



RENIECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - E-Revistas - Google Scholar DOI - REBID - Mendeley -
 DIALNET - ROAD - ORCID

Title: Crowdsourcing y su relación con el emprendimiento: resultados de un análisis bibliométrico

Authors: Eliana María VILLA-ENCISO, María Guadalupe-SORIANO HERNÁNDEZ,
 Laura Angélica DÉCARO-SANTIAGO

Editorial label ECORFAN: 607-8324
 BCIE Control Number: 2016-01
 BCIE Classification (2016): 221116-0101

Pages: 16
 RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.

244 – 2 Itzopan Street
 La Florida, Ecatepec Municipality
 Mexico State, 55120 Zipcode
 Phone: +52 1 55 6159 2296
 Skype: ecorfan-mexico.s.c.
 E-mail: contacto@ecorfan.org
 Facebook: ECORFAN-México S. C.
 Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings

Bolivia	Honduras	China	Nicaragua
Cameroon	Guatemala	France	Republic of the Congo
El Salvador	Colombia	Ecuador	Dominica
Peru	Spain	Cuba	Haití
Argentina	Paraguay	Costa Rica	Venezuela
Czech Republic			

Introducción

El crowdsourcing es un recurso viable de acción que potencia el conocimiento a través de la colaboración consensuada de aquellos que teniendo los conocimientos se interesan por contribuir mediante sus aportaciones a través de la red.

El emprendimiento, por su parte, es una actividad que se ha observado y estudiado desde el siglo XVIII, sin embargo en el siglo XX surgió un especial interés por hablar del emprendimiento innovador y los modelos de negocios, término que tuvo mayor fuerza a partir de los 90's gracias a la fuerte presencia del internet y las empresas puntocom.

Introducción

La innovación es una característica que no debe obviarse en cuestiones de emprendimiento, por lo tanto, para consolidar el éxito, el emprendedor debe atender cuestiones de dirección estratégica, entre las que se encuentran el trabajo en equipo, la comunicación asertiva y la generación y aplicación práctica de las ideas.

Con el surgimiento del internet se generaron cambios disruptivos, no sólo en la comercialización de los productos, sino también en los procesos a lo largo de la cadena de valor de las empresas ya existentes y en la planeación de las futuras. Es en esta cadena de valor en la que actividades como el crowdsourcing aportan un giro innovador que al final de la cadena será trasladado al cliente final; especialmente por la disminución de los costos y las altas concentraciones de creatividad e innovación en los productos y servicios.

Introducción

En este orden de ideas, el crowdsourcing como mecanismo para el emprendedor puede redundar en grandes beneficios que apuntalan el trabajo colaborativo. Así, el crowdfunding se convierte en una alternativa de acción que permite el emprendimiento a través de la reunión de fondos dirigidos a fortalecer los proyectos de los emprendedores.

El postulado de trabajo que guió a la presente investigación se basó en lo siguiente: el crowdsourcing es un recurso que posibilita emprendimientos viables basados en la innovación. Por lo que el objetivo a atender es identificar la relación entre el fenómeno reciente del crowdsourcing y el emprendimiento, a través de un análisis bibliométrico.

Marco Teórico

En 2006 surge el término “*crowdsourcing*” el cual se le atribuye al editor de la revista “Wired Magazine”, Jeff Howe quien lo definió como “una forma de contratación externa, con la que se podría hacer un ahorro aún mayor que con las empresas de subcontratación en el extranjero (Howe, 2006),

Algunos beneficios del crowdsourcing son: costos bajos, acceso a un número significativo de personas para su consulta, efectos positivos de red, disminución del riesgo en el negocio (Schenk & Guittard, 2009).

Adicionalmente, el crowdsourcing cambia el paradigma de la organización al cambiar al proceso de innovación centrada en el usuario; es decir, es el mismo usuario el que lidera la innovación para satisfacer sus necesidades

Marco Teórico

Emprender es una actitud proactiva que desde el hacer, acompañado del saber y la conciencia, permite a los individuos fijarse metas, realizar propuestas y sobre todo tomar iniciativas que le permitan aprovechar oportunidades que se presentan en el entorno actual Ademar, (2003).

Sin embargo, emprender es una actividad que conlleva de manera intrínseca un riesgo (Jaramillo & Enrique, 2009).

El *Emprendedor* se define como el individuo “que establece y dirige una empresa para conseguir los objetivos principales de la rentabilidad y el crecimiento. El emprendedor se caracteriza principalmente por el comportamiento innovador y empleará prácticas de dirección estratégica en la empresa” (Carland et al., 1984, p. 78).

Marco Teórico



Emprendimiento e Innovación

Lederman et al., (2014) explican que los *emprendedores innovadores* no sólo generan más empleos, sino mejores.

De tal forma, los emprendedores creativos dan vida a las empresas más innovadoras y por lo tanto dinámicas y productivas.

Metodología

Análisis bibliométrico

Con la finalidad de identificar las relaciones existentes entre el emprendimiento y el crowdsourcing



Base de datos Scopus

Ecuación de búsqueda estructurada.
La búsqueda arrojó 461 resultados



((ALL(crowdsourcing)ANDALL(entrepreneurship))

Resultados

1. Indicadores Bibliométricos de cantidad

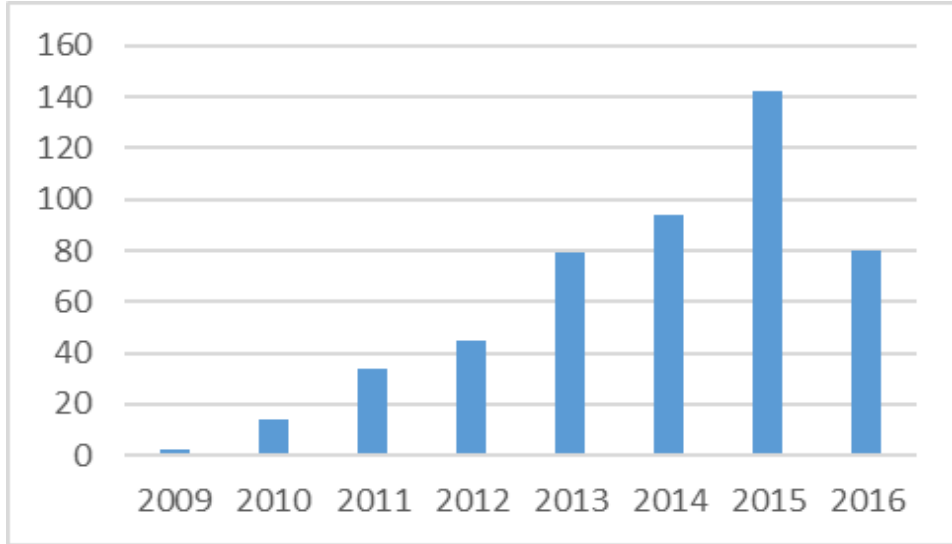


Grafico 1 Cantidad de Publicaciones por Año. Elaboración Propia.

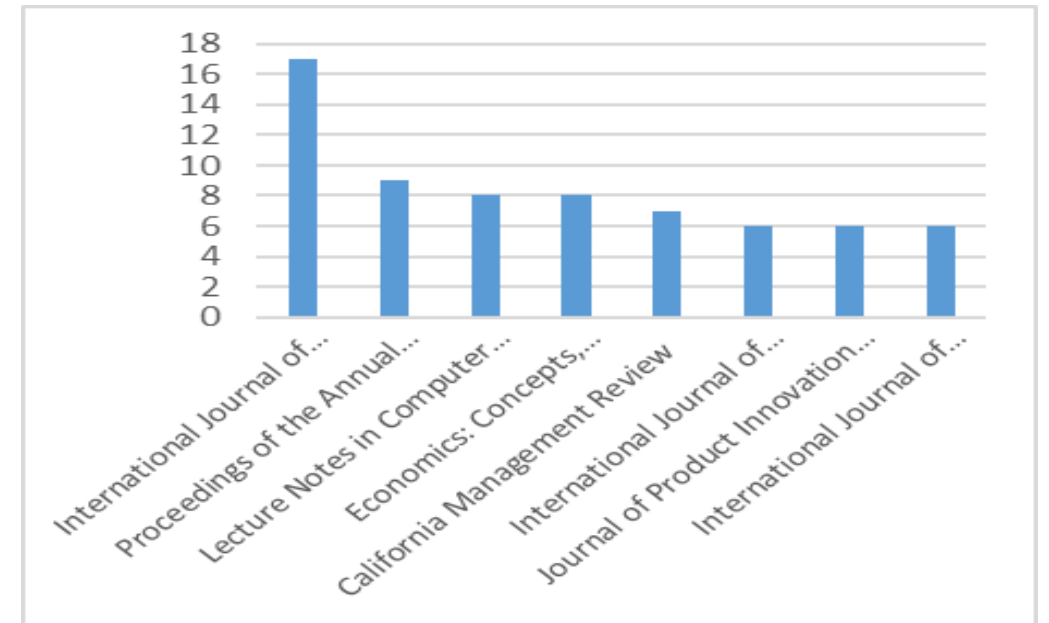


Grafico 2 Cantidad de Publicaciones por Revista. Elaboración Propia.

Resultados

1. Indicadores Bibliométricos de cantidad

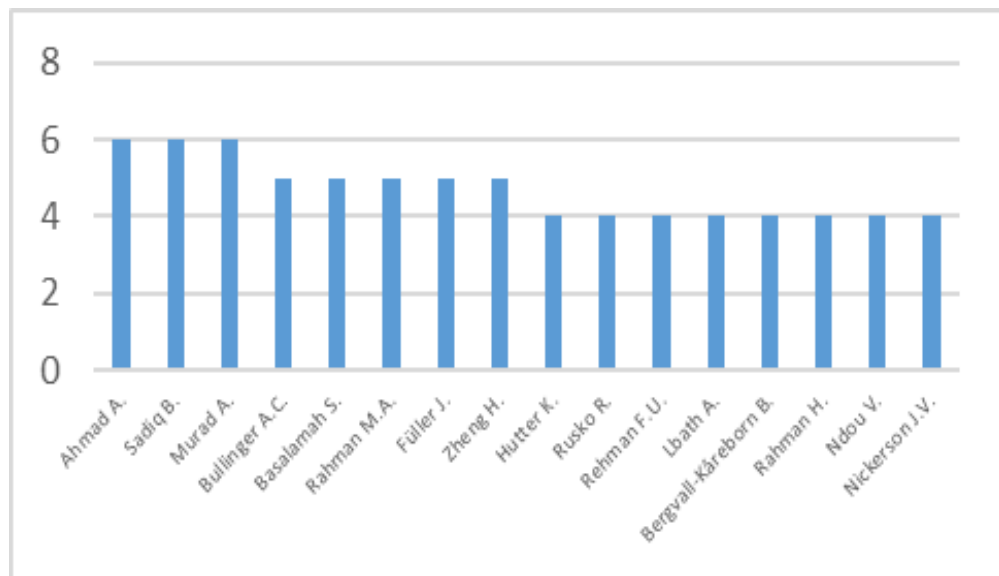


Grafico 3 Autores con mayor cantidad de publicaciones. *Elaboración Propia.*

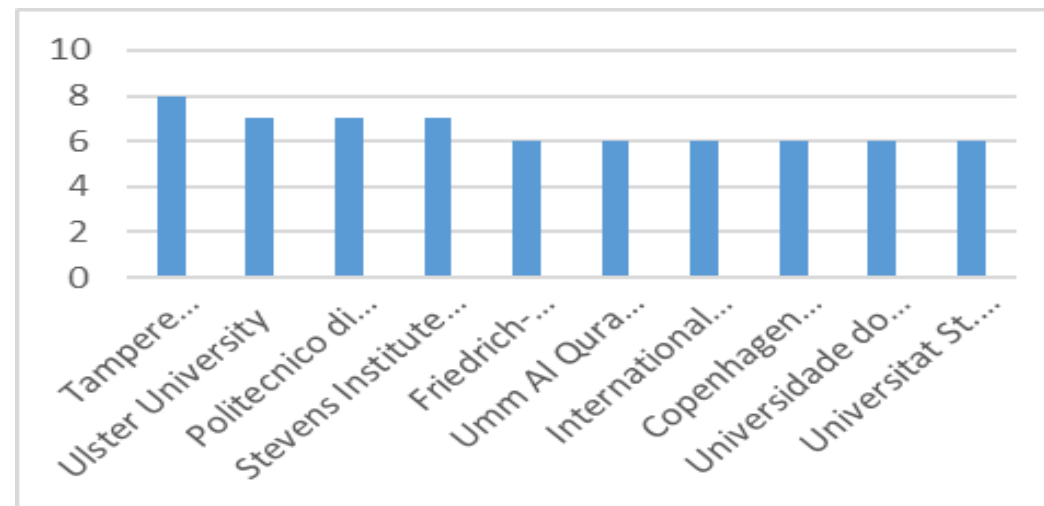


Grafico 4 Afiliación institucional. *Elaboración Propia.*

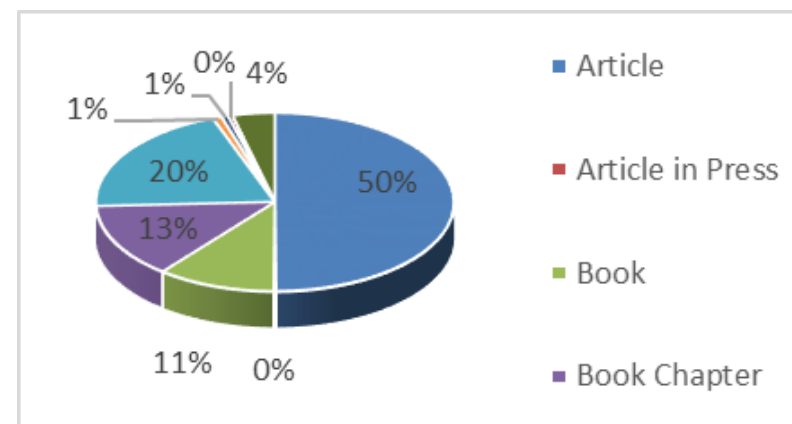


Grafico 5 Publicaciones por tipo de documento. . *Elaboración Propia.*

Resultados

2. Indicadores Bibliométricos de calidad

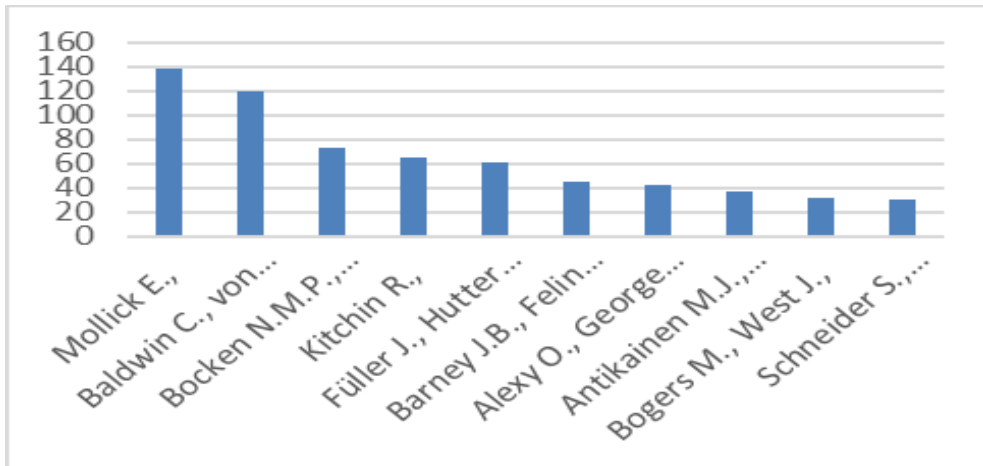


Grafico 6 Autores con mayor cantidad de citas (Impacto). Elaboración Propia.

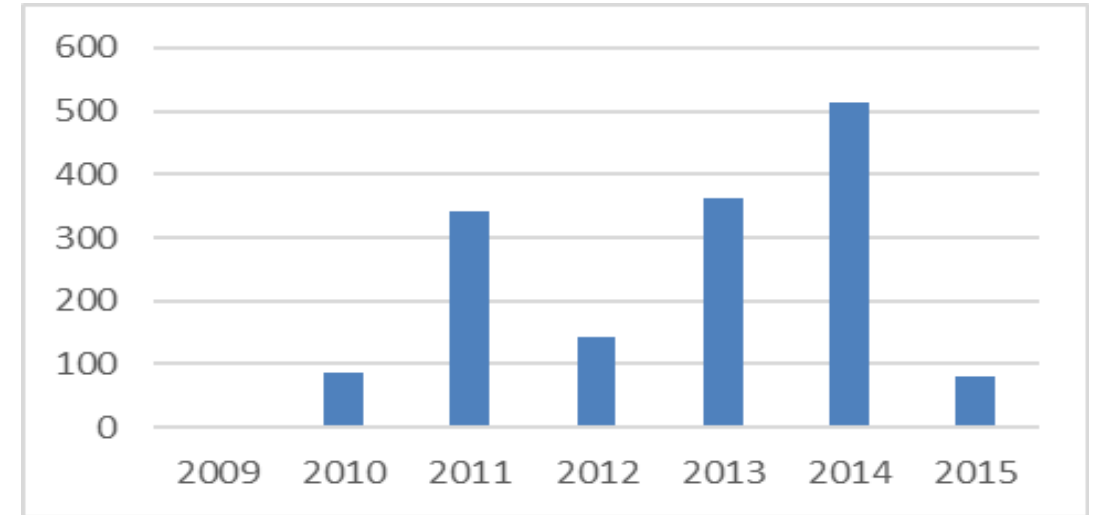


Grafico 7 Año con mayores citas (Impacto por Año). Elaboración Propia.

Resultados

3. Dinámica de Palabras Clave

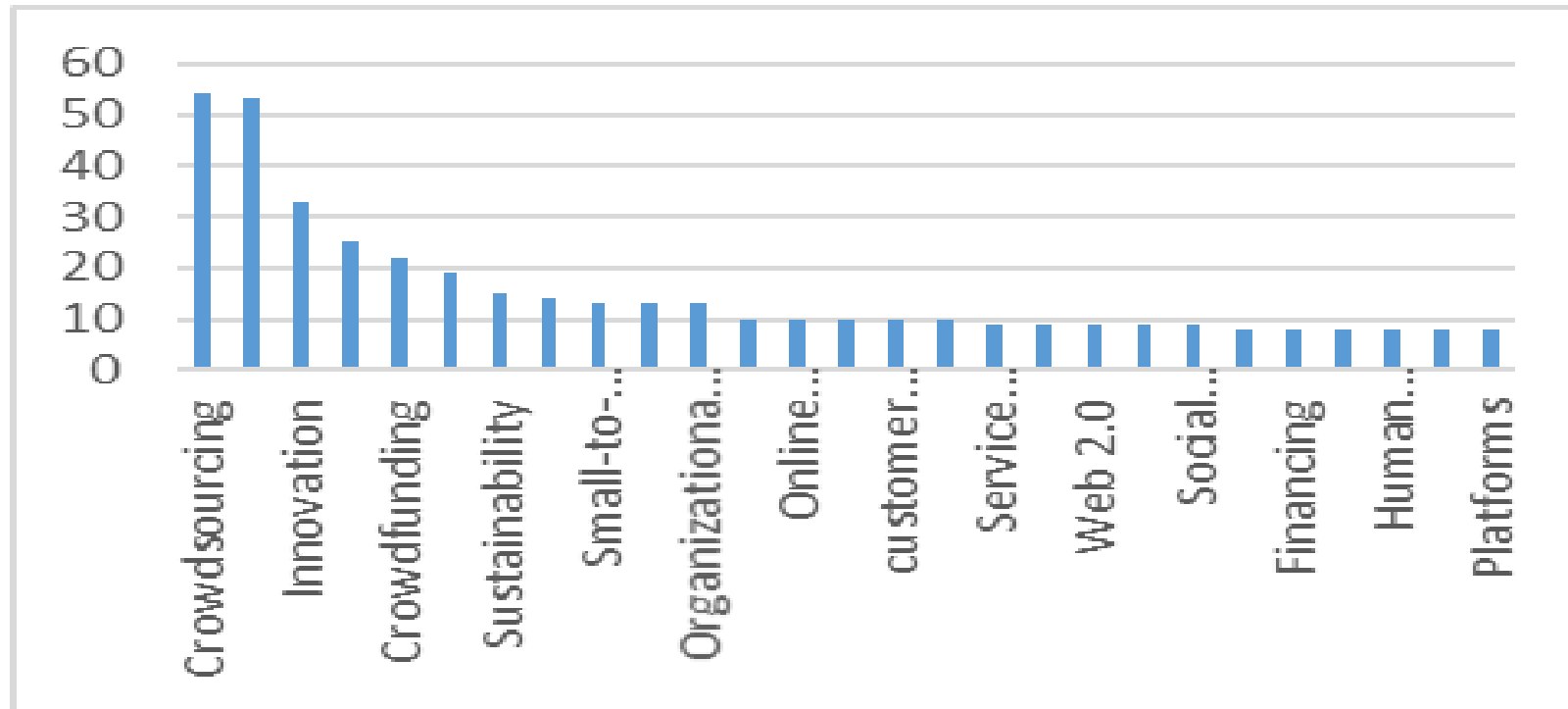


Grafico 8 *Dinámica de Palabras Clave. Elaboración Propia.*

Resultados

4. Campos de investigación crecientes, decrecientes y nacientes en el tema crowdsourcing y emprendimiento

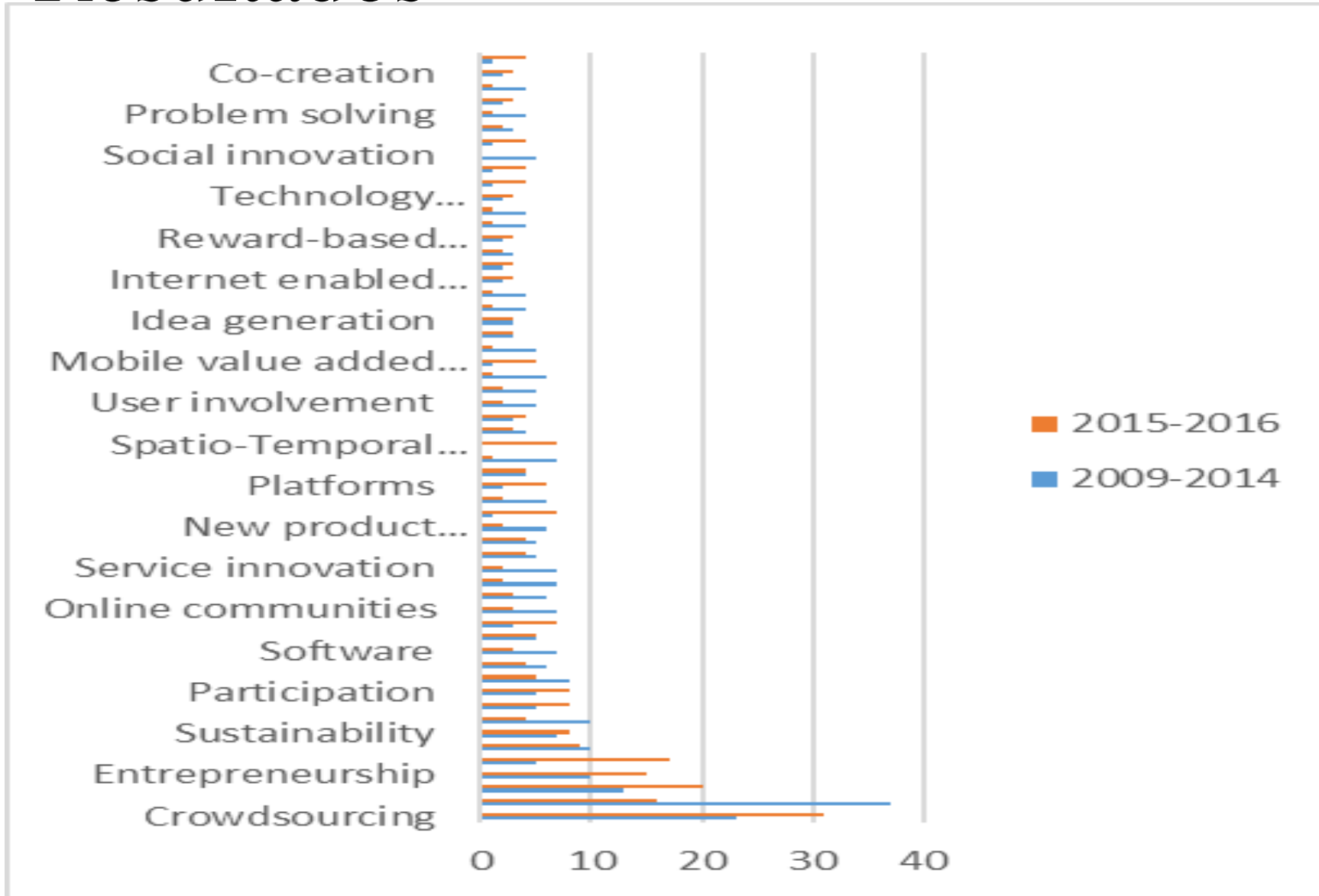


Grafico 9 campos crecientes, decrecientes y nacientes.
Elaboración Propia.

Conclusiones

Crowdfunding: generación de fuentes de financiación alternativas sin intermediarios financieros a través de plataformas tecnológicas que permiten romper las barreras geográficas y del lenguaje.

El crowdsourcing es un mecanismo de apoyo a la creación de emprendimiento

Los emprendedores de base tecnológica son cada vez más jóvenes y con mayores niveles de educación, especialmente en ingeniería.

El uso del Internet y de la Web 2.0 ha generado la posibilidad de convocar a muchas personas a colaborar en proyectos diversos y de muchas formas.

Conclusiones

Las Pymes se están beneficiando ya que están desarrollando modelos alternativos de mercadeo y creando mejores canales de comunicación y fidelización del cliente.

Contribuye a la generación de productos y servicios innovadores orientados al consumidor.

Esto es importante teniendo en cuenta que en los países en vías de desarrollo las pymes constituyen la mayor parte del sector productivo empresarial.

Es importante destacar que el crowdsourcing es una herramienta de innovación y de emprendimiento que será cada vez más una forma de acceder a recursos para las organizaciones.

Referencias de la presentación

- Ademar, H. (2003). Nuevo Tópico Formativo:" Aprender A Emprender. *Revista Novedades Educativa*, 18.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review*, 9(2), 354–359.
- Howe. (2006). The rise of crowdsourcing. Recuperado a partir de [ttp://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html](http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html)
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El Emprendimiento en America Latina Muchas Empresas Y Poca Innovacion*. World Bank Publications.
- Schenk, E., & Guittard, C. (2009). Crowdsourcing: what can be outsourced to the Crowd, and Why. Recuperado a partir de <https://halshs.archives-ouvertes.fr/index/index>

Acknowledgements

Al Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM)
y al Centro Universitario UAEM Zumpango-
Universidad Autónoma del Estado de México
por el apoyo a esta investigación.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIE is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)