

IMPULSANDO LA COMPETITIVIDAD: FACTORES Y PRÁCTICAS QUE PROPICIAN EL DESARROLLO, INNOVACIÓN, CONOCIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Paola Irene Mayorga-Salamanca
José Sánchez-Gutiérrez
Elsa Georgina González-Urbe

[Coords.]

IMPULSANDO LA
COMPETITIVIDAD: FACTORES Y
PRÁCTICAS QUE PROPICIAN EL
DESARROLLO, INNOVACIÓN,
CONOCIMIENTO Y
RESPONSABILIDAD SOCIALAL

PAOLA IRENE MAYORGA-SALAMANCA
JOSÉ SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ
ELSA GEORGINA GONZÁLEZ-URIBE
(Coordinadores)



Impulsando la competitividad: Factores y prácticas que propician el desarrollo, innovación, conocimiento y responsabilidad social.

Paola Irene Mayorga-Salamanca; José Sánchez-Gutiérrez; Elsa Georgina González-Uribe (coordinadores).

Universidad de Guadalajara

Colaboraron como revisores técnicos de este documento Martha Alicia Rodríguez Medellín del Instituto Tecnológico de Tijuana y Zoe Tamar Infante Jiménez de la Universidad Michoacana San Nicolás de Hidalgo.

Esta obra es producto de los miembros de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad (RIICO) con contribuciones externas. Los resultados, interpretaciones y conclusiones expresados en este libro no necesariamente reflejan el punto de vista de la Universidad de Guadalajara, ni de RIICO. Este libro fue dictaminado mediante proceso doble ciego por investigadores especialistas reconocidos a nivel nacional e internacional, miembros del Sistema Nacional de Investigadores.

Todas las fotos incluidas en este libro corresponden a Unsplash. Unsplash es una plataforma con fotos de acceso libre y con alta definición. Freepik, Inc es una corporación española que opera el sitio web freepik.es (el “sitio”) y todo relacionado con el mismo.

Comité Editorial

Joel Bonales-Valencia - Universidad Michoacana San Nicolás de Hidalgo, México

J. Jesús Ceja-Pizano - Instituto Politécnico Nacional, México

Octavio Hernández-Castorena - Universidad Autónoma de Aguascalientes, México

Andrés Morales-Alquicira - Universidad Autónoma Metropolitana, México

Werner Horacio Varela-Castro - Universidad Autónoma de Coahuila Unidad Torreón, México

Primera edición, 2023

D. R. ©2023, Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

Av. Periférico Norte 799, Edificio G – 306

Núcleo Universitario Los Belenes

Zapopan, Jalisco

45100, México

Tel-fax: +52 (33) 3770 3300, ext. 25608

ISBN: 978-84-19803-72-6

Impreso y hecho en México

Contenido

Prólogo.....	i
Sánchez-Gutiérrez, José	
Capítulo 1.....	1
Influencia de la competitividad y gestión del conocimiento en la industria mueblera	
González-Uribe, Elsa Georgina y Sánchez Gutiérrez, José	
Capítulo 2.....	23
Empresas ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible de mayor desafío en México	
Rivera-Álvarez, Luz Yolanda, Hernández-Calzada, Martín Aubert y Mendoza- Moheno, Jessica	
Capítulo 3.....	39
Del TLCAN al T- MEC: implicaciones para el sector frutícola orgánico en Michoacán	
Ortega-Gómez, Priscila, Infante-Jiménez Zoe T. y Ortiz-Paniagua, Carlos Francisco	
Capítulo 4.....	60
Los sistemas socioecológicos y alimentarios: resiliencia en las organizaciones ante la crisis alimentaria	
Cruz-Reyes, María Angélica, Chávez-Ayecac, Vianey y De Luna-Bonilla, Mary Xóchitl	
Capítulo 5.....	83
La retención del talento y los factores que la impactan en las empresas manufactureras de Nuevo León	
Hernández-Hernández, Enrique, Terán-Cazares, León María Mayela y Blanco- Jiménez, Mónica	
Capítulo 6.....	103
AFemvertising como influenciador de la intención de compra en el mercado de joyería: publicidad emocional	
Sepúlveda-Ríos, Irma Janett, Hernández-Willoughby, Silvia y Granado-Gil, Mariana	
Capítulo 7.....	121
Un análisis bibliométrico de la evolución de la Responsabilidad Social en el tiempo	
Mayorga-Salamanca, Paola Irene	

Capítulo 8.....	138
Responsabilidad social empresarial en las pymes: a través de un enfoque bibliométrico	
Preciado-Ortiz, Claudia Leticia	

Responsabilidad social empresarial en las pymes: a través de un enfoque bibliométrico

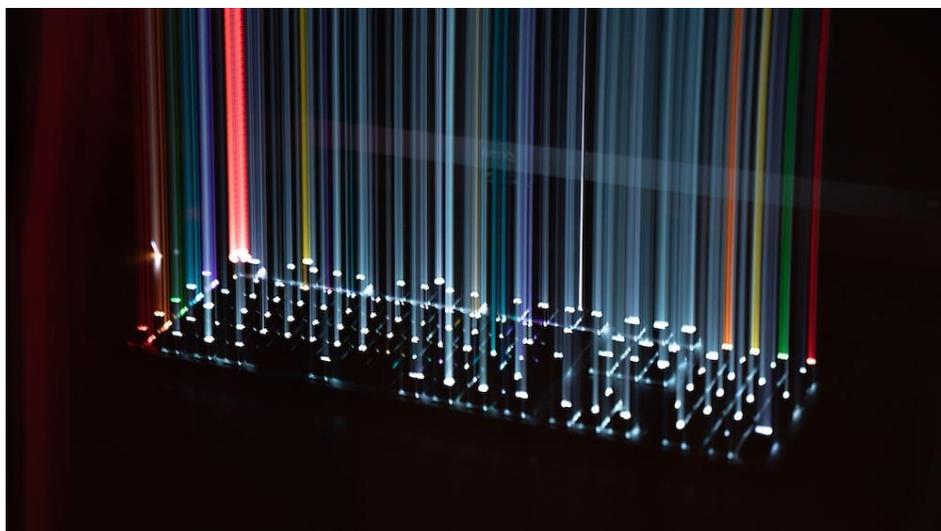


Foto de [Adrien VIN](#) en [Unsplash](#)

Capítulo 8

Responsabilidad social empresarial en las pymes: a través de un enfoque bibliométrico

Claudia Leticia Preciado-Ortiz
Universidad de Guadalajara

INTRODUCCIÓN

La expectativa de la sociedad hacia los negocios ha ido cambiando, la degradación de los ecosistemas y la sostenibilidad social se han convertido en temas importantes en el ámbito empresarial durante las últimas décadas, ya no sólo se espera que las empresas sean responsables de sus recursos internos sino también de todo el entorno en el que inciden (Baden et al. 2009; Jansson et al. 2017).

Por mencionar un ejemplo, esto se ve reflejado en la creciente importancia que se le ha dado a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), donde hasta la fecha, en las grandes empresas es en las que se ha centrado la atención, implementando diversas estrategias como su incorporación en el índice FTSE Global 500 que hace referencia a la RSE y a la ciudadanía corporativa.

Sin embargo, se estima que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tienen un mayor impacto ambiental por unidad que las grandes empresas, y se consideran como los mayores contribuyentes a la contaminación, emisiones de dióxido de carbono y residuos comerciales (Baden et al. 2009).

Las PYMES tienen un papel de liderazgo en las economías globales (de Sousa Jabbour et al., 2020; Cicea et al., 2019). Son la fuente de los avances económico y sociales con la generación de empleo, promoción de exportaciones, desarrollo industrial de un país, así como del alivio de la pobreza al proporcionar oportunidades a los jóvenes y el empoderamiento de las mujeres (de Sousa Jabbour et al., 2020; Nyeko et al., 2013, Heeks, 2020).

Según el Banco Mundial (2023) las PYMES representan la mayoría de las empresas de todo el mundo (alrededor del 90% de las empresas, más del 50% del empleo en todo el mundo y hasta el 40% del Producto Interno Bruto en los países emergentes). Por lo tanto, se comienza a prestar atención a las formas en que se puede alentar a las PYMES a participar en la agenda de la RSE.

La integración de la RSE se propone como una estrategia eficaz para el sostenimiento de las operaciones y la competitividad de las PYMES, al considerarse un concepto comercial importante, que las empresas de todas las categorías (tipo, tamaño e industria) necesitan comprender y abordar.

La literatura demuestra que generalmente las investigaciones sobre RSE se han llevado a cabo predominantemente en empresas grandes que en el sector de mipymes (Ladzani y Seeletse, 2010; Chiloane-Tsoka, 2014; Wentzel et al. 2022; Aras-Beger y Tas kin, 2020; De Zoysa y Takaoka, 2019; Coppa y Sriramesh, 2013). Sin embargo, esto ha ido cambiando y se ha manifestado en el aumento de publicaciones sobre el tema. Motivo por el cual se realiza este trabajo, al mostrar mediante un análisis bibliométrico las tendencias y la diversidad de estudios realizados sobre la RSE en las PYMES.

Responsabilidad social corporativa y las pymes

La literatura de la RSE ha experimentado un desarrollo continuo durante las últimas décadas (Weiping et al., 2021), si se considera que antes de la década de 1990, estaba vagamente definida y que las compañías consideraban que simplemente hacer cosas buenas para verse bien era la RSE (Othman y Abdellatif, 2011). Gran cantidad de investigadores, académicos,

economistas y profesionales están centrando su atención en la RSE por sus posibles resultados para ayudar a las empresas, la sociedad y el medio ambiente (Le, 2022).

Dahlsrud (2008) identificó que había aproximadamente 37 definiciones de RSE en la literatura que fueron abordadas desde diferentes perspectivas y mencionó que la definición de RSE que ha sido más citada, proviene de la Comisión Europea definiéndola como “un concepto mediante el cual las empresas integran las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en su interacción con sus partes interesadas de forma voluntaria” (European Commission, 2001, pág. 8, citado en Wentzel et al. 2022).

En general, la RSE es cuando la empresa asume la responsabilidad por el impacto de sus actividades en el medio ambiente, consumidores, empleados, comunidades, partes interesadas y todos los demás miembros del público esfera (Ladzani y Seeletse, 2010; Bevan y Yung, 2015, Le, 2022). La operación comercial afecta el entorno externo, la sociedad y el comportamiento del consumidor (Matten y Moon, 2020). Por lo tanto, “la RSE se considera como un enfoque estratégico para superar los impactos negativos en el entorno externo” (Tahir et al., 2021, p. 3).

Estudios previos han analizado el nexo entre la RSE en las PYMES tratando de hacer empatar estos dos mundos tan comunes, pero tan complejos a la vez. Las pymes son muy diferentes de las grandes empresas de varias maneras, como la disponibilidad de recursos, la importancia de valores gerenciales, nivel de involucramiento, estrategias y prioridades de los stakeholders (Coppa y Sriramesh, 2013). Estos factores impactan en las diferentes formas en que la RSE es percibida y se practica en las pymes frente a las grandes empresas (Aftab, et al., 2022).

Hay pruebas convincentes en los estudios de Mandl y Dorr (2007), Turyakira et al. (2012) y Chiloane-Tsoka (2014), por mencionar algunos, de que la RSE se puede utilizar como herramienta para mejorar el rendimiento empresarial sostenible de las pymes en todos los sectores empresariales. De igual forma, Turyakira et al. (2012) y Ramasobana y Fatoki (2014) mencionan que las estrategias de RSE que se implementan en las pymes, les permiten alcanzar mayor competitividad y mejor desempeño comercial demostrado en excelentes desempeños financieros (ya sea a través de reducción de costos, empleados eficientes, más facturación, etc.), mejores productos y servicios, mayor satisfacción y lealtad del cliente, mayor motivación y lealtad de los empleados, mejor imagen corporativa, entre otros.

Jenkins (2006) muestra en su investigación que las empresas analizadas creían que la clave para involucrar a las pymes en la RSE era la educación sobre los numerosos beneficios económicos para ellas con la implementación de la RSE, sin embargo concluye que, “se necesita un enfoque integrado para ayudar a las PYMES a comprender qué significa para ellas la RSE y cómo integrarlo en las prácticas comerciales centrales” (p. 253). Considera que la RSE debe interpretarse de manera menos rígida e introducirse en este tipo de negocios gradualmente conforme a los valores y objetivos del dueño y demás partes interesadas, de tal forma que se convierta en “lo que hace la empresa” sin verse forzada. Ya lo mencionaba Baden et al. (2009) que muchas pymes perciben la legislación de la RSE como un obstáculo para involucrarse y mantener una práctica responsable, más que algo que pueda brindar beneficios en términos comerciales.

De igual forma, Jenkins (2006) muestra en su investigación que la teoría de las partes interesadas o stakeholders es un componente clave en la comprensión de la RSE y la pymes,

pero que es necesario desarrollar un marco teórico más específico para entender mejor la relación entre ambas. Así como, desarrollar herramientas específicas para pymes y no simplemente adaptar las ya diseñadas para las grandes empresas.

Es necesario realizar más investigaciones sobre este tema tomando en cuenta la diversidad de las pymes (tamaño, sector, ubicación geográfica, etc.), pues se puede considerar que el impacto y relación entre ambos (pymes y RSE) es ambiguo (Jenkins, 2006; Lepoutre y Heene, 2006).

METODOLOGÍA

Se realizó una búsqueda bibliométrica a partir de una adaptación al diseño metodológico propuesto por Pineda (2015), el cual está conformado por 3 fases; establecer la ecuación de búsqueda y su resultado, desarrollar el ejercicio bibliométrico con el análisis de los datos encontrados y finalmente la última fase busca consolidar la información para su difusión y la síntesis de los datos y establecimiento de los principales hallazgos de la búsqueda (Martelo et al., 2022).

Este estudio descubre la evolución de los artículos de RSE y las pymes a lo largo de los años (1999 - 2022) mediante el análisis de la tendencia y el desarrollo de las publicaciones (incluido el número de publicaciones, el total de citas, las publicaciones por área temática y el título de la fuente, la distribución de las publicaciones por país, las publicaciones más productivas), autores sobre el tema y co-ocurrencia de palabras clave.

El desarrollo de un análisis bibliométrico implica la medición de la literatura desde varios aspectos (Castillo-Muñoz et al., 2017). Entre estos, se analiza y mide la calidad y cantidad de las publicaciones, con la aplicación de métodos estadísticos y matemáticos, para identificar tendencias relacionadas con los avances y desarrollos científicos (Van, 2005).

En el análisis bibliométrico se pueden utilizar tres tipos de indicadores: el que indica la cantidad (está relacionado con la medición de la productividad de las publicaciones en términos de números), el relacionado con la calidad (mide el impacto de la publicaciones en relación a las citas recibidas y finalmente) y el indicador de estructura (mide la relación entre publicaciones) (Cadavid-Higueta et al., 2012). En el análisis de esta investigación se utilizan los tres indicadores con el fin de obtener una visión global de la producción científica de la RSE. En este sentido, como fuente informativa, se seleccionaron los datos obtenidos mediante una ecuación de búsqueda en la base de datos SCOPUS.

Los datos obtenidos fueron artículos en los que, en su resumen, título o palabras clave, contenían las palabras "Responsabilidad Social Empresarial" y "pymes, mipymes o micronegocio".

La información obtenida de la base de datos Scopus incluyó: el número de publicaciones por año, países activos, revistas activas, instituciones activas e información de citas. Los mismos datos se exportaron al software Excel para tabulación o mapeo. De igual forma, para la visualización de algunos análisis de datos se utilizó el programa VOSviewer con fines cartográficos (Van & Waltman, 2021).

Se realizó un mapeo para las palabras clave, para los países y para visualizar la colaboración entre autores. La Tabla 1 muestra los procedimientos de análisis bibliométrico y el modelo de investigación para el estudio.

Tabla 1. Procedimientos para obtener el conjunto de datos en Scopus para la revisión de la literatura de RSE.

Tema, alcance y elegibilidad	
Tema	<i>Responsabilidad Social Empresarial y Pequeñas o Microempresas</i>
Alcance y Cobertura	Base de datos: Scopus Campo de búsqueda: Título del artículo, resumen, palabra clave Periodo de tiempo: 1999 - 2022 Idioma: Todos los idiomas en los que hubo publicaciones sobre el tema Tipo de fuente: Revistas, Memorias de congresos, Libros y series de libros Tipo de documento: Artículo, Documento de congreso, Capítulos de libros, Libros, Reseñas de congresos, Editorial, Nota y Retractado.
Palabras clave y cadena de búsqueda	<i>TITLE-ABS-KEY("Corporate Social Responsibility") AND TITLE-ABS-KEY(SMES OR MICRO ENTREPRENEURS OR SMLES OR SMMES OR "SMALL BUSINESS" OR MICROENTERPRISE))</i>
Mapeo	
Fecha de búsqueda	18 de enero de 2023 con fecha de corte al 31 de diciembre de 2022.
Muestra total de registros	n = 739
Muestra incluida en el análisis bibliométrico	n = 739

Fuente: elaboración propia.

RESULTADOS

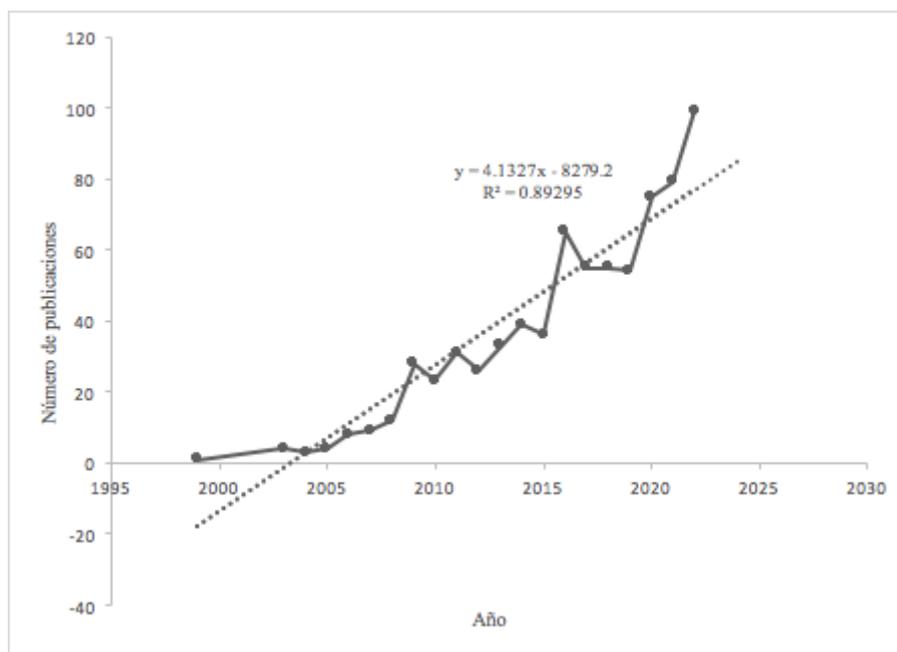
Análisis de tendencias y crecimiento. En relación con la distribución de publicaciones por año (1999-2022), el número de artículos sobre RSE y pymes ha aumentado significativamente

desde 2016. Los resultados muestran que existe una tendencia positiva y creciente de publicaciones sobre RSE y PYMES (Ver figura 1).

Por otro lado, en cuanto al tipo de documento publicado, de los 739 documentos analizados, el 75,37% (557) son artículos, el 11,23% (83) son capítulos de libros, el 6,77% son ponencias de congresos y el 1,35% (10) son libros.

En cuanto al idioma en que están escritos, el 96,62% (n=714) están en inglés, seguido del 2,84% (n=21) en español, y el porcentaje restante se divide en cinco idiomas diferentes.

Figura 1. Total de publicaciones por año



Fuente: elaboración propia con los datos obtenidos de la búsqueda.

En cuanto a los autores, la tabla 2 muestra el Top 5 de los autores más productivos, el número de trabajos como primer autor, afiliación y país de afiliación. El italiano Del Baldo M. ocupa el primer lugar (n=9), seguido del francés Laguir I. (n=8) y el inglés Spence L. J. (n=8), y en tercer lugar se encuentra el francés Stekelorum, R.

Tabla 2. Top - 5 Autores más productivos por afiliación y país

Núm.	Nombre del autor	Documentos	Trabajos como primer autor	Afiliación	País
1	Del Baldo, M.	9	7	Universita degli Studi di Urbino Carlo Bo	Italia
2	Laguir, I.	8	2	Montpellier Business School	Francia

2	Spence, L.J.	8	4	Royal Holloway, University of London	Reino Unido
3	Stekelorum, R.	7	6	ICN Business School	Francia
4	Amran, A.	6	0	Graduate School of Business	Malasia
4	Le, T.T.	6	5	University of Economics and Finance	Vietnam
4	Looser, S.	6	5	University of Surrey	Reino Unido
4	Torkkeli, L.	6	2	Turun Kauppakorkeakoulu	Finlandia
5	Ahmad, N.	5	2	University of Central Punjab	Pakistan
5	Elbaz, J.	5	0	Université Ibn Zohr	Marruecos
5	Haron, H.	5	2	Universiti Sains Islam Malaysia	Malasia
5	Jamali, D.	5	4	University of Sharjah	Emiratos Árabes Unidos
5	López-Pérez, M.E.	5	3	Universidad Pablo de Olavide	España
5	Martínez-Martínez, D.	5	1	Universidad de Cádiz	España
5	Wehrmeyer, W.	5	1	University of Surrey	Reino Unido

Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos de la búsqueda en Scopus.

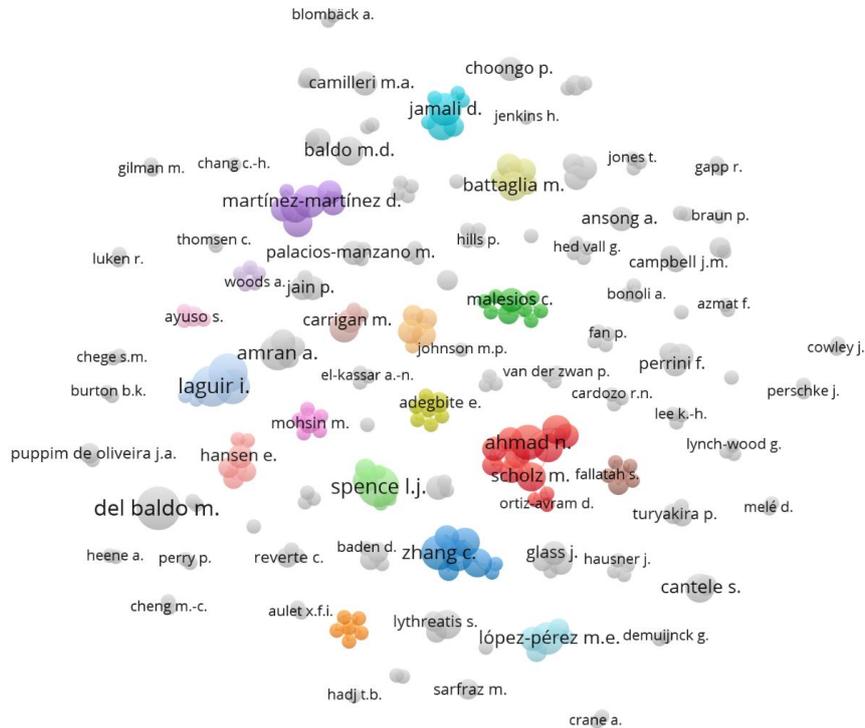
Se identificaron un total de 1595 autores diferentes, que se redujeron a 277 al indicar como criterio de selección para el mapeo que tuvieran al menos un documento publicado y al menos cincuenta citas. Los resultados se muestran en la figura 2. Se conformaron un total de 91 clusters, que oscilan entre uno y trece integrantes. Los diferentes grupos muestran el trabajo conjunto y colaborativo de autores de diferentes nacionalidades e instituciones afiliadas. El autor Ahmad N. es quien lidera en cuanto número de vínculos que tiene con los demás autores (n=21), seguido de Ariza-Móntes A., Han H., Scholz M. y Vega-Muñoz, A. con 16 vínculos cada uno.

Respecto a los grupos formados, los tres grupos más grandes son los siguientes:

- Primer cluster (n=13 ítems, color rojo): Ahmad N., Ariza-Móntes A., Badulescu A., Badulescu D., Domnanovich J., Han H., Kronenberg C., Mahmood A., Ortiz-Avram D., Scholz M., Sial M. S., Ullah Z. y Vega-Muñoz A.
- Segundo cluster (n=9 ítems, color verde): Abdelaziz F.B., Chowdhury S., De D., Dey P. K., Ghosh S.K., Malesios C., Nixon J.D., Petridis K. y Petridis N.E.

- Tercer cluster (n= 8 ítems, color azul): Lu J., Redmond J., Ren L., Rong D., Streimikis J., Walker E., Wang C. y Zhang C.

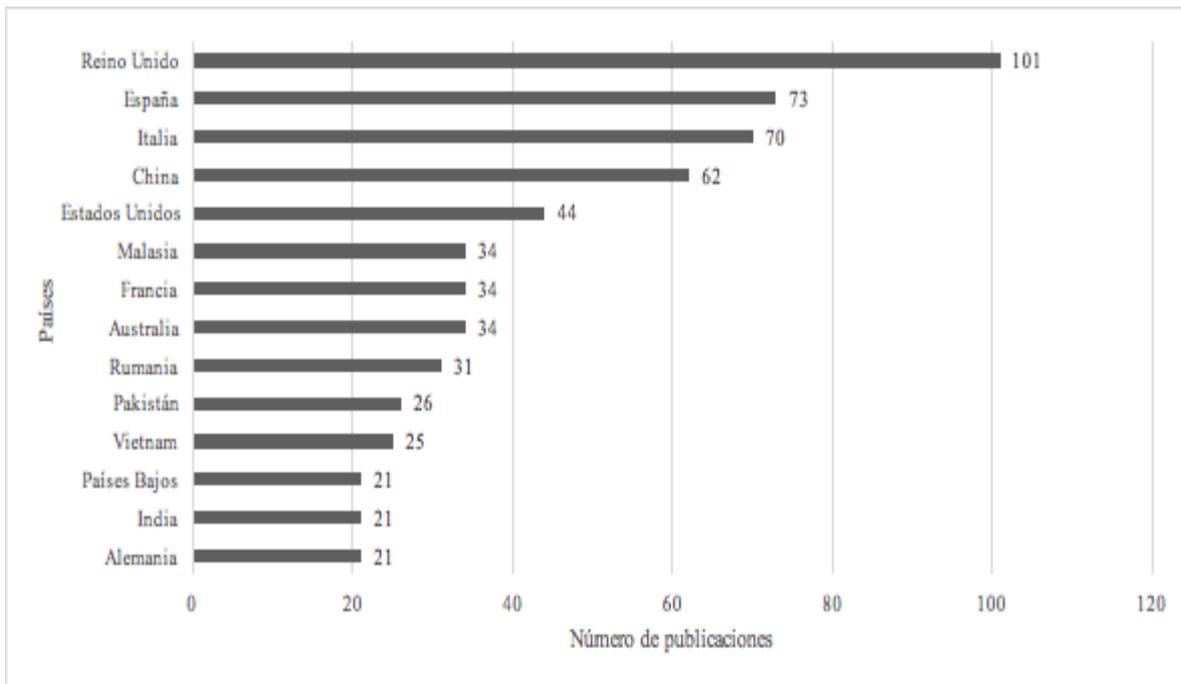
Figura 2. Visualización en red de los autores más activos y su colaboración.



Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos de la búsqueda en Scopus.

En relación con el país del autor, la distribución de las publicaciones es variable según los continentes y países. Se identificaron 90 países diferentes, de los cuales el 37,78% (n=34) son europeos, el 27,78% (n=25) son asiáticos, el 18,89% (n=17) pertenecen a África, el 12,22% (n=11) pertenecen a América y el 3,33% (n=3) son de Oceanía. Los países con mayor número de documentos publicados por afiliación de autor son Reino Unido, España, Italia, China, Estados Unidos, Australia, Francia, Malasia, Rumania, Pakistán, Vietnam, Alemania, India y Países Bajos (Ver Figura 3).

Figura 3. Top - 10 Distribución de publicaciones por países



Fuente: elaboración propia con los datos obtenidos de la búsqueda en Scopus.

De igual forma, al analizar las instituciones con mayor índice de productividad en el tema de RSE, se encontró que Universiti Sains Malaysia (n=14), Università degli Studi di Urbino Carlo Bo (n=14), University of Economics Ho Chi Minh City (n=11), y University of Economics and Finance, Ho Chi Minh City (n=10) lideran los primeros lugares. La Tabla 3 presenta el Top 5 de las instituciones más productivas en el tema.

Tabla 3. Top - 5 Instituciones de afiliación

Num.	Institución de afiliación	País	Total de publicaciones
1	<i>Universiti Sains Malaysia</i>	Malasia	14
1	<i>Università degli Studi di Urbino Carlo Bo</i>	Italia	14
2	<i>University of Economics Ho Chi Minh City</i>	Vietnam	11
3	<i>University of Economics and Finance, Ho Chi Minh City</i>	Vietnam	10
4	Universidad de Cádiz	España	9
5	Universidad de Murcia	España	8
5	Copenhagen Business School	Dinamarca	8

5	Royal Holloway, University of London	Reino Unido	8
5	Montpellier Business School	Francia	8

Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos de la búsqueda en Scopus.

Área temática. Para evaluar la influencia de diferentes revistas en los estudios de RSE y PYMES, también se calculó el número de publicaciones por área temática y título de la fuente. Se identifican cinco principales áreas de investigación: negocios, gestión y contabilidad; ciencias sociales, ciencias del medio ambiente; economía, econometría y finanzas; y energía. Lo que significa que es multidisciplinar el estudio en este tema.

Por otra parte, las revistas más productivas en el tema se observan en la tabla 4.

Tabla 4. Documentos publicados por título de revista

Num.	Título de fuente	Documentos publicados
1	Sustainability Switzerland	57
2	Journal Of Business Ethics	40
7	Corporate Social Responsibility And Environmental Management	31
8	Csr Sustainability Ethics And Governance	29
9	Social Responsibility Journal	24

Fuente: elaboración propia con los datos obtenidos de la búsqueda en Scopus.

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

La Responsabilidad Social Empresarial cobra cada vez más importancia como una forma de gestión cuyo fin no se limita a la obtención de beneficios económicos o financieros para los directores y accionistas, sino que también considera el bienestar social y ambiental.

Si bien, a lo largo del tiempo, ha tenido diferentes denominaciones, pero ha mantenido su principal objetivo de ver a la empresa como un ente holístico donde conviven otros elementos tan esenciales como el económico, que marcan la pauta para su desempeño y supervivencia. Asimismo, la definición que se le ha dado ha sido diferente según los autores, épocas y contextos en los que ha pretendido implementarse.

Este trabajo de revisión bibliométrica llega en un momento en que el interés por la RSE y las pymes se acelera rápidamente, las organizaciones están cada vez más involucradas y comprometidas con este aspecto fundamental para su crecimiento y vigencia en el mercado.

Los investigadores tienen una interesante oportunidad en este campo del conocimiento. Uno de los objetivos era hacer que lo que ya sabemos sobre RSE en las pymes sea más accesible a una audiencia más amplia de académicos mediante la síntesis e integración de la vasta y heterogénea literatura sobre el tema. El segundo objetivo que se perseguía era identificar áreas críticas de oportunidad para la investigación que permitiera mejorar nuestro conocimiento en el tema, y se necesitaba un punto de partida.

Como esta investigación se centró exclusivamente en el análisis bibliométrico de las publicaciones obtenidas, los estudios futuros sobre RSE en las pymes pueden incorporar tipos de análisis adicionales, como una revisión sistemática de la literatura (SLR), análisis histórico, metanálisis y análisis estructurado. No obstante, este artículo brinda información a los investigadores sobre la tendencia y el desempeño de la investigación en el campo de la RSE en las PYMES, en términos de los temas y disciplinas de investigación más populares. Este artículo espera contribuir como un punto de referencia sobre los temas existentes y emergentes y las decisiones metodológicas para estudios futuros.

Las limitaciones presentes son las básicas de cualquier estudio bibliométrico: en primer lugar, el hecho de que se analizaron artículos de una única base de datos; en segundo lugar, hay autores que presentan diferencias en la forma en que son citados y por lo tanto pueden aparecer como si fueran personas diferentes, sesgando el conteo y mapeo de autores. De igual forma, la revisión bibliográfica se limita a una fecha específica y una metodología establecida, por lo que no es posible analizar todo el conjunto de artículos sobre un tema.

REFERENCIAS

- Aftab, J., Sarwar, H., Amin, A. and Kiran, A. (2022), Does CSR mediate the nexus of ethical leadership and employee's job performance? Evidence from North Italy SMEs, *Social Responsibility Journal*, 18 (1), pp. 154-177. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2020-0393>
- Aras-Beger, G. and Taskin, F.D. (2020), Corporate social responsibility (CSR) in multinational companies (MNCs), small-to-medium enterprises (SMEs), and small businesses, in Crowther, D. and Seifi, S. (Eds), *The Palgrave Handbook of Corporate Social Responsibility*, Palgrave Macmillan, Cham, 1-25, available at: http://doi-org-443.webvpn.fjmu.edu.cn/10.1007/978-3-030-22438-7_69-1
- Baden D.A., Harwood, I.A. y Woodward, D.G. (2009). The effect of buyer pressure on suppliers in SMEs to demonstrate CSR practices: An added incentive or counterproductive? *European Management Journal*. 27, 429– 441.
- Bevan, E. A., & Yung, P. (2015). Implementation of corporate social responsibility in Australian construction SMEs. *Engineering, Construction and Architectural Management*. 22, 295–311
- Cadavid-Higuaita, L., Awad, G., & Franco-Cardona, C. (2012). A bibliometric analysis of a modeled field for disseminating innovation. *Estudios Gerenciales*, 213–236.
- Castillo-Muñoz, C., Ripoll, V. & Urquidi, A. (2017). Revelaciones voluntarias sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Un análisis bibliométrico y sistémico. *Revista Espacios*, 38 (26).

- Cicea, C., Popa, I., Marinescu, C. and Catalina S., Tefan, S. (2019). Determinants of SMEs' performance: evidence from European countries, *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*. 32 (1), 1602-1620. doi: 10.1080/1331677X.2019.1636699.
- Commission of the European Communities. (2001). *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibilities*; 366 Final; COM: Brussels, Belgium.
- Coppa, M. and Sriramesh, K. (2013), Corporate social responsibility among SMEs in Italy, *Public Relations Review*. 39 (1), 30-39. doi: 10.1016/j.pubrev.2012.09.009.
- Chiloane-Tsoka, E.; Rasivetshela, A.M. (2014). Corporate social responsibility a toolkit for SMEs efficiency in Tshwane. *S. Afr. Probl. Perspect. Manag.* 12, 276–282.
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 15, 1–13.
- de Sousa Jabbour, A.B.L., Ndubisi, N.O. and Seles, B.M.R.P. (2020), Sustainable development in Asian manufacturing SMEs: progress and directions, *International Journal of Production Economics*, 225 (7), 1-14. doi: 10.1016/j.ijpe.2019.107567.
- De Zoysa, A. and Takaoka, N. (2019), Corporate social responsibility performance of small and medium enterprises in regional Japan: an empirical examination, *Social Responsibility Journal*, 16 (4), 449-466. doi: 10.1108/SRJ-05-2018-0116.
- Heeks, R. (2010). Do information and communication technologies (ICTs) contribute to development?“, *Journal of International Development*, 22 (5),. 625-640, doi: 10.1002/jid.
- Jansson, J., Nilsson, J. Modig, F. & Hed Vall, G. (2017). Commitment to Sustainability in Small and Medium-Sized Enterprises: The Influence of Strategic Orientations and Management Values. *Business Strategy and the Environment*. 26 (1), pp. 69-83. <https://doi.org/10.1002/bse.1901>
- Jenkins, H. (2006). Small Business Champions for Corporate Social Responsibility. *J Bus Ethics*, 67, 241–256. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9182-6>
- Ladzani, W.; Seeletse, S. (2010). The status of business social responsibility among SMMEs in the built environment of Gauteng Province, South Africa. *Acta Structilia*, 17, 29–52.
- Le. T.T. (2022). Corporate social responsibility and SMEs' performance: mediating role of corporate image, corporate reputation and customer loyalty. *International Journal of Emerging Markets ahead-of-print(ahead-of-print)*. [10.1108/IJOEM-07-2021-1164](https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2021-1164)
- Lepoutre, J., Heene, A. (2006). Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: A Critical Review. *J Bus Ethics*, 67, 257–273. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9183-5>
- Mandl, I., & Dorr, A. (2007). CSR and competitiveness–European SMEs' good practice. *Consolidated European Report, Vienna: Austrian Institute for SME Research*.
- Martelo, G., R., Brito, C. C. & Franco, B., D. (2022). Análisis bibliométrico de la producción científica sobre COVID-19 en Latinoamérica. *Revista Boletín Redipe*, 11 (1), 223-233
- Matten, D. and Moon, J. (2020), Reflections on the 2018-decade award: the meaning and dynamics of corporate social responsibility, *Academy of Management Review*, 45 (1), 7-28.
- Nyeko, S., Kabaale, E., Moya, M., Amulen, C.M. and Kituyi, G. (2013), The role of information communication technology (ICT) small and medium enterprises (SMEs) in

- job creation in Kampala, Uganda, *Journal of Business Management and Administration*, 1(5), 75-82.
- Othman, A.; Abdellatif, M. (2011). Partnership for integrating the corporate social responsibility of project stakeholders towards affordable housing development A South African perspective. *J. Eng. Des. Technol.*, 9, 273–295.
- Pineda, D. (2015). Análisis bibliométrico para la identificación de factores de innovación en la industria alimenticia. *AD-Minister*, 95-126.
- Ramasobana, A.M.; Fatoki, O. An Investigation into the Business Social Responsibility of Micro Enterprises in South Africa. *Mediterr. J. Soc. Sci.*, 5, 283–289.
- Tahir, I., Rauf, I., Abdul, H.P., Liang, X., Mahmood, R., Muhammad, I. and Muhammad, S.M. (2021), The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: the mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust, *Sustainable Production and Consumption*, 25, pp. 123-135, doi: 10.1016/j.spc.2020.07.019.
- The World Bank (2023). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance*. Consultado de <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Turyakira, P.; Venter, E.; Smith, E. (2012). Corporate social responsibility for SMEs: A proposed hypothesised model. *Afr. J. Bus. Ethics*, 6, 106–118.
- Van, E., & Waltman, L. (2021). *Text mining and visualization using VOSviewer*. Consultado en ext mining and visualization using VOSviewer: <https://arxiv.org/abs/1109.2058>
- Van, A. (2005). Fatal attraction: Conceptual and methodological problems in the ranking of universities by *Scientometrics*, 62 (1), 133-143.
- Weiping, L., Jiashun, H., Chang, S. and Xue, Y. (2021), Does share pledging promote or impede corporate social responsibility? An examination of Chinese listed firms, *Economic ResearchEkonomiska Istrazivanja*, pp. 1-21. doi: 10.1080/1331677X.2021.1889392.
- Wentzel, L.; Fapohunda, J.A.; Haldenwang, R. The Relationship between the Integration of CSR and Sustainable Business Performance: Perceptions of SMEs in the South African Construction Industry. *Sustainability*, 14, 1049. <https://doi.org/10.3390/su14031049>