

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	

Un análisis bibliométrico de la evolución de la Responsabilidad Social en el tiempo



Foto de [Tobias Fischer](#) en [Unsplash](#)

Capítulo 7

Un análisis bibliométrico de la evolución de la Responsabilidad Social en el tiempo

Paola Irene Mayorga-Salamanca
Universidad de Guadalajara

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE), en las últimas décadas, se ha popularizado entre las comunidades académicas, gremios empresariales, organizaciones supranacionales y otros organismos públicos y privados en todo el mundo; pero a pesar de su popularidad, el término aún genera confusiones sobre su aplicabilidad, enfoque y alcance, sobre todo en su conexión con requisitos de ley y obligatoriedad que, de alguna manera, deslumbran su trasfondo (López, 2021). Desde la década de los 70 hasta la actualidad ha sido debatido en varios aspectos; intentado obtener la relación de la Responsabilidad Social con las empresas; analizada desde el ámbito empresarial hasta el académico con enfoques variados (Wright y Ferris, 1997).

Es importante mencionar que la RSE no solo contribuye a limitar las actuaciones de las empresas a favor terceros interesados, sino que el ámbito científico se hacen notar trabajos que destacan los beneficios de incorporar las prácticas de la RSE a favor de lograr un aumento en la competitividad y las ventas, en conjunto de una mejora en la reputación y del buen nombre (Okafor et al., 2021). En este sentido, varios estudios destacan algunos de los beneficios de implementar prácticas de la RSE de las organizaciones. La mayoría de las empresas han realizado prácticas durante mucho tiempo de algún tipo de responsabilidad social y ambiental con el objetivo, simplemente, de contribuir al bienestar de las comunidades y la sociedad que afectan y de los que dependen.

Existe una creciente presión para vestir a la RS como una disciplina empresarial y la exigencia de que todas las iniciativas de negocio deben entregar resultados; su principal objetivo es: alinear las actividades sociales y ambientales con su objeto social y de valores. Si al hacer actividades de RS mitiga los riesgos, mejora la reputación, y contribuye a los resultados del negocio, eso es todo lo bueno. Según Kramer y Porter (2011), Baraibar y Luna (2018) y Gallardo et al. (2019), la RSE es considerada como una fuente de ventaja

competitiva, debido a su vínculo positivo con el desempeño financiero, a través de su efecto en la reputación organizacional. La RSE debe estar relacionada también con la satisfacción del cliente, como centro de interés del negocio (Singh y Misra, 2021). Por su parte Martínez et al. (2022) la describen como un atractivo empresarial que genera identificación de marca y distinción de mercado. Por ello, se menciona por varios autores que las empresas deben reorientar sus actividades de responsabilidad social, con el objetivo de proporcionar un proceso sistemático para dar coherencia y disciplina de dichas estrategias (Rangan, et al, 2015). Como resultado, la responsabilidad social corporativa (RSC) ha emergido como una prioridad ineludible para los líderes de negocios en todos los países (Porter y Kramer, 2006).

Por lo tanto, para entender cómo las empresas diseñan y ejecutan la responsabilidad social pero ahora desde un aspecto empresarial, en la última década se realizaron entrevistas, investigaciones y se han desarrollado más de una docena de casos estudios sobre el tema; por lo que, a partir de ahí, se realiza este análisis para entender el término de RS, desde los diferentes enfoques de los expertos.

La Responsabilidad Social, la empresa y sociedad

El concepto de la RSE en principio se embarcaba en la implementación de actividades ligadas al cumplimiento legal y filantrópico (Latapí et al., 2019). Después, trascendió el cumplimiento legal hasta llegar a la necesidad de actuar responsablemente en todas las etapas de actividades productivas y administrativas, cuidando el desempeño al mismo tiempo que la protección de los intereses de trabajadores, clientes, directivos, socios, prestatarios, bancos, gobierno y comunidades del entorno, entre otro.

El esfuerzo por incorporar la RSE en las organizaciones evolucionó hacia la teoría del valor compartido que propuso Kramer y Porter (2011), la cual expone lo siguiente: que la organización se concentra en la creación de valor económico sostenible, involucrando a cada uno de los participantes de la cadena de valor en la estrategia organizacional, desde el respeto por el medio ambiente y de las comunidades circundantes en el área de interés y proyección de la actividad empresarial, en donde, la empresa de alguna manera asume la importancia del cambio para la evolución de las organizaciones; ya que se entiende a la misma como entendidas como sistemas que logran adaptarse a las demandas ambientales, sociales y económicas, desde la visión sostenible y el alcance de la competitividad empresarial (Contreras & Barbosa, 2013; Sepúlveda et al., 2018).

Sin embargo, Vélez (2011) menciona de otros autores la idea de que la constitución de la responsabilidad social corporativa como una nueva forma de cultura empresarial mundial y que por ello ha pasado a ser un requisito indispensable en la forma de actuar de las empresas. Dicho término, el de cultura empresarial comenzó con fuerza durante los años setenta en el cual diversos autores comienzan a defender la cultura como una nueva estrategia

empresarial eficiente; tal es el caso de Hernández (2014), sostiene que “la cultura organizativa es la filosofía que orienta a todos los grupos de interés” ya que se trata de un sistema dividido en diferentes elementos interrelacionados: ideas, valores, creencias y normas; que mantienen en común los grupos de interés y que condicionan su comportamiento. Es por esto, que se logra detectar y solucionar los problemas que surjan en la esfera interna de la empresa mediante la formación de grupos de trabajo en los que todo el equipo humano se sienta integrado y motivado.

En la actualidad, las empresas se encuentran en una disputa constante. Los mercados de productos y servicios se ven saturados; la sobreoferta, la incertidumbre y otros fenómenos a nivel mundial tienden a hacer más difícil para los empresarios la tarea de obtener utilidades. La competencia es dura y las compañías tratan de encontrar maneras de superar a la competencia. Una de las estrategias que se ha implementado es la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ya que seduce a todos los grupos de interés (stakeholders) y le da una buena imagen y reputación a la compañía (Castro y Becerra, 2012). La RSC ofrece un nuevo camino para competir, basado en la transferencia de valor agregado a la sociedad. Diferentes autores han intentado estudiar los beneficios que las iniciativas de RSE generan para las empresas. Para Keinert, (2008) la RSE ha sido vista como un recurso para el desarrollo de ventajas competitivas. Las empresas se pueden diferenciar a través de su reputación e imagen corporativa conseguida por la responsabilidad social, la que en última instancia impactaría positivamente sobre el desempeño financiero de la empresa (Flatt y Kowalczyk, 2006; Orlitzky et al. 2003) siendo capaces también de generar beneficios sostenibles en el tiempo y contribuyendo a formar una identidad para la compañía.

Mucho se ha discutido sobre los efectos que puede tener la RSE o la RSC con otra variable más como el desempeño financiero de las empresas. Los meta-análisis que estructuran y sistematizan la literatura sobre la muestran que no existe acuerdo en la dirección de la relación ni si el efecto es positivo o negativo (Magolis y Walsh, 2001). No obstante, predomina una visión que señala que es la responsabilidad social de las empresas la que afectaría positivamente sobre el desempeño financiero de las empresas (Tsoutsoura, 2004, Brine et al.2007; Orlitzky et al. 2003). De acuerdo con Rivera y Ruiz (2011), el desempeño financiero se puede medir a través de una serie de indicadores basados en la información contable, en datos de mercado y en la gestión del valor. Dentro de los primeros, los más utilizados a nivel administrativo son el crecimiento de las ventas y las utilidades, la rotación de cartera, inventarios o de otros activos productivos, el margen bruto, operacional y neto, la relación EBITDA / Ventas, el ROA (rendimiento del activo) y el ROE (rendimiento del patrimonio). Sin embargo, aunque es importante el control de los recursos y la gestión financiera de los resultados, el comportamiento social de las organizaciones sigue siendo un aspecto de interés actualmente; por lo que, la tan mencionada medida de la “doble finalidad” involucra estimar el desempeño financiero y social para asegurar la generación de utilidades y de valor compartido para los grupos de interés, quienes aportan en la

construcción de una estructura financiera sólida y un desarrollo económico sostenible en el largo plazo (Mayett-Moreno et al., 2022)

Las corporaciones con mayor éxito necesitan de una sociedad sana. La educación, los servicios de salud y la igualdad de oportunidades son esenciales para una fuerza laboral productiva; por ello el término también comienza a ligarse con las instituciones educativas. La seguridad en los productos y en las condiciones de trabajo no sólo atrae clientes sino también reduce los costos internos de accidentes. La utilización eficiente de tierra, agua, energía y otros recursos naturales hace más productivas a las empresas. El buen gobierno, el imperio de la ley y los derechos de propiedad son esenciales para la eficiencia y la innovación. Los fuertes estándares de regulación protegen del abuso tanto a los consumidores como a las empresas competitivas. En última instancia, una sociedad sana crea una demanda creciente para la empresa, al satisfacerse más necesidades humanas y crecer las aspiraciones. Cualquier negocio que persiga sus fines a expensas de la sociedad en la que opera descubrirá que su éxito es ilusorio y, en definitiva, temporal (Porter y Kramer, 2006).

Por tanto, para maximizar su impacto positivo en los sistemas sociales y medioambientales en las que operan, las empresas deben desarrollar estrategias de RSC coherentes. Esta debe ser una parte esencial del trabajo de todos los CEO. La alineación de los programas de RSE debe comenzar con un inventario y auditoría de las iniciativas existentes. Para poner en práctica estos principios amplios, una empresa debe incorporar una perspectiva social a los marcos básicos que ya utiliza para entender la competencia y guiar su estrategia de negocios.

Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su concepto a evolucionado desde la mitad del siglo XX a través de la diferente literatura empírica existente, pero en 1950 que se reconoce el término dentro de una concepción capitalista y comienzan las primeras ideas en cuanto a la RSE (Crespo, 2010). En los años 50's se relacionó con la filantropía, después según Ramos-Enríquez et al. (2021), menciona que desde los años 60 se vislumbraron los primeros esfuerzos por estudiar la relación entre el desarrollo social y el crecimiento económico; en especial, las obligaciones sociales de las empresas frente a los diferentes interesados; a finales de los 70's se encamino a la relación entre la empresa y la sociedad mientras que Friedman (1970), menciona que las empresas solo tienen como responsabilidad social el incremento de sus ganancias, y que deben hacerlo desde una competencia sana, sin engaños, sin fraude, incorporándose a las leyes y normas de la sociedad a la cual pertenece la organización (Carroll, 1999; Bowen, 1953).

En sus primeras aportaciones en cuanto al concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) Carroll, (1999) la considera una obligación por parte de la empresa ya que se diseñan políticas en función del logro de los objetivos y valores de la sociedad, Davis (1960) la define como el conjunto de decisiones y acciones gerenciales que buscan los intereses tanto económicos y técnicos en una organización, mientras que para Frederick (1960), da el crédito a los directivos de supervisar que se cumplan las expectativas de sus mercados y así mejore el bienestar socioeconómico, llegando a los modelos que parte del paradigma ortodoxo y el modelo de gestión integral de grupos de interés (Quazi y O'Brien, 2000).

Por lo que, de acuerdo con Crespo (2010) los estudios de la RSE se centraron más hacia la sociedad, es decir, se vuelve más hacia resolver una problemática social que a su vez genere ganancias, productividad, ventaja competitiva, etc. Drucker (1984), posteriormente ya se pasa hacia la teoría de los stakeholders o ciudadanía corporativa y la teoría de ética empresarial (Crespo, 2010), centrando la idea de que la RSE involucra actores como clientes, proveedores, el medio ambiente, el gobierno, así como la sociedad en general, finalmente se puede decir entonces que las organizaciones trabajan por la RSE desde las expectativas de sus grupos de interés Mark y Von Schantz (2007).

En Latinoamérica, el concepto, aunque es conocido, se analiza desde cuatro ámbitos, tales como el laboral, económico, ambiental y social (Salcedo Díaz et al., 2016), ha tenido algunas tergiversaciones a causa de la aplicación del concepto como una estrategia comercial empresarial para obtener beneficios fiscales, dando pie a un amplio debate sobre su concepción desde la ética discursiva o la racionalidad empresarial (Ullauri et al., 2022). Asimismo, en el contexto de las Pymes se ha avanzado con menor fuerza que en las grandes empresas, debido en parte a la poca cercanía de los directivos con los temas y acciones de RSE, poco relacionamiento con grupos de interés, más allá de los dueños del capital, y falta de comunicación de las acciones reales de RSE que llevan a cabo (Baraibar y Luna, 2018). Sin embargo, también se han demostrado beneficios ligados a la mejora en la obtención de ventajas competitivas y en el rendimiento financiero, que ocurren cuando la administración de este tipo de organizaciones aplica los conceptos de la RSE en la gestión organizacional y para el desarrollo de los procesos operativos (Hou, 2019).

Es así entonces, como la responsabilidad social con su termino acuñado para referirse a las organizaciones responsabilidad social corporativa, se da como un comportamiento ético que de manera voluntaria tiene una obligación con la sociedad, se debe entender no como una obligación, sino como un beneficio para ambas partes obteniendo una mejora y un beneficio para la sociedad.

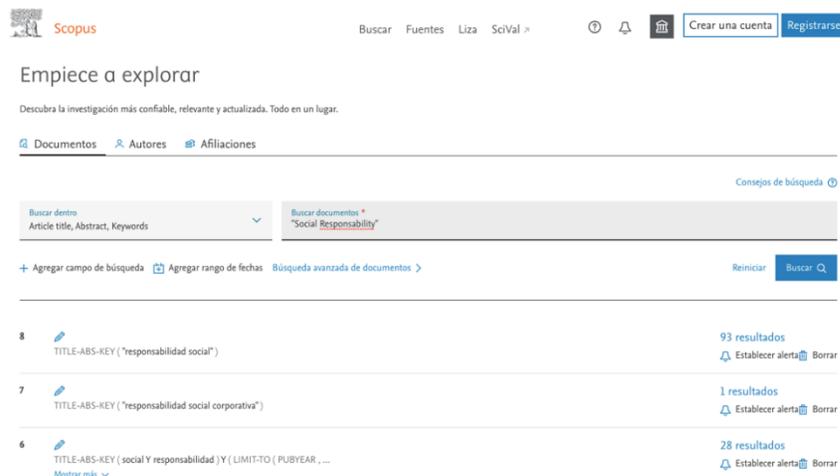
Durante la revisión de la literatura, se puede destacar la evolución y manejo del concepto, así como los primeros estudios del mismo, como surge esta preocupación tan fuerte

desde España y comienza a desplazarse hacia otros países, y me queda claro, ya que a lo largo de la investigación del concepto, en mis inicios definitivamente por ejemplo, en México no existe mucho en cuanto al tema, todo era investigación y trabajos en el extranjero principalmente por los españoles, sin embargo, es un concepto de gran relevancia y preocupación que ha dado pie a otros conceptos que en la actualidad son de interés mundial como la sustentabilidad aplicada en diferentes rubros, por ejemplo los objetivos de desarrollo sustentable, si bien no están directamente ligados si tienen una relación indirecta tal y como se vio en las palabras clave en el análisis más adelante. Por tanto, numerosos documentos sobre responsabilidad social dan pie a la evolución del término en relación con diversos temas de interés; definitivamente tomando fuerza conceptos como responsabilidad social corporativa, la responsabilidad social empresarial, el impacto económico, social y ambiental que a su vez se relaciona con la sustentabilidad, el comportamiento ético de las empresas, así como los beneficios de ganar-ganar para toda empresa, organización e institución que la practique.

METODOLOGÍA

La base de datos que se utilizó para este estudio fue Scopus que agrupa alrededor de 39.647 revistas indexadas; es considerada una de las bases de datos que abarca un amplio número de revistas a nivel mundial, ya que, contiene investigaciones científicas en diversos campos del saber (Bar-Ilan, 2008, 2010; Gavel y Iselid, 2008; Vieira y Gomes, 2009). La consulta se realizó hasta el 08 de julio del 2021. Se realizó una búsqueda incluyendo comillas en el término de búsqueda de la producción científica sobre “Responsabilidad Social”, se realizó la consulta dentro del título del artículo, resumen y palabras claves, de esta manera se obtuvieron 93 artículos (Haddow, 2018; Van Raan, 2019) en Scopus, como se muestra en la figura 1.

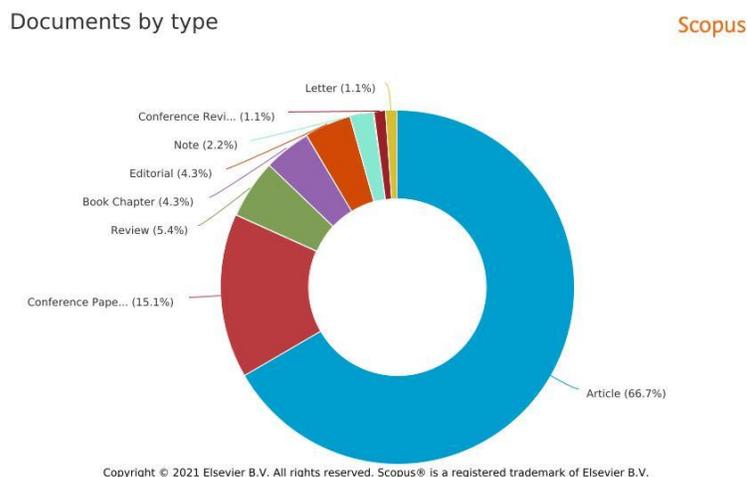
Figura 1. Método de búsqueda en Scopus



Fuente: extraído de Scopus (2021).

En total se obtuvieron 93 publicaciones que se relacionan con la Responsabilidad Social, se incluyen en la búsqueda todo tipo de publicaciones; la mayoría son artículos (62), documentos de congreso (14), revistas (5), capítulo de libro (4), material editorial (4), notas (2), revisiones de reuniones (1), etc., como se muestra en el gráfico 1.

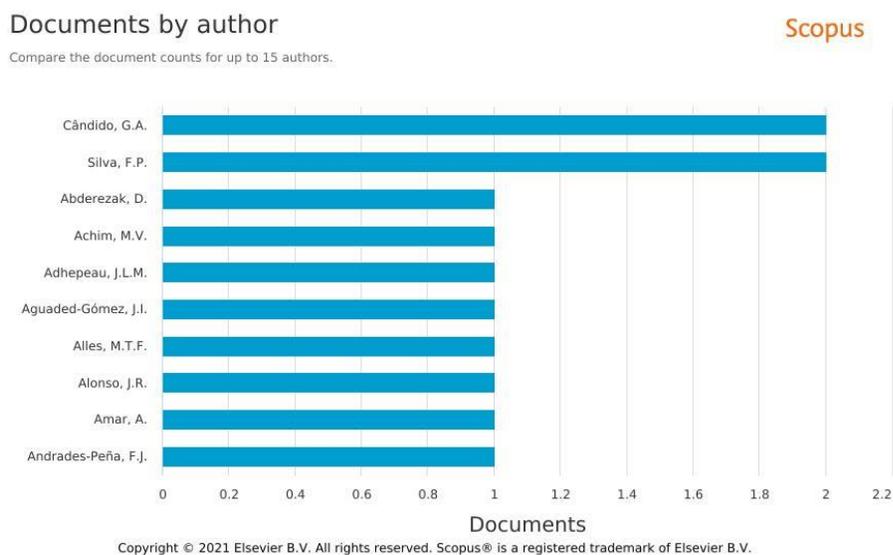
Gráfico 1. Tipo de documentos



Fuente: extraído de Scopus (2021).

Posteriormente se realizó el análisis de los documentos por autor como se muestra en el gráfico 2.

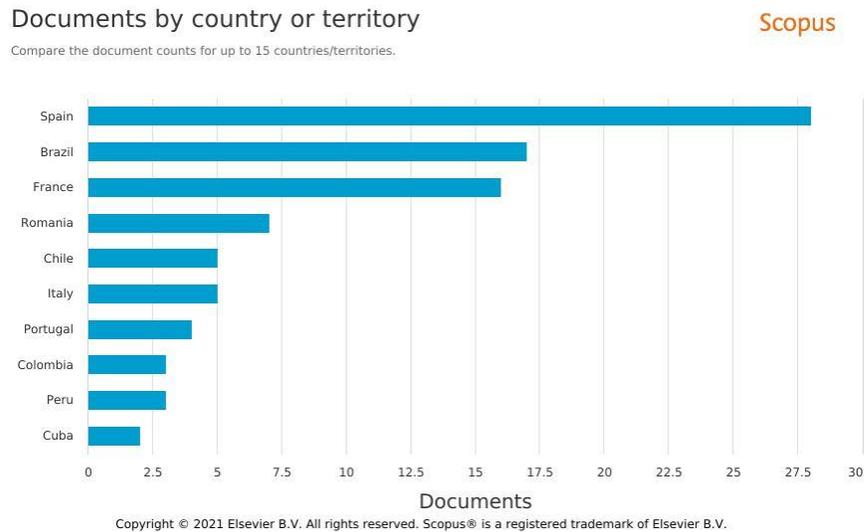
Gráfico 2. Documentos por autor



Fuente: extraído de Scopus (2021).

En donde se observa los primeros 5 autores como: Candido, G.A (2), Silva, FP (2), Abderezak, D. (1), Achim, MV (1) y Adhepeau, JLM (1); por lo que, al leer los apellidos de dichos autores, lleva a analizar los documentos por país en donde: España cuenta con (28) documentos, siguiendo de Brasil (17), Francia (16), Romania (7), Chile (5), Italia (5), Portugal (4), Colombia (3), entre otros que se muestran en el gráfico 3.

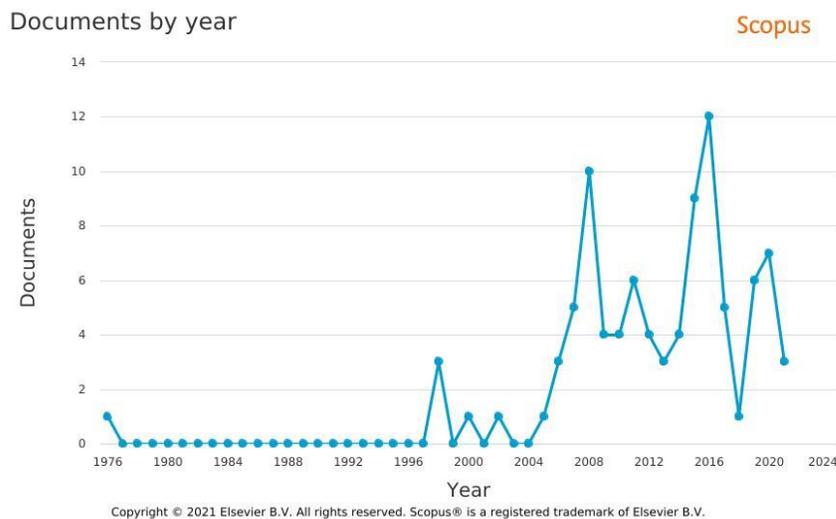
Gráfico 3. Documentos por país



Fuente: extraído de Scopus (2021).

Otro indicador interesante es el de las publicaciones por año, en los resultados se obtuvo una publicación desde el año 1976 hasta el 2021; como se muestra en el gráfico 4.

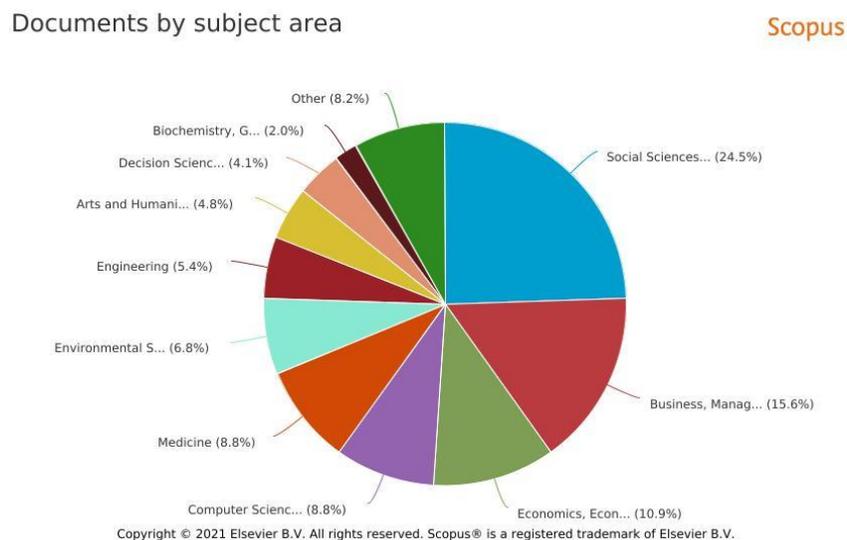
Gráfico 4. Documentos por año



Fuente: extraído de Scopus (2021).

Este dato es importante en su análisis ya que se pretende observar el concepto de Responsabilidad Social en su aplicabilidad a través del tiempo, es decir, como se ha ido relacionado con diversos términos lo que lleva al siguiente gráfico 5.

Gráfico 5. Documentos por área temática



Fuente: extraído de Scopus (2021).

Por lo que, resulta interesante analizar como el término se ha estudiado en distintas áreas en donde destacan las siguientes cinco: Ciencias Sociales (36) documentos, Negocios, gestión y contabilidad (23), Economía econometría y finanzas (16), Ciencias de la Computación (13), Medicina (13) y Ciencia medioambiental (10), entre otras.

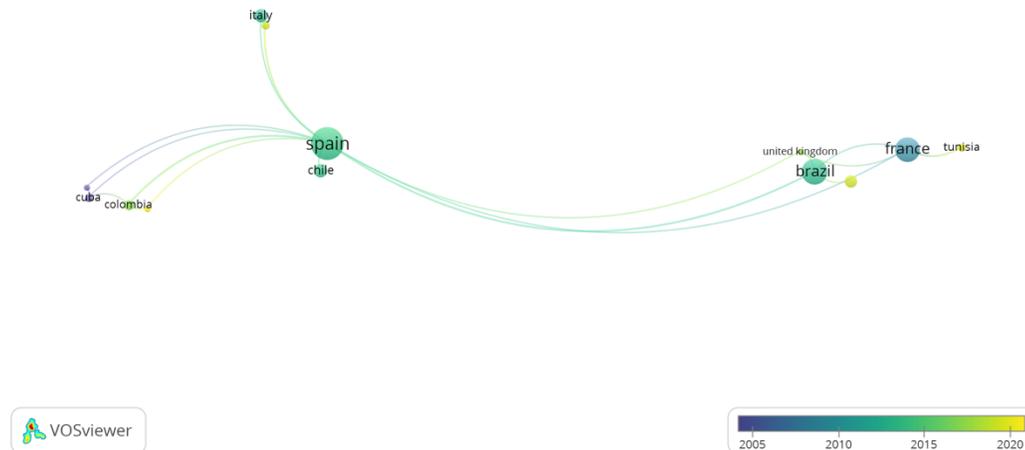
Por lo tanto, partiendo de estos indicadores, resulta importante entender la evolución del término Responsabilidad Social, pero en relación con diferentes conceptos a través de los años; como ha ido cambiando o adaptándose en diferentes áreas para su uso y/o implementación.

Así que el análisis de la información se obtuvo por medio del software gratuito (códigoabierto) VOSviewer (Centre for Science and Technology Studies, s/f), ya que permite la visualización de redes de co-ocurrencia acerca de la información obtenida de registros de bibliografía (Van Eck y Waltman, 2010).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a la metodología mencionada anteriormente, se realizó el análisis de la base de datos obtenida en Scopus mediante VOSviewer para la identificación por co-autores específicamente por países.

Figura 1. Clústeres de redes semánticas por co-autores-país



Fuente: elaboración mediante VOSviewer. A partir de registros bibliográficos de Scopus con base a co-autores por país al 08 de julio del 2021.

Obteniendo en la representación gráfica 5 clústeres en los que se agrupan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Clústers por co-autores-país

Clúster 1	Chile, Italia, España y Estados Unidos
Clúster 2	Brasil, Portugal y Reino Unido
Clúster 3	Cuba y México
Clúster 4	Francia y Túnez
Clúster 5	Colombia y Venezuela

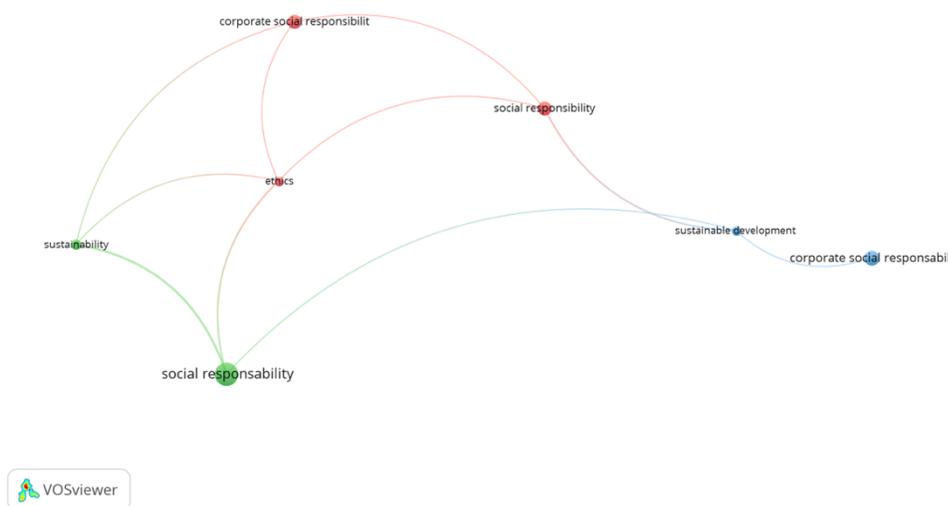
Fuente: elaboración propia mediante VOSviewer, a partir de registros bibliográficos de Scopus con base a co-autores por país al 08 de julio del 2021.

Por lo que, de acuerdo a los datos obtenidos se puede observar el uso del término o del concepto de Responsabilidad Social en España, y de ahí a Chile, Italia y Estados Unidos; cabe señalar que la información tiene una evolución desde el 2005 hasta el 2020, si bien estos

países son pioneros es importante destacar como la co-autoría en el 2020 surge en países como Italia, Brasil, Colombia, Portugal y Túnez.

Posteriormente, para la identificación de las coocurrencias de palabras clave, la representación gráfica que proporcionó VOSviewer de los metadatos en la literatura que por lo menos se presentaron por cinco ocasiones en palabras clave del autor dibuja un panorama interesante en perspectivas en torno a la Responsabilidad Social, encontrándose con mayor ocurrencia los términos: Responsabilidad Social Corporativa, Ética, Responsabilidad Social, Sustentabilidad y Desarrollo sustentable. (Véanse Figura 2 y Tabla 2)

Figura 2. Clústeres de redes semánticas



Fuente: elaboración mediante VOSviewer; a partir de registros bibliográficos de Scopus con base en palabras clave con al menos cinco ocurrencias sobre el término “*Responsabilidad Social*” al 08 de julio del 2021.

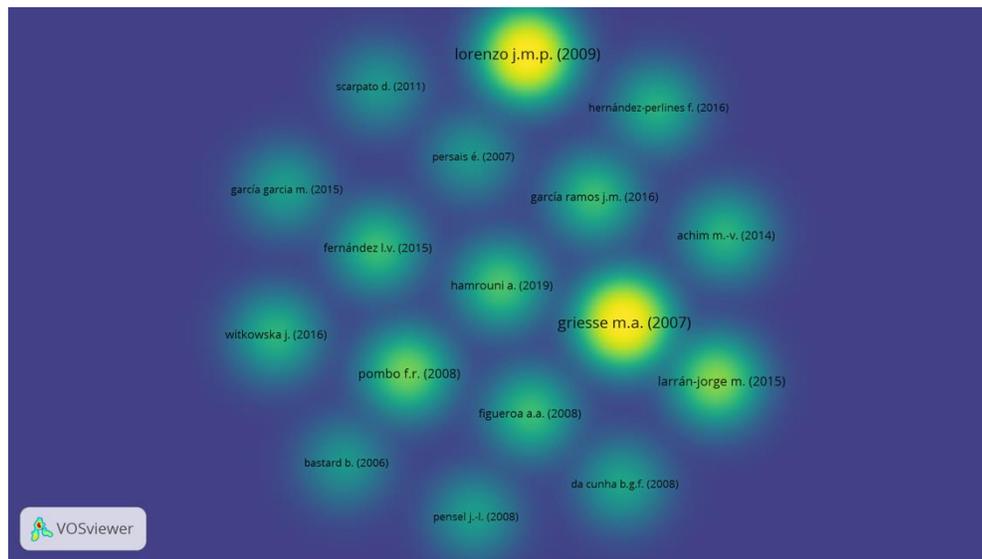
Tabla 2. Ponderación de ocurrencias de palabras clave del autor

Ítem	Clústeres	Ocurrencias	Año de publicación
Responsabilidad Social Corporativa	1	11	2013
Ética	1	5	2010
Responsabilidad Social	1	11	2012
Responsabilidad Social	2	28	2013
Sustentabilidad	2	6	2016
Responsabilidad Social Corporativa	3	12	2012
Desarrollo Sustentable	3	5	2011

Fuente: elaboración propia mediante VOSviewer; a partir de registros bibliográficos de Scopus con base en palabras clave del autor al 08 de julio del 2021.

En la figura 3 se muestra los autores con al menos cinco citas de sus documentos; en los que resaltan en tonos más amarillo más fuerte a los autores con mayor número de citas (entre 60 a 65), a lo que esto es comprensible al observar los años de publicación de sus trabajos 2009 y 2007; después con el mismo color entre amarillo y verde oscuro se muestran los autores con un número de citación medio debido a que son publicaciones de años más recientes.

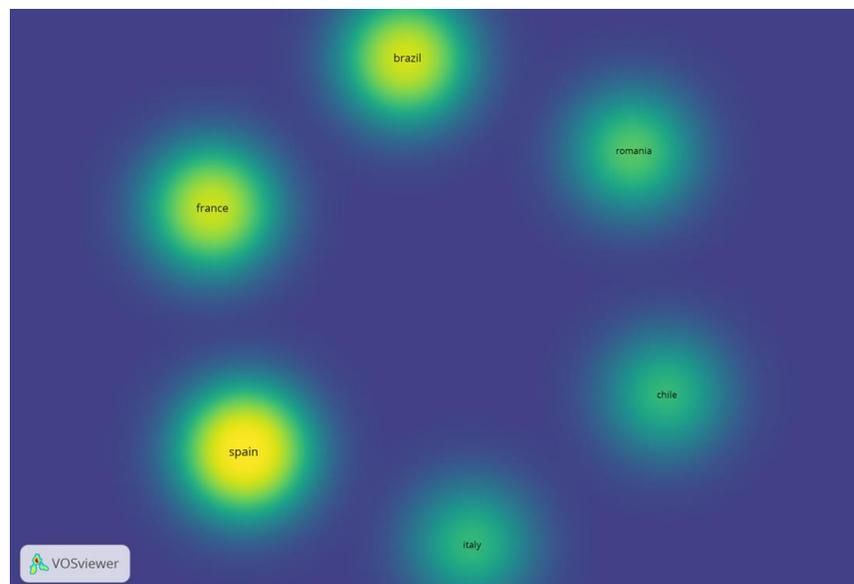
Figura 3. Gráfico de Densidad



Fuente: Elaboración mediante VOSviewer. A partir de registros bibliográficos de Scopus con base al menos cinco citas del documento del autor al 08 de julio del 2021.

Y finalmente, en la figura 4 se muestra el mayor número de citas de documentos por país, en donde destaca definitivamente España con 28 documentos y 140 citaciones; Brasil con 17 documentos y 99 citaciones; Francia con 16 documentos y 45 citaciones y Chile con 5 documentos y 30 citaciones.

Figura 4. Gráfico de Densidad



Fuente: elaboración mediante VOSviewer, a partir de registros bibliográficos de Scopus con base al menos cinco citas del documento del autor al 08 de julio del 2021.

CONCLUSIONES

Definitivamente la información analizada a través del software de VOSviewer permite de alguna forma visualizar el manejo del tema a través del tiempo, por diversos autores en diferentes países; obteniendo mayor representatividad en España incluso en el número de citas de los documentos.

Sin duda, en los últimos años son varios los autores que han querido establecer la relación existente entre la responsabilidad social empresarial en las organizaciones. Así mismo, cada vez son más los trabajos de grado, tanto de pregrado como de posgrados, que han querido ahondar en esta relación; algunos enfocándose en la presentación de informes de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa, así como en reportes integrados con el mejoramiento del desempeño financiero de las organizaciones; algunos otros, han establecido la relación del desempeño financiero con una adecuada revelación de la responsabilidad social de las organizaciones; y otros tantos en la relación entre la imagen corporativa de la organización con el desempeño financiero, etc.

Correa et al. (2017) mencionan que los reportes integrados, de alguna manera satisfacen las necesidades de demanda de información actuales de los distintos grupos de interés, y se requiere que se tomen decisiones acertadas y se observe, en estos reportes, la generación de valor de las organizaciones. Así mismo, estos informes de sostenibilidad representan de manera clara y precisa a la administración y la creación de valor de las empresas. Las empresas socialmente responsables son más competitivas que las que son socialmente irresponsables (Castelo Branco et al., 2015).

Sin embargo, el objetivo de esta investigación consistió en identificar la tendencia del término alrededor de los diversos documentos o trabajos de carácter científico, por ello una búsqueda del concepto de responsabilidad social solo a través del tiempo y su vez se identificara como los términos relacionados con el mismo, y fue interesante confirmar una teoría personal respecto a ello, como en el 2019 es el como el ultimo estudio de acuerdo al análisis, y el impacto que va teniendo el concepto, es decir, se justifica su preocupación a lo largo de los años ya que los trabajos con mayor antigüedad por lógica se va citando y replicando con mayor fuerza.

Concluyendo que el término sobrevive y toma fuerza, ha sido interesante evaluar que en la actualidad la responsabilidad social se esta enfocando hacia las finanzas y la

transparencia incluso fiscal, por ello, refuerzo mi teoría para seguir mi línea de investigación, el comenzar a darle cuerpo con estos temas de actualidad que si bien está relacionada con el aspecto financiero de las empresas, organizaciones y hasta instituciones publicas y privadas, sin dejar de lado el gobierno; tema interesante aún para seguir analizando. Por lo tanto, esto fue un primer acercamiento al software, al tipo de análisis y me resulto bastante interesante y rico para comenzar a explorar y sacar mayor provecho en mi línea de investigación.

REFERENCIAS

- Bar-Ilan, J. (2008). ¿Qué índice h? —Una comparación de WoS, Scopus y Google Scholar. *Cienciometría*, 74 (2), 257-271
- Baraibar-Diez, E., & Luna Sotorrió, L. (2018). The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. *Review of Business Management*, 20(1), 5-21.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Nueva York: Harper.
- Brine, M., Brown, R. & Hackett, G. (2007). *Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context*. Economic Round-up. Recuperado de: www.treasury.gov.au/documents/1268/PDF/04_CSR.pdf.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility evolution of a denitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Castelo Branco, M., Castelo Branco, D., & Baptista, I. (2015). Compromisso com a RSE no Pacto Global da Organização das Nações Unidas [Compromiso con la RSC en el Pacto Mundial de Naciones Unidas]. *Innovar*, 25(58), 81-90.
- Centre for Science and Technology Studies, L. U. (s/f). *VOSviewer*. Recuperado el 20 de octubre de 2018, de <http://www.vosviewer.com>
- Contreras Torres, F., & Barbosa Ramírez, D. (2013, mayo-agosto). Del liderazgo transaccional al liderazgo transformacional. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (39), 152-164.
- Correa-García, J. A., Hernández-Espinal, M. C., Vásquez-Arango, L., & Soto-Restrepo, Y. M. (2017). Reportes integrados y generación de valor en empresas colombianas incluidas en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones. *Cuadernos de Contabilidad*, 17(43), 73-108.
- Crespo R., F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California management review*, 2(3), 70-76.
- Flatt, S. J., & Kowalczyk, S. J. (2006). *Corporate reputation as a mediating variable between corporate culture and financial performance*. In Submitted to 2006 Reputation Institute Conference as Academic Paper.
- Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California management review*, 2(4), 54-61.

- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. E., & Castuera-Díaz, Á. M. (2019). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. *Sustainability*, 11(20).
- Gavel, Y., & Iselid, L. (2008). Web of Science and Scopus: a journal title overlap study. *Online information review*, 32(1), 8-21.
- Haddow, G. (2018). Bibliometric research. *Research Methods*, 241–266 Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102220-7.00010-8>
- Hernández Ortiz. (2014). *Administración de empresas*. Pirámide.
- Hou, T. (2019). The relationship between corporate social responsibility and sustainable financial performance: firm-level evidence from Taiwan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 19-28.
- Keinert, C. (2008). *Corporate social responsibility as an international strategy*. Springer Science & Business Media.
- Kramer, M., & Porter, M. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 17, 1-18.
- Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23.
- López-Fernández, A. M. (2021). Corporate Social Responsibility Informing Business Analytics: New Standards for Engagement and Performance. *Entrepreneurship and Regional Development: Analyzing Growth Models in Emerging Markets*, 219-239.
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative science quarterly*, 48(2), 268-305.
- Mark-Herbert, C., & Von Schantz, C. (2007). Communicating corporate social responsibility–brand management. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*.
- Martínez-León, I. M., Olmedo-Cifuentes, I., & Davies, G. (2022). The Virtuous Circle of Internal Corporate Reputation and Financial Performance. *Corporate Reputation Review*.
- Mayett-Moreno, Y., Zuluaga-Muñoz, G., & Guerrero-Cabarcas, M.J. (2022). Gestión financiera y desempeño en MiPyMes colombianas y mexicanas. *Investigación Administrativa*, 51(130), 1-20.
- Okafor, A., Adeleye, B. N., & Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from US tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, 126078.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24, 403-441.
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). Strategy & Society the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 78-88.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The big idea: Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1), 2.

- Quazi, A. M. & O'Brien, D. (2000). An empirical test of cross-national model of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 25, 33-51.
- Rangan, K., Chase, L., & Karim, S. (2015). The truth about CSR. *Harvard Business Review*, 93(1/2), 40-49.
- Rivera Godoy, J. A., y Ruiz Acero, D. (2011). Análisis del desempeño financiero de empresas innovadoras del sector alimentos y bebidas en Colombia. *Pensamiento & gestión*, (31), 109-136.
- Salcedo Díaz, L., Porto Solano, A. F., Echeverry Gutiérrez, C., Boss Agudelo, J., & Moreno Ortiz, C. A. (2016). Responsabilidad Social Empresarial: Modelo de procesos de desarrollo de productos con base en la Metodología PRiSM y la Estrategia P5. *Producción + Limpia*, 11(2), 111-12.
- Sepúlveda Aguirre, J., Quirama, U., Arboleda Jaramillo, C. A., & Pérez Sánchez, E. O. (2018). Análisis de los factores críticos de vigilancia para la competitividad de una empresa de base tecnológica. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, (55), 2-21.
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1).
- Tsoutsoura, M. (2004). *Corporate social responsibility and financial performance*. Center for responsible business.
- Ullauri Betancourt, S. A., Villarreal Satama, F. L., Saint Romain, C. S., Solá Gavela, D. E., y Sánchez Verduga, S. G. (2022). La responsabilidad social en el clientelismo: ¿un paradigma de dominación? *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 281-295.
- Van Eck, N. J., y Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Van Raan, A. (2019). Midiendo la ciencia: principios básicos y aplicación de bibliometría avanzada. En el *manual Springer de indicadores de ciencia y tecnología* (págs. 237-280). Springer, Cham.
- Vieira, E. y Gomes, J. (2009). Una comparación de Scopus y Web of Science para una universidad típica. *Cienciometría*, 81 (2), 587-600.
- Vélez, A. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. *Ciencias Estratégicas*
- Wright, P., & Ferris, S. P. (1997). Research notes and communications agency conflict and corporate strategy: the effect of divestment on corporate value. *Strategic management journal*, 18, 77.