

Responsabilidad social corporativa, una mirada desde la competitividad a través de una revisión usando Tree of Science *

Corporate Social Responsibility, a View from Competitiveness through a Review using Tree of Science

Recibido: marzo 10 de 2022 - Evaluado: abril 12 de 2022 - Aceptado: julio 29 de 2022

Sindy Viviana Giraldo Arcila**
Paola Andrea Echeverri Gutiérrez***
Ana María Barrera Rodríguez****
María Ruby Restrepo Betancur*****

Para citar este artículo / To cite this Article

S. V. Giraldo-Arcila, P. A. Echeverri-Gutiérrez, A. M. Barrera-Rodríguez, M. R. Restrepo-Betancur "Responsabilidad social corporativa, una mirada desde la competitividad a través de una revisión usando Tree of Science" Revista de Ingenierías Interfaces, vol.5, no.2, pp.1-14, 2022.

Resumen

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en los últimos años ha cobrado gran importancia para el accionar de las empresas porque sus actividades tienen repercusiones, no sólo para sus accionistas, sino para los diferentes actores con los que se relaciona. Este artículo realiza la aplicación de la metáfora biológica del árbol de la ciencia con el fin de realizar una revisión de la literatura de la RSC y la competitividad. Esta metodología permite realizar una estructuración cronológica de la literatura en la que se agrupan los documentos raíz, tronco y hojas de la temática. En total se encontraron 216 documentos en la base de datos Scopus en los que se identificaron los documentos seminales, estructurales y ramas (subáreas). Las tres subáreas de investigación identificadas fueron: estrategias de RSC, relación de Pymes con la RSC y, finalmente, la RSC y su efecto positivo sobre las empresas.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, competitividad, árbol de la ciencia, análisis de redes.

*Artículo inédito: "Responsabilidad social corporativa, una mirada desde la competitividad a través de una revisión usando Tree of Science".

**Correo electrónico: sindyv.giraldo@unilibre.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-4097-9351>, Universidad Libre, Colombia.

*** Correo electrónico: paolaa.echeverrig@unilibre.edu.co, <https://orcid.org/0000-0003-3029-4997>, Universidad libre, Colombia.

****Correo electrónico: anam.barrerar@unilibre.edu.co, <https://orcid.org/0000-0003-3701-2278>, Universidad libre, Colombia.

*****Correo electrónico: mariar.restrepob@unilibre.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-5176-4527>, Universidad libre, Colombia.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) in recent years has gained great importance for the actions of companies because their activities have repercussions, not only for their shareholders, but for the different actors with whom they are related. This article makes the application of the biological metaphor of the tree of science in order to carry out a review of the CSR and competitiveness literature. This methodology makes it possible to carry out a chronological structuring of the literature in which the root, trunk and leaf documents of the subject are grouped. In total, 216 documents were found in the Scopus database in which the seminal, structural and branch documents (subareas) were identified. The three research sub areas identified were: CSR strategies, the relationship of SMEs with CSR and, finally, CSR and its positive effect on companies.

Keywords: corporate social responsibility, competitiveness, science tree, network analysis.

1. Introducción

La globalización y la revolución informática han llevado a que el sector empresarial deba desarrollar el concepto de competitividad. Según Porter [1], “la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales”. Es por esto, que en la actualidad las organizaciones buscan garantizar y demostrar a sus clientes no solo que son las mejores, sino que son realmente competitivas. En este sentido, las empresas que implementen diferentes certificaciones como la ISO 9001, BASC, ISO 14001 o ISO 26000 cada vez toman más fuerzas y ayudan a que el sector empresarial contribuya al desarrollo sostenible. Debido a la importancia de la RSC es necesario realizar investigaciones que le permitan a las empresas entender y medir su impacto.

Así mismo, es importante resaltar que en la actualidad el consumidor es cada vez más consciente, por ello busca consumir marcas que posean una excelente ética empresarial y que logren mitigar el impacto de sus acciones a nivel social y medioambiental. Por lo tanto, las organizaciones que pretenden mantenerse en el mercado deben “desarrollar estrategias de responsabilidad social a partir del perfeccionamiento de la relación beneficios económicos versus protección del ambiente, buscando más beneficios sociales generales” [2]. Este artículo busca a partir de la metáfora del árbol, demostrar la relación existente entre la RSC y la competitividad teniendo en cuenta su evolución cronológica, para lo cual se utilizó la herramienta web Tree of Science a partir de una consulta en la base de datos Scopus.

El análisis de la incidencia del concepto de RSC y su incidencia en la competitividad ha sido revisada de manera amplia en la literatura, donde fue posible encontrar tres perspectivas: estrategias de RSC, desempeño financiero y sustentabilidad. No obstante, es importante tener en consideración que no existe unidad de criterio en la definición de conceptos estructurales como es el caso de la RSE y RSC. Sobre este aspecto, Boechat & Barreto [3] advierten cómo desde el concepto de RSC existen múltiples definiciones y tales interpretaciones provienen de un extensa revisión bibliográfica, cuyo resultado señala que

dichos supuestos se basan en cinco dimensiones: ambiental, social, económica, partes interesadas y voluntariado. Lo que sí resulta claro es que el enfoque RSC es empresarial, en tanto el enfoque RSC es social.

De ahí que resulte de vital importancia profundizar en los puntos de convergencia entre ellos y lograr que la competitividad se entienda en perspectiva de desarrollos sostenibles y diferencial, en tratándose de pequeñas y medianas empresas. Sobre esta necesaria interacción, Carroll [4] ofrece un modelo conceptual tridimensional del cual derivan responsabilidades, éticas, morales, legales y discrecionales, las cuales deben ser consideradas en un modelo exitoso de RSC y de articulación con un modelo RSC.

2. Materiales y Métodos

Scopus es una de las bases de datos más reconocidas en la ciencia con más de 60 millones de registros [5]. Es comúnmente usada en revisiones de literatura científica en diferentes áreas [6]. En esta investigación se realizó una consulta con Scopus con las palabras claves “corporate social responsibility” en título y “competitiveness” en título, resumen y palabras claves desde el 2000 hasta el 22 de noviembre del 2022.

Los resultados dieron 216 artículos relacionados con el tema de RSC y competitividad. Estos resultados fueron cargados a la página de ToS [7] para generar los artículos de la raíz, tronco y ramas. Inicialmente, ToS fue creado para Web of Science (WoS) pero recientemente la Corporación Core of Science desarrolló el algoritmo para Scopus [8]. Adicionalmente, se agregó el concepto de las ramas que muestran las subáreas más grandes de RSC. ToS ha sido aplicado en áreas como la salud [9], administración [10]–[14], emprendimiento [15], [16], psicología [17] y educación [9], [18]. Eggers et al. [19] analiza las variables de adopción y difusión de ToS.

3. Resultados

A continuación, se presenta el análisis realizado utilizando la metodología del árbol de la ciencia.

Raíz

Dentro de los artículos de la raíz, el más antiguo es el trabajo de Carroll [4] donde realiza un primer acercamiento a un modelo conceptual sobre RSC que incluye respuestas a preguntas como ¿qué incluir?, ¿Qué problemas sociales se deben abordar? y ¿Cuál sería la filosofía de un modelo de responsabilidad social? Por otro lado, Orlitzky et al. [20] realizan un meta-análisis que establece la relación entre el desempeño social, ambiental y corporativo (CSP) y el desempeño financiero corporativo (CFP), concluyendo que la virtud corporativa en forma de responsabilidad social y en menor medida la responsabilidad social ambiental, posiblemente rindan frutos. Sin embargo, se evidencia que existe una asociación

positiva entre el desempeño financiero corporativo y el desempeño social, ambiental y corporativo. Margolis & Walsh (2003) evalúan cómo la teoría de la organización y la investigación empírica han respondido a la participación corporativa en la vida social, teniendo en cuenta la relación empresa – sociedad a partir de tres ámbitos: iniciativas sociales de las empresas, desempeño financiero y partes interesadas.

Poter [21] propone un nuevo enfoque para la RSC, si bien reconocen que las acciones que realizan las empresas tienen un impacto y repercusiones en la sociedad, invitan a que las acciones de RSC sean visualizadas como fuentes de oportunidad, innovación y ventaja competitiva. A partir de la presentación de un marco que las empresas puedan utilizar para identificar los efectos positivos y negativos, determinar la dirección de las acciones y determinar su efectividad. Toker [22] plantea una medición para la RSC, a través del desarrollo de una escala y un análisis factorial exploratorio, teniendo en cuenta cuatro dimensiones: la RSC para las partes interesadas sociales y no sociales, los empleados, los clientes y el gobierno [22]. Carroll et al. [23] realizan una revisión de la RSC teniendo como eje principal el “caso de negocios”, es decir analizan los argumentos que llevan a la comunidad empresarial a aceptar y promover la causa de la Responsabilidad social empresarial, respondiendo a una pregunta clave de investigación: ¿Qué obtienen la comunidad empresarial y las organizaciones de la RSC?.

La RSC se evalúa a través de la implementación de estrategias para mejorar el nivel de responsabilidad social y la realización de su desarrollo sostenible, donde los stakeholders son el grupo de afectación interna en las decisiones tiene mayor incidencia que los externos [4]. Esto refleja la importancia de la conexión con las cuatro dimensiones como económica, legal, ética y discrecional; lo que, implica una ganancia requerida lógica que prima dentro de la organización, sin embargo, la maximización en sus beneficios no debe ser la única puesto que la ética, el cumplimiento legal y la moralidad son instrumentales para lograr estrategias integrantes.

El concepto de RSC ha incidido en la literatura antes de la década 1950 con la revisión bibliográfica que ha tenido una larga y diversa historia en la literatura, contemplando que Bowen merecerá el apelativo de padre de las empresas por la creación de su libro “Las responsabilidades sociales del empresario”, donde establece las responsabilidades sociales que puede ser asumidos por los empresarios para perseguir las políticas, tomar decisiones y dar continuidad a las líneas de acción requeridas en el cumplimiento de los objetivos y valores sociales [24]. En la década de 1960, se argumentaba que la única responsabilidad corporativa era maximizar la rentabilidad financiera para los accionistas, lo que con el tiempo conmovió a grupos activistas para lograr una legislación social en la década de 1970, surgiendo de esto, la creación de organismos gubernamentales que reconocen el medio ambiente, los empleados y los consumidores como partes interesadas significativas y legítimas de las empresas [25].

Estudios recientes, demuestran que existen limitaciones teóricas y empíricas importantes puesto que omiten variables que han demostrado ser determinantes importantes de rentabilidad como es la investigación y desarrollo de la empresa ya que existe una relación directa con la RSC. Inversión en I+D de la empresa, puesto que el análisis confirma que la CSP que es una medida de desempeño a largo plazo de la empresa en cuanto a RSC

utilizando medidas contables o financieras de rentabilidad y la investigación y el desarrollo están altamente correlacionados [26].

Tronco

La actividad empresarial indudablemente genera impactos sociales, ambientales y arquitectónicos. En este sentido, la implementación de medidas que mitiguen tales impactos se convierten en fundamentales para promover el desarrollo tanto en países en desarrollo como desarrollados. A partir de esto, parte de la literatura relacionada con la RSC estudia este tipo de prácticas en el marco de sectores específicos a partir de investigación que utilizan enfoques cuantitativos. Es el caso de Sardinha et al. [27], quienes estudian la RSC en sectores como el inmobiliario y centros comerciales, mientras que Boehe & Cruz [28] estudian como la responsabilidad social empresarial puede influenciar la estrategia de diferenciación para destacarse en mercados de exportación, y de esta manera mejorar el desempeño exportador.

Sardinha et al. [27] indagan acerca de las mejores prácticas relacionadas con RSC y las tendencias en el campo. Entre los hallazgos más significativos se encuentra que las empresas de Reino Unido son las que mejores resultados presentan. Lo mencionado teniendo en cuenta que las edificaciones integran prácticas sostenibles y/o ambientales, y tienen gran compromiso con la divulgación de la RSC. Por otro lado, se identificó como tendencia a partir de las empresas estudiadas, que la aplicación de prácticas relacionadas con RSC refleja esfuerzos para mejorar la competitividad. Por otra parte, Chi et al. [29] identificaron las condiciones bajo las cuales las empresas toman la decisión de actuar de manera socialmente responsable, y si hay determinantes financieros e institucionales que inciden al tomar esta decisión. La investigación empírica la realizan a partir del estudio de 520 empresas del sector financiero ubicadas en 34 países para el período 2003-2005. Los resultados indican que las empresas más grandes tienen mayor conciencia de la RSC, sin embargo, el desempeño financiero y la RSC no están relacionados.

Bohe & Cruz [28] realizan el estudio a nivel país (Brasil), a diferencia de los enfoques utilizados por Sardinha et al. [27] y Chi et al [29], quienes comparan empresas de diversos países. La muestra utilizada por los autores incluye empresas exportadoras medianas y grandes. Los autores a partir de encuestas encontraron que la diferenciación de productos de RSC predice el desempeño de las exportaciones mejor que la diferenciación de la calidad del producto y casi tan bien como la diferenciación de la innovación del producto. De manera que concluyen que la responsabilidad social empresarial afecta de manera positiva el desempeño de las exportaciones.

Rama 1: Estrategias de RSC

En esta perspectiva documenta las estrategias exitosas en torno a la implementación de estrategias orientadas a la materialización de la RSC. Sobre el particular, Graczyk [30] presenta los supuestos y la estructura de la Red Educativa y Económica de la Región de Wielkopolska (EENWR). Este es un ejemplo de RSC en el área de gestión de la

información sobre las competencias sociales requeridas. Bajo esta óptica, las soluciones de sistemas y herramientas que se proponen en el marco de EENWR aumentan la eficacia de la transformación de las entidades y su competitividad. Canto et al. [31], por ejemplo, señala que existe una relación entre la innovación y la RSC en algunas empresas brasileñas, aunque también es posible pensar en un escenario en el cual la RSC y la innovación existan de forma independiente, de manera que no toda innovación genera beneficios de RSC.

Flammer & Kacperczyk [32] por su parte plantea que en el marco de la RSC existe un riesgo aumentado de fuga del conocimiento. Para obtener variación exógena en la amenaza de fuga de conocimiento, se hace una aproximación a la doctrina de divulgación inevitable (IDD) por parte de varios Estados de EE. UU, puesto que en la gran mayoría de los casos su rechazo supone un aumento significativo de su RSC. Boechat & Barreto [3] analizan otra línea de análisis que conviene analizar en este punto, está referida a la relación que hay entre la RSC y la comunicación estratégica. Sobre este punto, la autora sostiene que la Comunicación Estratégica (CE) abre una ventana de oportunidad para la competitividad y crea valor para los diferentes grupos de interés.

Rama 2: Relación de Pymes con la RSC

Esta perspectiva se enfoca en investigar cómo la aplicación de estrategias o prácticas de RSC afecta a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs).

En ese orden de ideas, se tiene a Jenkins [33] quien realiza una investigación a 24 casos de estudio de PYMEs de diferentes sectores del Reino Unido. En el artículo se desarrolla un modelo de RSC que busca generar oportunidades de negocio para las PYMEs. Perry y Towers [34] quienes desarrollan un modelo causal de antecedentes en el contexto de las pequeñas y medianas empresas (PYME) que busca ser una guía para la selección de los constructos que se utilizarán para medir la existencia de la RSC en las PYMEs en la fabricación de prendas de moda del Reino Unido. Perrini et al. [35] comparan dentro del artículo cómo la RSC es aplicada en las PYMEs y grandes empresas. La investigación fue aplicada a una muestra de 3.680 PYMEs y grandes empresas de Italia. Dentro de los resultados evidencian que existe una mayor probabilidad de que las grandes empresas cumplan de manera satisfactorias con los requisitos que se deben cumplir en torno a las normas de RSC.

Apospori et al. [36] quienes realizan una revisión de la literatura en torno a la RSC y la competitividad de las PYMEs. En el artículo los autores presentan las principales tendencias que surgen de la revisión de la literatura y proporcionan recomendaciones para futuras investigaciones. Herrera Madueño et al. [37] que a partir de la investigación realizada a 481 pymes españolas demuestran que el establecimiento de estrategias o prácticas de RSC que se enfoquen en los grupos de interés tienen como resultado un aumento significativo en la competitividad de las empresas. Martínez-Martínez et al. [38] realizan una investigación enfocada en las pymes españolas a partir de un enfoque de RSC basado en la perspectiva de los grupos de interés. Para realizar la investigación aplicaron un cuestionario a 481 gerentes. En la investigación a partir de la modelación de ecuaciones

estructurales de mínimos cuadrados, se encontró que existe un efecto significativo y positivo del desempeño social corporativo en el rendimiento competitivo de las empresas.

Jain [39] presentan una investigación en la que desarrollan un modelo teórico para explicar las relaciones entre la RSC y el rendimiento financiero en el contexto de PYMEs. Dentro de los resultados obtenidos en la investigación se tiene que existe una relación positiva débil entre la RSC y el rendimiento financiero. De igual forma, demuestran que la ventaja competitiva tiene un papel mediador entre esta relación. Por su parte, Uzhegova et al. [40] realizan una investigación en la que buscan explorar qué tan relevante es la RSC en el contexto de las PYMEs. Para esto, desarrollaron una encuesta a una muestra de 141 pymes de Finlandia y encontraron que la RSC media relación entre la competencia de la red y el desempeño competitivo de las pymes internacionalizadas. Hadj [41] realiza una investigación en la que analiza el papel que tiene la RSC en la innovación responsable y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del norte de África. Dentro de los resultados encontraron que en las pequeñas y medianas empresas de África la innovación responsable tiene un efecto mediador entre la relación de la RSC, la gestión ambiental y la competitividad.

Stoian y Gilman [42] realizan una investigación que se aplicó a una muestra de 211 PYMEs del Reino Unido. A partir de un análisis logístico multinomial desarrollan un modelo de actividades de RSC que mejoran el crecimiento de las PYMEs. Dentro de los hallazgos se tiene que las actividades de RSC relacionadas con el medio ambiente no son beneficiosas para el crecimiento de las PYMEs, mientras que las relacionadas con la comunidad si lo son. Por último, Lovrenčić Butković et al. [43] analizan la gestión de los residuos que producen las medianas y pequeñas constructoras en el contexto de la responsabilidad social. Dentro de los resultados obtenidos se tiene que las constructoras han comenzado a entender la importancia que tiene la gestión de los residuos que producen y cómo esta actividad puede ayudarlas a alcanzar unos altos niveles de sostenibilidad y competitividad. De ahí que reconozcan que la RSC debe ser incluida dentro de sus estrategias y actividades.

Rama 3: La RSC y su efecto positivo sobre las empresas

Beloskar & Rao [44] analizan el impacto de las inversiones en RSC y su impacto en el desempeño financiero, este estudio concluye que existe un nivel óptimo de inversión en RSC, pero que si las empresas suben este valor óptimo, el desempeño financiero será afectado negativamente. Yang et al. [45] utilizaron la RSC como intermediario para explorar la relación entre los incentivos de capital ejecutivo y el desempeño de la innovación corporativa. Concluyen que la RSC juega un papel de mediador entre los incentivos de capital ejecutivo y el desempeño de la innovación corporativa. La RSC promueve el impacto de los incentivos de equidad para

Las empresas han estado adoptando prácticas de RSC para mejorar su competitividad y desempeño. Se ha descubierto que la producción esbelta o magra puede impulsar la ecología y otras dimensiones de la RSC, como la salud y la seguridad [46]. Adicionalmente, Melo et al. [47] analizan la relación entre la estrategia de RSC y la competitividad. Los resultados indicaron que existe una relación positiva entre estas dos, además arroja luz

sobre una tendencia hacia la proactividad en términos de RSC de las multinacionales brasileñas. La RSC impacta directamente la marca de una empresa; por ejemplo, Ha Hai et al. [48] midieron los factores asociados de la imagen de marca de las empresas de arrendamiento financiero en Vietnam y los hallazgos mostraron que la RSC afecta positivamente la imagen de las empresas. Estos resultados indican que los gerentes de las empresas de arrendamiento financiero y las partes interesadas deben tener políticas adecuadas para aumentar la competitividad y la RSC para el desarrollo sostenible de las empresas de arrendamiento financiero en Vietnam.

Examinado empresas no financieras que cotizan en el mercado de acciones A en China de 2010 a 2019, se ha evaluado si las empresas con una competencia central más sólida tienen la capacidad y la motivación para cumplir con más responsabilidades sociales corporativas, y se encontró que entre más fuerte es la competencia central, mayor será la RSC [49].

Un estudio de métodos mixtos que explora las tendencias recientes de la RSC en la Isla Mauricio -que posee una pequeña economía insular en el Océano Índico, donde los servicios financieros, los textiles y el azúcar son fundamentales para su economía-, tuvo en cuenta las estrategias de desarrollo guiadas por el gobierno respecto a la RSC y la presentan como una práctica creciente en la isla, reforzada por los marcos políticos y normativos. Informan además, la evaluación de la calidad de informes de una muestra de empresas locales utilizando el marco Haqbek & Wolniak [50].

Se identificaron los enfoques de una muestra de empresas seleccionadas en la República Checa para promover el concepto de desarrollo sostenible y evaluar los factores básicos que impactan en la competitividad, concluyendo que éstos son las relaciones de calidad con los grupos de interés y la implantación de un sistema de gestión integrado, siendo los enfoques importantes que promueven el concepto de desarrollo sostenible los que incluyen el énfasis en el enfoque de proceso, el desempeño comercial no financiero y la estabilidad del sector [51].

Recopilando 906 respuestas de los sectores de manufactura y servicios de China, India, Pakistán, Bangladesh y los Emiratos Árabes Unidos como países asiáticos en desarrollo, se examinó un modelo conceptual modificado multidimensional basado en la teoría de las partes interesadas y la literatura preexistente, intentando evaluar la asociación de temas ambientales y prácticas de RSC de una organización y el impacto de estos dos factores en la competitividad general. El modelo conceptual modificado demostró que los factores ambientales de RSC son beneficiosos para los sectores de manufactura y servicios de las economías en desarrollo, que crean valor para los negocios competitivos, la sociedad y el medio ambiente. Se encontró que todos los factores de RSC considerados, impactan positiva y significativamente el desempeño organizacional para la competitividad, y que tanto la innovación verde como mediador, como las aplicaciones de marketing en redes sociales como moderadores, tienen un impacto significativo en la relación de los factores de RSC del medio ambiente y la competitividad organizacional [51], [52].

En el marco de la pandemia de COVID-19, se comparó la gestión empresarial en los mercados de países BRICS y los de países de la OCDE, que permitió comprender mejor el papel de la RSC en las condiciones de la crisis económica, concluyendo que, a largo plazo,

las prácticas financieras responsables retornan todas las inversiones y permiten que los países enfrenten mejor una crisis, y que en este contexto la RSC puede verse como medida de gestión de crisis. La institucionalización de la RSC en los países emergentes está predeterminada por factores externos como estado de mercado, regulación estatal y conciencia del consumidor, y no por factores internos, demostrando una alta complejidad del fortalecimiento de la RSC en éstos países. Tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados, una de las manifestaciones más extendidas de la RSC es la transición del emprendimiento a la forma remota de actividades, que contempla la provisión de empleo remoto y, la compra en línea de bienes y servicios para consumidores [51]–[53].

Conclusiones

Este estudio identificó los principales aportes de la RSC y la competitividad a través de una consulta en Scopus y aplicación del algoritmo ToS. ToS permitió entender la evolución del concepto en forma de raíz, tronco y ramas (subáreas) estableciendo el impacto y las discusiones alrededor del tema desde sus inicios hasta la actualidad. La RSC ha generado un debate importante por su relación con la competitividad empresarial ya que, al principio, esta relación se encontraba en una zona gris donde no se había establecido claramente. Sin embargo, las investigaciones recientes se enfocan en la cantidad de inversión que debe hacer una empresa en RSC y no si se debería realizar, ya que el impacto positivo tanto en la imagen como en el desempeño financiero está apoyado científicamente.

Se encontró que existe un interés importante desde la parte académica de investigar y profundizar sobre cómo las PYMEs han comenzado a aplicar la RSC y cuáles son los beneficios y bondades de hacerlo.

Al estudiar la responsabilidad social empresarial o corporativa y su relación con la competitividad de las empresas, se identificó que un aspecto fundamental en el análisis son las estrategias utilizadas en el proceso. En este sentido, es valioso reconocer los aportes realizados por Graczyk [30] quien estudia la estructura de la Red Educativa y Económica de la Región de Wielkopolska y encontró que las estrategias utilizadas en el marco de este programa impactan de manera positiva la transformación de las entidades y su competitividad. Por su parte, Boechat & Barreto [3] encuentran que la comunicación Estratégica (CE) abre una ventana de oportunidad para la competitividad y crea valor para los diferentes grupos de interés.

Por otra parte, Canto et al. [31] y Bohe & Cruz [28] realizan análisis a nivel país, es decir, estudian la RSC en Brasil. El primero encuentra que existe una relación positiva entre innovación y la RSC; no obstante, destacan que no toda innovación genera beneficios de RSC. Por su parte, Bohe & Cruz [28] encuentran que la responsabilidad social empresarial afecta de manera positiva el desempeño de las exportaciones.

Dentro de las limitaciones que se tuvieron en el presente artículo se tiene que únicamente se utilizó para el análisis la base de datos Scopus. Se recomienda entonces que para futuras

investigación se incluyan otras bases de datos. De igual forma, la restricción del período analizado es posible haya excluido investigaciones importantes en el tema.

Referencias

- [1] M. E. Porter, "TECHNOLOGY AND COMPETITIVE ADVANTAGE," *J. Bus. Strategy*, vol. 5, no. 3, pp. 60–78, Jan. 1985, doi: 10.1108/eb039075.
- [2] A. Aguilera Castro and D. P. Puerto Becerra, "Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social," *Pensamiento & gestión*, 2012, [Online]. Available: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_abstract&tlng=pt
- [3] A. C. Boechat and A. M. Barreto, "Uma reflexão conceptual sobre a Responsabilidade Social Corporativa e a sua relação com a Comunicação Estratégica," *Media j.*, vol. 18, no. 33, pp. 25–42, Nov. 2018, doi: 10.14195/2183-5462_33_2.
- [4] A. B. Carroll, "A three-dimensional conceptual model of corporate performance," *Acad. Manage. Rev.*, vol. 4, no. 4, p. 497, Oct. 1979, doi: 10.2307/257850.
- [5] J. A. Moral-Muñoz, E. Herrera-Viedma, A. Santisteban-Espejo, and M. J. Cobo, "Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review," *EPI*, vol. 29, no. 1, Jan. 2020, doi: 10.3145/epi.2020.ene.03.
- [6] M. Kumpulainen and M. Seppänen, "Combining Web of Science and Scopus datasets in citation-based literature study," *Scientometrics*, vol. 127, no. 10, pp. 5613–5631, Oct. 2022, doi: 10.1007/s11192-022-04475-7.
- [7] S. Robledo, M. Zuluaga, L. A. Valencia, O. Arbelaez-Echeverri, P. Duque, and J.-D. Alzate-Cardona, "Tree of Science with Scopus: A Shiny Application," *Issues Sci. Technol. Librariansh.*, vol. 100, 2022, doi: 10.29173/istl2698.
- [8] M. Zuluaga, S. Robledo, O. Arbelaez-Echeverri, G. A. Osorio-Zuluaga, and N. Duque-Méndez, "Tree of Science - ToS: A Web-based Tool for Scientific Literature Recommendation. Search Less, Research More!," *Issues Sci. Technol. Librariansh.*, vol. 100, 2022, doi: 10.29173/istl2696.
- [9] E. G. Muñoz, R. Fabregat, J. Bacca-Acosta, N. Duque-Méndez, and C. Avila-Garzon, "Augmented Reality, Virtual Reality, and Game Technologies in Ophthalmology Training," *Information*, vol. 13, no. 5, p. 222, Apr. 2022, doi: 10.3390/info13050222.
- [10] D. A. Torres, A. M. B. Rodríguez, and P. A. E. Gutiérrez, "COVID-19 in Business, Management, and Economics: Research Perspectives and Bibliometric Analysis," *BAR, Braz. Adm. Rev.*, vol. 19, no. 3, Jul. 2022, doi: 10.1590/1807-7692bar2022220016.
- [11] P. López-Rubio, N. Roig-Tierno, and A. Mas-Tur, "Which regions produce the most innovation policy research?," *Policy Studies*, pp. 1–23, Jun. 2021, doi: 10.1080/01442872.2021.1937595.
- [12] A. E. Rubio, G. Y. F. Yepes, and L. A. V. Marín, "Gobernanza para el desarrollo y la sostenibilidad de los destinos turísticos: una revisión de la literatura con ToS," *Interfaces*, vol. 5, no. 1, Sep. 2022, Accessed: Oct. 01, 2022. [Online]. Available: <https://revistas.unilivre.edu.co/index.php/interfaces/article/view/9459>

[13] A. M. Barrera Rodríguez, P. L. Duque Hurtado, and V. L. Merchán Villegas, “Neurociencia y comportamiento del consumidor,” *Cuad. Latinoam. Adm.*, vol. 18, no. 35, Aug. 2022, doi: 10.18270/cuaderlam.v18i35.3855.

[14] A. M. Barrera Rodríguez, E. J. Duque Oliva, and J. A. Vieira Salazar, “Actor engagement: origin, evolution and trends,” *J. bus. ind. mark.*, Sep. 2022, doi: 10.1108/jbim-11-2021-0512.

[15] S. Robledo, A. M. Grisales Aguirre, M. Hughes, and F. Eggers, “‘Hasta la vista, baby’ – will machine learning terminate human literature reviews in entrepreneurship?,” *J. Small Bus. Manage.*, pp. 1–30, Aug. 2021, doi: 10.1080/00472778.2021.1955125.

[16] V. Ramos-Enríquez, P. Duque, and J. A. V. Salazar, “Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento: evolución y tendencias de investigación,” *Des.Geren*, vol. 13, no. 1, pp. 1–34, Apr. 2021, doi: 10.17081/dege.13.1.4210.

[17] A. S. Gómez Tabares and M. C. Correa Duque, “La asociación entre acoso y ciberacoso escolar y el efecto predictor de la desconexión moral: una revisión bibliométrica basada en la teoría de grafos,” *Educ. XX1*, vol. 25, no. 1, pp. 273–308, Jan. 2022, doi: 10.5944/educxx1.29995.

[18] H. Semanate-Quiñonez, A. Upegui-Valencia, and M. Upegui-Valencia, “Blended learning, avances y tendencias en la educación superior: una aproximación a la literatura,” *Inf. tec.*, vol. 86, no. 1, pp. 46–68, 2022, doi: 10.23850/22565035.3705.

[19] F. Eggers, H. Risselada, T. Niemand, and S. Robledo, “Referral campaigns for software startups: The impact of network characteristics on product adoption,” *J. Bus. Res.*, vol. 145, pp. 309–324, Jun. 2022, doi: 10.1016/j.jbusres.2022.03.007.

[20] M. Orlitzky, F. L. Schmidt, and S. L. Rynes, “Corporate social and financial performance: A meta-analysis,” *Organ. stud.*, vol. 24, no. 3, pp. 403–441, Mar. 2003, doi: 10.1177/0170840603024003910.

[21] M. E. Potter, “Strategy and society : the link between competitive advantage and corporate social responsibility,” *Harv. Bus. Rev.*, vol. 84, no. 12, pp. 78–92, 2006, Accessed: Nov. 23, 2022. [Online]. Available: <https://ci.nii.ac.jp/naid/10026455321/>

[22] J.D. Turker, “Measuring corporate social responsibility: A scale development study,” *J. Bus. Ethics*, vol. 85, no. 4, pp. 411–427, Apr. 2009, doi: 10.1007/s10551-008-9780-6.

[23] A. B. Carroll and K. M. Shabana, “The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice,” *Int. J. Manag. Rev.*, vol. 12, no. 1, pp. 85–105, Mar. 2010, doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x.

[24] A. McWilliams and D. Siegel, “Profit maximizing corporate social responsibility,” *Acad. Manage. Rev.*, vol. 26, no. 4, pp. 504–505, 2001, [Online]. Available: https://www.academia.edu/download/48474877/Profit-Maximizing_Corporate_Social_Resp20160831-25045-1q1vuv9.pdf

[25] A. B. Carroll, “The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders,” *Bus. Horiz.*, vol. 34, no. 4, pp. 39–48, Jul. 1991, doi: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.

[26] A. McWilliams and D. Siegel, “Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?,” *Strategic Manage. J.*, vol. 21, no. 5, pp. 603–609, May 2000, doi: 10.1002/(sici)1097-0266(200005)21:5<603::aid-smj101>3.0.co;2-3.

[27] I. D. Sardinha, L. Reijnders, and P. Antunes, “Using corporate social responsibility benchmarking framework to identify and assess corporate social responsibility trends of real estate companies owning and developing shopping centres,” *J. Clean. Prod.*, vol. 19, no. 13, pp. 1486–1493, Sep. 2011, doi: 10.1016/j.jclepro.2011.04.011.

[28] D. M. Boehe and L. Barin Cruz, “Corporate social responsibility, product differentiation strategy and export performance,” *J. Bus. Ethics*, vol. 91, no. S2, pp. 325–346, Feb. 2010, doi: 10.1007/s10551-010-0613-z.

[29] H.-L. Chih, H.-H. Chih, and T.-Y. Chen, “On the determinants of corporate social responsibility: International evidence on the financial industry,” *J. Bus. Ethics*, vol. 93, no. 1, pp. 115–135, Apr. 2010, doi: 10.1007/s10551-009-0186-x.

[30] M. Graczyk-Kucharska, M. Goliński, and M. Szafranski, “Information Management About Social Competences in a Network Economy for the Needs of the Development of Corporate Social Responsibility,” in *Social Responsibility and Corporate Governance: Volume 2: Policy and Practice*, M. Mulej, G. O’Sullivan, and T. Štrukelj, Eds. Cham: Springer International Publishing, 2021, pp. 93–108. doi: 10.1007/978-3-030-46095-2_4.

[31] N. R. D. Canto, N. R. Do Canto, A. C. D. Verschoore, P. Dias, and M. D. De Barcellos, “CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND INNOVATION: A MULTIPLE CASE STUDY WITH BRAZILIAN COMPANIES,” *Revista de Gestão Social e Ambiental*, vol. 14, no. 1, pp. 93–113, 2020. doi: 10.24857/rgsa.v14i1.2189.

[32] C. Flammer and A. Kacperczyk, “Corporate social responsibility as a defense against knowledge spillovers: Evidence from the inevitable disclosure doctrine,” *Strategic Manage. J.*, no. smj.3025, Apr. 2019, doi: 10.1002/smj.3025.

[33] H. Jenkins, “A ‘business opportunity’ model of corporate social responsibility for small- and medium-sized enterprises,” *Bus. Ethics*, vol. 18, no. 1, pp. 21–36, Jan. 2009, doi: 10.1111/j.1467-8608.2009.01546.x.

[34] P. Perry and N. Towers, “Determining the antecedents for a strategy of corporate social responsibility by small- and medium-sized enterprises in the UK fashion apparel industry,” *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 16, no. 5, pp. 377–385, Sep. 2009, doi: 10.1016/j.jretconser.2009.05.003.

[35] F. Perrini, A. Russo, and A. Tencati, “CSR strategies of SMEs and large firms. Evidence from Italy,” *J. Bus. Ethics*, vol. 74, no. 3, pp. 285–300, Aug. 2007, doi: 10.1007/s10551-006-9235-x.

[36] E. Apospori, K. G. Zografos, and S. Magrizos, “SME corporate social responsibility and competitiveness: a literature review,” *Int. J. Technol. Manag.*, Mar. 2012, Accessed: Nov. 23, 2022. [Online]. Available: <https://www.inderscienceonline.com/doi/10.1504/IJTM.2012.045786>

[37] J. Herrera Madueño, M. Larrán Jorge, I. Martínez Conesa, and D. Martínez-Martínez, “Relationship between corporate social responsibility and competitive performance in Spanish

SMEs: Empirical evidence from a stakeholders' perspective," *BRQ Bus. Res. Q.*, vol. 19, no. 1, pp. 55–72, Jan. 2016, doi: 10.1016/j.brq.2015.06.002.

[38] D. Martínez-Martínez, J. H. Madueño, M. L. Jorge, and M. P. L. Sancho, "The strategic nature of corporate social responsibility in SMEs: a multiple mediator analysis," *Industrial Management & Data Systems*, vol. 117, no. 1, pp. 2–31, Feb. 2017, doi: 10.1108/IMDS-07-2015-0315.

[39] P. Jain, V. Vyas, and A. Roy, "Exploring the mediating role of intellectual capital and competitive advantage on the relation between CSR and financial performance in SMEs," *Soc. Responsib. Journal. Law Med.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–23, Mar. 2017, doi: 10.1108/SRJ-04-2015-0048.

[40] M. Uzhegova, L. Torkkeli, and S. Saarenketo, "Corporate Social Responsibility in SMEs: Implications on Competitive Performance Date submitted: October 12, 2017 Revised version accepted after double blind review: December 15, 2018," *Manag.-Rev.*, vol. 30, no. 2–3, pp. 232–267, 2019, doi: 10.5771/0935-9915-2019-2-3-232.

[41] T. B. Hadj, "Effects of corporate social responsibility towards stakeholders and environmental management on responsible innovation and competitiveness," *J. Clean. Prod.*, vol. 250, no. 119490, p. 119490, Mar. 2020, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.119490.

[42] C. Stoian and M. Gilman, "Corporate social responsibility that 'pays': A strategic approach to CSR for SMEs," *J. Small Bus. Manage.*, vol. 55, no. 1, pp. 5–31, Jan. 2017, doi: 10.1111/jsbm.12224.

[43] L. Lovrenčić Butković, A. Radić Stanišić, and M. A. Omazić, "Građevni otpad kao važan element društveno odgovornog poslovanja manjih građevinskih poduzeća," *Soc. ekol.*, vol. 29, no. 2, pp. 293–314, 2020, doi: 10.17234/socekol.29.2.7.

[44] V. D. Beloskar and S. V. D. N. Rao, "Corporate social responsibility: Is too much bad?—evidence from India," *Asia-Pac. Financ. Mark.*, Sep. 2021, doi: 10.1007/s10690-021-09347-3.

[45] Y.-R. Yang, X.-L. Han, X. Wang, and J.-Y. Yu, "Research on executive equity incentives and corporate innovation performance: the role of corporate social responsibility," *Chin. Manage. Stud.*, Aug. 2022, doi: 10.1108/cms-10-2020-0447.

[46] A. Chiarini, E. Conti, and P. Zhou, "Lean and corporate social responsibility: a systematic literature review," *Total Qual. Manage. Bus. Excel.*, pp. 1–35, Jul. 2022, doi: 10.1080/14783363.2022.2090920.

[47] M. F. de S. de Melo, R. de C. S. Pião, W. L. Campos-Silva, and D. P. Nery, "Corporate social responsibility and competitiveness: a study of Brazilian multinationals," *Production*, vol. 32, 2022, doi: 10.1590/0103-6513.20210111.

[48] G. Ha Hai, H.-T. Phan, D. Nguyen Ngoc, T. Nguyen Huy, and M. Thi Thuong, "Do competitiveness and corporate social responsibility affect brand image? A case study of Vietnamese financial leasing companies," *Probl. Perspect. Manag.*, vol. 20, no. 1, pp. 203–215, Feb. 2022, doi: 10.21511/ppm.20(1).2022.18.

[49] C. Sun, S. Skapa, J. Liu, J. Horak, and Y. Yang, “Does core competence affect corporate social responsibility?,” *J. Competitiveness*, vol. 13, no. 4, pp. 132–150, Dec. 2021, doi: 10.7441/joc.2021.04.08.

[50] S. Gungadeen, Z. Hossanoo, and V. Gungah, “Corporate social responsibility in Mauritius,” in *CSR, Sustainability, Ethics & Governance*, Cham: Springer International Publishing, 2021, pp. 493–523. doi: 10.1007/978-3-030-68386-3_23.

[51] P. Vrabcová and H. Urbancová, “Approaches of selected organisations in the Czech Republic to promoting the concept of sustainable development and corporate social responsibility,” *Agric. Econ.*, vol. 67, no. 7, pp. 255–265, Jul. 2021, doi: 10.17221/8/2021-agricecon.

[52] R. R. Ahmed and D. Streimikiene, “Environmental issues and strategic corporate social responsibility for organizational competitiveness,” *J. Competitiveness*, vol. 13, no. 2, pp. 5–22, Jun. 2021, doi: 10.7441/joc.2021.02.01.

[53] E. Popkova, P. DeLo, and B. S. Sergi, “Corporate Social Responsibility Amid Social Distancing During the COVID-19 Crisis: BRICS vs. OECD Countries,” *Res Int Bus Finance*, vol. 55, p. 101315, Jan. 2021, doi: 10.1016/j.ribaf.2020.101315.