



MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL DE EMPRESAS EMERGENTES DE BASE TECNOLÓGICA EN MÉXICO

González-Vásquez, Martín¹., Castillo-Aguilera, Rogelio².

Universidad de las Américas Puebla (México)

*martin.glezv@gmail.com, Ex. Hacienda Santa Catarina Mártir 72820 Campus UDLAP, San Andrés Cholula
Puebla, México, 52 (222)4975669¹*

Universidad Anáhuac México Norte (México)

*rogeliocastilloaguilera@gmail.com, Av. Universidad Anáhuac, núm. 46 Col. Lomas Anáhuac Huixquilucan,
Edo. de México, C.P. 52786 México, 52(55)23299262²*

Fecha de envío: 05/Abril/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen

En la última década en México, con la participación de instancias de gobierno, fondos de inversión e iniciativa privada, se han implementado estrategias para fortalecer el ecosistema de empresas emergentes de base tecnológica o *startups*. Con ello, ha surgido la necesidad de contar con estudios que brinden información sobre el impacto social que generan, para detectar áreas de oportunidad, nichos de mercado y sobre todo, para valorar y dirigir el alcance y beneficios resultantes de los esfuerzos realizados. Actualmente no existe un estudio sobre la medición de impacto social de las empresas mexicanas emergentes de base tecnológica que identifique y calcule indicadores comparables con los económicos y financieros tradicionales. Es por ello, se realizó una investigación documental para identificar mecanismos para la medición de impacto social expresados a través del cálculo de indicadores económicos y financieros.

Palabras Clave: responsabilidad social empresarial, *startups*, medición de impacto social

Abstract

The last ten years in México, with the participation of government, local and international investment funds, non-profit organizations and private companies, have been implemented strategies to improve conditions to the ecosystem of technological-based startups. As a consequence, there are necessities of studies about the social impact generated by these companies to detect opportunity areas, market niches, but especially to value and to direct the scope and benefits of the investments and efforts. At this moment, there are not studies about the social impact measurement of the Mexican technological-based startups including comparable parameters with traditional financial and economic indexes. The principal objective of this documental investigation is to identify mechanisms and tools to the social impact measurement, expressed through financial and economical parameters.

Key Words: social responsibility of business, startups, social impact measurement, social impact assessment

Introducción

El fenómeno de la globalización ha intensificado el surgimiento y competencia de las empresas de base tecnológica, ha transformado al mundo en un mercado global, trayendo consigo una transformación social, cultural y económica a todos los niveles (Berezyak & Kotetska, 2014).

De acuerdo a las conclusiones de la última versión del reporte realizado por la OCDE "Startup América Latina: Promoviendo la innovación en la región" en el 2013, el apoyo a la innovación y al desarrollo productivo es una herramienta central en las estrategias de desarrollo en economías abiertas y globales.

En la actualidad, cada vez más países de América Latina proponen estrategias de apoyo a la innovación en sus agendas de desarrollo, promoviendo el apoyo financiero, capital semilla, ángeles inversionistas y capital de riesgo, incubadoras, aceleradoras, compañías creadoras de empresas, sin embargo, el reporte 2013 de la OCDE, también concluye que aún falta fortalecer los servicios de apoyo y asesoría, así como también, el marco legal regulatorio adecuado a cada realidad nacional.

Además de las estrategias promovidas por el gobierno, han surgido mecanismos de apoyo desde organizaciones de la sociedad civil y la iniciativa privada, interesadas por diversificar sus estrategias de negocio y también por contribuir al desarrollo social de los entornos en los que se desenvuelven (Broring, Golembiewski & Sick, 2015; Dong & Lee 2011).

En el ámbito nacional a partir del año 1992 en Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología CONACyT, inició esfuerzos para fortalecer las estrategias de apoyo a las empresas emergentes con políticas públicas, desarrollando en primera instancia, el Programa de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (PIEBT). El sistema de políticas públicas nacionales ha evolucionado hasta constituirse en el 2002, la Ley de Ciencia y Tecnología cuya última actualización fue en el año 2014 y en la que se establecen, entre otras cosas, las estrategias de apoyo a la creación de empresas de base tecnológica, entre las que destaca el Instituto Nacional del Emprendedor, (CONACyT, 2013).

De acuerdo a los resultados del Reporte Global 2014 del Global Entrepreneurship Monitor, la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA temprana) en empresas de base tecnológica aumentó de 12% a casi 15%, lo que significa un crecimiento sostenido e incremental en los últimos años, los efectos de las estrategias de apoyo de los diferentes sectores han tenido un impacto ("Report Why", 2013).

Marco teórico

Empresas emergentes de base tecnológica que ofrecen productos y servicios utilizando aplicaciones móviles

Con la proliferación de la conectividad a través de internet, se generó la posibilidad de interacción entre los usuarios de la red, con diferentes objetivos, como: intercambiar información relacionada con quehaceres profesionales, actividades de investigación, académicas, empresariales y en los últimos años, inclusive para fortalecer relaciones sociales y también entretenimiento (Nelson, 2014).

Las empresas emergentes de base tecnológica, también conocidas como *startups*, son empresas recién creadas o en fase de desarrollo que llevan a cabo actividades de investigación y desarrollo tecnológico cuyos costos de operación son bajos y tienen posibilidades de crecimiento acelerado, (Abe et al. 2009; OCDE, 2013). Estas empresas, tienen modelos de negocios diferenciados e innovadores, con una fuerte orientación a las tecnologías de información, procuran captar inversiones para crecer en un período de tiempo corto, (Abdullah, & Murah, 2012; Colombo & Piva, 2012).

Las startups de base tecnológica permanentemente se encuentran en proceso de adquisición de conocimiento para retroalimentar el desarrollo de sus productos y servicios, conocimiento que es adquirido de sus relaciones externas con otras empresas e inclusive con otras startups, pero sobre todo, de la constante comunicación con sus clientes y la observación constante de sus competidores, (Boari, Fratocchi & Presutti, 2007).

Otro de los desafíos de las empresas emergentes de base tecnológica, es el proceso de trasladar los desarrollos científicos o tecnológicos al campo de la comercialización, (Nelson, 2014). Es una necesidad permanente posicionar productos y servicios derivados de dichos desarrollos y relacionarlos con cadenas de suministro en entornos de negocios favorables que les permitan convertirse en negocios sustentables, (Berezyak & Kostetska, 2014; Popescu, 2014).

Aplicaciones móviles

La creación de plataformas de interacción social, provocó la aceleración en el desarrollo de dispositivos móviles para facilitar el acceso a dichas aplicaciones desde cualquier lugar y en cualquier momento, modificando con ello, el comportamiento y actitudes de los usuarios con respecto al uso de la tecnología, (Kamarulzaman & Zolkepli, 2015).

Una aplicación móvil es un software desarrollado específicamente para usar en un dispositivo electrónico móvil, como un teléfono celular, una tableta electrónica o una computadora portátil, (Ayuniza, 2012; Laplume, Pathak, Xavier-Oliveira, 2013).

La proliferación de las aplicaciones móviles se asocia a la facilidad de uso que tienen; proveen a los usuarios de una amplia gama de opciones para configurar sus necesidades particulares, diferentes modos de uso complementándolas con otros sistemas o aplicaciones, esto ha tenido como consecuencia que muchos de los sistemas de información y servicios empresariales hayan extendido su funcionalidad hasta este tipo de aplicaciones, (Jung & Pawlowski, 2015; Ulhoi, 2005).

Por lo tanto, en este estudio se considerará como referencia de búsqueda, empresas emergentes que utilicen aplicaciones móviles medio de innovación, en sus procesos de negocio, como medio para la atención de sus clientes y proveedores o como medio para la creación de nuevos modelos de negocio

La innovación social a través de la tecnología

De acuerdo con el Manual de Oslo en su última versión del año 2005, se define por innovación a la concepción e implantación de cambios significativos en un producto, proceso, alguna nueva forma de mercadotecnia o ajustes a la organización de una empresa con el propósito de mejorar los resultados. Por lo tanto, tienen un intrínseco carácter aplicativo, la razón de ser de la misma, implica llevar a la práctica en las empresas, nuevas formas de proceder (Baltazar, 2015; González & Köhler, 2014).

Una innovación social es la implementación de una mejora en un producto, servicio, proceso, método mercadológico, nueva práctica de negocio u organizacional que tiene un impacto directo en la resolución de una necesidad o problemática en al menos uno de los siguientes ámbitos: sociales, ambientales o económicos, (Berezyak & Kotetska, 2014; Gharbi, Sahut & Teulon, 2014; OCDE, 2013). De acuerdo con Camps & Marques, 2014; Saridogan & Şener, 2011, existen categorías para clasificar los tipos de innovación empresarial:

- Producto: la habilidad de introducir al mercado un nuevo producto o servicio.

- Proceso: la introducción y establecimiento de una nueva manera de realizar algún proceso de negocio.
- Mercadotecnia: la habilidad de atender de una nueva forma a un mercado existente o nuevo.
- Suministro: la habilidad de allegarse de insumos o administrarlos de una manera más provechosa.
- Modelos de negocio: la habilidad de proponer nuevos modelos de negocio.

Las cinco categorías anteriores ejemplifican y describen, las diferentes maneras en que las empresas emergentes de base tecnológica cambian significativamente en la manera de funcionar de las empresas y sus clientes, generando con ello innovación social, y a su vez, impacto social.

Medición de impacto de las empresas

Los efectos relacionados con las acciones y actividades de las organizaciones, derivan en implicaciones que podemos identificar como impactos en el entorno, puede ser de inmediato, mediano y largo alcance, ya sea en sus repercusiones en el tiempo y el espacio. Los impactos pueden clasificarse como sociales, económicos y ambientales. Éstos, a su vez, son evaluados como directos e indirectos, y pueden ser considerados como tangibles e intangibles (Castro, Santero, Martínez & Guillo, 2013). Una manera de medir los impactos, es cuantificarlos a través de indicadores, asignando escalas y unidades de medida a cada una de las categorías mencionadas.

Establecer un mecanismo formal para identificar los efectos de las empresas en la sociedad, requiere establecer el alcance de la medición, en un período de tiempo específico, el comportamiento los factores relevantes relacionados con las actividades de la organización y también, sujetos y entidades con las que interactúan, conocidos comúnmente como stakeholders (Idrissi & Saltuk, 2015). Este mecanismo también es parte del procedimiento que generalmente se utiliza para hacer evaluaciones de impacto económico y financiero en las empresas.

Desde el enfoque económico, una de las principales preocupaciones de las organizaciones con y sin fines de lucro, es medir de manera tangible la efectividad, eficiencia y desempeño económico con que realizan las tareas para las cuáles han sido creadas (Evers, McCombes & Vanclay, 2015). Actualmente, la mayoría de los métodos universalmente aceptados, se enfocan en la construcción y cálculo de indicadores financieros y económicos cuantitativos que miden dicho desempeño (Valters, 2014).

Uno de los enfoques teóricos para la medición del impacto de las empresas, es la Teoría del Cambio, que propone dos vertientes, el análisis evaluativo y el análisis prospectivo. El prospectivo, considera una perspectiva predictiva y su principal objetivo es analizar la viabilidad de una propuesta considerando parámetros base, en un período de tiempo específico. El enfoque evaluativo pretende mostrar los resultados de impacto en un período de tiempo pasado (Esteves & Vanclay, 2009).

Método

Diseño de la investigación

Se trata de una investigación documental habiéndose realizado una selección de literatura basada en la recopilación de artículos de bases de datos electrónicas de revistas científicas, que incluyen: ELSEVIER, EBSCO, EBSCOHost y SPRINGER. Del mismo modo, se incluyeron reportes de investigación elaborados por organismos gubernamentales y no gubernamentales, despachos internacionales de consultoría, empresas y fundaciones internacionales relacionados con el objeto de estudio. Se espera como resultado la identificación conceptos, estudios y metodologías relacionadas con la medición de impacto social de empresas emergentes de base tecnológica.

Objetivo general:

En una primera etapa, por medio de investigación documental, determinar si existe algún mecanismo para medir el impacto social a través del cálculo de indicadores económicos de empresas emergentes de base tecnológica en México que utilizan aplicaciones móviles como parte de su modelo de negocio, en las dimensiones: social, económica y ambiental.

Resultados

Medición de impacto social

La medición del impacto social, tiene su origen en la década de los años sesenta en los Estados Unidos de Norte América con la promulgación de las leyes relacionadas con la Evaluación de Impacto Ambiental, (Environmental Impact Assessment, EIA), derivado de la preocupación del gobierno estadounidense por la proliferación de la industria de la manufactura en todo el país y con ello el surgimiento de posibles impactos ambientales

como consecuencia de la explotación de los recursos naturales, (Arce-Gomez, Bedggood, & Donovan, 2015). Posteriormente y casi en la década de los años ochenta, en este mismo país surge la ley de la Evaluación del Impacto Social, (Social Impact Assessment, SIA), la cual incorpora lineamientos relativos a efectos sociales y económicos derivados de las actividades empresariales (Corsi & Dendena, 2015).

Las teorías de evaluación de impacto social han evolucionado hacia diferentes vertientes hasta convertirse, por ejemplo, en reportes completos de sustentabilidad, estándares de operación empresarial y de calidad, sistemas de gestión e inclusive en países como Inglaterra, en estrategias incentivos económicos y financieros como los Bonos de Impacto Social (*Social Impact Bonds, SIB's*), que pretenden fomentar la inversión de capitales privados en proyectos cuyo impacto social es medido sistemáticamente y está garantizado (Fundneider & Peschl, 2014; Schinckus, 2015).

La medición del impacto social puede superar el alcance de las mediciones económicas y financieras tradicionales, ya que además, nos permite visualizar sistemáticamente la manera en cómo se comporta un ecosistema empresarial, identifica sus componentes, *stakeholders*, localiza catalizadores e inhibidores y de esta manera, puede mejorar el desempeño de las empresas y de los impactos y beneficios resultantes de sus actividades y acciones (Cooper, Murphy, Nelson & Wright, 2009). La información resultante de la medición del impacto social, puede derivar en aportaciones para el diseño de estrategias a nivel político, económico, ambiental y social (Castro et al., 2013).

Los efectos del impacto social se pueden categorizar a través de tres dimensiones, (Andriof & McIntosh, 2001; Bexheti, Kurtishi & Rexhepi, 2013; Ekener, 2014):

- *Social*: efectos relacionados con problemáticas sociales como educación, cultura, salud, generación de empleo, inclusión social y seguridad.
- *Económica*: efectos relacionados con la distribución adecuada de la riqueza, calidad en los productos y servicios ofrecidos, una adecuada relación con clientes, proveedores, inversionistas y una política ética en el sistema de gobierno de la empresa.
- *Ambiental*: efectos relacionados con el desarrollo sustentable y de la relación de los procesos de negocio de la empresa con el medio ambiente.

Medir el impacto social de los productos y servicios tecnológicos es una tarea compleja y ambiciosa, algunos autores sugieren que es necesario reconocer y analizar factores relacionados con sus *stakeholders* y con el medio en el que se utilizan. En el caso de empresas emergentes de base tecnológica que utilizan aplicaciones móviles como parte de sus estrategias de negocios, se sugiere contemplar los siguientes factores (Benoit-Norris, Hutchins & Wilhelm, 2015):

- Demostrar si existe información disponible que permita determinar el impacto social de las aplicaciones móviles en las dimensiones social, económica y ambiental.
- Categorizar los impactos relacionados con los stakeholders, de acuerdo a modelos teóricos y prácticos existentes que permitan comprender el comportamiento sistémico de los mismos.
- Identificar y sugerir posibles mejoras a los modelos de aplicación con el objetivo de minimizar impactos negativos y maximizar impactos positivos.

- Considerar los impactos económicos, sociales y medioambientales de las mejoras y/o afecciones negativas identificadas.

La medición de impacto de las empresas, trata de medir la diferencia, en una o algunas variables que se han seleccionado como indicadores de resultado de una acción, entre la situación que presenta un individuo u grupo de individuos en un entorno determinado con respecto a las acciones de una compañía, en comparación al caso en que no se hubieran realizado dichas acciones (Aedo, 2005).

En los últimos años se han desarrollado y consolidado alrededor del mundo, una amplia variedad de métodos para medir el impacto de las actividades empresariales. Una metodología para la medición de impacto social, es una técnica que utiliza datos de entrada, para producir ciertos indicadores de salida que requieren ser analizados para dar una interpretación analítica (Colten & Hemmerling, 2014).

A continuación se muestran algunas de las razones por las cuáles organismos internacionales se han dado a la tarea de investigar, clasificar y comparar las herramientas para la medición de impacto social existentes (Manetti, 2014):

- Para contar con instrumentos formales que permitan a sus inversionistas valorar y dirigir el impacto de sus inversiones en términos sociales, ambientales y económicos.
- Para evaluar y ponderar los riesgos sociales de mediano y largo alcance derivados de optar por determinados portafolios de inversión.
- Dirigir inversiones para contribuir a resolver problemáticas sociales con las cuáles desean contribuir y/o requieren ser asociados en la percepción determinados stakeholders.

Metodología para calcular el retorno social de la inversión

En el año 2007 la *Rockefeller Foundation* en su papel de inversor y donante para proyectos de impacto social, creó el *Rockefeller Impact Investing*, un organismo conformado por expertos y científicos de todo el mundo, provenientes y pertenecientes a centros de investigación académicos, gubernamentales e independientes. El objetivo inicial fue llevar a cabo un estudio ejecutado por el *Social Venture Technology Group* (SVT) de San Francisco California, en el que se estableciera un marco teórico y referencial de los instrumentos existentes a nivel mundial para la medición de impacto social, en el estudio se estableció la siguiente clasificación (Galimidi & Olsen, 2008):

Clasificación funcional de métodos para la medición de impacto social:

- *Sistema de clasificación*: establece indicadores fijos para medir la calidad o el potencial del impacto de las inversiones, es representado por una puntuación o representación simbólica descriptiva.
- *Sistema de evaluación*: es un conjunto de indicadores personalizados referentes a un punto en el tiempo, evalúa características, prácticas, y/o resultados de un portafolio de inversión, pero no provee de herramientas explícitamente para el seguimiento operacional de datos fuera de ese tiempo específico.
- *Sistema de gestión*: provee herramientas para manejar de forma sistemática y orientada a la mejora continua, la información detallada de los factores relacionados con el impacto social.

- *General*: es un método que no fue desarrollado para un tipo de industria o sector específico, región geográfica, o impacto particular, puede ser utilizado casi en cualquier caso.
- *Sector específico*: es un método diseñado para casos específicos considerando industria, geografía y sector.

En la actualidad existe una amplia variedad de herramientas para la medición de impacto, una de las vertientes, es la utilización de herramientas denominadas Sistemas de Gestión, que como ya se mencionó, pretenden proveer herramientas para que las organizaciones gestionen detalladamente información operacional sobre los factores de impacto (Galimidi & Olsen, 2008; Lawlor, Neitzert & Nicholls, 2008;).

Uno de los enfoques de los sistemas de gestión para la medición de impacto, es la cuantificación a través de valores económicos y financieros, específicamente monetarios. Sin embargo, la metodología que se ubicó como una de las mejor calificadas a nivel internacional y con mayor afinidad metodológica para ser utilizada en el sector empresarial emergente, a través de la presente investigación es la del cálculo del Retorno Social de la Inversión, conocida a nivel internacional como *Social Return on Investment* y por sus siglas en inglés SROI, para efectos prácticos, de esta manera nos referiremos a la metodología durante la investigación y el resto del documento. El SROI fue desarrollado inicialmente por el *Roberts Enterprise Development Fund* (REDF) en 1960 (Banke-Thomas, Broek, N., Charles & Madaj, 2015), y posteriormente ha evolucionado en métodos con enfoques especializados, de acuerdo a las necesidades de aplicación y se mencionan algunos

ejemplos a continuación (Lawlor, Neitzert & Nicholls, 2008; OCDE, 2015): *SROI Analysis*, *SROI Calculator*, *SROI Lite*, *SROI Toolkit*, *SROI Framework*,

El SROI, es un sistema de gestión para medir y cuantificar el impacto social de una inversión. Este proceso incluye el entendimiento, la medición y el reporte de la generación de valor social y económico por una organización (OCDE, 2015; Valcárcel, 2010). La metodología SROI, se basa en conceptos como: análisis costo-beneficio, contabilidad social, auditoría social, y comprende un enfoque participativo que permite definir en forma monetaria y no monetaria el valor de los efectos de un determinado fenómeno, aun cuando éstos, no tengan inicialmente asignado un valor económico (Sáenz, 2012).

La metodología SROI mide el valor de los beneficios, relativos a los costos de lograr estos beneficios. Es una proporción (*ratio*) del valor presente neto de los beneficios y el valor presente neto de la inversión, como se expresa en la siguiente ecuación (Idrissi & Saltuk, 2015; Lawlor, Neitzert & Nicholls, 2008).

$$[SROI] = \frac{[Valor\ presente\ neto\ de\ los\ beneficios]}{[Valor\ presente\ neto\ de\ la\ inversión]}$$

SROI puede ser utilizado aplicando dos diferentes enfoques (Mareé, Mertens & Xhaluflair, 2015):

- *Evaluativo*: para analizar el valor que ha sido generado por una organización o proyecto.
- *Prospectivo*: para pronosticar el valor potencial que puede generar una determinada inversión.

Actualmente la metodología SROI cuenta con principios estandarizados y universalmente aceptados, a continuación se mencionan (Banke-Thomas, Broek, N., Charles & Madaj, 2015; Hall & Millar, 2013). El análisis SROI reporta cómo una organización crea valor como parte de sus actividades en su entorno y lo expresa a través de un coeficiente que indica cuánto valor social, expresado en términos de una unidad de moneda, se puede crear por cada unidad de moneda invertida. Este coeficiente es una comparación entre el valor generado por una iniciativa y la inversión que se requiere para poder alcanzar un determinado impacto (Idrissi & Saltuk, 2015; Sáenz, 2012). Sin embargo, cabe mencionar que el resultado del análisis SROI, no solo se resume en un número, el análisis presenta un análisis situacional completo del cual se pueden desprender otros hallazgos no necesariamente numéricos y económicos.

Una de las posibles limitantes de la metodología SROI, es el enfoque orientado en la obtención de un único resultado financiero y cuantitativo. Si no se incluyen todas las variables requeridas por el usuario como parte de los insumos de la metodología, se puede llegar a correr el riesgo, de omitir efectos e impactos cualitativos importantes, relacionados con el fenómeno de estudio.

Conclusiones

- Las principales conclusiones de esta investigación se enuncian a continuación:
- No se ha encontrado en México un estudio sobre el impacto social de las empresas emergentes de base tecnológica, tampoco así, uno sobre las empresas que en particular utilizan aplicaciones móviles como parte de su estrategia de negocios.

- La metodología SROI no tiene limitantes respecto al entorno socioeconómico de México, ya que es un sistema de gestión que ajusta sus parámetros de aplicación a los alcances que se desean medir, el fenómeno y las variables en cuestión.
- A nivel mundial el desarrollo y aplicación de herramientas para la medición de impacto social data de los años sesenta, inicialmente, con el objetivo de medir impactos de programas sociales gubernamentales, sin embargo, hasta la década del año 2000 se inició con la adaptación de herramientas para el campo empresarial.
- Existen múltiples herramientas para la medición de impacto social empresarial, no existe una única o universalmente aplicable.
- La elección de la herramienta depende de los objetivos y alcance de la medición, de la información que se tiene o puede disponer para realizar el análisis, contexto, medio ambiente, tipo de participación de los *stakeholders*, los mecanismos disponibles para la auditoría y verificación, así como los recursos y el alcance de la temporalidad de la medición.
- El nivel de verificación y auditoría de la aplicación de una metodología para medición de impacto social en las empresas, se establece y basa en el alcance y objetivos de la medición.
- No existe aún una metodología especializada en la medición de impacto social de empresas emergentes de base tecnológica que utilicen como parte de sus estrategias de negocios aplicaciones móviles, es necesario seleccionar una metodología enfocada al sector empresarial y efectuar las adaptaciones pertinentes con base en un alcance definido.

- De acuerdo a los resultados de la investigación se concluye tentativamente, que una de las metodologías que más se adecúa para las empresas emergentes de base tecnológica en México, es la *Social Return on Investment* SROI, sin embargo, es necesario realizar una investigación aplicada de campo a profundidad, para poder obtener conclusiones con mayor precisión y recomendaciones con mayor especificidad.

Referencias:

Abdullah, Z., Murah, M.Z. (2012). An experience in transforming teaching and learning practices in technology entrepreneurship course. *SciVerse ScienceDirect*. 59(1), 164-169.

doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.261

Abe, H., Ashiki, T. & Jinno, F. & Sakuma, H. & Suzuki, A. (2009). Integrating business modeling and roadmapping methods – The Innovation Support Technology (IST) approach. *Technological Forecasting & Social Change*. 76(1), 80-90. doi:

10.1016/j.techfore.2008.03.027

Aedo, C. (2005). *Evaluación de Impacto*. (Informe No. 47). Santiago de Chile: CEPAL, División de Desarrollo Económico. Recuperado de

<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/24337/lc12442e.pdf>

Amorós, J.E., Moska, A., Singer, S. (2014). Monitor Global de la Actividad Emprendedora 2014. Monitor Global de la Actividad Emprendedora 2014. *Reporte Global Entrepreneurship Monitor*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/report>, ISBN: 978-1-939242-05-1.

Andreopoulou, Z., Batzios, C., Samathrakis, V.m Theodoridis, A. & Tsekouropoulos, G. (2014). Consulting for sustainable development, information technologies adoption, marketing and entrepreneurship issues in livestock farms. *ScienceDirect*. 9(1), 302-309.

doi: 10.1016/S2212-5671(14)00031-8

Andriof, J. & McIntosh, M. (2001). Perspectives on corporate citizenship. *Sheffield: Greenleaf Publishing*.

Arce-Gomez, A., Bedggood, R.E., Donovan, J.D. (2015). Social impact assessments: Developing a consolidated conceptual framework. *Environmental Impact Assessment Review*. 50(1), 85-94. doi: 10.1016/j.eiar.2014.08.006

Ayuniza, U.N., Ismail, K., & Soheli, M.H. (2012). Technology social venture: A new genre of social entrepreneurship?. *Social and Behavioral Sciences*. 40(1), 429-434. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.03.211

Baltazar, M.E. (2015). Creating competitive advantage by institutionalizing corporate social innovation. *Journal of Business Research*. 68(1), 1468-1474. doi: 10.1016/j.jbusres.2015.01.0360148-2963

Banke-Thomas, A.O., Broek, N., Charles, A. & Madaj, B. (2015). Social Return on Investment (ROI) methodology to account for value for money of public health interventions: a systematic review. *BMC Public Health*. 15(582). doi:10.1186/s12889-015-1935-7

Benoit-Norris, C., Hutchins, M., Mars, C., Wilhelm, M. (2015). An overview of social impacts and their corresponding improvement implications: a mobile phone case study. *Journal of Cleaner Production*. 102(1), 302-315. doi: 10.1016/j.jclepro.2015.04.025

Berezyak, I., Kostetska, I. (2014). Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 36(1), 569-577.

Bexheti, G., Kurtishi, S., & Rexhepi, G. (2013). Corporate Social Responsibility (CSR) and Innovation – The drivers of business growth?. *Social and Behavioral Sciences*. 75(1), 532-541. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.04.058

Boari, C., Fratocchi, L. & Presutti, M. (2007). Knowledge acquisition and the foreign development of high-tech start-ups: A social capital approach. *International Business Review*. 16(1), 23-46. doi: 10.1016/j.ibusrev.2006.12.004

Brennan, L., Clark, C. (2012). Entrepreneurship with social value: A conceptual model for performance measurement. *Academy of Entrepreneurship Journal*. 18(2), 17-39.

Broring, S., Golembiewski, B. & Sick, N. (2015). The emerging research landscape on bioeconomy: What has been done do far and what is essential from a technology and innovation management perspective?. *Innovative Food Science and Emerging Technologies*. 29(1), 309-317. doi: 10.1016/j.ifset.2015.03.006

Camps, S., Marques, P. (2014). Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers. *Technological Forecasting & Social Change*. 88(1), 325-348. doi: 10.1016/j.techfore.2013.10.008

Castro, R., Santero, R., Martínez, M.I. & Guilló, N. (2013): “Impacto socioeconómico de las empresas de Economía Social en España. Una valoración cuantitativa de sus efectos sobre la cohesión social”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 79, 35-58.

Colombo, M.G., Piva, E. (2012). Firms’ genetic characteristics and competence-enlarging strategies: A comparison between academic and non-academic high-tech start-ups. *Research Policy*. 41(1), 79-92. doi: 10.1016/j.respol.2011.08.010

Colten, C.E., Hemmerling, S.A. (2014). *Social Impact Assessment Methodology for Diversions and other Louisiana Coastal Master Plan Restoration and Protection Projects*. (Informe No. 1). Louisiana: The Water Institute of the Gulf, Coastal Protection and Restoration Authority of Luisiana

Corsi, S., Dendena, B. (2015). The Environmental and Social Impact Assessment (ESIA): a further step towards an integrated assessment process. *Journal of Cleaner Production*. 1-13. doi: 10.1016/j.jclepro.2015.07.110

Cooper, J.M., Murphy, S., Nelson, J.D., Wright, S. (2009). An evaluation of the transport to employment (T2E) scheme in Highland Scotland using social return on investment (SROI). *Journal of Transport Geography*. 17(1), 457-467. doi: 10.1016/j.jtrangeo.2008.10.006

Ekener, E.P. (2014). *Tracking down Social Impacts of Productos with Social Life Cycle Assessment*. (Tesis doctoral). KTH Royal Institute of Technology, Estocolmo, Suecia. Recuperada de <https://www.seed.abe.kth.se/en/om/avd/fms/nyheter/the-social-impact-tracker-1.447185>

Esteves, A.M., Vanclay, F. (2009). Social Development Needs Analysis as a tool for SIA to guide corporate-community investment: Applications in the minerals industry. *Environmental Impact Assessment Review*. 29(1), 137-145. doi.10.1016/j.eiar.2008.08.004

Evers, Y., McCombes, L., Vanclay, F. (2015). Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environmental Impact Assessment Review*. 55(1), 156-168. doi: 10.1016/j.eiar.2015.07.002

Foo, C.T., Foo, C.T. (2000). Socialization of technopreneurism: towards symbiosis in corporate innovation and technology strategy. *Technovation*. 20(1), 551-562.

Fundneider, T., Peschl, M. F. (2014). Designing and Enabling Spaces for collaborative knowledge creation and innovation: From managing to enabling innovation as socio – epistemological technology. *Computers in Human Behavior*. 37(1), 346-359. doi: 10.1016/j.chb.2012.05.027

Galimidi, B. & Olsen, S. (2008). *Catalog of Approaches to Impact Measurement*. (Informe No. 1, Versión 1.1). San Francisco, C.A.: Social Venture Technology Group

Gharbi, S., Sahut, J.M & Teulon, F. (2014). R&D investmentes and high-tech firms´stock return volatility. *Technological Forecasting & Social Change*. 88(1), 306-312. doi:10.1016/j.techfore.2013.10.006

González, S.B., Köhler, H.D. (2014). Elementos para un concepto sociológico de innovación.

Revista de Metodología de Ciencias Sociales. 29(1), 67-88. doi: 292014.12942

Goodspeed, T., Neitzert, E., Nicholls, J., Lawlor, E. (2012). *A guide to Social Return on Investment* (Versión 2012). Londres: The SROI Network International. Recuperado de <http://socialvalueuk.org/what-is-sroi/the-sroi-guide>

Hall, K. & Millar, R. (2013). Social Return on Investment (SROI) and Performance Measurement. *Public Management Review*. 15(6), 923-941. doi: 10.1080/14719037.2012.698857

Idrissi, A.E., Saltuk, Y. (2015). *Impact Assessment in Practice*. Social Finance Research and J.P. Morgan Chase & Co. Recuperado del sitio de internet de J.P. Morgan: https://www.jpmorgan.com/cm/BlobServer/impact_assessment_may2015.pdf

Jung, Y., Pawlowski, S. (2015). The meaning of virtual entrepreneurship in social virtual worlds. *Telematics and Informatics*. 32(1), 193-203. doi:

10.1016/j.teli.2014.07.001
Korkeila, J., & Korkepli, I.A. (2015). Social media adoption: The role of media needs and innovation characteristics. *Computers in Human Behavior*. 43(1), 189-209. doi: 10.1016/j.chb.2014.10.050

Krlev, G., Münscher, R. & Mülbert, K. (2013). *Social Return on Investment (SROI): State-of-the-art and perspectives*. Germany: Centre for Social Investment (CSI) of Heidelberg University.

Laplume, A.O., Pathak, S. & Xavier-Oliveira, E. (2013). Influence of intellectual property, foreign investment, and technological adoption on technology entrepreneurship. *Journal of Business Research*. 66(1), 2090-2101. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.02.035

Lawlor, E., Neitzert, E. & Nicholls, J. (2008). *Measuring Value: a guide to Social Return on Investment (SROI)*. Segunda Edición. European Social Fund, New Economics Foundation. Londres. Recuperado de <http://commdev.org/wp-content/uploads/2015/06/Measuring-Value-A-Guide-to-Social-Return-on-Investment.pdf> , ISBN: 978-1-904882-34-3

Manetti, G. (2014). The role of blended value accounting in evaluation of socio-economic impact of social enterprises. *International Society for Third Sector Research*. 25(1), 443-464. doi: 10.1007/s11266-012-9346-1

Mareé, M., Mertens, S. & Xhaluflair, V. (2015). *Questioning the social return on investment (SROI)*. Social Enterprise. Bélgica: Belgian Science Policy Office, Centre for social Economy, HEC-Management School, University of Liege. Recuperado de

<http://www.iap-socent.be/sites/default/files/SOCENT%20Pub%202015-01%20Mertens%20et%20al%20NEW.pdf>

Nelson, A.J. (2014). From the ivory tower to the startup garage: Organizational context and commercialization processes. *Research Policy*. 43(1), 1144-1156. doi: 10.1016/j.respol.2014.04.011

The Multiplier Effect México. (Marzo, 2015). Endeavor Global Insight. Recupearo de <http://www.endeavor.org/research/endeavor-mexico-releases-multiplier-effect-map/MultiplierEffectMex.pdf>

OCDE (2005), *Manual de Oslo Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera Edición. OCDE, Eurostat. Paris-Bruselas. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264013100-en>

OCDE (2015), *Policy Brief on social impact measurement for social enterprises*. OCDE, European Comission. Luxemburgo. doi: 10.2767/427680

OCDE (2009), *OCDE Reviews of Innovation Policy: Knowledge-based Start-ups in México*, OECD Publishing. doi: 10.1787/9789264193796-en.

OCDE (2013), *Startup América Latina : Promoviendo la innovación en la región, Estudios del Centro de Desarrollo*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202320-es>

A one-stop shop for quick and easy business start-ups in México. (Noviembre, 2013). Secretaría de Economía & OCDE. Recuperado de <http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/43843226.pdf>

Popescu, N. E. (2014). Entrepreneurship and SMEs Innovation in Romania. *ScienceDirect*. 16(1), 512-520. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00832-6

The 6-30 Report Why Scaleup Companies are Critical for Job Creation in Mexico.
(Agosto, 2013). Endeavor Global Insight. Recupeado de
http://share.endeavor.org/pdf/The_6-30_Report.pdf

Sáenz, A.C.S. (2012). *Medición de los impactos de la difusión de la innovación de un proyecto de responsabilidad social*. (Tesis doctoral). Universidad Ramon Llull, Barcelona. España. Recuperada de
http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/83607/S%C3%81ENZ%20ACOSTA_Tesis%20Doctoral_2012-04-09_FV.pdf?sequence=1

Saridogan, E., Şener, S. (2011). The Effects Of Science-Technology-Innovation On Competitiveness And Economic Growth. *Social and Behavioral Sciences*. 24(1), 815-828. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.09.127

Ulhoi, J.P. (2005). The social dimensions of entrepreneurship. *Technovation*. 25(1), 939-946. doi: 10.1016/j.technovation.2004.02.003

Valcárcel, D.M. (2010). *Valoración del impacto social de la obra social de las cajas de ahorros españolas: un método para el área de asistencia social*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España. Recuperada de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=26339>

Valters, Craig. (2014). *Theories of Change in International Development: Communication, Learning, or Accountability?* (Paper 17). London: Justice and Security Research Programme.