**Tesis: La orientación de mercado y las nuevas tecnologías de la información en las empresas intensivas en conocimiento**

**RESUMEN**

El principal propósito de esta tesis consistió en tratar de establecer las relaciones existentes entre el emprendimiento social, la orientación al mercado, el *crowdsourcing* y el desempeño organizativo. Una de las principales razones que llevó a realizar la presente investigación sobre estas relaciones se refiere al interés existente por el efecto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) con relación la orientación al mercado y la gestión organizacional como parte de la búsqueda de un mejor desempeño organizacional, por parte de las empresas que las adoptan.

Uno de los fenómenos organizaciones en los que la orientación al mercado y la innovación se han puesto de manifiesto ha sido el emprendimiento social, mismo que aplica muchos elementos comunes con el emprendimiento pero que, a diferencia del emprendimiento tradicional, tiene objetivos fundamentalmente sociales. Al respecto, y debido a las limitaciones (principalmente financieras), los emprendedores sociales han aguzado su ingenio en cuanto a financiación y sus formas de operación, viéndose que el desarrollo del emprendimiento social genera valor en varias dimensiones, desde el nivel personal hasta a nivel social general.

Por otra parte, se ha encontrado que el *crowdsourcing* como actividad intensiva en el uso de las TIC se está constituyendo en una forma de generación de valor tanto para las empresas como para los individuos que realizan el trabajo. Para las primeras, porque les permite lograr soluciones a problemas empresariales y de innovación (incluyendo I+D) a un costo menor (y mayor velocidad) y, para los segundos, porque les permite incorporarse a un mercado de trabajo desafiante y satisfactorio (no solamente a nivel financiero), que les permite explotar sus destrezas particulares.

En el proceso de realizar el estudio se ha llevado a cabo un relevamiento de la teoría relevante y una revisión bibliográfica con relación al emprendimiento social, el *crowdsourcing* y la orientación al mercado. Sobre la base teórica estudiada se formularon las hipótesis con respecto a las relaciones teóricas entre las variables y se enunció el modelo teórico, que luego se procedió a verificar de forma empírica para comprobar las hipótesis planteadas, así como (en consecuencia) el modelo teórico.

Para llevar a cabo el trabajo empírico, se ha seleccionado a las empresas de los sectores de biotecnología y de telecomunicaciones, en base a la importancia económica de ambos sectores, así como la intensidad de la adopción de las TIC en ambos. El estudio se llevó a cabo sobre 223 empresas de ambos sectores y se empleó la metodología de ecuaciones estructurales para comprobar las hipótesis, así como para para probar el modelo, encontrando que los resultados permitieron demostrar las hipótesis y el modelo planteados.

En la parte final del trabajo, se procedió a formular conclusiones con relación a los componentes de la tesis, se plantearon las limitaciones de la investigación, concluyendo con la proposición de futuras líneas de investigación.

**Palabras Claves:** Emprendimiento Social, Orientación al Mercado, Crowdsourcing