



**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social
Corporativa. Período 2010-2015**

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social Corporativa.
Período 2010-2015**

Erick Paul Murillo Delgado¹, Carlos Elías Almeida Rueda²

1 Universidad de Guayaquil, erick.murillod@ug.edu.ec

2 Universidad de Guayaquil, carlos.almeidaru@ug.edu.ec

RESUMEN

El estudio realizado se planteó como objetivo efectuar un análisis exploratorio de las investigaciones realizadas sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC); para ello se desarrolló una revisión en Google Académico de las referencias que contuvieran en su título los términos: “responsabilidad social corporativa“ o “corporate social responsibility” para los años 2010 a 2015, empleando la herramienta “Publish or Perish”; lo cual permitió preparar una Base de Datos en Excel con 1698 referencias, de fácil manejo y que contiene 11 indicadores diferentes, lo que permite filtrar los resultados y recuperar los artículos en la temática de la RSC.

La Base de Datos también permite ordenar las referencias de acuerdo con el número de citas recibida lo que sugiere como una estrategia adecuada seleccionar aquellas de mayor impacto en la comunidad científica, puede resultar muy efectivo para investigadores que se estén iniciando en el estudio de esta temática.

El análisis de contenidos realizado permitió determinar cómo tendencias generales de interés las investigaciones generales que sistematizan los modelos y las tendencias en RSC, RSC y los stakeholders, además de la relación de la RSC con la percepción de los consumidores.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, google académico, publish or perish, estado del arte RSC



**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social
Corporativa. Período 2010-2015**

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304



**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social
Corporativa. Período 2010-2015**

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

Exploratory research analysis on Corporate Social Responsibility. Period 2010-2015

ABSTRACT

The study presented as objective to perform an exploratory analysis of the research on Corporate Social Responsibility (CSR); with a review on Google Scholar references contained in its title the terms "corporate social responsibility" and the similar term in Spanish for the years 2010-2015, using the "Publish or Perish" tool; which allowed preparing a database in Excel with 1698 references, easy to use and that contains 11 different indicators, which allows to filter the results and retrieve items from the topic of CSR.

Database also allows to sort the references according to the number of citations received as an appropriate strategy to select those with the greatest impact in the scientific community. This strategy can be very effective for researchers who are starting to study this subject.

Content analysis made it possible to determine general trends and systematized models and trends in CSR, stakeholder and in addition the relation of the CSR to the perception of consumers.

Keywords: corporate social responsibility, google scholar, publish or perish, CSR state of the art



1. INTRODUCCIÓN

Un riesgo que corre el investigador en el campo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es no poder precisar con claridad las tendencias y nivel de las investigaciones que se han desarrollado en esta temática. La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) partió de los requerimientos de la sociedad que comenzó a exigir a las empresas algo más que un producto de buena calidad y precio competitivo (García, 2012). Estos requerimientos impulsaron el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y llevaron a la proliferación de reportes investigativos sobre RSC que no siempre brindan un marco coherente y mucho menos estratégico para el desarrollo de las actividades de esta (Porter & Kramer, 2006).

Desde 1953 (Bowen & Johnson, 1953), la evolución ulterior (Carroll, 1999), hasta la actualidad, el concepto de RSC ha evolucionado tanto en cuanto a lo que se considera su alcance como en relación con sus aplicaciones. A la vez tras varias décadas de investigación sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC), otra de las dificultades que se enfrenta en la revisión de la literatura sigue siendo determinar cómo se puede medir esta (González-Ramos, Manzanares, & Gómez, 2014).

Los trabajos investigativos reportados sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) pueden abarcar así desde temas tan diversos como: la actitud de los empresarios y directivos ante la RSC (Mababu Mukiur, 2010), los posibles aportes a la economía (Estupiñán, 2015), la creación de reputación corporativa a partir de la gestión de la RSC (Lozano, 2015) hasta el análisis de los mismos en redes sociales (Adrado, 2015)

Otro aspecto que necesariamente debe tomar en cuenta el investigador es el referido al tipo y diseño de la investigación empleado para el estudio de la RSC. En esta dirección se han reportado investigaciones de tipo cuantitativo (Edmans, 2012), de tipo cuantitativo con diseño transversal, descriptivas, no probabilísticas, empíricas (Becchetti, Ciciretti, Hasan, & Kobeissi, 2012) y estudios de tipo cualitativo, descriptivos, no probabilísticos y empíricos (Bocquet & Mothe, 2011).



Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social Corporativa. Período 2010-2015

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

En relación con el estado del arte en RSC se ha reportado un estudio muy completo de tendencias (Hipólito, 2015) y un enfoque específico (Pérez-Aranda, 2014) en turismo.

Dado que tanto el número de artículos investigativos publicados, como la diversidad de enfoques y aplicaciones hacen que resulte complicado establecer el denominado “estado del arte” en la temática de RSC esta investigación se planteó como objetivo realizar un análisis exploratorio de las publicaciones reportadas sobre Responsabilidad Social Corporativa para el período 2010-2015. Para ello realizó el análisis de la factibilidad de preparar una Base de Datos que pudiera ser de utilización inmediata por investigadores y estudiantes para una mejor localización de los artículos reportados en RSC.

2. MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación se analizaron en el Google Académico las publicaciones reportadas en el tema objeto de estudio; se empleó la herramienta Publish or Perish (Harzing, 2015) para sistematizar la búsqueda. Esta permite investigar el impacto de autores, revistas o citas, en el Google Académico que se ha demostrado puede ser empleado para determinar el estado del arte (Alonso & González, 2014) en un tópico o tema o para estudios bibliométricos de revistas científicas (González Alonso & Pérez González, 2015).

La búsqueda se realizó a través de dos estrategias:

- Presencia en el título del artículo del término: “responsabilidad social corporativa”
- Presencia del término en inglés: “corporate social responsibility”

Se estableció el límite temporal del año 2010 al 2015

La herramienta señalada permite la exportación a una hoja de cálculo (Excel) de los resultados y de todo un conjunto de indicadores, de este modo se genera una Base de Datos que puede filtrarse de acuerdo con varios criterios, por ejemplo: años, número de citas por artículo y de esta forma se logra una clasificación más objetiva pudiendo identificar los de mayor impacto, o sea los más citados en otras publicaciones.



Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social Corporativa. Período 2010-2015

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

A partir de la Base de Datos preparada se pudo sistematizar el análisis de los contenidos.

3. RESULTADOS

La Base de Datos contiene 1698 referencias cuyo contenido básico se resume en la Tabla 1 a continuación:

Tabla 1. Total de Referencias contenidas en la Base de Datos RSC

Término	Artículos	Citas	Citas/Año	Citas/Artículo
responsabilidad social corporativa	701	630	126.00	0.90
corporate social responsibility	997	34059	6811.80	34.06

Todas estas referencias están agrupadas en la Base de Datos, en Excel que contiene 4 hojas, 2 hojas de indicadores resumen para cada término y dos hojas que contienen para cada referencia los campos siguientes:

- a) Citas recibidas
- b) Autor(es)
- c) Título
- d) Año
- e) Fuente
- f) Editor
- g) Enlace al artículo
- h) Enlace al Artículo en Google Académico
- i) Rango en Google Académico
- j) Fecha de la búsqueda
- k) Formato del documento, de estar disponible: HTML; PDF

El número de citas recibidas es sin dudas un indicador del impacto del artículo o libro en la comunidad científica y por ejemplo, las referencias más citadas para cada término de búsqueda se pueden apreciar en la Tabla 2.



Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social Corporativa. Período 2010-2015

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

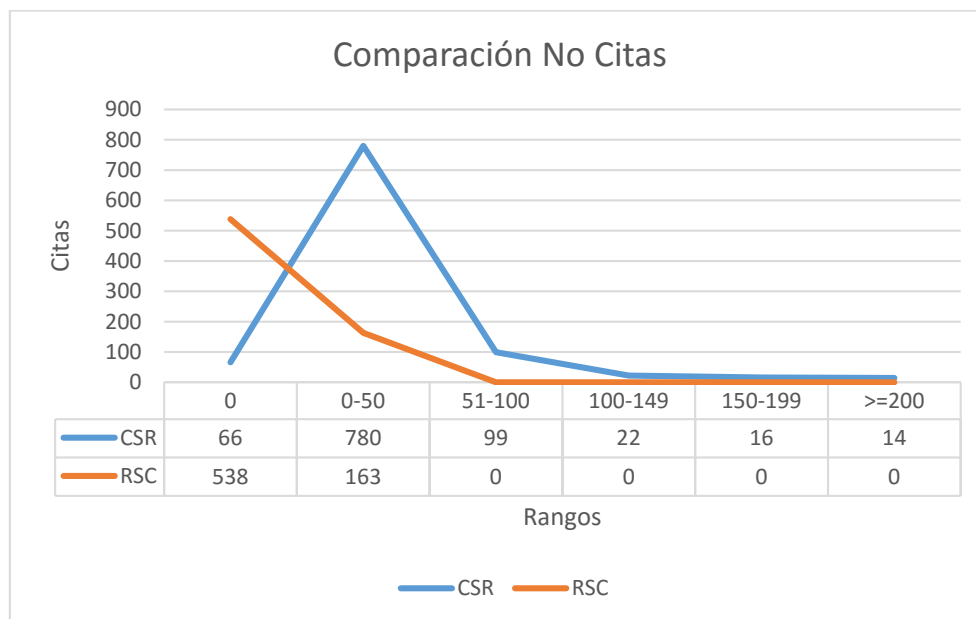
Tabla 2. Ejemplo de referencias con mayor impacto

Referencia	Citas recibidas
(Garriga & Melé, 2013)	2134
(Carroll & Shabana, 2010)	928
(García, 2012)	134
(Pérez Ruiz & Rodríguez del Bosque Rodríguez, 2012)	22

Se observa que los artículos escritos en idioma inglés (corporate social responsibility) tienen un impacto muy superior a aquellos en español (responsabilidad social corporativa).

Esto se ejemplifica más claramente si se aprecia la agrupación por rangos para las dos búsquedas realizadas

Gráfico 1. Número de citas para CSR (Corporate Social Responsibility) y RSC (Responsabilidad Social Corporativa)





Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social Corporativa. Período 2010-2015

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

Como se observa se marcan dos tendencias bien diferenciadas claras con un mayor impacto en las referencias en idioma inglés.

Estos resultados sugieren como una buena estrategia, al menos para investigadores que se inician en el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa, concentrarse en el estudio de los artículos de mayor impacto, filtrando los resultados en la base, de acuerdo con el número de citas recibido.

El análisis de contenidos realizado de forma exploratoria permitió concluir como tendencias general de las investigaciones en el tema las siguientes:

Investigaciones generales que sistematizan los modelos y tendencia en RSC: (Rajak, 2011), (Carroll & Shabana, 2010; García, 2012) y (Aguinis & Glavas, 2012).

Investigaciones relacionadas con el vínculo entre la RSC y los stakeholders: (Werther Jr & Chandler, 2010), (Barnea & Rubin, 2010), (Peloza & Shang, 2011) y (Toro & Pavia, 2011)

Relación de la RSC con la percepción de los consumidores: (Alcañiz, Herrera, Manzano, & Pérez, 2011), (Green & Peloza, 2011)

Algunos temas de interés particular pueden ser obtenidos fácilmente filtrando en la Base de Datos el término en cuestión por ejemplo:

RSC en Pymes: (Conraud Koellner, 2015) y (Torre, 2011)

4. CONCLUSIONES

Esta Base de Datos es de fácil manejo y permite filtrar los resultados desde diferentes puntos de vista que posibilitan una rápida orientación y recuperación en la temática de la RSC.

La Base de Datos permite ordenar las referencias de acuerdo con el número de citas recibida lo que sugiere como una estrategia adecuada seleccionar aquellas de mayor



**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social
Corporativa. Período 2010-2015**

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

impacto en la comunidad científica, lo que puede resultar muy efectivo para investigadores que se estén iniciando en el estudio de esta temática.

El análisis de contenidos realizado permitió determinar tendencias generales de las investigaciones realizadas sobre la RSC y la CSR



Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social Corporativa. Período 2010-2015

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adrado, I. S. (2015). *ANALISIS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ORIENTADA A COMUNIDADES DE USUARIOS EN TWITTER*. Universidad Autónoma de Madrid. Retrieved from https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/664854/Santander_Adrado_Ivan_tfg.pdf?sequence=1
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility a review and research agenda. *Journal of management*, 38(4), 932-968.
- Alcañiz, E. B., Herrera, A. A., Manzano, J. A., & Pérez, R. C. (2011). Efectos de la responsabilidad social corporativa percibida por el consumidor sobre el valor y la satisfacción con el servicio/Effects of Consumer Perception of Corporate Social Responsibility on Service Satisfaction and Perceived Value. *Revista europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(4), 139.
- Alonso, J. A. G., & González, Y. P. (2014). Precisión del “estado del arte”. Paso imprescindible para poder escribir un artículo para una revista indexada. *Revista Publicando*, 1(1).
- Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate social responsibility as a conflict between shareholders. *Journal of business ethics*, 97(1), 71-86.
- Becchetti, L., Ciciretti, R., Hasan, I., & Kobeissi, N. (2012). Corporate social responsibility and shareholder's value. *Journal of Business Research*, 65(11), 1628-1635.
- Bocquet, R., & Mothe, C. (2011). Exploring the relationship between CSR and innovation: A comparison between small and largesized French companies. *Revue Sciences de Gestion*(80), 101-119.
- Bowen, H. R., & Johnson, F. E. (1953). *Social responsibility of the businessman*: Harper.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Conraud Koellner, E. (2015). *Responsabilidad Social Corporativa En Las Pymes Del Estado De Guanajuato, México*. Paper presented at the 27th Annual Meeting.



**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social
Corporativa. Período 2010-2015**

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

- Edmans, A. (2012). The link between job satisfaction and firm value, with implications for corporate social responsibility. *The Academy of Management Perspectives*, 26(4), 1-19.
- Estupiñán, J. M. T. (2015). La responsabilidad social corporativa y su aporte a la economía. *Revista Finanzas y Política Económica*, 7(1), 11-14.
- García, F. N. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*: EsiC Editorial.
- Garriga, E., & Melé, D. (2013). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory *Citation Classics from the Journal of Business Ethics* (pp. 69-96): Springer.
- González-Ramos, M. I., Manzanares, M. J. D., & Gómez, F. G. (2014). Propuesta de una escala para la medición de la responsabilidad social corporativa. *Pecunia*(18), 1.
- González Alonso, J. A., & Pérez González, Y. (2015). Presencia en Google Scholar y en la WEB de la Revista Cubana de Plantas Medicinales. 2015, 20(1).
- Green, T., & Peloza, J. (2011). How does corporate social responsibility create value for consumers? *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), 48-56.
- Harzing, A.-W. (2015). Harzing.com. *Publish or Perish*. Retrieved 15 de Enero, 2015, from http://www.harzing.com/pop.htm?source=pop_4.6.4.5271
- Hipólito, D. M. N. (2015). Estado del arte de la responsabilidad social corporativa. *Nova Rua*, 4(8).
- Lozano, J. P. R. (2015). CREACIÓN DE REPUTACIÓN CORPORATIVA MEDIANTE LA ADECUADA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. ESTUDIO DEL CASO DE LAS EMPRESAS: BCP, KIMBERLY CLARK Y AFP INTEGRA-SURA. *European Scientific Journal*, 11(14).
- Mababu Mukiur, R. (2010). Actitudes de los empresarios y directivos hacia la responsabilidad social corporativa. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 26(2), 101-114.
- Peloza, J., & Shang, J. (2011). How can corporate social responsibility activities create value for stakeholders? A systematic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 117-135.
- Pérez-Aranda, J. A. (2014). La responsabilidad social corporativa en turismo. Estado de la cuestión. España: Escuela Universitaria de Hotelería y Turismo CETT-UB . Universidad de Barcelona, Barcelona, España.



**Análisis exploratorio de investigaciones en Responsabilidad Social
Corporativa. Período 2010-2015**

Revista Publicando, 2(4). 2015, 84-95. ISSN 1390-9304

- Pérez Ruiz, A., & Rodríguez del Bosque Rodríguez, I. A. (2012). La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility.
- Rajak, D. (2011). *In good company: An anatomy of corporate social responsibility*: Stanford University Press.
- Toro, J. A. O., & Pavia, C. F. (2011). Los stakeholders de las empresas de comunicación en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*(25), 107.
- Torre, P. R. (2011). La Responsabilidad Social Corporativa en las pymes. *Lan Harremanak. Revista de Relaciones Laborales*(14).
- Werther Jr, W. B., & Chandler, D. (2010). *Strategic corporate social responsibility: Stakeholders in a global environment*: Sage Publications.