepreneurial Intention; Fishing cooperatives; Personal skills; Subjective social norms
29	García-Flores V.; Martos L.P.	Entidades del tercer sector e innovación social. Elementos caracterizadores y factores de éxito	2020	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Computense Madrid	El artículo tiene dos objetivos principales: enunciar y ponderar las propiedades más importantes que debe tener una iniciativa para ser considerada innovación social, y explicar por qué las entidades del tercer sector pueden ser sujetos con facilidades para su desarrollo.	Civil society; Innovation; Qualitative analysis; Social economy; Social organisations; Third sector
30	Castilla-Polo F.; del Consuelo Ruiz-Rodríguez M.; Delgado-Marfil C.	La técnica Delphi para la validación de escalas de medida: Las variables innovación y reputación dentro de almazaras cooperativas	2020	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Computense Madrid	El artículo tiene como finalidad analizar la importancia de la innovación en las almazaras cooperativas para mejorar su reputación y diferenciarse en el mercado del aceite de oliva.	Cooperatives; Delphi technique; Innovation; Oil mills; Reputation; Scale

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
31	Estremera C.A.; Pérezgrueso A.J.B.; Arceiz F.J.L.	Resultado económico y de empleo en las organizaciones sociales de origen familiar	2017	CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo tiene como objetivo detectar comportamientos de empresa social entre las estructuras formadas por las organizaciones familiares aragonesas, a través de la estimación de la posible relación entre el resultado económico y el volumen de empleo, como indicador de generación de impacto social.	Economic result; Employment; Family business; Family nonprofit; Social impact
32	Abril-Bonilla N.; Nicholls M.C.J.; Larrota L.F.U.	¡A formalizar!: Disputas de lo campesino en el alto cauca	2020	Antipoda	Universidad de los Andes, Bogotá Colombia	La finalidad del artículo es analizar la implementación del Programa de Formalización de la Propiedad Rural (PFPR) en el Alto Cauca, Colombia, y su relación con los conflictos territoriales y las identidades políticas de las organizaciones sociales de la región.	Hybridization; Land titling; Neoliberalism; Peasants; Public policy; Upper Cauca
33	Laguna E.A.	Factores condicionantes en la creación informal de nanoempresas: Evidencia experimental en Monterrey, México	2021	Contaduría y Administración	Universidad Nacional Autónoma de México	El artículo tiene como finalidad analizar los factores que influyen en la creación informal de nanoempresas en Monterrey, México, y ofrecer evidencia experimental sobre el comportamiento de los nanoemprendedores en relación con la formalización de sus empresas.	Logit; Nanoenterprise; Nanoentrepreneur; Transition matrix
34	Miranda P.P.; Atia V.C.; Oliveros B.P.; Palacios O.P.	Alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector gastronómico colombiano	2022	Revista de Ciencias Sociales	Universidad del Zulia	La finalidad del artículo es analizar las alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector turístico gastronómico y ofrecer recomendaciones para establecer alianzas y mejorar la calidad del producto y la satisfacción del cliente en Puerto Colombia.	Competitiveness; Gastronomic tourism; Puerto colombia.; Strategic alliances; Value strategies

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
35	Pérez Paredes A.; Rojas Sánchez I.; Martínez Ángeles D.M.	Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México	2022	Revista Venezolana de Gerencia	Universidad del Zulia	El artículo tiene como finalidad determinar las características del emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México y reconocer el valor que tiene la empresa en la sociedad a través de la generación de empleo, riqueza y sostenibilidad en el tiempo.	Entrepreneurial success; Entrepreneurship ; Entrepreneurship ; Mexico; Young university students
36	López A.L.S.; Muñoz Fernández G.A.; Astudillo S.V.	Análisis factorial confirmatorio de una escala de satisfacción y compromiso laboral organizativo en los empleados del servicio hotelero del Ecuador	2022	Investigaciones Turísticas	Universidad de Alicante Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas	La finalidad del artículo es validar una escala para evaluar la satisfacción y el compromiso laboral organizativo en los empleados del servicio hotelero del Ecuador, a través de un análisis factorial confirmatorio y la evaluación de su fiabilidad.	labor commitment; labor implication; labor satisfaction; professional development
37	Gaitero C.C.; Zapata J.S.A.	La institucionalización del Aprendizaje-Servicio como camino para la Universidad socialmente responsable	2021	Estudios Pedagógicos	Universidad Austral de Chile	El artículo tiene como finalidad analizar cómo la implementación del Aprendizaje-Servicio en la educación superior puede contribuir al logro de universidades socialmente responsables.	Higher education; Institutionalization; Service-learning; Teaching innovation; University social responsibility
38	Romaní L.E.; Yagüe M.B.; Ramírez M.V.O.	Medición para el cambio en entidades sociales: La elaboración de un Cuadro de Mando Integral	2022	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Complutense Madrid	El artículo presenta un Cuadro de Mando Integral como herramienta de gestión y estrategia de acción social en la Federación Española de Fibrosis Quística. Además, se discute cómo esta herramienta puede ser útil para otras organizaciones de la economía social que buscan transformarse con agilidad y visión de futuro.	Balanced scorecard; Delphi Method; Indicators; Quality; Social action; Social economy

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
39	Flores-Flores A.J.; Álvarez-Herrera M.	Pokémon Go y sus factores de éxito: Diseño de un modelo teórico	2019	Estudios Gerenciales	Universidad Icesi	La finalidad del artículo es diseñar un modelo teórico basado en los factores de éxito de Pokémon Go, con el objetivo de proporcionar a los tomadores de decisiones una herramienta para mejorar su estrategia organizacional y lograr ventajas competitivas en la industria.	Competitive advantage; Pokémon; Pokémon Go; Success factors; Theoretical model
40	Ruiz A.V.; Pezzia A.E.; Gonzales C.A.L.	Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según necesidad, oportunidad, valor y sus variables predictoras de comportamientos de prosocialidad-productiva	2022	Cuadernos de Administración	Pontificia Universidad Javeriana	El artículo tiene como finalidad analizar los perfiles psicológicos de los emprendedores en Perú según el tipo de valor y origen de sus emprendimientos, y buscar identificar variables predictoras de conductas de prosocialidad-productiva.	enterprise's business objectives; entrepreneurs; Prosociality; social value
41	Osorio-García M.; Domínguez Estrada J.F.	Experiencias de turismo comunitario en el área natural protegida del nevado de toluca, México: Hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos	2019	Cuadernos de Desarrollo Rural	Pontificia Universidad Javeriana	El artículo tiene como finalidad presentar experiencias de turismo comunitario en diez comunidades ejidales del Nevado de Toluca en México, así como describir el proceso de desarrollo de productos turísticos en estas comunidades y los elementos objetivos y subjetivos que se conjugaron en su construcción.	Action research; Community tourism; Protected natural area; Tourism products
42	Camps-Durban E.; Marcel Mauri-Rios	Innovación periodística desde la economía social: cooperativas, sociedades laborales y accionariado popular en Cataluña	2022	REVESCO Revista de Estudios Cooperativos	Universidad Complutense Madrid	El objetivo del artículo es examinar formas de innovación social y organizativa en medios de comunicación de la economía social a partir de los conceptos de actores periféricos y pioneros del periodismo.	Crisis of journalism; Entrepreneurial journalism; Media cooperatives; Social entrepreneurship; Social Innovation

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
43	Chávez Vera K.J.; Calanche z Urribarri Á.	Pensamiento estratégico para impulsar el emprendimiento en el contexto de la pandemia	2022	Revista Venezolana de Gerencia	Universidad del Zulia	El artículo tiene como finalidad presentar un estudio sobre el pensamiento estratégico en el contexto de la pandemia y su impacto en el emprendimiento en la ciudad de Chiclayo, Perú.	Chiclayo; entrepreneurship ; pandemic; Qualities of strategic thinking; strategic thinking
44	Saavedra -García M.L.; Del Rosario Demuner -Flores M.; Choy-Zevallos E.E.	Uso de las practicas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relacion con la competitividad	2020	Retos(Ecuador)	Universidad Politecnica Salesiana	La finalidad del artículo es analizar las prácticas de comercialización utilizadas por las PYME en la Ciudad de México y establecer una relación entre estas prácticas y la competitividad de las empresas.	Competitiveness; competitors; customers; marketing; products; profitability; sales; SMEs
45	Miriam Q.F.G.; Ronald D.A.; Dante A.N.; Isabel M.N.A.	Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior	2022	Revista de Ciencias Sociales	Universidad del Zulia	La finalidad del artículo es analizar la importancia de la formación en competencias emprendedoras en estudiantes de Administración de Empresas en la educación superior, así como identificar las habilidades y aptitudes necesarias para fomentar una cultura emprendedora en el ámbito productivo.	Attitudinal competencies; Entrepreneurial culture; Entrepreneurship ; Entrepreneurship skills; University students
46	Iniesta J.M.E.; Peñalver A.J.B.; Gómez E.H.	La financiación del emprendimiento social: estudio de la comunicación y el uso de las redes sociales en la plataforma de crowdfunding "Goteo"	2022	CIRIEC-España Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa	CIRIEC	El artículo tiene como finalidad presentar claves para una comunicación eficaz y el uso de las redes sociales como factores determinantes en el éxito de la captación de fondos para proyectos de emprendimiento social a través de la plataforma de crowdfunding "Goteo".	Communications ; Crowdfunding; Crowdfunding platforms; Social entrepreneurship ; Social networks

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
47	Midolo Ramos W.R.; Cornejo Condori Y.M.; Ayala Cochón F.F.	Capacidad emprendedora en la universidad nacional de san agustín de arequipa – 2019	2021	Revista Venezolana de Gerencia	Universidad del Zulia	El artículo presenta un estudio sobre la capacidad emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa en el año 2019, con el objetivo de analizar su nivel de capacidad emprendedora y compararlo con los datos del GEM a nivel Perú.	Entrepreneur; Entrepreneurship ; University students
48	Uliondo I.A.	Los fondos de emprendimiento social europeos, ¿una oportunidad para las cooperativas?	2021	Boletin de la Asociacion Internacional de Derecho Cooperativo	University of Deusto	El propósito del artículo es proporcionar información sobre los fondos de emprendimiento social europeos y su potencial para las cooperativas, así como analizar los ajustes y perspectivas de futuro presentes en el Reglamento (UE) 1991/2017 y el Reglamento delegado (UE) 2019/819.	Cooperatives; European Social Entrepreneurship Funds; Funding; Qualifying investment; Qualifying portfolio undertaking
49	Cortés G.D.P.G.; Velandia K.D.G.; Garcia H.E.; Sanabria C.T.	Re-pensando el Rol Académico en el Discurso de la Economía Circular	2021	Ambiente e Sociedade	Universidade Estadual de Campinas UNICAMP	La finalidad del artículo es analizar el rol de la academia y la producción científica en la contribución a la política pública en el ámbito de la Economía Circular, y discutir los desafíos planteados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	Circular economy (CE); comprehensiveness in the CE; copos descartáveis (CSU); Economía circular (CE); Economía circular (EC); integralidad en la EC; integralidade em CE; produção y consumo sostenible; produção e consumo sustentáveis; single-use glasses (SUG); sustainable production and consumption; vasos de único uso (VSU)

Documentación - bibliometría

N.	Autores	Título de la investigación	Año	Revista Científica	Institución	Finalidad	Palabras claves
50	Vargas-Chaves I.; Dermer-Wodnick y M.	Las patentes verdes como un eslabón para fomentar la innovación en las energías renovables	2022	Juridicas CUC	Universidad de la Costa	El objetivo del artículo es sentar las bases para una discusión sobre las oportunidades y retos que tiene el derecho y las políticas públicas con miras a mejorar y construir un plan de desarrollo acorde con el panorama y estado actual de la I+D+i en energías renovables de los países líderes.	Environmental innovation; Environmental management; Green patents; Patents; Renewable energies

5.2 Estructuración de la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social

Posterior al proceso de revisión de las referencias bibliográficas correspondientes a la bibliometría y los fundamentos teóricos que identifican los factores de éxito del emprendimiento social, se presentan los factores de éxito más relevantes con el fin de brindar insumos inherentes a la competitividad en las organizaciones.

5.2.1 Definición de los factores de éxito

En concordancia con lo anteriormente expuesto, a continuación, se presentan las definiciones de los factores de éxito identificados en la revisión bibliométrica, lo anterior, con el objetivo de delimitar el alcance conceptual de cada uno de los presentes dentro de su respectiva categoría.

5.2.1.1 Categoría administrativa. Gestión de recursos humanos: es el proceso de administrar y desarrollar el talento humano de una organización, esto implica una serie de

actividades, como la planificación de recursos humanos, la selección y contratación de personal, la formación y desarrollo de habilidades, la evaluación del desempeño, la gestión de compensaciones y beneficios, la gestión de conflictos y la gestión del clima laboral (Ávila y Campos, 2018).

Gestión de proyectos: es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos (humanos, financieros, materiales) para lograr objetivos específicos dentro de un plazo determinado. Esto implica una serie de actividades, como la definición de los objetivos del proyecto, la identificación de los recursos necesarios, la elaboración de un plan de trabajo detallado, la asignación de tareas y responsabilidades, la gestión de riesgos, la supervisión del progreso del proyecto y la evaluación de los resultados (Ávila y Campos, 2018).

Cultura organizacional: se refiere a los valores, creencias, normas y comportamientos compartidos por los miembros de una organización. Es la forma en que una empresa hace las cosas y cómo se relaciona con sus empleados, clientes y otros actores relevantes (Álvarez-Aros y Bernal-Torres, 2017).

Estructura organizacional: se refiere a la forma en que se organizan las tareas y responsabilidades dentro de una empresa, esto puede incluir la jerarquía de autoridad, la división del trabajo, la asignación de roles y responsabilidades, y la forma en que se toman las decisiones (Álvarez-Aros y Bernal-Torres, 2017).

Adaptación al cambio: la capacidad de adaptación a los cambios del mercado se refiere a la habilidad de una empresa o economía para ajustarse a las nuevas condiciones del mercado y a las demandas de los clientes (Igual, et ál., 2020).

Innovación general: la innovación se refiere a la creación y aplicación de nuevas ideas, productos, servicios, procesos o modelos de negocio que generan valor y mejoran la eficiencia, la

productividad y la competitividad de una empresa. La innovación puede ser incremental, es decir, mejoras graduales en productos o procesos existentes, o puede ser disruptiva, lo que implica la creación de nuevos productos o servicios que cambian radicalmente la forma en que se hacen las cosas (Mendoza, 2018).

5.2.1.2 Categoría estratégica. *Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas:* Identificar y abordar necesidades sociales insatisfechas de manera innovadora y efectiva, se refiere a la capacidad de los emprendimientos sociales para identificar problemas o necesidades sociales que no están siendo atendidos adecuadamente por el mercado o por las administraciones públicas, y para desarrollar soluciones innovadoras y efectivas para abordarlos (Ávila y Campos, 2018).

Planificación estratégica: es un proceso mediante el cual una organización define sus objetivos a largo plazo y desarrolla un plan de acción para alcanzarlos, de igual manera, la planificación estratégica implica una serie de pasos, como la definición de la misión y visión de la organización, el análisis del entorno externo e interno, la identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, la definición de objetivos y metas a largo plazo, la elaboración de estrategias y planes de acción, la asignación de recursos y la implementación y seguimiento del plan (Ávila y Campos, 2018).

Alianzas estratégicas: Se refiere a la capacidad de los emprendimientos sociales para colaborar con otras organizaciones, empresas, instituciones y actores relevantes para lograr objetivos comunes y maximizar el impacto social y económico de sus proyectos y actividades, esto implica una serie de variables, como la identificación de socios potenciales, la negociación y el

establecimiento de acuerdos y alianzas, la gestión de relaciones y la capacidad de la empresa de trabajar de manera conjunta con otras organizaciones (Ávila y Campos, 2018).

Sostenibilidad: se refiere a la capacidad de una empresa de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, esto implica la consideración de los aspectos económicos, sociales y ambientales en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos, así mismo, la sostenibilidad económica implica la capacidad de mantener un crecimiento económico sostenible a largo plazo, mientras que la sostenibilidad social implica la capacidad de garantizar la equidad y la justicia social en la distribución de los recursos y oportunidades, por último, la sostenibilidad ambiental implica la capacidad de proteger y preservar el medio ambiente y los recursos naturales para las generaciones futuras (Igual, et ál., 2020).

5.2.1.3 Categoría Financiera. *Gestión financiera*: es el proceso de administrar los recursos financieros de una organización de manera efectiva y eficiente, esto implica una serie de actividades, como la planificación financiera, la gestión de presupuestos, la gestión de ingresos y gastos, la gestión de riesgos financieros, la gestión de inversiones y la elaboración de informes financieros (Ávila y Campos, 2018).

Capacidad de financiamiento: Se refiere a la capacidad de los emprendimientos sociales para obtener los recursos financieros necesarios para llevar a cabo sus proyectos y actividades (Ávila y Campos, 2018).

Rentabilidad: se refiere a la capacidad de generar beneficios o ganancias a partir de una inversión o actividad económica, de igual manera, la rentabilidad puede medirse de diferentes maneras, como la rentabilidad económica, que se refiere a la relación entre los beneficios y los

costos totales de la empresa, o la rentabilidad financiera, que se refiere a la relación entre los beneficios y el capital invertido en la empresa (Igual, et ál., 2020).

5.2.1.3 Categoría de marketing y relaciones públicas. *Relación con stakeholders:* la capacidad de establecer relaciones efectivas con los stakeholders se refiere a la habilidad de la empresa social para interactuar y colaborar con los diferentes grupos de interés que pueden afectar o ser afectados por sus actividades, así mismo, estos grupos de interés pueden incluir a los clientes, proveedores, empleados, inversores, la comunidad local, las autoridades reguladoras y otros actores relevantes, sumado a lo anterior, esto implica identificar sus necesidades y expectativas, y trabajar para satisfacerlas de manera transparente y responsable así como la creación de canales de comunicación efectivos (Guerrero, et ál., 2018).

Medición y comunicación del impacto social: La capacidad de medir y comunicar el impacto social de la empresa se refiere a la habilidad de la empresa social para evaluar y comunicar los resultados sociales de sus actividades, esto implica la medición y evaluación de los efectos positivos y negativos que la empresa social tiene en la sociedad y el medio ambiente, así como la comunicación de estos resultados a los stakeholders relevantes, por otra parte, para medir y comunicar el impacto social de la empresa, se pueden utilizar diferentes herramientas y metodologías, como el análisis de impacto social, la evaluación de la sostenibilidad, la medición del retorno social de la inversión (SROI) y otros enfoques similares (Guerrero, et ál., 2018).

Estrategias de mercadotecnia y ventas: esto implica contar con estrategias efectivas para promocionar y vender los productos o servicios de la empresa, esto puede incluir la identificación del mercado objetivo, la segmentación de mercado, la definición de la propuesta de valor, la

creación de una marca, la publicidad, la promoción de ventas, la gestión de las relaciones con los clientes, entre otros (Cortés y Landeta, 2021).

5.2.1.4 Categoría operativa

Uso de las TIC (tecnologías de la información): se refiere a la aplicación de herramientas y sistemas informáticos para procesar, almacenar, transmitir y recuperar información, sumado a lo anterior, en el contexto empresarial, las tecnologías de la información pueden incluir software de gestión empresarial, sistemas de comunicación y colaboración, herramientas de análisis de datos y otras soluciones informáticas (Álvarez-Aros y Bernal-Torres, 2017).

Producción eficiente: la eficiencia en la producción se refiere a la capacidad de una empresa para producir bienes y servicios de alta calidad a un costo mínimo, la eficiencia en la producción se relaciona con la optimización de los procesos productivos, la reducción de los costos de producción, la eliminación de los desperdicios y la mejora continua de la calidad (Igual, et ál., 2020).

Calidad de productos y servicios: la calidad de los productos y servicios se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, esto implica la excelencia en el diseño, la fabricación, la entrega y el servicio postventa (Igual, et ál., 2020).

5.2.2 Clasificación bibliométrica en torno a los factores de éxito

A continuación, se presenta la clasificación de la bibliométrica correspondiente a los factores de éxito empresarial previamente expuestos.

Tabla 4. *Clasificación de la bibliometría*

		Clasificación - bibliometria																	
Categoría		Administrativa					Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa		
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de plataformas TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
La economía social ante los paradigmas económicos emergentes:																			
Innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresari		X	X				X	X	X		X	X							

Clasificación - bibliometría

Categoría		Administrativa			Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa					
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de plataformas TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
al, economía del bien común, empresa social y economía solidaria																			
Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano		X		X	X			X											X
Rol de la economía social y la universidad en					X		X	X		X			X					X	X

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa			Estratégica			Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa							
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
factores de éxito en el emprendimiento																			
La identidad de la empresa social en España: Análisis desde cuatro realidades socioeconómicas				X			X		X	X									
Supervivencia de empresas sociales de nueva creación.					X			X			X	X		X	X				

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa			Estratégica			Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa						
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
sociodemográficos personales a nivel de departamentos																			
Responsabilidad social universitaria: diseño y validación de escala desde la perspectiva de los estudiantes de Perú																			
	X																		

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa				Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa				
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
ales. Análisis cualitativo comparado																			
Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento	X		X									X							

Clasificación - bibliometría

Categoría		Administrativa				Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa			
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
Normas ISO 9001 en empresas de Cúcuta y su Área Metropolitana																			
Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño o empresari		X						X	X			X				X	X	X	X

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa			Estratégica			Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa						
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
al. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México																			
Talento humano en la cuarta revolución industrial	X					X	X											X	
Índice de Capacidades Asociativas: Construcción teórica y propuesta	X		X						X							X			

Clasificación - bibliometria

Categoría		Administrativa				Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa				
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de plataformas TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
medida: Las variables innovación y reputación dentro de almazaras cooperativas																			
Resultado económico y de empleo en las organizaciones sociales de origen familiar			X		X	X	X							X					
¿A formalizar!:									X					X					

Clasificación - bibliometria

Categoría	Administrativa			Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa						
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
Disputas de lo campesino en el alto cauca																			
Factores condicionantes en la creación informal de nanoempresas: Evidencia experimental en Monterrey, México											X	X							

Clasificación - bibliometría

Categoría		Administrativa				Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa			
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y	Estrategias de mercadotecnia y ventas	U	Calidad de productos y servicios
							aborda je de necesidades sociales insatisfechas								o de las TIC		Producción eficiente	
Alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector gastronómico colombiano							X	X								X	X	
Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México						X				X								

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa			Estratégica			Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa							
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
Análisis factorial confirmatorio de una escala de satisfacción y compromiso laboral organizativo en los empleados del servicio hotelero del Ecuador	X		X				X												
La institucionalización del Aprendizaje		X				X		X	X						X				

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa			Estratégica			Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa							
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
aje-Servicio como camino para la Universidad socialmente responsable																			
Medición para el cambio en entidades sociales: La elaboración de un Cuadro de Mando Integral	X		X	X							X		X		X				X

Clasificación - bibliometría

Categoría	Administrativa		Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas		Operativa							
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
Pokémon Go y sus factores de éxito: Diseño de un modelo teórico						X													X
Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según necesidad, oportunidad, valor y sus variables predictoras de comportamiento							X			X					X			X	

Clasificación - bibliometría

Categoría		Administrativa				Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa			
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de plataformas TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
turísticos patrimoniales alternativos																			
Innovación periodística desde la economía social: cooperativas, sociedades laborales y accionariado popular						X	X			X					X				

Clasificación - bibliometría

Categoría		Administrativa			Estratégica			Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa					
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de las TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
	en Cataluña																		
Pensamiento estratégico para impulsar el emprendimiento en el contexto de la pandemia					X			X											
Uso de las prácticas de comercialización de las		X		X				X	X		X		X			X	X	X	

Clasificación - bibliometría

Categoría		Administrativa					Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa		
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de la TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad																			
Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior					X	X				X				X	X			X	X

Clasificación - bibliometria

Categoría		Administrativa				Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa			
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Uso de plataformas TIC	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
ad nacional de san agustín de arequipa – 2019																			
Los fondos de emprendimiento social europeos, ¿una oportunidad para las cooperativas?		X					X	X		X	X	X		X	X			X	X
Re-pensando el Rol Académico en el		X					X							X				X	

Clasificación - bibliometria

Categoría	Administrativa			Estratégica				Financiera			Marketing y Relaciones públicas			Operativa					
Factores de éxito del emprendimiento social	Gestión de recursos humanos	Gestión de proyectos	Cultura organizacional	Estructura organizacional	Adaptación al cambio	Innovación General	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Planificación estratégica	Alianzas estratégicas	Sostenibilidad	Gestión financiera	Capacidad de financiamiento	Rentabilidad	Relación con stakeholders	Medición y comunicación del impacto social	Estrategias de mercadotecnia y ventas	Usuarios	Producción eficiente	Calidad de productos y servicios
Discurso de la Economía Circular																			
Las patentes verdes como un eslabón para fomentar la innovación en las energías renovables						X		X	X	X								X	
Total	17	5	8	6	12	20	20	13	14	18	13	8	5	7	8	4	8	11	16

Como se puede apreciar en la tabla 4, posterior al proceso de estructuración de la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social, según la puntuación de la bibliometría, los aspectos administrativos, estratégicos y operativos son los que presentan los factores de éxito más relevantes, los cuales, en cuanto a la categoría administrativa son la “gestión de recursos humanos” y la “innovación general”, así mismo, en cuanto a la categoría estratégica son la “identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas” y la “Sostenibilidad”, por otra parte, en cuanto a la categoría operativa el factor de éxito más relevante es la “calidad de productos y servicios”.

Sumado a lo anterior, en cuanto a la categoría financiera y la categoría de marketing y relaciones públicas, los factores de éxito de mayor puntuación fueron la “gestión financiera” y la “medición y comunicación del impacto social” respectivamente.

5.3 Formulación de orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Finalmente, posterior a los procesos de documentación y clasificación bibliométrica, previamente expuestos, a continuación, se presenta la formulación de las orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales, con el propósito de brindar escenarios de toma de decisiones.

Tabla 5. Orientaciones competitivas

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales					
Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Administrativa	Gestión de recursos humanos	Fomentar la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo: Esto podría lograrse mediante la contratación de personas de diferentes orígenes, etnias, géneros, habilidades y discapacidades.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de empleados que provienen de diferentes orígenes y que se sienten cómodos y valorados en el lugar de trabajo.	Promover el desarrollo y la formación continua de los empleados: Esto podría hacerse mediante la realización de capacitaciones y talleres, el establecimiento de programas de mentoría y la asignación de proyectos desafiantes que fomenten el aprendizaje y el crecimiento profesional.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de empleados que han participado en programas de formación y desarrollo y que han visto mejoras en sus habilidades y conocimientos.
	Gestión de proyectos	Establecer una metodología de gestión de proyectos: Esto podría hacerse mediante la adopción de una metodología estructurada, como Agile o Scrum, que permita una gestión eficiente de los proyectos y una mayor transparencia en el proceso.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la cantidad de proyectos entregados en tiempo y forma, y la satisfacción de los stakeholders involucrados.	Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo: Esto podría lograrse mediante la creación de espacios de trabajo colaborativos, la asignación de roles y responsabilidades claras y la promoción de una cultura de trabajo en equipo.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la evaluación del equipo de trabajo, la satisfacción de los stakeholders y la retroalimentación de los empleados sobre la efectividad del trabajo en equipo.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Cultura organizacional		Promover la comunicación efectiva y la retroalimentación: Esto podría lograrse mediante la creación de canales de comunicación efectiva, como reuniones regulares entre empleados y directivos, y encuestas anuales de satisfacción del personal.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de empleados que informan sentirse escuchados y valorados en la organización.	Fomentar una cultura de innovación y creatividad: Esto podría hacerse mediante la asignación de tiempo y recursos para la generación de ideas y la implementación de proyectos innovadores, la creación de un ambiente de trabajo que fomente la creatividad y el aprendizaje continuo, y la celebración de los logros de los empleados.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de nuevas ideas generadas por el personal y el número de proyectos innovadores implementados con éxito.
Estructura organizacional		Implementar una estructura organizacional plana: Esto podría lograrse mediante la eliminación de niveles jerárquicos innecesarios, lo que permitiría una mayor flexibilidad y agilidad en la toma de decisiones.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de niveles jerárquicos eliminados y la mejora en la eficiencia de los procesos de toma de decisiones.	Establecer equipos de trabajo interfuncionales: Esto podría hacerse mediante la creación de equipos de trabajo que involucren a empleados de diferentes áreas de la organización, lo que permitiría una mayor colaboración y una mejor integración de los procesos.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de equipos interfuncionales creados y la mejora en la eficiencia de los procesos de trabajo.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Adaptación al cambio	Implementar un plan de contingencia: Esto podría lograrse mediante la identificación de posibles situaciones de cambio y la elaboración de un plan de contingencia para cada una de ellas.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la efectividad del plan de contingencia en situaciones de cambio inesperadas.	Fomentar una cultura de adaptabilidad: Esto podría hacerse mediante la promoción de una cultura de cambio y adaptabilidad en la organización, así como mediante la identificación de áreas de mejora y la implementación de cambios proactivos.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de empleados que informan sentirse cómodos y preparados para el cambio en la organización.	
	Fomentar la creatividad y la generación de ideas innovadoras: Esto podría lograrse mediante la creación de un ambiente de trabajo que fomente la creatividad, el establecimiento de programas de incentivos para la generación de ideas innovadoras y la asignación de tiempo y recursos para la realización de proyectos innovadores.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de nuevas ideas generadas por el personal y el número de proyectos innovadores implementados con éxito.	Establecer alianzas estratégicas con organizaciones innovadoras: Esto podría hacerse mediante la identificación de organizaciones innovadoras con las que se puedan establecer alianzas estratégicas, como universidades, centros de investigación y empresas tecnológicas.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de alianzas estratégicas establecidas y la efectividad de estas alianzas en la generación de nuevas ideas y proyectos innovadores.	

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Estratégica	Identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas	Realizar una investigación detallada de las necesidades sociales insatisfechas: Esto podría lograrse mediante la realización de investigaciones de mercado, encuestas a la comunidad y análisis de datos de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de necesidades sociales identificadas y la efectividad de los métodos utilizados para identificarlas.	Establecer alianzas estratégicas con organizaciones y líderes comunitarios: Esto podría hacerse mediante la identificación de organizaciones y líderes comunitarios que trabajen en áreas relacionadas con las necesidades sociales insatisfechas y la creación de alianzas estratégicas con ellos para abordar estas necesidades.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de alianzas estratégicas establecidas y la efectividad de estas alianzas en el abordaje de las necesidades sociales insatisfechas.
		Planificación estratégica	Establecer objetivos SMART: Esto podría lograrse mediante la definición de objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la tasa de cumplimiento de los objetivos establecidos.	Realizar análisis de riesgos y oportunidades: Esto podría hacerse mediante la identificación de los riesgos y oportunidades asociados a los objetivos establecidos y la elaboración de un plan de contingencia para mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
	Alianzas estratégicas	Identificar y establecer alianzas con organizaciones complementarias: Esto podría hacerse mediante la identificación de organizaciones con objetivos y valores similares, pero con habilidades y recursos complementarios, y la creación de alianzas estratégicas con ellas para abordar problemas sociales.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de alianzas estratégicas establecidas y la efectividad de estas alianzas en la resolución de problemas sociales.	Desarrollar programas de colaboración con aliados clave: Esto podría lograrse mediante la creación de programas de colaboración con aliados clave, como universidades, empresas y organizaciones gubernamentales. Estos programas de colaboración podrían incluir la realización de investigaciones conjuntas, el intercambio de recursos y la colaboración en proyectos sociales.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de programas de colaboración establecidos y la efectividad de estos programas en la resolución de problemas sociales.
	Sostenibilidad	Implementar prácticas de producción y operaciones sostenibles: Esto podría lograrse mediante la adopción de prácticas de producción y operaciones sostenibles, como la reducción de residuos, la utilización de materiales reciclados y la implementación de programas de reciclaje.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la reducción en la cantidad de residuos producidos y la implementación efectiva de los programas de reciclaje.	Establecer objetivos de sostenibilidad y medir el desempeño en su consecución: Esto podría hacerse mediante la definición de objetivos específicos de sostenibilidad, como la reducción de emisiones de carbono o la utilización de energías renovables, y el monitoreo del desempeño de la	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de objetivos de sostenibilidad alcanzados y la mejora en el desempeño ambiental de la organización.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
				organización en su consecución.	
Financiera	Gestión financiera	Establecer un presupuesto y monitorear el desempeño financiero: Esto podría lograrse mediante la definición de un presupuesto anual y la creación de un sistema de monitoreo financiero que permita el seguimiento del desempeño financiero de la organización en relación al presupuesto.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la comparación entre el presupuesto y los gastos reales, así como la identificación de áreas de mejora en el desempeño financiero.	Diversificar las fuentes de financiamiento: Esto podría hacerse mediante la identificación de diferentes fuentes de financiamiento, como donaciones, subvenciones, inversiones y venta de productos y servicios, y la creación de un plan de diversificación de fuentes de financiamiento que permita a la organización depender menos de una sola fuente de financiamiento.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de financiamiento proveniente de diferentes fuentes y la mejora en la estabilidad financiera de la organización.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Capacidad de financiamiento	Desarrollar un plan de negocios sólido: Esto podría lograrse mediante la elaboración de un plan de negocios claro y conciso que describa la visión, misión y objetivos de la organización, así como un análisis de mercado, un plan de marketing y un análisis financiero detallado.		Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la tasa de éxito en la obtención de financiamiento después de la presentación del plan de negocios.	Diversificar las fuentes de financiamiento: Esto podría hacerse mediante la identificación de diferentes fuentes de financiamiento, como inversionistas ángeles, subvenciones gubernamentales y crowdfunding, y la creación de estrategias para acceder a ellas.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la cantidad de fuentes de financiamiento diversificadas y la cantidad de fondos obtenidos de cada una de ellas.
Rentabilidad	Identificar y reducir costos innecesarios: Esto podría lograrse mediante la identificación y eliminación de costos operativos innecesarios, como gastos generales, publicidad ineficiente o procesos operativos ineficientes.		Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la reducción en los costos operativos totales y la mejora en la eficiencia de los procesos operativos.	Diversificar las fuentes de ingresos: Esto podría hacerse mediante la identificación y exploración de nuevas oportunidades de ingresos, como la venta de productos complementarios o la expansión a nuevos mercados.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de ingresos provenientes de nuevas fuentes y la mejora en la estabilidad financiera de la organización.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Marketing y Relaciones públicas	Relación con stakeholders	Establecer canales de comunicación efectiva con los stakeholders: Esto podría lograrse mediante la creación de canales de comunicación efectiva, como reuniones regulares con los stakeholders, encuestas de satisfacción y la implementación de un sistema de feedback.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de stakeholders que informan sentirse escuchados y valorados por la organización.	Desarrollar relaciones a largo plazo con los stakeholders: Esto podría hacerse mediante el establecimiento de relaciones de confianza y transparencia con los stakeholders, la identificación de las necesidades y expectativas de los mismos, y la implementación de soluciones que aborden las mismas.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de stakeholders que informan estar satisfechos con la relación a largo plazo con la organización.
		Medición y comunicación del impacto social	Establecer métricas claras de impacto social: Esto podría lograrse mediante la definición de métricas claras y específicas para medir el impacto social de la organización, como la cantidad de personas beneficiadas, la mejora en la calidad de vida de los beneficiarios y la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de métricas de impacto social definidas y la mejora en la medición del impacto social de la organización.	Comunicar de manera efectiva el impacto social: Esto podría hacerse mediante la creación de informes de impacto social claros y accesibles, que destaquen los logros y el impacto social de la organización. También se podría utilizar las redes sociales y otros medios de comunicación para llegar a un público más amplio.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
Estrategias de mercadotecnia y ventas		Establecer una estrategia de marketing digital: Esto podría hacerse mediante la creación de una estrategia de marketing digital que incluya técnicas de SEO, publicidad en línea y marketing de contenidos.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de visitas al sitio web y la tasa de conversión en ventas.	Establecer alianzas con influencers y líderes de opinión: Esto podría lograrse mediante la identificación de influencers y líderes de opinión en el sector y la creación de alianzas estratégicas con ellos para promover los productos o servicios de la organización.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el número de menciones en redes sociales y la tasa de conversión en ventas.
Operativa	Uso de las TIC	Promover la capacitación en el uso de herramientas digitales: Esto podría hacerse mediante la creación de programas de capacitación en el uso de herramientas digitales para la gestión de proyectos, asignación de mentores especializados y la realización de talleres y sesiones de entrenamiento.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la tasa de participación en los programas de capacitación y la mejora en la eficiencia en la gestión de proyectos.	Establecer un sistema de seguimiento y evaluación de la implementación de herramientas digitales: Esto podría lograrse mediante la implementación de un sistema de seguimiento y evaluación que permita medir la eficacia de las herramientas digitales utilizadas en la gestión de proyectos, la identificación de áreas de mejora y la implementación de cambios proactivos.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la efectividad del sistema de seguimiento y evaluación en la identificación de áreas de mejora y la implementación de cambios proactivos.

Orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales

Categoría	Factores de éxito del emprendimiento social	Orientación competitiva 1	indicador de desempeño 1	Orientación competitiva 2	indicador de desempeño 2
	Producción eficiente	Implementar un sistema de gestión de calidad: Esto podría lograrse mediante la implementación de un sistema de gestión de calidad, como ISO 9001, que permita una mayor eficiencia en los procesos de producción y una mayor satisfacción del cliente.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de productos defectuosos y la satisfacción del cliente.	Fomentar la innovación en los procesos de producción: Esto podría hacerse mediante la asignación de tiempo y recursos para la generación de ideas innovadoras en los procesos de producción, la implementación de tecnologías avanzadas y la colaboración con proveedores para mejorar la eficiencia.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser la reducción en los costos de producción y la implementación exitosa de nuevas tecnologías.
		Crear un sistema de seguimiento de la retroalimentación de los clientes: Esto podría hacerse mediante la implementación de un sistema de seguimiento de la retroalimentación de los clientes, que permita recopilar y analizar los comentarios y sugerencias de los clientes de manera efectiva.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el porcentaje de comentarios de los clientes que se han registrado y el número de mejoras implementadas en función de la retroalimentación recibida.	Establecer un equipo dedicado a la retroalimentación de los clientes: Esto podría lograrse mediante la creación de un equipo dedicado a la retroalimentación de los clientes, que se encargue de recopilar, analizar y responder a los comentarios y sugerencias de los clientes de manera oportuna y efectiva.	Un indicador de desempeño para medir la implementación de esta orientación podría ser el tiempo de respuesta promedio del equipo de retroalimentación de los clientes y el número de mejoras implementadas en función de la retroalimentación recibida.

5. Conclusiones

Mediante el desarrollo del presente proyecto se buscó aportar información útil a los empresarios sociales para la ejecución de proyectos empresariales exitosos y contribuir al desarrollo científico del presente campo de estudio, por lo cual, mediante la descripción de los indicadores de bibliometría en torno a la literatura entre los 2017 a 2022 se logró establecer la producción científica más relevante para el presente campo de estudio en el periodo antes mencionado y se determinó la fundamentación teórica relevante para cumplir con el objetivo de propender la competitividad organizacional.

Sumado a lo anterior, mediante la estructuración de la fundamentación teórica en torno a los factores de éxito del emprendimiento social, se brindaron insumos inherentes a la competitividad en las organizaciones, mediante la identificación de los factores clave para el éxito empresarial según la producción científica en la presente área de estudio, así como que los factores de éxito más relevantes son la “innovación general” y la “identificación y abordaje de necesidades sociales insatisfechas” de las categorías administrativa y estratégica respectivamente.

Para finalizar, debido a que el éxito del emprendimiento social genera un impacto significativo en el desarrollo económico, especialmente en países en vías de desarrollo, mediante la formulación de las orientaciones competitivas para los emprendimientos sociales, se buscó realizar una contribución valiosa a las empresas que decidan aplicarlas y así promover el crecimiento económico de los países en donde sean aplicadas, lo anterior debido a que cuando se suma la colaboración social colectiva a las acciones del Estado para abordar los problemas de la sociedad, los resultados son más eficientes, efectivos y eficaces.

Referencias

- Abad, J. S. (2019). Economía social y solidaria, emprendimiento social y economía popular en la sociedad post-crisis. *Revista de Antropología Social*, 28(2), 205 - 226. doi:10.5209/raso.65612
- Abril-Bonilla, N., Nicholls, M. C., & Larrota, L. F. (2020). ¡A formalizar!: Disputas de lo campesino en el alto cauca. *Antipoda*, 2020(40), 79 - 102. doi:10.7440/antipoda40.2020.04
- Álvarez-Aros, E. L., & Bernal-Torres, C. A. (2017). Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano. *Informacion Tecnologica*, 65 - 76. doi:10.4067/S0718-07642017000100007
- Avelino, C. T., & Palacio, J. R. (2021). Ética y Responsabilidad Social en las alianzas estratégicas. El caso de las alianzas entre entidades lucrativas y no lucrativas. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 137, 1 - 19. doi:10.5209/reve.73863
- Avila Morales, H., Olmos Saldívar, D., Quispe Gonzales, G. C., & Diaz Tito, L. P. (2022). Talento humano en la cuarta revolución industrial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(97), 161 - 169. doi:10.52080/rvgluz.27.97.11
- Ávila, R. C., & Campos, J. L. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: Innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(93), 5 - 50. doi:10.7203/CIRIEC-E.93.12901
- Banco Santander S.A. (18 de Julio de 2022). *¿Qué son los dividendos de una empresa?* Obtenido de Santander: <https://www.santander.com/es/stories/que-son-dividendos>

- Barrios-Hernández, K. C., Contreras Salinas, J. A., & Olivero-Vega, E. (2019). La gestión por procesos en las pymes de barranquilla: Factor diferenciador de la competitividad organizacional. *Informacion Tecnologica*, 30(2), 103 - 113. doi:10.4067/S0718-07642019000200103
- Bouby Tolentino, F. (2015). LA IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL FRENTE AL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y LOS MERCADOS. *Gestión En El Tercer Milenio*, 18(35), 39–49. Obtenido de <https://doi.org/10.15381/gtm.v18i35.11703>
- Camps-Durban, E., & Mauri-Rios, M. (2022). Innovación periodística desde la economía social: cooperativas, sociedades laborales y accionariado popular en Cataluña. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 140. doi:10.5209/REVE.81061
- Caro-González, F. J., Pérez-Suárez, M., & Sánchez-Torné, I. (2019). Características de las Empresas Sociales Periodísticas. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(96), 121 - 154. doi:10.7203/CIRIEC-E.96.12723
- Castilla-Polo, F., del Consuelo Ruiz-Rodríguez, M., & Delgado-Marfil, C. (2020). La técnica Delphi para la validación de escalas de medida: Las variables innovación y reputación dentro de almazaras cooperativas. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 136. doi:10.5209/REVE.71852
- Chávez Vera, K. J., & Calanche Urribarri, Á. (2022). Pensamiento estratégico para impulsar el emprendimiento en el contexto de la pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 572 - 588. doi:10.52080/rvgluz.27.7.38

- Chica, M. F., Posso, M. I., & Montoya R, J. C. (2017). Importancia del emprendimiento social en Colombia. *Documentos De Trabajo ECACEN(2)*. Obtenido de <https://doi.org/10.22490/ECACEN.1915>
- Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, 55, 73-79. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.csi.2017.05.001>.
- Clavijo, C. (22 de Marzo de 2023). *¿Qué es un modelo de negocios? Definición, tipos y cómo crearlo*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>
- Cortés, C. B., & Landeta, J. M. (2021). [Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1). doi:10.22201/fca.24488410e.2021.2327
- Cortés, G. D., Velandia, K. D., Garcia, H. E., & Sanabria, C. T. (2021). Re-pensando el Rol Académico en el Discurso de la Economía Circular. *Ambiente e Sociedade*, 24, 1 - 19. doi:10.1590/1809-4422asoc20200046r1vu2021L2AO
- de Jesús González, J., Valdés Medina, F. E., & Saavedra García, M. L. (2021). Factores de éxito en el financiamiento para Pymes a través del Crowdfunding en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*, 16(2). doi:10.21919/remef.v16i2.471
- Dees, J. (2001). The Meaning of “Social Entrepreneurship”. *The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*. Obtenido de https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf

- Duque, P., Meza, O. E., Giraldo, D., & Barreto, K. (2021). Economía Social y Economía Solidaria: Un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 138, 1 - 25. doi:10.5209/REVE.75566
- Estremera, C. A., Pérezgrueso, A. J., & Arceiz, F. J. (2017). Resultado económico y de empleo en las organizaciones sociales de origen familiar. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(91), 115 - 147. doi:10.7203/CIRIEC-E.91.8223
- Fernández-Lores, S., Martínez-Navarro, G., & Gavilán, D. (2020). Factores de éxito en las webs de contenidos audiovisuales. Análisis cualitativo comparado. *Profesional de la Informacion*, 29(6), 1 - 11. doi:10.3145/epi.2020.nov.39
- Flores-Fernandez, L., Severino-González, P., Sarmiento-Peralta, G., & Sánchez-Henríquez, J. (2022). Responsabilidad social universitaria: diseño y validación de escala desde la perspectiva de los estudiantes de Perú. *Formacion Universitaria*, 15(3), 87 - 96. doi:10.4067/S0718-50062022000300087
- Flores-Flores, A. J., & Álvarez-Herrera, M. (2019). Pokémon Go y sus factores de éxito: Diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 35(152), 321 - 330. doi:10.18046/j.estger.2019.152.3265
- Gaitero, C. C., & Zapata, J. S. (2021). La institucionalización del Aprendizaje-Servicio como camino para la Universidad socialmente responsable. *Estudios Pedagogicos*, 47(4), 109 - 126. doi:10.4067/S0718-07052021000400109
- García, M. S., Alfonso, C. G., Morera, T. S., & Girona, E. V. (2018). La identidad de la empresa social en España: Análisis desde cuatro realidades socioeconómicas. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(92), 155 - 162. doi:10.7203/CIRIEC-E.92.9236

- García-Flores, V., & Martos, L. P. (2020). Entidades del tercer sector e innovación social. Elementos caracterizadores y factores de éxito. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 136. doi:10.5209/REVE.71861
- Guerrero, R. F., Taboada, L. R., & SimónMoya, V. (2018). Supervivencia de empresas sociales de nueva creación. Un enfoque basado en el análisis cualitativo comparativo fsQCA. *CIRIEC-España Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(92), 183 - 221. doi:10.7203/CIRIEC-E.92.10735
- Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24, 105-125. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70055-X](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70055-X)
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F., Mexico: McGRAW-HILL.
- Igual, J. F., Martí, E. M., & Ribera, E. M. (2020). Rol de la economía social y la universidad en orden a un emprendimiento basado en el conocimiento tecnológico y los valores. *CIRIEC-España Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(98), 31 - 57. doi:10.7203/CIRIEC-E.98.15905
- Iniesta, J. M., Peñalver, A. J., & Gómez, E. H. (2022). La financiación del emprendimiento social: estudio de la comunicación y el uso de las redes sociales en la plataforma de crowdfunding “Goteo”. *CIRIEC-España Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(106), 199 - 234. doi:10.7203/CIRIEC-E.106.17819
- Lacalle Calderón, M., Rico Garrido, S., Márquez Vigil, J., & Durán Navarro, J. (2006). *Glosario básico sobre microfinanzas*. España: Foro Nantik Lum de MicroFinanzas. Obtenido de <https://www.mastermicrofinance.com/Investigacion/CM/CM5.pdf>

- Laguna, E. A. (2021). Factores condicionantes en la creación informal de nanoempresas: Evidencia experimental en Monterrey, México. *Contaduría y Administración*, 66(3). doi:10.22201/fca.24488410e.2021.2848
- Lastra, Ó. R., & López, J. D. (2018). Índice de Capacidades Asociativas: Construcción teórica y propuesta metodológica de cálculo para organizaciones de economía solidaria. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(94), 285 - 316. doi:10.7203/CIRIEC-E.94.10663
- Letts, C. W., Brown, L. D., & Alvord, S. H. (2003). Social Entrepreneurship: Leadership that Facilitates Societal Transformation-An Exploratory Study. (Center for Public Leadership Working Paper Series;03-05). Center for Public Leadership of the MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY. Obtenido de <http://hdl.handle.net/1721.1/55803>
- López, A. L., Muñoz Fernández, G. A., & Astudillo, S. V. (2022). Análisis factorial confirmatorio de una escala de satisfacción y compromiso laboral organizativo en los empleados del servicio hotelero del Ecuador. *Investigaciones Turísticas*(24), 68 - 84. doi:10.14198/INTURI2022.24.4
- Martínez-García, I., M., T. P.-C., & Suárez-Ortega, M. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), 129 - 146. doi:10.6018/rie.37.1.320911
- Mateos, M. R., & Rojas, R. D. (2018). Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España). *Estudios Geográficos*, 79(285), 529 - 553. doi:10.3989/estgeogr.201820

- Mendoza, J. L. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: El rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19 - 33. doi:10.18046/j.estger.2018.146.2810
- Midolo Ramos, W. R., Cornejo Condori, Y. M., & Ayala Cochón, F. F. (2021). Capacidad emprendedora en la universidad nacional de san agustín de arequipa – 2019. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(5), 261 - 275. doi:10.52080/rvgluz.26.e5.18
- Minga López, D., Carrillo Cueva, C., & Flores Ruiz, D. (2022). Emprendimiento social: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *revista de estudios cooperativos*, 142. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.5209/reve.84390>
- Miranda, P. P., Atia, V. C., Oliveros, B. P., & Palacios, O. P. (2022). Alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector gastronómico colombiano. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(4), 277 - 289. doi:10.31876/rcs.v28i4.39130
- Miriam, Q. F., Ronald, D. A., Dante, A. N., & Isabel, M. N. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(6), 297 - 313. doi:10.31876/rcs.v28i.38847
- Murillo Pérez, L. M. (3 de Junio de 2016). Diseño de un cuadro de mando integral para la gestión del impacto social de entidades y proyectos sociales orientados al incremento del nivel de empleabilidad de colectivos en riesgo de exclusión. València, España: Universitat Politècnica de València. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/67786>
- Murillo Pérez, L. M. (Enero de 2022). El emprendimiento social como motor de desarrollo sostenible: propuesta de un modelo para fortalecer la gestión del impacto social en los grupos de interés. València, España: Universitat Politècnica de València. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/182264>

- Navío-Navarro, M. (2021). Contenidos eficientes en redes sociales: La promoción de series de netflix. *Index.comunicacion*, 11(1), 239 - 270. doi:10.33732/ixc/11/01Conten
- Osorio-García, M., & Domínguez Estrada, J. F. (2019). Experiencias de turismo comunitario en el área natural protegida del nevado de toluca, México: Hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83). doi:10.11144/Javeriana.cdr16-83.etca
- Pachón, L. Á., & Chinarro, E. P. (2019). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*(84), 35 - 62. doi:10.7203/CIRIEC-E.84.13398
- Pedraza, P. F. (2016). La definición del emprendimiento social. Algunos elementos conceptuales para el debate. *Revista Finnova*, 2(3), 45-55. Obtenido de <https://revistas.sena.edu.co/index.php/finn/article/view/564/630>
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 56-65. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- Pérez Paredes, A., Rojas Sánchez, I., & Martínez Ángeles, D. M. (2022). Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(8), 1009 - 1023. doi:10.52080/rvgluz.27.8.18
- Pérez Peralta, C. M., Chirinos Araque, Y. D., Ramírez García, A. G., & Barbera Alvarado, N. (2021). Factores de competitividad en pymes manufactureras en colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(5), 350 - 369. doi:10.52080/rvgluz.26.e5.23

- Pérez-Suárez, M., Sánchez-Torné, I., & Pérez-Troncoso, D. (2021). La Empresa Social: realidad de la Economía Social en España. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 139. doi:10.5209/REVE.77445
- PORTALES, L. (2018). Emprendimiento social, ¿alternativa o continuidad del sistema neoliberal? *Recerca*, 23(23), 43 - 66. doi:10.6035/Recerca.2018.23.3
- Real Academia Española (RAE). (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/estado>
- Rodríguez de Pepe, M., & Cervilla Ruano, M. A. (2020). Asociatividad empresarial y fuentes de capital social: Hacia un modelo explicativo. *Innovar*, 30(77), 107 - 122. doi:10.15446/innovar.v30n77.87452
- Rodríguez, L. G., Guevara, D. F., & González, B. P. (2021). Análisis de la actitud emprendedora en sociedades cooperativas pesqueras en México. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 139. doi:10.5209/REVE.76632
- Rojas, A. B., Ramírez, R. I., & Flórez Serrano, E. G. (2018). Factores de éxito de la certificación ISO 9001 en empresas de Cúcuta y su Área Metropolitana. *Estudios Gerenciales*, 34(147), 216 - 228. doi:10.18046/j.estger.2018.147.2599
- Romaní, L. E., Yagüe, M. B., & Ramírez, M. V. (2022). Medición para el cambio en entidades sociales: La elaboración de un Cuadro de Mando Integral. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 142. doi:10.5209/REVE.84394
- Ruiz, A. V., Pezzia, A. E., & Gonzales, C. A. (2022). Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según necesidad, oportunidad, valor y sus variables predictoras de comportamientos de prosocialidad-productiva. *Cuadernos de Administracion*, 35. doi:10.11144/Javeriana.cao35.ppep

- Saavedra-Garcia, M. L., Del Rosario Demuner-Flores, M., & Choy-Zevallos, E. E. (2020). Uso de las practicas de comercializacion de las PYME de la Ciudad de México y su relacion con la competitividad. *Retos(Ecuador)*, 10(20), 283 - 305. doi:10.17163/RET.N20.2020.06
- Saldarriaga Salazar, M. E., Guzmán González, M. F., & Concha Cerón, E. A. (2019). Innovación empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en popayán, colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(2), 151 - 166. doi:10.37960/REVISTA.V24I2.31486
- Sánchez Espada, J., Martín López, S., Bel Durán, P., & Pérez de las Vacas, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 16-38. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.62492>
- Santos, F. J., Barroso, M. D., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 35, 177-196. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567010>
- Tamayo Herrera, A. d., Armijos Maya, C. A., & Díaz Cadena, A. A. (2018). Los modelos de gestión en el cumplimiento de los objetivos empresariales: caso de Estudio: Cia. de Transportes 27 de Mayo S.A. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia E Investigación*, 3(9), 32-40. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7354075>
- Uliando, I. A. (2021). Los fondos de emprendimiento social europeos, ¿una oportunidad para las cooperativas? *Boletin de la Asociacion Internacional de Derecho Cooperativo*(59), 303 - 338. doi:10.18543/baidc-59-2021pp303-338

Vargas-Chaves, I., & Dermer-Wodnicky, M. (2022). Las patentes verdes como un eslabón para fomentar la innovación en las energías renovables. *Juridicas CUC*, 18(1), 447 - 476.

doi:10.17981/juridcuc.18.1.2022.18

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519-532. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>.