

REVISTA DE

EL COLEGIO DE SAN LUIS

Nueva época • año XIII, 24 • enero a diciembre de 2023

Desarrollo de la investigación
sobre el emprendimiento social
y el emprendedor social
Análisis bibliométrico

Development of Research
on Social Entrepreneurship
and Social Entrepreneur
A Bibliometric Analysis

Jorge Santiago Rodríguez García

Revista multidisciplinaria enfocada
en las Ciencias Sociales y las Humanidades

REVISTA DE EL COLEGIO DE SAN LUIS

DIRECTOR

Fernando A. Morales Orozco

CONSEJO CIENTÍFICO (2021-2024)

Flavia Daniela Freidenberg Andrés, *Universidad Nacional Autónoma de México*

Aurelio González Pérez †, *El Colegio de México*

Alejandro Higashi, *Universidad Autónoma Metropolitana campus Iztapalapa*

Jennifer L. Jenkins, *The University of Arizona*

Silvia Mancini, *Université de Lausanne*

Juan Ortiz Escamilla, *Universidad Veracruzana*

Elodie Razy, *Université de Liège*

Antonio Saborit, *Instituto Nacional de Antropología e Historia*

Martín Sánchez Rodríguez, *El Colegio de Michoacán*

Maria Cristina Secci, *Università degli Studi di Cagliari*

Pedro Tomé Martín, *Consejo Superior de Investigaciones Científicas*

Ricardo Uvalle Berrones, *Universidad Nacional Autónoma de México*

Rosa Gabriela Vargas Cetina, *Universidad Autónoma de Yucatán*

COMITÉ EDITORIAL

Neyra Alvarado

Agustín Ávila

Sergio Cañedo

Javier Contreras

Julio César Contreras

Norma Gauna

José A. Hernández Soubervielle

Marco Chavarín

EDICIÓN

Jorge Herrera Patiño / *Jefe de la Unidad de Publicaciones*

Diana Alvarado / *Asistente de la dirección de la revista*

Pedro Alberto Gallegos Mendoza / *Asistente editorial*

Adriana del Río Koerber / *Corrección de estilo*

COORDINADOR DE ESTE NÚMERO

Fernando A. Morales Orozco

DISEÑO DE MAQUETA Y PORTADA

Ernesto López Ruiz



PRESIDENTE

David Eduardo Vázquez Salguero

SECRETARIO ACADÉMICO

José A. Hernández Soubervielle

SECRETARIO GENERAL

Jesús Humberto Dardón Hernández



La Revista de El Colegio de San Luis, nueva época, año XIII, número 24, enero a diciembre de 2023, es una publicación continua editada por El Colegio de San Luis, A. C., Parque de Macul 155, Fraccionamiento Colinas del Parque, C. P. 78294, San Luis Potosí, S. L. P. Tel.: (444) 8 11 01 01. www.colsan.edu.mx, correo electrónico: revista@colsan.edu.mx. Director: Fernando A. Morales Orozco. Reserva de derechos al uso exclusivo núm. 04-2014-030514290300-203 / ISSN-E: 2007-8846.

D. R. Los derechos de reproducción de los textos aquí publicados están reservados por la Revista de El Colegio de San Luis. La opinión expresada en los artículos firmados es responsabilidad del autor.

Los artículos de investigación publicados por la *Revista de El Colegio de San Luis* fueron dictaminados por evaluadores externos por el método de doble ciego.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL EMPRENDEDOR SOCIAL ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

Development of Research on Social Entrepreneurship and Social Entrepreneur A Bibliometric Analysis

JORGE SANTIAGO RODRÍGUEZ GARCÍA*

RESUMEN

En este artículo se pretende analizar, mediante técnicas derivadas de la bibliometría, el corpus de conocimiento relativo al emprendimiento social y al emprendedor social, con el fin de identificar la evolución de las publicaciones, el nivel de colaboración y la estructura social de este campo del conocimiento. Se busca contribuir al campo del emprendimiento social a través de un análisis bibliométrico de publicaciones académicas relacionadas con el emprendedor social en función de tres dimensiones: el desempeño, la colaboración y el mapeo científico (por análisis de cocitación). Para ello, se utilizó la aplicación del software libre Bibliometrix. El análisis confirma que, si bien es un área de conocimiento en auge, el estudio del emprendimiento social y del emprendedor social está en una etapa joven y es necesaria la generación de evidencia empírica que explique el papel y las características del emprendedor social en el entorno del emprendimiento social. La consulta se realizó únicamente con información de la base de datos Scopus, lo que implica que no se recuperó información de otras bases de datos importantes como Web of Science y otros repositorios de relevancia académica. Además, el término de búsqueda utilizado puede limitar la cantidad de publicaciones que analizar. La metodología empleada resulta novedosa para el campo, ya que busca estudiar la productividad, la colaboración y el mapeo científico a través de lo estipulado por el método PRISMA. El emprendimiento social y su principal actor, el emprendedor social, se han convertido en un tema de interés y estudio de rápido crecimiento en las últimas décadas; sin embargo, la diversidad de visiones, contextos y disciplinas mediante los cuales se han estudiado no ha permitido

* Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: rodriguez.garciajs@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7768-360X>

consensos sobre la definición, mecanismos y alcances de éstos. Se presentan colaboraciones discretas y aisladas, lo que impide que se formen “colegios invisibles” que impulsen una mayor discusión y generación de conocimiento de manera consolidada, no sólo de forma teórica, sino también con mecanismos empíricos.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO SOCIAL, EMPRENDEDOR SOCIAL, EMPRENDIMIENTO COMERCIAL, ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO, VALOR SOCIAL.

ABSTRACT

This article tries to analyze, through techniques derived from bibliometrics, the corpus of knowledge related to social entrepreneurship and the social entrepreneur, in order to identify the evolution of publications, the level of collaboration and the social structure of this field of knowledge. This work seeks to contribute to the field of social entrepreneurship through a bibliometric analysis of academic publications related to the social entrepreneur through three dimensions of study, such as performance analysis, collaboration analysis, and scientific mapping (via co-citation analysis). This was done with the help of the free software application Bibliometrix. The analysis confirms that, although it is a booming area of knowledge, the study of the social entrepreneurship and the social entrepreneur is in a young stage and that it is necessary to generate empirical evidence that explains the role and characteristics of the social entrepreneur in the social entrepreneurship environment. The query was carried out only with information from the Scopus database, which implies that information was not retrieved from other important databases, such as Web of Science, and other repositories of academic relevance. Also, the search term used may limit the number of articles to analyze. The methodology presented is new for the field, since it seeks to analyze productivity, collaboration and scientific mapping through the provisions of the PRISMA method. The social entrepreneurship and its main actor, the social entrepreneur, have become a rapidly growing subject of interest and study in recent decades, however, the diversity of visions, contexts and disciplines through which it has been studied the phenomenon has not allowed consensus on its definition, mechanisms and scope. Discrete and isolated collaborations are presented, which prevents the formation of “invisible colleges” that promote greater discussion and generation of knowledge in a consolidated way, not only theoretically, but also with empirical mechanisms.

KEYWORDS: SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, SOCIAL ENTREPRENEUR, COMMERCIAL ENTREPRENEURSHIP, BIBLIOMETRIC ANALYSIS, SOCIAL VALUE.

Fecha de recepción: 27 de abril de 2022.

Dictamen 1: 16 de septiembre de 2022.

Dictamen 2: 1 de marzo de 2023.

<https://doi.org/10.21696/rcsl132420231454>

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento social es un área de conocimiento que ha generado interés de distintos sectores (Parkinson y Howorth, 2008). En la práctica, se han difundido de manera relevante distintas formas de emprendimiento social, tanto en el sector sin fines de lucro como en aquellas empresas tradicionales cuyo principal objetivo es la generación de beneficios económicos.

En el emprendimiento social confluyen distintas iniciativas empresariales enfocadas en la generación de valor social (Mair y Marti, 2006), lo que ha llamado la atención de integrantes de sectores diversos, como los relacionados con la innovación, la tecnología, la política pública, el desarrollo comunitario, entre otros (Aponte *et al.*, 2019). Sin embargo, distintos autores coinciden en que la literatura relacionada con el emprendimiento social se encuentra en una etapa temprana de desarrollo (Nicholls y Cho, 2006), lo que se hace evidente en el hecho de que no se ha alcanzado una conceptualización aceptada con amplitud para esta área del conocimiento (Cardella *et al.*, 2021). En este sentido, si bien no se ha alcanzado el consenso en la definición del emprendimiento social, tampoco se ha desarrollado una postura universalmente aceptada sobre la descripción y la conceptualización del principal actor del emprendimiento social, el emprendedor social.

Para estos efectos, el objetivo del presente artículo es analizar la investigación relacionada con el emprendedor social y el emprendimiento social a través de un análisis bibliométrico. Se utilizó la base de datos Scopus (Elsevier, 2022), que contiene alrededor de 25 100 títulos de más de 5 000 editores internacionales que divulgan el conocimiento en las áreas de ciencia, tecnología, medicina, ciencias sociales, artes y humanidades, con objeto de abarcar tres niveles principales de análisis: 1) análisis de desempeño; 2) análisis de colaboración, y 3) mapeo científico.

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y DEL EMPRENDEDOR SOCIAL

Emprendimiento social

El emprendimiento social es un fenómeno que se ha consolidado en las últimas décadas, por lo que ha ganado espacio en los discursos y las agendas públicas, sociales y económicas de organismos internacionales, gobiernos, empresas, universidades y organizaciones del tercer sector (Parkinson y Howorth, 2008).

Como área de conocimiento, el emprendimiento social se ha convertido en un tópico de investigación de rápido crecimiento, en la que se han involucrado diversas áreas del saber como la innovación, la tecnología, la política pública, el desarrollo comunitario, las organizaciones no lucrativas, la sustentabilidad, entre otras (Aponte, Álvarez y Lobato-Vico, 2019).

De acuerdo con Portales y Pérez (2015), el concepto de emprendimiento social se originó en la década de los ochenta y se ha vuelto relevante en el siglo XXI gracias a que vincula dos elementos que, en apariencia, se entienden como antagónicos: emprendimiento y social (Friedman y Desivilya, 2010). Ejemplos del crecimiento de la popularidad de este fenómeno es la aparición de iniciativas como Ashoka, organización creada para apoyar y fundear iniciativas de emprendimiento social, que en la actualidad cuenta con una red de más de 4 000 miembros en 90 países, de los cuales aproximadamente 200 se encuentran en México, Centroamérica y el Caribe (Ashoka México, 2023).

Pese a la popularidad del término y al interés que se ha generado en el ámbito académico sobre esta modalidad de emprendimiento, no hay un consenso definitivo para establecer una definición universal de emprendimiento social (Sánchez Espada *et al.*, 2018; Choi y Majumdar, 2014). En este sentido, los estudiosos del emprendimiento social han adoptado diversos enfoques para elaborar el concepto. En la literatura, un elemento común en esta diversidad de definiciones es la creación de valor social (Cardella *et al.*, 2021), que se puede manifestar como misión social (Parkinson y Howorth, 2008), beneficio social (Fowler, 2000), mitigación o solución de problemas sociales (Bloom y Chatterji, 2009), satisfacción de necesidades sociales, justicia social (Nicholls, 2010) o cambio social (Alvord, Brown y Letts, 2004).

Para comprender la evolución conceptual presente en la literatura, es indispensable distinguir dos líneas de estudio que destacan en la investigación del emprendimiento social. Diversos autores han limitado el análisis del fenómeno al sector de las organizaciones sin fines de lucro (Lasprogata y Cotton, 2003), principalmente en las investigaciones iniciales que buscaban distinguir entre empresas sociales y empresas comerciales. Mientras, en la actualidad se ha ampliado el espectro del emprendimiento social para incluir organizaciones híbridas que combinan objetivos económicos y sociales (Short, Moss y Lumpkin, 2009), que generan valor social a través de modelos de negocio económicamente sostenibles (Portales, 2019).

Los elementos anteriores hacen ver que diversos autores han buscado crear definiciones y enfoques sobre el emprendimiento social. Sin embargo, no se ha alcanzado un consenso, debido a que su alcance y dominio se han intentado conceptualizar

en contextos diferentes (Minga *et al.*, 2022). En este orden de ideas, Portales (2019) manifiesta que claramente existen dos corrientes de pensamiento alrededor de la concepción de emprendimiento social; la primera se fundamenta en la economía social, y la segunda, en el modelo capitalista inclusivo.

La corriente fundamentada en la economía social surgió en Europa como una alternativa al modelo capitalista agrupando formas de actividad económica que priorizan objetivos sociales y ambientales, en los que se involucran productores, trabajadores, consumidores y demás sujetos que actúan de manera solidaria (Monzón, 2006), lo que dio paso al concepto de empresas sociales, en las que la utilidad radica en sus valores participativos y democráticos, donde todos obtienen su parte de las ganancias y participan en las decisiones (Portales, 2019).

En tanto, la escuela del capitalismo inclusivo, desarrollado principalmente en Estados Unidos, se enfoca en la creación y puesta en marcha de mecanismos que promueven la inclusión de un mayor número de personas en el sistema económico siguiendo la lógica del mercado. Es decir que, para este enfoque, no basta con producir más bienes a precios asequibles, sino que se busca que estos bienes lleguen a más personas a través del acceso a mayores volúmenes de capital (Portales y Pérez, 2015), con lo que se producen procesos de innovación social (Santos, 2012).

En un intento de amalgamar ambas líneas de pensamiento, Sánchez Espada *et al.* (2018) indican que “el interés social o cualquier otra de las características exigibles a un proyecto de emprendimiento social pueden conseguirse a través de organizaciones empresariales o no empresariales” (p. 21), por lo que las “sociedades cooperativas, sociedades laborales, asociaciones, fundaciones y mutualidades, todas ellas integrantes de la economía social, son formas naturales de emprendimiento social” (p. 22).

Considerando lo anterior, Lejarriaga y Bel (2018), en la Cátedra de Emprendimiento Social UCM-Santander, definen el emprendimiento social como:

Aquella iniciativa que, a través de fórmulas de mercado o no mercado pretende la creación de valor social sostenible, bien por simple orientación e intención social o por su contribución a la cohesión social, sobre la base de la primacía de las personas sobre el capital y/o su gobernanza democrática o participativa (2018, p. 20).

Por lo tanto, el emprendimiento social debe vincularse no sólo a la creación de empresas sociales, sino también a la de soluciones efectivas y sostenibles en beneficio de la sociedad (Santos, 2012).

Partiendo de lo anterior, el emprendimiento social puede concebirse, en general, como una forma de producir valor social atendiendo una problemática social de manera sostenible mediante las múltiples manifestaciones de organizaciones sociales y empresariales (Portales y Pérez, 2015). Los objetivos principales de este emprendimiento se asocian a la reducción de la pobreza, la mejora del bienestar comunitario, la superación de la injusticia social, así como a la conservación del medio ambiente (Lejarriaga y Bel, 2018; Seelos y Mair, 2005; Bradač Hojnik y Crnogaj, 2020).

Lo anterior establece que la diferencia fundamental entre el emprendimiento comercial y el emprendimiento social radica en su propósito. Mientras el emprendimiento comercial tiene su razón de ser en la generación de valor económico para el emprendedor y para los socios accionistas de éste, el emprendimiento social tiene como principal objetivo la generación de valor social priorizando el bienestar público (Cardella *et al.*, 2021).

Al respecto, Christopoulos y Vogl (2014) mencionan que mientras los emprendedores comerciales abordan la problemática de la satisfacción de necesidades desde una perspectiva meramente económica, los emprendedores sociales centran su atención en la solución de problemas de índole social dando más prioridad al valor social otorgado que al valor económico obtenido.

Emprendedor social

Bygrave y Zacharakis (2011) definen al emprendedor como aquel sujeto que transforma el orden del modelo económico existente al introducir en el mercado nuevos productos, servicios o métodos de producción creando nuevas formas de organización o explotando nuevos recursos.

El emprendedor siempre está en busca de cambios, responde a ellos, los aprovecha y los transforma en oportunidades (Drucker, 1985) poniendo en juego no sólo su tiempo y esfuerzo, sino también sus recursos materiales y financieros, que, en caso de no tener éxito, con dificultad recuperará, por lo que obtendrá como rendimiento sólo aprendizaje. En caso de tener éxito, no sólo mejorará el bienestar del emprendedor, sino también el desarrollo económico y social, local y nacional (Schmitt, 2005).

Nicholls y Cho (2005) mencionan que el emprendedor fue muy valioso en las revoluciones industriales; sin embargo, éste buscaba satisfacer necesidades egoístas entendiendo el mercado con un símil de la selección natural o la supervivencia del más fuerte y apto (Schmitt, 2008). Por ello, en el emprendimiento social, se busca

redefinir al emprendedor como un individuo que usa la creatividad y la innovación para producir y extender valor económico y social en las áreas excluidas por el modelo económico tradicional (Nicholls y Cho, 2005) usando sus utilidades como un medio para atender a la comunidad (Schmitt, 2008).

Los emprendedores sociales buscan descentralizar el Estado y hacer más solidario el mercado capitalista (Coraggio, 2011), para lo cual hacen uso de la innovación y la socialización de bienes y servicios en función de las necesidades colectivas y no sólo del capital (Nicholls y Cho, 2006; Marín y Rivera, 2013).

Desde este enfoque, el emprendedor social es un individuo capaz de identificar y explotar oportunidades para aprovechar los recursos necesarios en el logro de su misión social, en busca de soluciones innovadoras de los problemas sociales de su entorno (Bacq y Janssen, 2011), por lo que crea valor social y económico de forma simultánea y deliberada (Austin, Stevenson y Wei-Skillern, 2006) considerando que el logro de uno dependerá de la generación del otro.

Los emprendedores sociales se asemejan a los emprendedores convencionales, pero se diferencian de éstos en que su motivación radica en generar impacto social, no económico (Tracey y Phillips, 2007). Son sujetos que se comprometen a hacer una diferencia en el mundo, orientados por objetivos sociales, que tienen la característica de mejorar la calidad de vida de otros sujetos (Portales, 2019). Para este propósito, deciden desarrollar empresas sociales que, como cualquier otro negocio, no deben incurrir en pérdidas; pero la obtención de dividendos a través de estas compañías no es lo que los impulsa (Yunus, 2007).

Portales (2019) afirma que los emprendedores sociales afrontan los mismos desafíos que los emprendedores tradicionales: la identificación de oportunidades, la organización de recursos y el desarrollo de una nueva empresa; con el añadido complejo de generar resultados que tengan repercusiones positivas en la sociedad.

Aunque no hay un concepto de emprendedor social ampliamente aceptado, se concuerda en la importancia de la propuesta de valor social; es decir, el objetivo del emprendedor social es resolver un problema colectivo (Nicholls, 2013). Por lo tanto, el emprendedor social es el individuo que aborda y busca aliviar algún problema social con un enfoque de negocios innovador.

Mair y Sharma (2012) señalan que los emprendedores sociales que alcanzan el éxito reflejan las características de los emprendedores convencionales exitosos, pero requieren una dosis adicional de ideas visionarias, cualidades de liderazgo y el compromiso de ayudar a otros. Son personas que se dan cuenta de que hay oportunidad de satisfacer alguna necesidad insatisfecha, por lo que reúnen los recursos

necesarios para marcar la diferencia, lo que las posiciona como catalizadoras de la transformación social (Waddock y Post, 1991).

METODOLOGÍA

Para esta investigación se utilizó como método la bibliometría, disciplina fundamentada en la búsqueda de comportamientos estadísticos regulares en el tiempo considerando elementos diversos cuantificables relativos a la producción y el consumo de información científica (Ardanuy, 2012). En otras palabras, la bibliometría es la medición estadística de la ciencia, los científicos o la actividad científica; por lo tanto, se considera un método objetivo y reproducible para desarrollar un proceso de revisión del conocimiento (Verbeek *et al.*, 2002).

Recolección de datos

El estudio se realizó con información de Scopus (Elsevier, 2022). La búsqueda y la selección de la información se llevó a cabo en dos fases. En la primera, se introdujo el término de búsqueda “social entrepreneur”, entre comillas. Si se toma en cuenta que el objetivo de la búsqueda fue obtener resultados aproximados a la frase planteada, el uso de comillas es indispensable dada la naturaleza del buscador. La búsqueda se limitó a título, resumen y palabras clave. Los artículos publicados en 2022 fueron excluidos para demarcar el análisis a años calendario completos. La búsqueda de literatura se realizó el 11 de marzo de 2022; de ésta se obtuvieron 1 600 documentos.

En la segunda fase, para reducir el riesgo de incluir elementos que no aportarían valor y que alterarían la base de datos que se analizaría, se incluyeron otros criterios de inclusión. Éstos son: 1) obras académicas publicadas en todo tipo de documentos; 2) en los que fuera posible demostrar estudios sobre el emprendedor social mediante la inclusión de palabras clave en los títulos, resúmenes y/o palabras clave; 3) escritos en todos los idiomas disponibles, y 4) publicados hasta el año 2021 (véase el cuadro 1).

Con la finalidad de mantener la objetividad de este estudio y permitir su replicabilidad, se utilizaron las pautas recomendadas por el método PRISMA (Moher *et al.*, 2009) para la elaboración de revisiones sistemáticas y metaanálisis, que incluyen un proceso de cuatro fases: fase 1, identificación; fase 2, examinación; fase 3, elegibilidad,

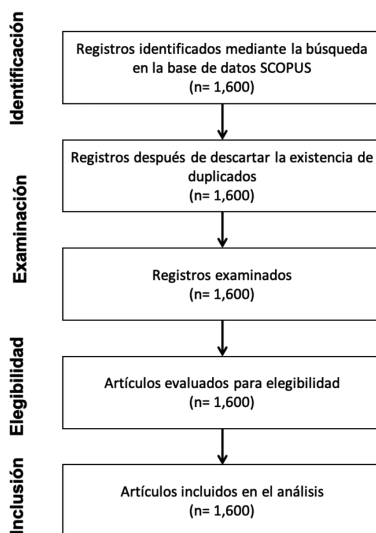
CUADRO 1. ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA

Base de datos utilizada	Scopus (Elsevier)
Palabra de búsqueda	“Social entrepreneur”
Categorías de búsqueda	Título, resumen y palabras clave
Área temática	Todas
Tipo de documento	Todos los disponibles
Tipo de fuente informativa	Todas las disponibles
Idioma	Todos
Período	Hasta 2021
Fecha de búsqueda	Marzo de 2022

Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

y fase 4, inclusión. En el diagrama 1 se exponen los resultados del proceso seguido en esta investigación según las recomendaciones del método PRISMA.

DIAGRAMA 1. FLUJO DEL PROCESO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN



Fuente: elaboración propia.

Los 1 600 artículos obtenidos se exportaron a un archivo “.bib” (Bitex), en el que se incluyeron los nombres de autores, los años de publicación, títulos de los artículos,

afiliaciones, palabras clave de los autores, resúmenes, citas y referencias. Además, se guardó un archivo en Excel para usarlo en el análisis descriptivo de los datos.

Análisis de los datos

Las técnicas bibliométricas se basan en el análisis de atributos bibliográficos de un documento como autores, citas, colaboración, palabras clave, entre otras, para conocer la estructura de un campo científico, las redes sociales y los temas relevantes (Zupic y Čater, 2014).

En principio, se utilizaron elementos de la estadística descriptiva para examinar el panorama del corpus de conocimiento del emprendedor social (Cardella *et al.*, 2021). Posteriormente, para el análisis bibliométrico se empleó Bibliometrix, una aplicación de software libre y de código abierto diseñado y programado en el entorno R, que facilita un conjunto de herramientas para la investigación cuantitativa en bibliometría y cienciometría (Aria y Cuccurullo, 2017).

Empleando la muestra de datos final recuperada de Scopus en formato Bibtex, los datos se cargaron y convirtieron en un marco de datos R en Bibliometrix, con el fin de desarrollar tres niveles de análisis principales: 1) análisis de desempeño; 2) análisis de colaboración, y 3) mapeo científico.

Análisis de desempeño

Un análisis de desempeño destaca las características de la muestra y mide su rendimiento cuantificando el campo de investigación (el número de documentos publicados, el número de citas recibidas), identificando a los actores más importantes (los más citados, los más productivos) y evaluando grupos de actores científicos (países, universidades, científicos) y el impacto de su actividad (Cobo *et al.*, 2015). En esta etapa se hizo, además, un análisis de citas partiendo de que los autores citan los documentos que consideran más importantes en el desarrollo de su investigación, lo que da como resultado que los estudios citados con frecuencia son los que tienen una mayor influencia en el área del conocimiento (Tahai y Meyer, 2009).

Análisis de colaboración

Para los objetivos del presente trabajo, se efectuó un análisis de colaboración científica a fin de resaltar las relaciones más relevantes entre los actores, es decir, entre

autores y países. Este tipo de análisis se usa con amplitud en diferentes líneas de investigación con objeto de identificar la estructura social del campo de estudio (Larivière, Gingras y Archambault, 2006). Esta identificación se logra mediante un análisis de redes sociales cuyos nodos son los autores, las instituciones de éstos o los países a los que pertenecen las instituciones y los enlaces se establecen de acuerdo con los nodos que son coautores de un artículo (Fusco, Marsillo y Guglielmetti, 2020).

Mapeo científico

El mapeo científico es una representación visual y espacial de la manera en que las disciplinas, los campos, las especialidades, los artículos o los autores individuales se relacionan entre sí (Cobo *et al.*, 2011). Para este trabajo, el mapeo se realizó con fundamento en el análisis de cocitación.

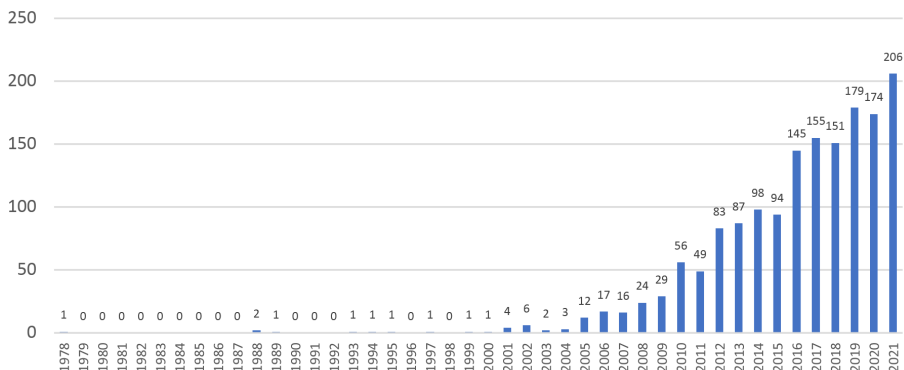
El análisis de cocitación se utilizó para capturar la estructura intelectual del campo de estudio. La cocitación se define como la frecuencia con la que dos documentos se citan juntos en la literatura y se asume que los documentos se cocitan si son conceptualmente cercanos (Small, 1973). La validez de ésta como herramienta para explorar la estructura intelectual de un campo científico ha sido constatada en diversos estudios (Trujillo y Long, 2018) y se utiliza cada vez más en todas las áreas del conocimiento. Para este análisis bibliométrico se fijó un grado mínimo de cocitación igual a dos y se consideró un umbral de 50 nodos de red. Estas configuraciones permiten y aseguran claridad en la red, sin comprometer la validez de los resultados (Fusco *et al.*, 2020).

RESULTADOS

Análisis de desempeño: características de la muestra

Los artículos de la muestra se publicaron de 1978 a 2021 (véase la gráfica 1). Como objeto de investigación, el estudio sobre el emprendedor social es reciente, dado que, si bien se tiene registro de que inició en 1978, el auge de éste comenzó en el año 2000; desde entonces ha registrado un crecimiento anual en la producción científica, en promedio, de cerca del 45 por ciento. Como se observa en la gráfica 1, el mayor crecimiento en la productividad se registró a partir de 2016, cuando abarcó cerca del 69 por ciento del total histórico de la producción.

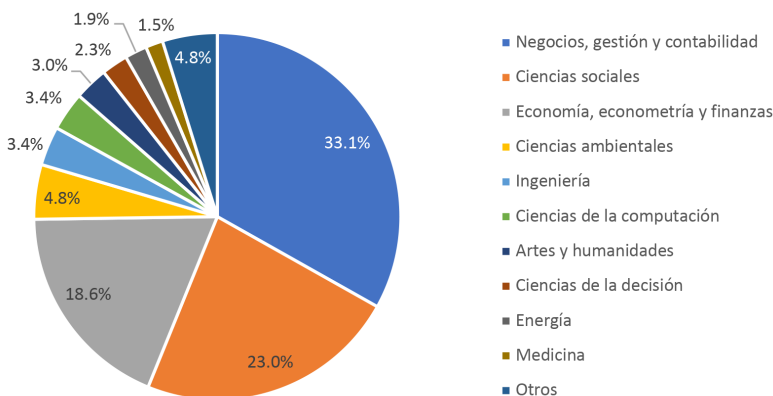
GRÁFICA 1. NÚMERO DE PUBLICACIONES POR AÑO (1978-2021)



Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

El emprendimiento social y el emprendedor social se han estudiado de forma multidisciplinaria. Como se puede ver en la gráfica 2, la mayoría de los escritos giran en torno a tópicos de negocios, gestión y contabilidad (33.1 por ciento), ciencias sociales (23 por ciento), así como economía, econometría y finanzas (18.6 por ciento). No obstante, el fenómeno del emprendimiento social también se ha estudiado desde el enfoque de las ciencias ambientales, ingeniería, ciencias de la computación, artes y humanidades, ciencias de la decisión, energía, medicina, entre otras.

GRÁFICA 2. CLASIFICACIÓN DE LAS PUBLICACIONES POR ÁREA DE ESTUDIO



Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

Como se constata en el cuadro 2, la autoría de los documentos se encuentra fragmentada, con 3 095 autores y un índice de colaboración (de coautores por artículo calculado utilizando el conjunto de artículos con varios autores) de 2.39. Se observa un promedio de 1.93 autores por documento. Del total de los escritos obtenidos, el 30.31 por ciento son obra de un solo autor. De lo anterior se puede deducir que el grado de cooperación entre autores es relativamente bajo, aunque la proporción de trabajos en coautoría supera el 69.69 por ciento del total de artículos analizados.

CUADRO 2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Descripción	Resultados
Documentos	1 600
Fuentes	843
Período	1978-2021
Autores	3 095
Documentos de un solo autor	485
Documentos de varios autores	1 115
Autores de documentos con múltiples autores	2 664
Autores por documento	1.93
Índice de colaboración	2.39

Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

Los artículos contenidos en el conjunto de datos se publicaron en 843 fuentes; de éstas, las 20 más productivas contienen el 22.94 por ciento del total de publicaciones, lo que representa el 2.37 por ciento del total de las fuentes. Estas publicaciones pertenecen a áreas del conocimiento relacionadas con ciencias sociales, economía, econometría, negocios, administración, contabilidad e incluso con ciencias ambientales, de acuerdo con las categorías de la base de datos Scopus (véase el cuadro 3).

Sin embargo, cabe destacar que si bien las revistas más productivas representan un tercio del total de artículos publicados y sus tópicos de interés están relacionados con áreas enfocadas a los negocios, economía y ciencias sociales (78 por ciento), los estudios relacionados con el emprendedor social adoptan otras perspectivas, como artes y humanidades, energía, psicología, medicina, entre otras. Estos datos son un indicativo de la naturaleza multidisciplinaria de los estudios relacionados con el emprendedor social.

CUADRO 3. REVISTAS CIENTÍFICAS CON EL MAYOR NÚMERO DE PUBLICACIONES Y SU ÁREA TEMÁTICA

Número	Nombre de la revista	Núm. de artículos	Área temática
1	Journal of Social Entrepreneurship	54	Ciencias sociales; economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad.
2	<i>Sustainability</i> (Switzerland)	37	Ciencias sociales; ciencias ambientales.
3	Emerald Emerging Markets Case Studies	27	Ciencias sociales; negocios, administración y contabilidad; economía, econometría y finanzas.
4	CSR Sustainability ethics and governance	24	Ciencias sociales; economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad; ciencias ambientales.
5	Journal of Business Ethics	24	Ciencias sociales; artes y humanidades; negocios, administración y contabilidad.
6	Voluntas	21	Ciencias sociales; negocios, administración y contabilidad.
7	Social Enterprise Journal	19	Ciencias sociales; economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad; ciencias ambientales.
8	Entrepreneurship and Regional Development	16	Ciencias sociales; economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad; ciencias ambientales.
9	Academy of Entrepreneurship Journal	14	Economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad.
10	Academy of Management Learning and Education	14	Ciencias sociales; negocios, administración y contabilidad.
11	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	14	Economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad.
12	International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research	13	Negocios, administración y contabilidad.
13	Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship ECIE	13	Ciencias sociales; economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad; ciencias ambientales.
14	Contributions to management science	12	Economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad.
15	Entrepreneurship: Theory and Practice	12	Economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad.
16	Journal of Business Venturing	12	Negocios, administración y contabilidad.

CUADRO 3. REVISTAS CIENTÍFICAS CON EL MAYOR NÚMERO DE PUBLICACIONES Y SU ÁREA TEMÁTICA

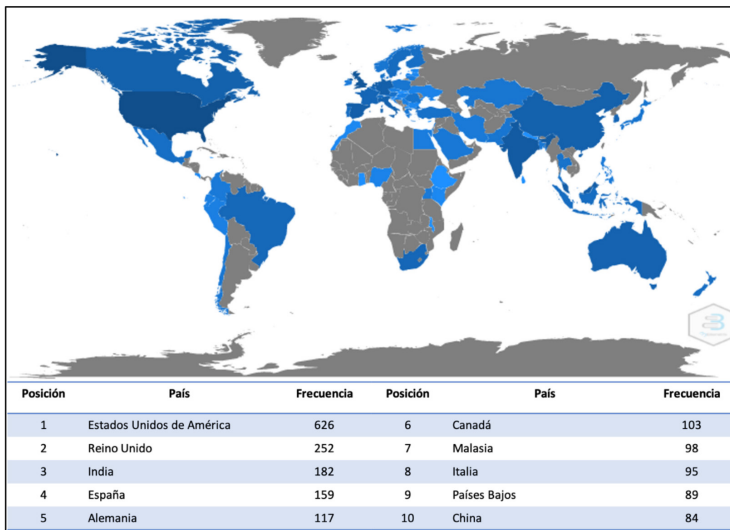
(continuación)

Número	Nombre de la revista	Núm. de artículos	Área temática
17	International Journal of Entrepreneurial Venturing	11	Negocios, administración y contabilidad.
18	Management Decision	11	Economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad.
19	Journal of Enterprising Communities	10	Ciencias sociales; negocios, administración y contabilidad.
20	Entrepreneurship Research Journal	9	Negocios, administración y contabilidad.

Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

En cuanto a la distribución geográfica de los artículos, con base en las afiliaciones institucionales de los autores, se concentran principalmente en países anglosajones (Estados Unidos, Reino Unido y Canadá), así como en países asiáticos (India, Malasia y China) y europeos (Países Bajos, España, Alemania e Italia). Como se puede ver en el mapa 1, los 10 países en que se registra la mayor productividad, de un total de 73, representan el 64 por ciento del total de la productividad científica.

MAPA 1. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS ARTÍCULOS



Fuente: elaboración propia usando Bibliometrix R Package (2022).

En general, con base en un análisis más amplio, se determina que cerca del 68 por ciento de la productividad global relacionada con el emprendedor social se concentra en países desarrollados, mientras el 32 por ciento restante corresponde a países en vías de desarrollo. Esta diferencia no debe pasar inadvertida, sobre todo por el potencial efecto positivo del emprendimiento social y la actividad del emprendedor social en estos contextos, donde es más probable que los problemas sociales se resuelvan mediante iniciativas promovidas por los ciudadanos (Cardella *et al.*, 2021).

Al respecto, India resulta un caso singular, ya que, con 182 publicaciones, es el país en vías de desarrollo mejor ubicado en el *ranking* de los 10 países más productivos en investigaciones relacionadas con el emprendedor social, pues está en el tercer lugar.

El análisis dio un total de 3 095 autores, con un promedio de 1.93 autores por documento, lo que es un indicativo de que esta área de investigación se caracteriza por colaboraciones discretas. Probablemente este rasgo sea resultado del reciente interés por la investigación del emprendimiento social y del emprendedor social. Además, los datos indican que se trata de un área de conocimiento fragmentada, ya que si se consideran los 10 autores con más publicaciones (véase el cuadro 4), la suma de las obras representa apenas el 4.63 por ciento del total de las publicaciones analizadas.

CUADRO 4. AUTORES CON EL MAYOR NÚMERO DE PUBLICACIONES

Número	Autor	Núm. de publicaciones	Núm. de veces citado	Promedio de citas por documento	Afiliación
1	S. Bacq	10	966	96.6	Kelley School of Business, Bloomington, Estados Unidos
2	M. Rodríguez-García	10	2	0.2	ESIC Business & Marketing School, Madrid, España
3	V. Simón-Moya	10	2	0.2	Universitat de València, Cooperativismo y Emprendimiento, Valencia, España
4	J. Mair	9	1 083	120.3	Hertie School Berlin & Stanford Center on Philanthropy and Civil Society, Berlin, Alemania
5	A. Singh	9	19	2.11	Tata Institute of Social Sciences, School of Management and Labour Studies, Mumbai, India
6	Y. Chandra	6	111	18.5	City University of Hong Kong, Kowloon, Hong Kong

CUADRO 4. AUTORES CON EL MAYOR NÚMERO DE PUBLICACIONES (continuación)

Número	Autor	Núm. de publicaciones	Núm. de veces citado	Promedio de citas por documento	Afiliación
7	R. Praszkiar	5	78	15.6	Instytut Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, Varsovia, Polonia
8	A. K. Bhat	5	106	21.2	Birla Institute of Technology and Science, Pilani, Department of Management, Pilani, India
9	L. Partzsch	5	78	15.6	Freie Universität Berlin, Chair of Comparative Politics with a focus on Environmental and Climate Politics, Berlin, Alemania
10	M. Renko	5	564	112.8	DePaul University, Department of Management and Entrepreneurship, Chicago, Estados Unidos

Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

Si bien la revisión de los datos muestra que el autor con más publicaciones y citas totales es Bacq, el análisis cruzado entre el número de artículos y el número total de citas deja ver que el autor más citado, de forma ponderada, es Mair (con 1 083 citas totales y un promedio de 120.3 citas por documento), seguido de Bacq (con 966 citas totales y 99.6 citas promedio por documento) y Chandra (con 111 citas totales y 18.5 citas promedio por documento). Para los demás autores, el total de citas es más limitado, lo que puede resultar del carácter emergente del emprendimiento social y el emprendedor social, como bases para el conocimiento científico.

El análisis de los artículos más influyentes relacionados con la generación de conocimiento sobre el emprendedor social también revela la dominancia académica de investigadores originarios o establecidos en el hemisferio occidental. De forma más específica, los artículos más citados provienen, en su mayoría, de Estados Unidos y de Europa (véase el cuadro 5).

En cuanto a la metodología de análisis de los documentos, los más citados incluyen métodos conceptuales ($n = 5$), revisiones ($n = 2$), cualitativos ($n = 2$) y cuantitativos ($n = 1$). La mayoría son trabajos exploratorios en los que se busca clarificar el concepto del emprendimiento social y la manera de analizar este fenómeno desde distintas teorías relacionadas con las disciplinas económico-administrativas.

CUADRO 5. ARTÍCULOS MÁS CITADOS

Núm.	Artículo	Autor(es)	País	Obra	Año	Núm. de citas	Tipo de artículo
1	A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges	S.A. Zahra, E. Gedajlovic, D. O. Neubaum y J.M. Shulman	EE.UU.	Journal of Business Venturing	2009	1 406	Conceptual
2	A Positive Theory of Social Entrepreneurship	F.M. Santos	Portugal	Journal of Business Ethics	2012	752	Revisión
3	Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model	J. Weerawarden & G. Sullivan Mort	Australia	Journal of World Business	2006	668	Cualitativo
4	Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor	C. Seelos & J. Mair	EE.UU.	Business Horizons	2005	634	Conceptual
5	Managing social-business tensions: a review and research agenda for social enterprise	W.K. Smith, M. Gonin & M. L. Besharov	EE.UU.	Business Ethics Quarterly	2013	483	Conceptual
6	The multiple faces of social entrepreneurship: a review of definitional issues based on geographical and thematic criteria	S. Bacq & F. Janssen	EE.UU.	Entrepreneurship and Regional Development	2011	470	Revisión
7	Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes	E. Shaw & S. Carter	Reino Unido	Journal of Small Business and Enterprise Development	2007	448	Cualitativo
8	Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential	J. Thompson, G. Alvy & A. Lees	Reino Unido	Management Decision	2000	400	Conceptual

CUADRO 5. ARTÍCULOS MÁS CITADOS

(continuación)

Núm.	Artículo	Autor(es)	País	Obra	Año	Núm. de citas	Tipo de artículo
9	The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions	J. K. Hwee Nga & G. Shamuganath	Malasia	Journal of Business Ethics	2010	376	Cuantitativo
10	The world of the social entrepreneur	J. L. Thompson	Reino Unido	International Journal of Public Sector Management	2002	365	Conceptual

Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

Los resultados sugieren que el conocimiento base sobre el emprendimiento social continúa en una etapa naciente, en la que los artículos más influyentes siguen enfocándose en el desarrollo de conceptos básicos sobre este fenómeno y tratan de contrastar de forma teórica hipótesis conceptuales en el contexto de teorías aplicadas al estudio del emprendimiento comercial.

ANÁLISIS DE COLABORACIÓN

El análisis de colaboración provee una visión general de, valga la redundancia, la colaboración científica y de las comunidades de investigación, con referencia a diversos niveles de agregación (Yan y Ding, 2012). En este estudio, los países de adscripción y los autores de los documentos fueron las unidades de análisis consideradas.

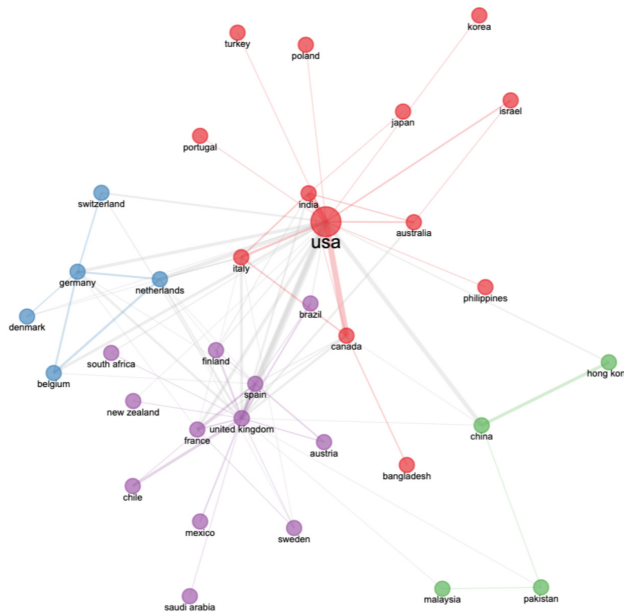
Colaboración entre países

El primer análisis se enfocó en la colaboración entre países mediante el desarrollo de una red de colaboración, que se ilustra en el diagrama 2. Cada país representativo se muestra en un círculo (nodo); el diámetro de los círculos informa de la importancia de cada país en el número de obras publicadas en colaboración con otros y el valor de la intermediación de cada investigación en relación con las colaboraciones multinacionales. Cada línea conectora representa la relación entre los países e indica el

número de veces en que los autores originarios colaboran con investigadores de otras latitudes (entre más gruesa es la línea, más fuerte es la colaboración entre los países involucrados). La intermediación mide la capacidad en que un nodo contribuye al flujo de información dentro de todos los nodos de la red (Córdoba-Cely *et al.*, 2012). En la red de colaboración entre países se excluyeron las colaboraciones de una ocasión; se seleccionaron aquellas que hubiesen ocurrido por lo menos en dos ocasiones.

La red tiene los nodos más importantes en Estados Unidos (intermediación = 290.24), Reino Unido (intermediación = 171.10), Países Bajos (intermediación = 5.51) y China (intermediación = 6.08); así configuran cuatro clústeres, entre los que destaca el encabezado por Estados Unidos, señalado en color rojo, que cuenta con 13 nodos de red.

DIAGRAMA 2. COLABORACIÓN ENTRE PAÍSES



Fuente: elaboración propia usando Bibliometrix R Package (2022).

Los resultados son coherentes, dada la cantidad de escritos científicos de los países más productivos, que se mencionó en el análisis de desempeño. Sin embargo, es posible profundizar el análisis revisando la proporción de colaboraciones internacionales de los 10 países más productivos en publicaciones relacionadas con el emprendedor

social, es decir, la razón entre el número de colaboraciones multinacionales (MCP) y el número total de publicaciones atribuidas a la afiliación del autor correspondiente (SCP) (véase el cuadro 6). En este sentido, cabe destacar que si bien, en números absolutos, Estados Unidos es el país con mayor cantidad de colaboraciones internacionales (n = 33), es superado en la proporción de colaboraciones multinacionales por Canadá (35.14 por ciento), Países Bajos (33.33 por ciento), China (25.81 por ciento), España (22.41 por ciento) y Reino Unido (22.08 por ciento).

CUADRO 6. COLABORACIÓN ENTRE PAÍSES

País	Artículos	SCP	MCP	% de MCP
Estados Unidos	199	166	33	15.68%
Reino Unido	77	60	17	22.08%
India	71	62	9	12.68%
España	58	45	13	22.41%
Alemania	45	39	6	13.33%
Canadá	37	24	13	35.14%
Italia	35	29	6	17.14%
Países Bajos	33	22	11	33.33%
China	31	23	8	25.81%
Australia	29	25	4	13.79%

Fuente: elaboración propia con información de Scopus (Elsevier, 2022).

Estos resultados indican que el epicentro de la investigación acerca del emprendimiento social, así como del emprendedor social, se ubica en Estados Unidos. Por lo tanto, resulta lógica la influencia de los autores de origen estadounidense en el resto de publicaciones en la esfera internacional. Asimismo, esto ofrece evidencia de que las colaboraciones entre países tienden a ser discretas y, en ocasiones, aisladas, lo que puede impedir el desarrollo de un corpus de conocimiento más robusto que conduzca a la consolidación formal del emprendimiento social como área de estudio independiente.

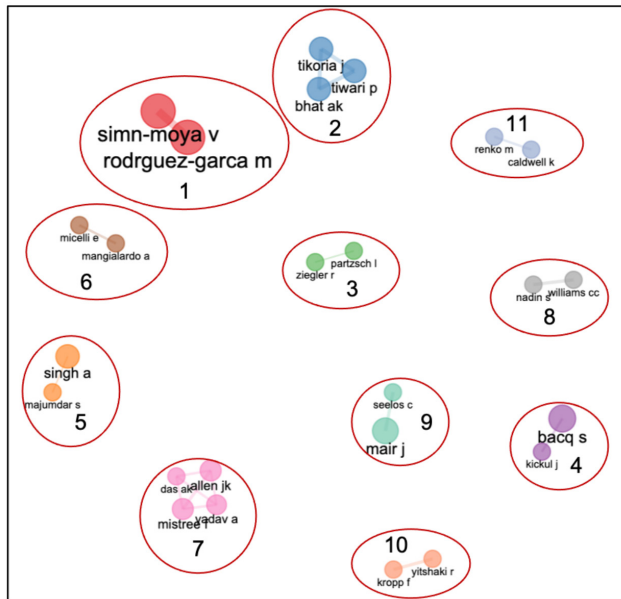
Colaboración entre autores

Con el objetivo de entender las colaboraciones de largo alcance entre autores relacionadas con el emprendimiento social y el emprendedor social, en la red de

coautorías se excluyeron colaboraciones de una ocasión; se seleccionaron aquellas que hubiesen ocurrido por lo menos en dos ocasiones (véase el diagrama 3).

En el diagrama 3, cada autor se muestra en un nodo. El diámetro de los círculos representa la importancia de cada autor en cuanto al número de obras publicadas en colaboración con otros y el valor de la intermediación de cada investigación con respecto de las colaboraciones. Cada línea conectora representa la relación entre los autores, lo que indica el número de veces en las que se ha publicado colectivamente, por lo que entre más gruesa es la línea, más fuerte es la colaboración entre los autores involucrados. De los 3 095 autores identificados en la base de datos, sólo se tiene registro de 25 que han colaborado en más de una ocasión, los cuales se pueden agrupar en 11 clústeres.

DIAGRAMA 3. COLABORACIÓN ENTRE AUTORES



Fuente: elaboración propia usando Bibliometrix R Package (2022).

En el diagrama 3, el clúster 1, en color rojo, es el que más destaca; éste se compone por Rodríguez-García y Simón-Moya, de quienes se tiene un registro de 10 colaboraciones en diversas publicaciones. El clúster 2 está formado por Tiwari, Bhat y Tokoria, con un total de cinco colaboraciones.

Una red de colaboración entre autores puede suponer que se realizan acciones de cooperación alrededor de un proyecto de investigación al compartir ideas y objetivos comunes (Restrepo-Arango y Urbizagástegui, 2017), lo que da lugar a la posibilidad de construir “colegios invisibles”, comunidades informales de investigadores que intercambian y comunican información y que publican conjuntamente los resultados de sus investigaciones (Price y Beaver, 1966). A la luz de estos resultados, se observa que las redes de colaboración entre autores son limitadas, lo que es indicativo, en principio, de que el emprendimiento social constituye un área de conocimiento en ciernes y de que las investigaciones relacionadas con el emprendedor social apenas comienzan a interesar a investigadores de diversas latitudes del planeta. Esto confirma, de forma gráfica, la razón por la cual el índice de colaboración es bajo (2.39), con un promedio de autores por documento de 1.93.

MAPEO CIENTÍFICO

Estructura intelectual del campo: análisis de cocitación

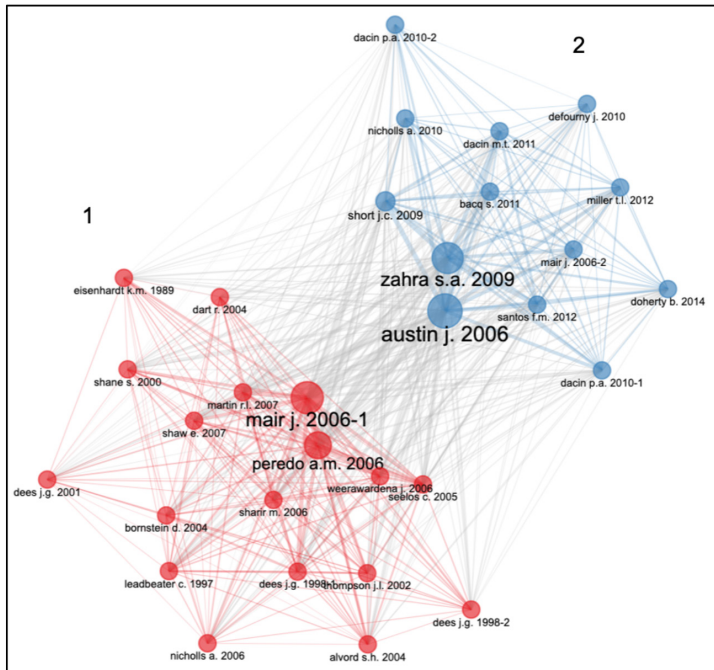
La estructura intelectual se define como las tradiciones de investigación del dominio científico examinado, la composición disciplinaria de éste, los temas de investigación influyentes y el patrón de sus interrelaciones. Estas publicaciones son los cimientos sobre los que se está llevando a cabo la investigación en la actualidad y contienen teorías fundamentales, trabajos pioneros innovadores y cánones metodológicos del campo (Zupic y Čater, 2015).

La estructura intelectual se investiga a través de un análisis de cocitación que verifica la presencia y frecuencia de las cocitaciones en un conjunto de datos, e identifica cuáles grupos de citas están relacionados conceptualmente y cuán relevantes son (Small, 1973; White y Griffith, 1981). El análisis de cocitación se efectuó con un grado mínimo de cocitación igual a 2 y un umbral de 50 nodos de red. Éste fue diseñado para garantizar la legibilidad de la red. También se probaron otras opciones, sin resultados significativamente diferentes.

Los resultados esquematizados en el diagrama 4 muestran una red en la que se forman dos clústeres que aglutinan 31 obras que cumplen con el grado mínimo de cocitación antes expuesto. Al primer clúster se le puede denominar “conceptual” (en color rojo) y al segundo “teórico” (en color azul). Cada publicación de los autores se muestra en un círculo (nodo) y está descrito por el nombre del autor y el año en que ésta salió a la luz. El diámetro de los círculos representa la importancia de

cada obra, derivada del valor de la intermediación de cada investigación. Cada línea conectora informa de la relación entre las obras y los autores de éstas indicando el número de veces en las que han sido cocitadas las publicaciones en distintas obras (entre más gruesa es la línea, más fuerte es la influencia del escrito en otros).

DIAGRAMA 4. RED DE COCITACIÓN SOBRE
EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EMPRENDEDOR SOCIAL



Fuente: elaboración propia usando Bibliometrix R Package (2022).

En el cuadro 7 se muestran las medidas de intermediación para las obras más relevantes. Se puede ver que cada uno de los conglomerados cuenta con al menos dos escritos que implican un alto grado de intermediación. En una red de cocitación, entre más elevado es el nivel de intermediación, mayor es la influencia de los escritos, en el entendido de que se éstos se pueden considerar como obras fundacionales o base para cada uno de los conglomerados (Córdoba-Cely *et al.*, 2012).

CUADRO 7. MEDIDAS DE INTERMEDIACIÓN DE OBRAS COCITADAS

Nodo	Clúster	Intermediación
J. Mair. 2006-1	1	1755474781
M. Peredo. 2006	1	14.61653032
J. Weerawardena. 2006	1	5.957994767
R. L. Martin. 2007	1	5.88921596
Seelos. 2005	1	5.224689797
M. Sharir. 2006	1	4.715793418
E. Shaw. 2007	1	4.482117597
J. G. Dees. 1998-1	1	3.755732578
S. Shane. 2000	1	2.607272929
S. H. Alvord. 2004	1	1.9115952
J. G. Dees. 1998-2	1	1.829957022
Leadbeater. 1997	1	1.820185368
J. L. Thompson. 2002	1	1.77688403
Bornstein. 2004	1	1.619789222
R. Dart. 2004	1	1.481031128
K. M. Eisenhardt. 1989	1	1.470816754
Nicholls. 2006	1	1.458986398
J. G. Dees. 2001	1	0.826659709
J. Austin. 2006	2	4955776364
S. A. Zahra. 2009	2	35.24408194
J. C. Short. 2009	2	13.57108977
J. Mair. 2006-2	2	9.447873094
F. M. Santos. 2012	2	8.350110513
S. Bacq. 2011	2	7.030773134
P. A. Dacin. 2010-1	2	6.156390012
M. T. Dacin. 2011	2	5.532821684
Nicholls. 2010	2	5.134490539
Doherty. 2014	2	4.318044895
T. L. Miller. 2012	2	3.837069087
J. Defourmy. 2010	2	3.341850736
P. A. Dacin. 2010-2	2	2.477640958

Fuente: elaboración propia usando Bibliometrix R Package (2022).

El clúster conceptual (rojo) es el grupo más numeroso (18 publicaciones), con la mayoría de los nodos principales de la red y los índices de intermediación más homogéneos. Las contribuciones fundamentales están representadas por Mair, 2006-1 (intermediación = 17.55474781) y Peredo, 2006 (intermediación = 14.61653032).

Mair y Marti (2006-1) discuten la pertinencia de desarrollar el estudio del emprendimiento social como un área de conocimiento independiente de aquellas relacionadas con el emprendimiento comercial, por lo que ofrecen líneas de investigación tentativas. Argumentan que se debe desarrollar una teoría específica para el emprendimiento social, pero dentro del marco general del emprendimiento, con un sustento metodológico riguroso. Así, consideran que uno de los grandes retos de la investigación relacionada con el emprendimiento social es la evaluación del desempeño y el impacto social de las empresas y los emprendedores sociales.

Desde una perspectiva conceptual, el trabajo de Peredo y McLean (2006) plantea la complejidad que supone conceptualizar el emprendimiento social, pues en los ámbitos académico y social el término se entiende de distintas formas. En consecuencia, para desarrollar el emprendimiento social como un área de conocimiento independiente, es importante clarificar el concepto de forma inteligible. Estos autores manifiestan que el emprendimiento social se ejerce cuando alguna persona o personas tienen como objetivo principal crear algún tipo de valor social reconociendo y explotando oportunidades, empleando la innovación, tolerando riesgos y mostrando ingenio al afrontar la escasez de recursos disponibles.

El clúster teórico (azul) consta de 13 documentos. Éste contiene los vínculos más densos de la red. Está representado por los trabajos de Austin, 2006 (intermediación = 49.55) y Zahra, 2009 (intermediación = 35.24).

Con objeto de dilucidar la esencia del emprendimiento social, Austin *et al.* (2006) llevan a cabo uno de los primeros trabajos que buscan diferenciar el emprendimiento comercial del social. Argumentan que la distinción entre el emprendimiento social y comercial no es dicotómica, sino que se conceptualiza en un continuo que va desde las organizaciones puramente sociales hasta las puramente económicas. Consideran que, incluso en los extremos, hay elementos comunes entre ambos.

Zahra *et al.* (2009) crean tipologías de emprendedores sociales, en las que se identifican tres tipos. Consideran que cada uno de éstos se enfoca en la solución de problemas sociales de maneras distintas y dentro de sus propios ámbitos. Determinan la existencia de *bricoleurs* sociales, constructoristas sociales e ingenieros sociales.

Contenido también en este clúster, resalta el trabajo de Santos (2012) que busca establecer el emprendimiento social como un área práctica y académica con una

dinámica propia que busca equilibrar los desbalances sociales. Por esta razón, explica, es necesario desarrollar una teoría positivista de acuerdo con la realidad del fenómeno del emprendimiento social, y no una teoría normativa. Manifiesta que el emprendimiento social puede convertirse en una “segunda mano invisible” en el sistema económico, basada en el interés colectivo, en lugar del interés individual, característica primordial en los emprendedores sociales.

Otro trabajo relevante es el de Bacq y Janssen (2011), quienes refieren que hay dos escuelas de pensamiento relacionadas con el emprendimiento social: una americana y una europea. La escuela americana se relaciona de modo directo con una orientación capitalista orientada a la solución de problemas sociales a través del desarrollo de innovación social y el logro de la misión social del emprendimiento. Mientras la escuela europea le da prioridad al establecimiento y desarrollo de empresas sociales, lo cual tiene implicaciones legales, más que conceptuales.

Los trabajos de Short *et al.* (2009) y Dacin, Dacin y Tracey (2011) no son menos relevantes; sin embargo, no destacan por su temática, ya que realizan revisiones teóricas y conceptuales sobre el emprendimiento social. Además, proponen líneas de investigación para la consolidación del emprendimiento social como área de investigación formal.

CONCLUSIONES

Los resultados demuestran, en general, que el emprendimiento social es un área de conocimiento en ciernes, que se ha formalizado en el tiempo. Se constata que, por el número de publicaciones anuales, el interés por este fenómeno se ha incrementado. No obstante, la colaboración entre autores es limitada, con un promedio de 2.18 autores por documento; sin embargo, la proporción de trabajos con autorías es cercano al 77 por ciento del total, lo que indica que esta área de conocimiento se caracteriza por colaboraciones discretas, probablemente debido a lo novedoso del tema.

Respecto a la temática que abarcan las publicaciones revisadas, se determina que el emprendimiento social se ha desarrollado principalmente en áreas vinculadas a temas administrativos y de negocios y, en menor medida, a áreas de las ciencias ambientales o de la psicología. Esto indica que el emprendimiento social es un área de conocimiento multidisciplinaria que ha atraído la atención de académicos e investigadores de diversas especialidades.

A escala internacional, la productividad relacionada con el emprendimiento social se origina principalmente en países desarrollados, con un 68 por ciento, mientras el 32 por ciento restante se ha hecho en países en vías de desarrollo, lo que resulta relevante, ya que en diversos estudios se afirma que el emprendimiento social puede resultar beneficioso para la solución de problemas sociales en países no desarrollados.

Relativo a los artículos más influyentes, éstos tienen su origen, en mayor medida, en países del hemisferio occidental, principalmente Estados Unidos y Europa, lo que resulta congruente con el análisis de colaboración entre países, en el que destacan por su centralidad Estados Unidos y el Reino Unido. Esto último se hace evidente en el análisis de colaboración entre autores, en el que los nodos más destacados corresponden a autores ubicados en Estados Unidos; aunque, en este análisis en particular, se observa un mayor número de autores radicados en países en vías de desarrollo. El análisis de colaboración entre autores, a su vez, confirma lo expuesto anteriormente respecto a la poca colaboración entre autores. Se encontraron únicamente once clústeres de autores que han trabajado en conjunto en más de una ocasión.

Acerca del análisis de cocitación, se encontró que las investigaciones se pueden ubicar en dos clústeres: uno conceptual y uno teórico. En el primero de ellos se agrupan principalmente trabajos abocados a discutir el concepto de emprendimiento social y sus implicaciones académicas y como área de estudio. En el clúster teórico se hallan artículos que buscan llevar adelante una teoría del emprendimiento social vinculando preceptos de la teoría económica y administrativa del emprendimiento comercial.

Esto es indicativo de que, en principio, el emprendimiento social es un área en desarrollo en la que distintos académicos buscan establecerlo como un fenómeno digno de estudios científicos; en segundo lugar, se hace patente que continúa vigente el debate académico relativo al verdadero significado y las implicaciones del emprendimiento social en los ámbitos académico, económico y social, por lo que las diversas publicaciones regresan a estos trabajos seminales para definir y describir de mejor forma el fenómeno para, así, estudiarlo.

Razón de lo anterior es el carácter multidisciplinar del campo de estudio. Son diversos los enfoques y las áreas a partir de los que se ha definido el emprendimiento social, además de que varían las premisas desde las cuales se ha estudiado el fenómeno. Por ejemplo, en obras procedentes de la Comunidad Europea se aborda el emprendimiento social desde el enfoque de la empresa social y su carácter participativo, equitativo y democrático; mientras en documentos provenientes de

Norteamérica se analiza desde la perspectiva del capitalismo inclusivo, en el que se busca que un mayor número de personas accedan a mayores volúmenes de capital a fin de tener acceso a más y mejores satisfactores, con lo que se crea la inclusión económica y la innovación social. Sin contar aquellas perspectivas, no pocas, que examinan el emprendimiento social vinculado a las organizaciones sin fines de lucro.

Desde este punto de vista, hace falta un consenso general que permita, en la medida de lo posible, mecanismos de entendimiento homogéneos del fenómeno de estudio, dado que, por ejemplo, la dinámica de acción de las denominadas empresas sociales (que tienen su razón de ser en los derechos de propiedad igualitarios) no es del todo similar a la naturaleza y dinámica de una organización sin fines de lucro. Si bien su objetivo principal es la creación de valor social (para la comunidad en general o para los agremiados), los mecanismos mediante los cuales dan solución a la diversidad de problemas sociales son diferentes.

En lo tocante al emprendedor social como el sujeto encargado de implementar el emprendimiento social, son pocos los estudios que se dedican a definirlo, describirlo y analizar las características que lo diferencian del emprendedor comercial. En las investigaciones analizadas, el emprendedor social se define y describe en función de las definiciones y descripciones del fenómeno general del emprendimiento social, por lo que es importante hacer estudios específicos centrados en este actor. Pero se observa también que la mayoría de estudios relacionados con este fenómeno son de carácter teórico-conceptual, basados en revisiones documentales y descriptivas, lo que supone limitaciones en el campo, pues son pocos los artículos que fundamentan sus dichos en metodologías empíricas, es decir, que estudien el emprendimiento social de modo directo, más allá de la discusión acumulada en la “nube” del debate académico conceptual.

En la medida que los involucrados en el estudio del emprendimiento social y del emprendedor social orienten sus esfuerzos en ofrecer evidencias empíricas al campo del conocimiento, mejores serán las aportaciones y las explicaciones que permitan a los tomadores de decisiones de los distintos sectores de la sociedad involucrarse en el desarrollo y el apoyo de las iniciativas de emprendimiento social que busquen solucionar las diversas problemáticas que necesitan propuestas innovadoras y soluciones de mercado en pro de la sociedad y sus integrantes.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVORD, Sarah; Brown, David, y Letts, Christine. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282. <https://doi.org/10.1177/0021886304266847>
- APONTE, Marinés; Álvarez, Martha, y Lobato-Vico, Manuel. (2019). Social entrepreneurship and economic development: a macro-level perspective. *Social Business*, 9(2), 141-156. <https://doi.org/10.1362/204440819X15504844628128>
- ARDANUY, Jordi. (2012). Scientific collaboration in Library and Information Science viewed through the Web of Knowledge: the Spanish case. *Scientometrics*, 90(3), 877-890. <https://doi.org/10.1007/s11192-011-0552-1>
- ARIA, Massimo, y Cuccurullo, Corrado. (2017). Bibliometrix: an R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Ashoka México. (2023). *México, Centroamérica y el Caribe: Reporte anual 2022* (Sinay Mendouze, comp. y ed.). <https://www.ashoka.org/sites/default/files/2023-03/Annual%20Report%202022-Ashoka%20MCC.pdf>
- AUSTIN, James; Stevenson, Howard, y Wei-Skillern, Jane. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- BACQ, Sophie, y Janssen, Frank. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: a review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373-403. <https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577242>
- BLOOM, Paul, y Chatterji, Aaron. (2009). Scaling social entrepreneurial impact. *California Management Review*, 51(3), 114-133. <https://doi.org/10.2307/41166496>
- BRADAČ HOJNIK, Bárbara, y Crnogaj, Katja. (2020). Social impact, innovations, and market activity of social enterprises: comparison of European Countries. *Sustainability*, 12(5), 1915. <https://doi.org/10.3390/su12051915>
- BYGRAVE, William, y Zacharakis, Andrew. (2011). *Entrepreneurship*. John Wiley and Sons.
- CARDELLA, Giusepina; Hernández-Sánchez, Brizeida; Monteiro, Alcides, y Sánchez-García, José. (2021). Social entrepreneurship research: intellectual structures and future perspectives. *Sustainability*, 13(14), 7532. <https://doi.org/10.3390/su13147532>

- CHOI, Nia, y Majumdar, Satyajit. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.001>
- CHRISTOPOULOS, Dimitris, y Vogl, Susanne. (2015). The motivation of social entrepreneurs: the roles, agendas and relations of altruistic economic actors. *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(1), 1-30. <https://doi.org/10.1080/19420676.2014.954254>
- COBO, Manuel; López-Herrera, Antonio; Herrera-Viedma, Enrique, y Herrera, Francisco. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: a practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146-166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- CORAGGIO, José Luis. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Abya-Yala.
- CÓRDOBA-CELY, Carlos; Alpiste, Francesc; Londoño, Felipe, y Monguet, Josep. (2012). Análisis de cocitación de autor en el modelo de aceptación tecnológico, 2005-2010. *Revista Española de Documentación Científica*, 35(2), 238-261. <https://doi.org/10.3989/redc.2012.2.864>
- DACIN, Tina; Dacin, Peter, y Tracey, Paul. (2011). Social entrepreneurship: a critique and future directions. *Organization Science* (22), 1203-1213. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0620>
- DRUCKER, Peter. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper and Row.
- FOWLER, Alan. (2000). NGOs as a moment in history: Beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? *Third World Quarterly*, 21(4), 637-654. <https://doi.org/10.1080/713701063>
- FRIEDMAN, Victor, y Desivilya, Helena. (2010). Integrating social entrepreneurship and conflict engagement for regional development in divided societies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 495-514. <https://doi.org/10.1080/08985626.2010.488400>
- FUSCO, Floriana; Marsilio, Marta, y Guglielmetti, Chiara. (2020). Co-production in health policy and management: a comprehensive bibliometric review. *BMC Health Services Research*, 20(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05241-2>
- LARIVIÈRE, Vincent; Gingras, Yves, y Archambault, Éric. (2006). Canadian collaboration networks: a comparative analysis of the natural sciences, social sciences and the humanities. *Scientometrics*, 68(3), 519-533. <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0127-8>

- LASPROGATA, Gail, y Cotten, Marya. (2003). Contemplating enterprise: the business and legal challenges of social entrepreneurship. *American Business Law Journal*, 4(1), 67-114. <https://doi.org/10.1111/j.1744-1714.2003.tb00002.x>
- LEJARRIAGA, Gustavo, y Bel Durán, Paloma. (2018). Emprendimiento, emprendimiento social, emprendimiento en economía social y emprendimiento a través de organizaciones de participación. En *V Jornadas de investigación y docencia en materia de empresas de participación. Emprendimiento social y nuevas formas de hacer economía: su relación con las organizaciones de participación y la economía social*. Mecanuscrito.
- MAIR, Johanna, y Martí, Ignasi. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- MAIR, Johanna, y Sharma, Shuchi. (2012). Performance Measurement and Social Entrepreneurship. En Christine Volkmann, Kim Takarski y Kati Ernst (eds.), *Social entrepreneurship and social business. An introduction and discussion with case studies* (pp. 175-189). Gabler Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-7093-0_9
- MARÍN, Aramís, y Rivera, Igor. (2013). Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica. *Acta Universitaria*, 24(1), 48-58. <https://doi.org/10.15174/au.2014.708>
- MOHER, David; Liberati, Alessandro; Tetzlaff, Jennifer; Altman, Douglas, y PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Annals of Internal Medicine*, 151(4), 264-269. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2535>
- MONZÓN, José Luis. (2006). Economía social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (56), 9-24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405602>
- NICHOLLS, Alex. (2013). Heroes. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 109-112.
- NICHOLLS, Alex. (2010). The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611-633. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x>
- NICHOLLS, Alex, y Cho, Hyunbae. (2006). Social entrepreneurship: the structuration of a field. En Alex Nicholls (ed.), *Social entrepreneurship. New models of Sustainable Social Change* (pp. 99-118). Oxford University Press.

- PARKINSON, Caroline, y Howorth, Carole. (2008). The language of social entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(3), 285-309. <https://doi.org/10.1080/08985620701800507>
- PEREDO, Ana María, y McLean, Murdith. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- PORTALES, Luis. (2019). *Social innovation and social entrepreneurship: fundamentals, concepts, and tools* (vol. 1). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-13456-3>
- PORTALES, Luis, y Pérez, Osmar. (2015). Emprendimiento y empresa social como estrategia de desarrollo local. *Recherches en Sciences de Gestion*, 111(6), 137-160. <https://doi.org/10.3917/resg.111.0137>
- PRICE, John, y Beaver, Donald. (1966). Collaboration in an invisible college. *American Psychologist*, 21(11), 1011-1018. <https://doi.org/10.1037/h0024051>
- RESTREPO-ARANGO, Cristina, y Urbizagástegui, Rubén. (2018). La red de coautores en la bibliometría mexicana. *Encontros Bibli. Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 23(51), 74-94. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2018v23n51p74>
- SÁNCHEZ-ESPADA, Javier; Martín, Sonia; Bel Durán, Paloma, y Lejarriaga, Gustavo. (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. <https://doi.org/10.5209/reve.62492>
- SANTOS, Filipe. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351.
- SCHMITT, Christophe. (2008). *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*. Presses de l'Université de Québec.
- SEELOS, Christian, y Mair, Johanna. (2005). Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.11.006>
- SHORT, Jeremy; Moss, Todd, y Lumpkin, Tom. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161-194. <https://doi.org/10.1002/sej.69>
- SMALL, Henry. (1973). Co-citation in the scientific literature: a new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269. <https://doi.org/10.1002/asi.4630240406>

- TAHAI, Alireza, y Meyer, Michael. (1999). A revealed preference study of management journals' direct influences. *Strategic Management Journal*, 20(3), 279-296. <https://www.jstor.org/stable/3094106>
- TRACEY, Paul, y Phillips, Nelson. (2007). The distinctive challenge of educating social entrepreneurs: a postscript and rejoinder to the special issue on entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 6(2), 264-271. <https://doi.org/10.5465/AMLE.2007.25223465>
- TRUJILLO, Caleb, y Long, Tammy. (2018). Document co-citation analysis to enhance transdisciplinary research. *Science Advances*, 4(1), e1701130. <https://www.science.org/doi/epdf/10.1126/sciadv.1701130>
- VERBEEK, Arnold; Debackere, Koenraad; Luwel, Marc, y Zimmermann, Edwin. (2002). Measuring progress and evolution in science and technology – I: The multiple uses of bibliometric indicators. *International Journal of Management Reviews*, 4(2), 179-211. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00083>
- WADDOCK, Sandra, y Post, James. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public Administration Review*, 51(5), 393-401. <https://doi.org/10.2307/976408>
- WHITE, Howard, y Griffith, Belver. (1981). Author cocitation: a literature measure of intellectual structure. *Journal of the American Society for Information Science*, 32(3), 163-171. <https://doi.org/10.1002/asi.4630320302>
- YAN, Erjia, y Ding, Ying. (2012). Scholarly network similarities: How bibliographic coupling networks, citation networks, cocitation networks, topical networks, coauthorship networks, and coword networks relate to each other. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(7), 1313-1326. <https://doi.org/10.1002/asi.22680>
- YUNUS, Muhammad. (2007). *Creating a world without poverty: social business and the future of capitalism* (Karl Weber, ed.). Public Affairs.
- ZAHRA, Shaker; Gedajlovic, Eric; Neubaum, Donald, y Shulman, Joel. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
- ZUPIC, Ivan, y Čater, T. Tomaž. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>