



Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento: evolución y tendencias de investigación

Corporate Social Responsibility and Entrepreneurship: evolution and research trends

Viviana Ramos-Enríquez 

Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia.

Pedro Duque 

Universidad Católica Luis Amigó, Manizales, Colombia.

Jaime Andrés Vieira Salazar 

Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia.

Resumen

La Responsabilidad Social Corporativa y el emprendimiento son temas de gran amplitud e importancia teórica y práctica, los cuales, han sido abordados desde diversas perspectivas y aplicables en diferentes escenarios. Aunque el interés por ambos temas se ha incrementado en los últimos años, no se ha evidenciado una revisión bibliográfica que muestre su evolución y sus tendencias mediante un análisis de citas. Por tanto, el presente artículo tuvo como propósito identificar las tendencias de investigación emergentes en estos temas, cubriendo la literatura de Web of Science y Scopus mediante el mapeo científico. Para esto, se desarrolló un análisis bibliométrico de la producción científica; y se utilizó la analogía del árbol para clasificar los documentos principales. Los resultados reflejaron que la Responsabilidad Social Corporativa es aplicable a cualquier tipo de organización, sin embargo, en empresas pequeñas y emprendimientos se ve limitada debido a presiones de grupos de interés. En el análisis de citas se evidenciaron tres perspectivas o corrientes de investigación: desempeño y sostenibilidad; cambios institucionales y organizacionales; valor compartido y emprendimiento social. En términos prácticos, los gerentes y emprendedores pueden implementar estrategias innovadoras y sostenibles bajo modelos de responsabilidad social integradores.

Palabras clave: Árbol de la ciencia, Emprendimiento social, Mapeo científico, Responsabilidad Social, Sostenibilidad.

Clasificación JEL: M14

Abstract

Corporate Social Responsibility and entrepreneurship are topics of great breadth and theoretical and practical importance, which have been approached from different perspectives and applicable in different scenarios. Although interest in both topics has increased in recent years, there has been no evidence of a literature review showing their evolution and trends through citation analysis. Therefore, the purpose of this article was to identify the emerging research trends in these topics, covering the Web of Science and Scopus literature by means of scientific mapping. For this, a bibliometric analysis of the scientific production was developed; and the tree analogy was used to classify the main documents. The results showed that Corporate Social Responsibility is applicable to any type of organization; however, in small companies and entrepreneurs it is limited due to pressures from interest groups. Three perspectives or streams of research were evident in the citation analysis: performance and sustainability; institutional and organizational change; shared value and social entrepreneurship. In practical terms, managers and entrepreneurs can implement innovative and sustainable strategies under integrative social responsibility models.

Keywords: Science tree, Social entrepreneurship, Science mapping, Social responsibility, Sustainability.

JEL Classification: M14

Autor de Correspondencia

varamose@unal.edu.co

Recibido: 04-06-2020

Aceptado: 05-02-2021

Publicación: 08-04-2021



Copyright © 2021
Desarrollo Gerencial

Como referenciar este artículo (APA):

Ramos-Enríquez, V., Duque, P. & Vieira Salazar, A. (2021). Responsabilidad Social Corporativa y emprendimiento: Evolución y tendencias de investigación. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1-34. <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4210>

Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC) y el emprendimiento son temas de gran amplitud e importancia, teórica y práctica; autores como Zhuang et al. (2020) establecen que las empresas con orientaciones hacia la innovación, proactividad y toma de riesgos, fomentan el desarrollo e implementación de prácticas socialmente responsables con beneficios comunes. Para ello, las organizaciones requieren de un liderazgo que facilite el establecimiento y la puesta en marcha de acciones responsables y sostenibles, teniendo en cuenta los factores culturales y sociales que los que se enfrentan (Silvestri y Veltri, 2020). Sin embargo, dichas acciones responsables pueden ser impulsadas o incluso limitadas por factores como la identidad organizacional, el emprendimiento corporativo y la conciencia ambiental de la organización en general y de sus colaboradores (Cheema et al., 2020).

Es así como la gestión de la RSC, las prácticas sostenibles y el emprendimiento social deben ir más allá del comportamiento político y legislativo, ya que, en cierta medida, el desarrollo territorial y la sostenibilidad a largo plazo dependen de ello (Mora-Mayoral y Martínez-Martínez, 2018). Esto coincide, con el enfoque de la RSC propuesto por Carroll (1979; 1991) que integra diversos componentes: legales, sociales, económicos, ambientales, éticos y discrecionales, los cuales deben interrelacionarse para lograr un equilibrio, que permita a las organizaciones responder a las expectativas y necesidades de sus múltiples partes interesadas. Lo anterior, es una visión de una RSC orientada hacia organizaciones y emprendimientos sociales con propósitos sostenibles (Thananusak, 2019; Tiba et al., 2019).

Sin embargo, pese a que en los últimos años ha incrementado el interés por investigar sobre estos temas debido a su relevancia teórica y práctica, a la fecha no se evidencia una revisión sistemática que muestre el desarrollo evolutivo y tendencias, abordando de forma conjunta la RSC y el emprendimiento mediante un mapeo científico y análisis de co-citaciones. Durante la revisión de la literatura se identificaron algunas revisiones preliminares asociadas al tema, por ejemplo, la investigación de Tiba et al. (2019) quienes efectuaron una revisión que compara el emprendimiento responsable y la RSC para identificar futuros campos de investigación; estos autores enfocaron en trabajos académicos bajo una búsqueda general a través de la Web of Science (WOS en adelante).

Asimismo, Palakshappa y Grant (2018) analizan los conceptos de empresa social y RSC, y se enfocan en revisiones breves de modelos y/o representaciones de cada concepto; Thananusak (2019) también desarrolló una revisión mediante un mapeo científico, centrándose únicamente en el concepto de emprendimiento sostenible (subcampo de la investigación sobre emprendimiento). En razón a ello, la presente investigación tuvo como propósito realizar un análisis evolutivo e identificar las tendencias de investigación emergentes entre la RSC y el emprendimiento, cubriendo tanto la literatura de WOS como la de Scopus a través de un mapeo científico, teniendo en cuenta las limitaciones encontradas en las revisiones

previas y considerando la importancia de los resultados de esta investigación tanto para investigadores, como para empresarios y emprendedores, quienes pueden promover estrategias innovadoras y sostenibles bajo modelos de responsabilidad social integradores.

Para cumplir con el propósito de investigación, primero, se realizó un análisis bibliométrico de la producción en WOS y Scopus. Los registros obtenidos se exportaron y se procesaron mediante Bibliometrix (Aria y Cuccurullo, 2017). Luego, se extrajeron las referencias bibliográficas mediante programación en R, aplicando el algoritmo *Tree of Science (TOS)* (Robledo et al., 2014) que permitió seleccionar los documentos representativos del campo, utilizando la analogía del árbol. Estos fueron identificados y clasificados por el algoritmo, de acuerdo con la relevancia e interrelación dentro de una red, los hegemónicos o clásicos, los estructurales o intermedios y, finalmente, los más actuales.

Posteriormente, en el programa *Gephi* (Jacomy et al., 2014) se construyó una red social con las referencias de todos los registros, esto permitió visualizar la red e identificar los documentos que eran más relevantes, de acuerdo con sus indicadores bibliométricos. Por último, se realizó un análisis de co-citaciones para identificar las diversas perspectivas y tendencias frente al tema.

Finalmente, este artículo se encuentra estructurado en cuatro apartados: el primero explica la metodología para la búsqueda, selección y procesamiento de los documentos. El segundo, presenta los resultados obtenidos a partir de las herramientas bibliométricas; además, se clasifican los documentos mediante la analogía del árbol. Posteriormente, se presentan las perspectivas y tendencias del tema, se establecen las conclusiones, limitaciones y recomendaciones respectivas para investigaciones futuras.

Fundamentación teórica

Como se mencionó anteriormente, la RSC y el emprendimiento son dos categorías conceptuales que tienen relevancia teórica y práctica; sin embargo, sus teorías y enfoques han evolucionado a lo largo de los años, adaptándose a los diferentes fenómenos y coyunturas, de tipo económico, político y social (Martínez et al., 2017). Con base en ello, en este apartado se establecen diferentes aproximaciones teóricas y conceptuales sobre la RSC, el emprendimiento, y los conceptos y enfoques que vinculan ambas categorías.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Remitirse al término de RSC, implica pensar en un campo amplio y controvertido, debido a la variedad de teorías y enfoques que lo conforman: instrumentales, políticas, integradoras y éticas (Garriga y Melé, 2013). Con relación a ello, diversos autores han encontrado que existen diferentes acepciones y percepciones sobre el concepto RSC. Algunos lo asocian con aspectos legales u obligatorios, otros con aspectos caritativos y filantrópicos, otros, como modelos de supervivencia y legitimidad en los contextos en que las organizaciones se desarrollan, e incluso algunos lo han determinado como un mecanismo o

estrategia de reconocimiento y marketing para la obtención de beneficios económicos (Garriga y Melé, 2013; Martínez et al., 2017; Votaw, 1972).

Visión económica de la RSC

En la década de los 70, Milton Friedman, ofrecía una visión de RSC orientada a la rentabilidad económica y a la obtención de ganancias, además, argumentaba que la única responsabilidad de las empresas era incrementar sus beneficios económicos, cuya óptica se centró en una responsabilidad social vinculada a las organizaciones con ánimo de lucro, es decir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (Martínez et al., 2017). Más adelante, autores como McWilliams y Siegel (2001) sugirieron que la inversión en actividades sociales y filantrópicas son adecuadas y benéficas porque contribuyen a la generación de ganancias y rentabilidad para las organizaciones. En palabras de Keim (1978) la RSC puede definirse como un modelo ilustrado de interés propio.

De igual manera, dentro de esta visión instrumental (Garriga y Melé, 2013), se vincula la idea de la RSC como una estrategia o mecanismo para obtener ventajas competitivas, a través de la asignación de recursos a largo plazo con propósitos sociales (Husted y Allen, 2000), la inversión en actividades filantrópicas (Porter y Kramer, 2002) y la inversión en la base de la pirámide económica, que se traduce en la creación de valor social para los menos favorecidos, pero al mismo tiempo en ganancias y rentabilidad para la empresa (Prahalad y Hammond, 2002). De este modo, la innovación y desarrollo de actividades y productos socialmente responsables, acompañados de marketing, pueden convertirse en una fuente de reputación y posicionamiento para las organizaciones (McWilliams y Siegel, 2001; Porter y Kramer, 2011; Smith y Higgins, 2000). De acuerdo con este enfoque, la RSC permitiría la obtención de beneficios explícitos e implícitos porque: i) brinda nuevas oportunidades de mercado y canales de ingresos; y ii) garantiza legitimidad social y política, confianza y colaboración (Agrawal y Sahasranamam, 2016).

Visión integral: política, social y ética de la RSC

Pese a que en sus inicios la RSC prevaleció como una estrategia o mecanismo vinculado para la obtención de beneficios económicos y estratégicos en las organizaciones, esta visión ha evolucionado a lo largo de los años, incluyendo nuevos conceptos, terminologías y enfoques; temas sociales, políticos, gestión pública, gestión de stakeholders, ambientales, sostenibilidad, entre otros (Garriga y Melé, 2013).

Por su parte, Carroll (1979), Elkintong (1998), y Henríquez y Richardson (2013) coinciden en que la RSC no se limita únicamente al componente económico, puesto que también debe abordar el componente político, ético, legal, social y ambiental. De igual manera, otros autores argumentan que la RSC que ejercen las organizaciones con la sociedad y sus grupos de interés, debe ir más allá de la gestión económica y legal. Esta se debe considerar como un compromiso para favorecer el desarrollo socioeconómico, mediante el

trabajo con colaboradores, familias, comunidad local y sociedad en general, con el propósito de contribuir a su bienestar y calidad de vida (Heincke, 2009).

Según, Garriga y Melé (2013) el poder social ejercido por la sociedad, las comunidades y los stakeholders tanto internos como externos a las organizaciones, son factores determinantes para el desarrollo de las actividades productivas y la gestión de la RSC, por tanto, deben aceptar y vincularse a procesos normativos, cooperativos, deberes y derechos sociales. En esta misma línea, Weber y Waeger (2017) argumentaron que las partes interesadas externas influyen en la dinámica política interna de las organizaciones incluyendo en sus políticas de RSC, las cuales, a su vez, impactan en los resultados organizacionales. De este modo, el concepto de RSC se asocia a la generación de valor social, colaborativo y estratégico (Grant y Palakshappa, 2018; Palakshappa y Grant, 2018).

En circunstancias de globalización, las organizaciones deben asumir responsabilidades políticas y sociales que vayan más allá de los intereses económicos y los requisitos legales; aportando con ello, a la gobernanza global (Scherer y Palazzo, 2011). Por tanto, las organizaciones con o sin ánimo de lucro tienen una amplia responsabilidad que va más allá de su entorno inmediato, estas deben considerar los aspectos sociales, económicos y los ambientales, tanto en su contexto interno como externo (Martínez et al., 2017). Además, deben ser responsables ética y socialmente con sus diferentes partes interesadas para favorecer la sostenibilidad, el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar común. Sin embargo, es fundamental un compromiso y replanteamiento de roles, tanto de las organizaciones como de los gobiernos respecto a los intereses sociales generales, más allá de los económicos (Munir et al., 2010).

Bajo estas aproximaciones, la RSC es una iniciativa integral que debe orientarse desde un trabajo cooperativo entre comunidad, gobierno y organizaciones, representado en inversión social, inversión ambiental, y el establecimiento de condiciones y/o reglas aceptadas por los diversos actores (Corella y Del Castillo Vega, 2015; Heincke, 2009; Martínez et al., 2017; Munir et al., 2010).

Aproximaciones conceptuales sobre Emprendimiento

El emprendimiento es un campo de estudio amplio y relevante que se ha abordado desde distintas ópticas y perspectivas, teóricas y prácticas (Shane y Venkataraman, 2000). Incluso a partir del origen de la palabra proveniente del francés *entreprendre* y en inglés *entrepreneurship* (Osorio y Pereira, 2011) se han desarrollado diferentes términos, tales como: "emprededurismo, espíritu emprendedor, empresarismo, espíritu empresarial", entre otros (Londoño-Cardozo, 2018). Esta categoría conceptual se puede orientar principalmente desde dos enfoques: por un lado, como emprendimiento impulsado dentro de las mismas organizaciones a través del desarrollo e innovación de nuevos productos, líneas de negocio y formas de gestión, y por otro, un emprendimiento generado a partir de la creación de nuevos negocios o empresas ejercidos por una o varias personas.

Miller (1983) definió al emprendimiento como aquel proceso mediante el cual las organizaciones se renuevan a sí mismas y a sus mercados a través de la innovación y toma de riesgos. Ese espíritu emprendedor podría estar influido por las características y personalidad del líder (empresas simples o pequeñas), por estrategias de mercado de productos explícitas e integradas (empresas de planificación) y en función del entorno y la estructura (empresas orgánicas) (Miller, 1983). Por su parte, Shane y Venkataraman (2000) establecieron que el emprendimiento es un campo que requiere el análisis de fuentes de oportunidades, procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, para el desarrollo de productos, bienes y servicios futuros (Venkataraman, 2019).

La explotación de esas oportunidades se pueden ejercer de dos formas: mediante la creación de nuevas empresas (jerarquías), y por medio de la venta de oportunidades a empresas existentes (mercados); por un lado, las personas dentro de las organizaciones pueden descubrir o perseguir las oportunidades para la misma organización, o para establecer nuevas organizaciones; mientras que los actores independientes, pueden vender sus oportunidades a organizaciones existentes o establecer nuevas organizaciones para aprovechar las oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000). Sin embargo, Shane (2000) encontró que los empresarios y emprendedores descubren únicamente oportunidades relacionadas con sus conocimientos previos, y que, las fuentes de emprendimiento surgen a partir de las diferencias de información sobre oportunidades, las cuales, a su vez, dependen de la distribución de la información en la sociedad (Kirzner, 1978) y pueden ser modificadas por el impacto de factores internos y externos como la competencia (Eckhardt y Shane, 2003).

Otros autores, han definido al emprendimiento como el acto de establecer, encontrar y trabajar por nuevos objetivos y retos, entre ellos, la creación de nuevas organizaciones, de distinta índole o propósito, no necesariamente de tipo comercial (Merino, 2012). Estas iniciativas y objetivos se pueden lograr a través de la vinculación de diversas herramientas y habilidades presentes en el entorno (Giménez, 2014), pero también, explorando, explotando y aprovechando los recursos y capacidades dinámicas que se poseen, tanto para empresas nuevas como para empresas ya establecidas (Zahra et al., 2006).

Por su parte, Londoño-Cardozo (2018) planteó que el emprendimiento es la acción de iniciar o crear una organización de cualquier tipo, mediante la motivación de una o varias personas que buscan satisfacer necesidades sociales o económicas, que no lograron solucionar con las modalidades existentes. Así mismo, Austin et al. (2006) y Bravo-García et al. (2019) coinciden en la definición del emprendimiento como un motor y fuerza que impulsa el crecimiento del sector empresarial, y además contribuye al desarrollo económico y social, el cual se puede lograr mediante la creación de nuevas empresas y la generación de nuevos empleos. Sin embargo, Londoño-Cardozo (2018) argumentó que para que el impulso emprendedor sea productivo y contribuya a la activación de la economía, debe existir un entorno o ecosistema adecuado

para dicho propósito, para ello, se deben garantizar políticas de estado eficientes que favorezcan a los emprendedores el desarrollo y creación de nuevas organizaciones.

De acuerdo con lo anterior, el acto de emprender consiste en el aprovechamiento de oportunidades del entorno y el establecimiento de nuevos objetivos, para organizaciones ya establecidas o para la creación de nuevas organizaciones. Para ello, es necesario la explotación y potencialización de capacidades, conocimientos, habilidades y recursos que permitan el desarrollo de nuevos productos y servicios: económicos, sociales o ambientales, garantizando la satisfacción de necesidades, el mejoramiento de la calidad de vida y el aporte al desarrollo económico y social de un país o región.

Emprendimiento social

Como se estableció, el emprendimiento puede desarrollarse con diversos propósitos que no necesariamente implican actividades comerciales, productivas o con fines económicos. Respecto a ello, han surgido nuevas formas de emprendimiento que vinculan objetivos sociales y creación de valor social, se la ha denominado emprendimiento social (Thananusak, 2019; Tiba et al., 2019). Este se ha considerado diferente de otras formas de emprendimiento por su alta prioridad hacia la creación de valor social con respecto a la captación de valor económico (Mair y Martí, 2006).

Mair y Martí (2006) también consideran que, pese a que este subcampo es joven, y sus límites un poco borrosos frente a otros campos y disciplinas, ha ido evolucionando y adquiriendo relevancia investigativa y práctica. Asimismo, señalan que el emprendimiento social es un proceso catalizador del cambio social y el abordaje de las necesidades sociales más apremiantes, mediante la combinación de recursos y procesos innovadores para el descubrimiento de oportunidades, las cuales van más allá de la obtención de beneficios financieros para empresarios o accionistas. También manifiestan que el emprendimiento social implica el desarrollo de servicios y productos sociales, al igual, que la creación de nuevas organizaciones.

Por su parte, Austin et al. (2006) lo denominan como actividad empresarial con propósitos sociales o espíritu empresarial social, enfatizando en organizaciones que se caracterizan por la innovación o la creación de algo nuevo, que no necesariamente implica la réplica de empresas o prácticas existentes, dicho impulso está dirigido hacia la creación de valor social, más allá de lo económico y lo legal. Para estos autores, el emprendimiento social puede generarse, en sectores empresariales, gubernamentales y sin ánimo de lucro. No obstante, la movilización de recursos económicos y financieros en el emprendimiento social son muy diferentes del emprendimiento comercial. De allí que, el emprendimiento social debe trascender más allá, orientándose en la solución de problemáticas comunitarias, la generación de empleo, la inclusión de grupos vulnerables y la sostenibilidad, con el propósito de contribuir a la calidad de vida y el bienestar común (Salazar Valencia y Tello-Castrillón, 2020).

Es importante destacar que la creación de valor social puede ser mayor y más efectiva si se trabaja en colaboración con otras entidades u organizaciones, ya que permiten movilizar mejor los recursos tanto internos como externos (Austin et al. 2006).

Responsabilidad social y emprendimiento: una aproximación conceptual

Los grandes cambios sociales, económicos, políticos y ambientales que se evidencian con mayor impacto en la actualidad, han conducido a un replanteamiento de las formas de gestión y trabajo por parte de las organizaciones, sus dirigentes y la sociedad en general, en especial en lo que respecta a la gobernanza y la RSC. A partir de ello y de las aproximaciones conceptuales expuestas, se logró determinar que existe un vínculo o relación entre los propósitos y orientaciones de la RSC y el emprendimiento, en especial en lo concerniente al emprendimiento social. En relación, diversos autores han presentado algunos acercamientos teóricos y conceptuales que asocian ambas categorías.

García-Cali et al. (2018), por su parte, afirma que la realidad del siglo XXI exige que las organizaciones sean responsables con sus grupos de interés en el aspecto social, económico y ambiental, con el objetivo de apoyar el desarrollo sostenible. Por tanto, la sostenibilidad organizacional debe orientarse a la incorporación de prácticas que garanticen el desarrollo y bienestar de las generaciones actuales y futuras. De este modo, cada vez más aumenta la cantidad de empresas que adquieren un enfoque sostenible (García-Cali et al., 2018).

Además, se evidencia que los diferentes grupos de interés, entre ellos los accionistas, se han convertido en emprendedores normativos y sociales que buscan persuadir y generar presión en las organizaciones para adherirse a distintos estándares y normativas globales encaminadas hacia la protección de derechos humanos, el cuidado del ambiente y las condiciones laborales (Sjöström, 2010). De acuerdo con ello, Sjöström (2010) manifestó que los accionistas pueden exponer sus posiciones frente a RSC en diálogo directo con la gestión corporativa, mediante declaración pública sobre sus preocupaciones o por medio de la presentación de resoluciones en las que establecen que es la RSC y cómo debería ser, para contribuir a las problemáticas sociales globales.

Por su parte, London (2010) determinó que la defensa y presión por lo social puede manifestarse de dos formas: dentro de las organizaciones en forma de RSC, y al interior de las comunidades como emprendimiento social. Para ello, es necesario el cambio organizacional y social que permita a) contribuir a mejorar las condiciones de trabajo, la promoción de RSC, la respuesta a los diferentes grupos de interés, b) para mejorar las condiciones de vida, favorecer la satisfacción de necesidades sociales y ambientales tales como: la atención en salud, la educación, la pobreza y calentamiento global.

Desde esta perspectiva, Baron (2007) argumentó que un empresario social siempre está dispuesto a crear una empresa de RSC con pérdidas financieras porque al realizarlo, incrementarían las posibilidades de los ciudadanos respecto al consumo social. Por tanto, el emprendedor social conduce la RSC estratégica más allá de la maximización de las ganancias y la creación de valor para el mercado, es así como el emprendimiento social puede originarse incluso cuando se tiene la alternativa de crear una empresa que maximice las ganancias, dado que los empresarios sociales deciden asumir el costo de esa RSC que puede generar satisfacción social (Baron, 2007).

Otros autores como Salazar-Valencia y Tello-Castrillón (2020) manifiestan que la RSC es una iniciativa que consiste en el compromiso de las organizaciones respecto al entorno, las comunidades y la sociedad en general, para contribuir al desarrollo y la sostenibilidad, económica, social y ambiental. Para ello, es fundamental el establecimiento de estrategias y políticas innovadoras que impulsen acciones de emprendimiento social como una solución y aporte a las problemáticas globales, al bienestar común, la inserción social y la satisfacción de necesidades de todos.

De este modo, Salazar-Valencia y Tello-Castrillón (2020) consideran al emprendimiento social como una estrategia de RSC y una práctica que favorece la inclusión, el desarrollo local, el empoderamiento de la población, y, además, brinda a las organizaciones reconocimiento, legitimidad y sostenibilidad en el largo plazo, que en últimas se verá reflejado en el desarrollo de las economías globales.

En definitiva, la RSC y el emprendimiento muestran una tendencia hacia las organizaciones y emprendimientos sociales y sostenibles, generados a través de los cambios sociales y organizacionales que vinculan los diferentes actores y grupos de interés, gobiernos, empresas, universidades, clientes, comunidades y sociedad en general. A partir de ello, se determina la importancia de analizar y estudiar de manera integral, el vínculo existente entre estas categorías conceptuales tan amplias y relevantes en el mundo organizacional, político y social.

Método

El desarrollo metodológico del presente trabajo se llevó a cabo a través de métodos bibliométricos que permitieron determinar la interrelación entre documentos, disciplinas, campos e individuos frente a un tema, también denominado mapeo científico. Esto se desarrolló en tres pasos: en primer lugar, se estudió la producción científica mediante un análisis bibliométrico de las dos bases de datos importantes, Wos y Scopus; estas se consideran las principales porque abordan gran cantidad de revistas a nivel mundial y vinculan investigaciones científicas en diversos campos del conocimiento (Bar-Ilan, 2010; Vieira y Gomes, 2009). En segundo lugar, se hizo un análisis de co-citaciones a partir de la red construida con las referencias bibliográficas extraídas con R. Estas se clasificaron y abordaron a través de la analogía del árbol (tallo, tronco y hojas) (Gentner, 1983; Levy, 2002; Robledo et al., 2014). Por último, se establecieron las subáreas

o ejes temáticos respecto al tema a partir de las tendencias en investigaciones anteriores, para su visualización se usó el programa Gephi (Jacomy et al., 2014).

Paso 1: Producción científica

A partir de las limitaciones y sugerencias de revisiones anteriores (Thananusak, 2019; Tiba et al., 2019), se usaron dos bases de datos: WoS y Scopus. Para lo cual se emplearon los siguientes parámetros de búsqueda:

- Campos de búsqueda: todos los campos
- Periodo de tiempo: desde enero de 2005 al 21 de marzo de 2020
- Se incluyeron artículos, capítulos de libros, libros y documentos de conferencias.
- No se realizó exclusión por el tipo de revista.

Para la búsqueda se utilizó una ecuación que vincula las dos categorías conceptuales: "Corporate Social Responsibility" AND "Entrepreneur", ambas, se filtraron bajo el criterio de Tema (título, resumen, tema y palabras clave). A partir de ello, resultaron 564 documentos en WoS y 505 en Scopus (Tabla 1).

Tabla 1. *Criterios de búsqueda y resultados*

Ecuación de búsqueda	Base de Datos	Resultados	Total
TEMA: (Corporate Social Responsibility) AND TEMA: (Entrepreneur*)	Web of Science (Wos)	564	1.069
	Scopus	505	

Fuente: Elaboración propia de autores (2020).

Después de realizar la búsqueda en las bases de datos mencionadas, se lleva a cabo un mapeo científico a través de cinco métodos (Zupic y Čater, 2015): en primer lugar, *Citation analysis*, permite mostrar el historial de publicaciones clasificadas por base de datos, países, revistas y autores; en segundo lugar, *Co-word analysis*, presenta las palabras que más se repiten en las *Keywords Plus* de todas las publicaciones; en tercer lugar, *Co-citation analysis*, evidencia la red de co-citaciones y colaboración. Posteriormente, el *Co-author analysis*, el cual refleja la red de coautorías, es decir la colaboración existente entre autores, y finalmente, *Bibliographical coupling analysis*, permite identificar las perspectivas o campos emergentes a través del vínculo de los documentos sobre la base de las referencias compartidas.

Paso 2: El árbol de la ciencia

A partir de la búsqueda y los resultados obtenidos, se desarrolló una revisión sistemática y análisis evolutivo del tema a partir de los artículos más relevantes, utilizando el algoritmo *Tree of Science (ToS)* (Robledo et al., 2014), este permite categorizar o clasificar los trabajos e investigaciones según su relevancia, intermediación y evolución en el tiempo.

De acuerdo con la analogía del árbol, los primeros documentos ubicados en la raíz se consideran los hegemónicos o la base intelectual de conocimiento de un campo (Perrson, 1994), que, en términos bibliométricos, son los más referenciados. Después, el tronco, donde se encuentran los artículos de intermediación que favorecen la estructuración del árbol y muestran los temas de investigación relevantes en la literatura y el patrón de sus interrelaciones (Shafique, 2013); en estos se citan los de la raíz, pero también son citados por los de las hojas. Por último, las hojas, hacen parte de los artículos más recientes, presentan perspectivas y frentes de investigación (Price, 1965); estos citan a los trabajos de raíz y tronco, pero no son frecuentemente citados (Robledo et al., 2014).

La explicación del algoritmo se puede encontrar en los trabajos de Zuluaga et al. (2016) y Robledo et al. (2014), así, se analizan cinco documentos de cada una de las categorías mencionadas. Esta metodología también se ha utilizado en diferentes campos como en el marketing (Buitrago et al., 2019); la ética en la organizaciones (Díez-Gómez et al., 2019), los negocios internacionales y comercio incluso en la responsabilidad social universitaria (Duque y Cervantes-Cervantes, 2019).

La construcción de la red fue desarrollada a partir de la teoría de grafos, que permite establecer la interrelación entre los documentos abordados y brinda información sobre el tipo de red y sus características (Wallis, 2007; Wasserman y Faust, 1994; Yang et al., 2016). Mediante este proceso y el uso del aplicativo R, se extrajeron las referencias bibliográficas de los documentos obtenidos de la búsqueda en las bases de datos; posteriormente, se eliminaron los registros duplicados y se generó una red de co-citaciones.

Luego, se visualizó y analizó la red mediante el programa Gephi (Donato, 2017; Donthu et al., 2020; Ferguson, 2012; Jacomy et al., 2014b; Meier, 2020), estableciendo los indicadores de impacto relacionados: Primero, el *Indegree*, que representa la cantidad de veces que un documento, en particular, ha sido citado por otros (Wallis, 2007). El segundo, el *Outdegree*, alude a la cantidad de veces que un documento, en particular, cita a otros de la red; y, además, determina el número de enlaces y nodos que se originan a partir este (Wallis, 2007). Por último, el indicador *Betweenness*, representa el grado de centralidad e intermediación entre los elementos que constituyen la red (Freeman, 1977) y evidencia cuando el artículo cita y es citado por otros.

Paso 3: Encontrando las subáreas del emprendimiento desde un enfoque de Responsabilidad Social

Para determinar las perspectivas de RSC y emprendimiento se realizó un análisis de co-citaciones, empleando el algoritmo de clusterización (Blondel et al. 2008). Después, se determinaron y analizaron los aspectos que componen cada perspectiva utilizando minería de texto y webscrafig a través del paquete Rstudio, exactamente empleando el algoritmo Wordcloud (Ohri, 2012). Se identificaron y eligieron las tres áreas o perspectivas más grandes de la red, que, en conjunto, suman un 43% de los documentos de la

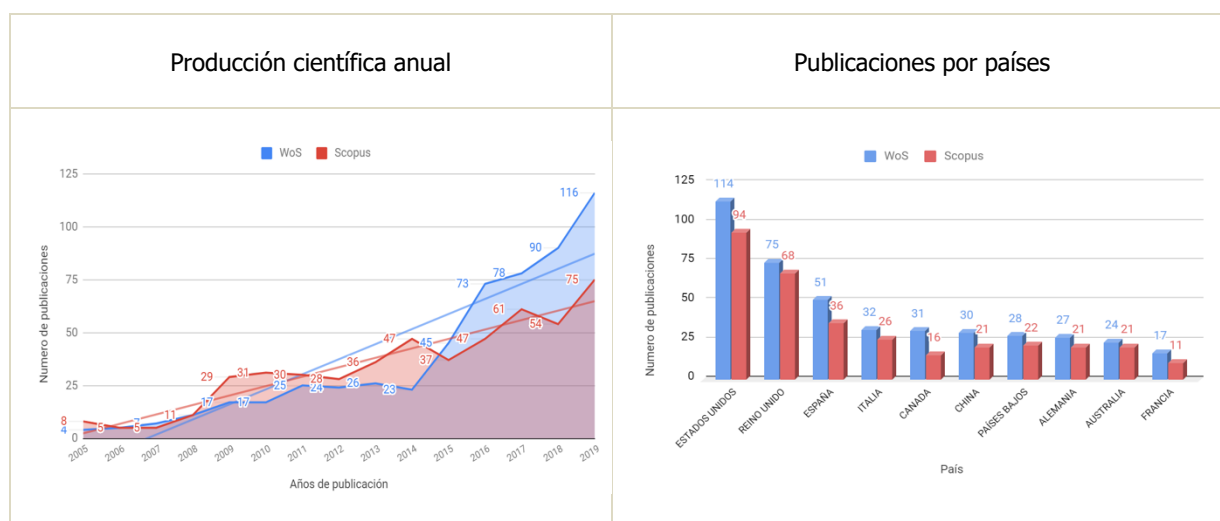
red. Después, se determinaron los temas que conforman cada perspectiva y se analizaron los 30 documentos más relevantes, 10 de cada perspectiva (Figura 5). Por último, con las perspectivas bibliométricas establecidas, se generaron las nubes de palabras en el programa R, las cuales se contrastan con la información encontrada en los documentos analizados, permitiendo identificar perspectivas conceptuales y frentes de investigación futuras.

Resultados e interpretación

Análisis bibliométrico

En la Figura 1 se puede evidenciar la cantidad de artículos e investigaciones que se han realizado sobre el tema de RSC y el emprendimiento entre los años 2005 y 2019. Tomando como referencia las bases de datos WoS y Scopus se determinó que el tema ha tenido un crecimiento importante a través de los años, especialmente a partir del año 2015; esto se ve reflejado en la cantidad de publicaciones. Así, en los últimos 5 años, se han publicado 402 artículos científicos en WoS y 274 artículos en Scopus; presentando un crecimiento del 25,17% y 16,09%; respectivamente, frente a los 10 primeros años. Esto confirma su vigencia investigativa y el incremento de interés de la comunidad científica en este campo del conocimiento de acuerdo con la tendencia de crecimiento en ambas bases. En esta misma figura se relaciona la producción científica por países, destacando los 10 principales a nivel mundial. El primer lugar, liderado por Estados Unidos con 114 publicaciones en WoS y 94 en Scopus. El segundo, Reino Unido con 75 publicaciones en WoS y 68 en Scopus, y el tercer lugar, España con 51 publicaciones en WoS y 36 en Scopus.

Figura 1. Producción



Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

Por otro lado, en la *Tabla 2*, se presentan las diez revistas con mayor cantidad de publicaciones respecto al tema de RSC y emprendimiento; además, se relaciona el cuartil en el que se encuentra cada una de las revistas, su factor de impacto y las citas recibidas en el último periodo registrado.

Según los resultados encontrados, el 90% de las revistas se encuentran en clasificación Q1; la más importante es "*Journal of Management*" que cuenta con factor de impacto más alto (9.056 en WoS y 10.96 en Scopus), ésta se enfoca en el campo de la gestión en general, principalmente, en temas de emprendimiento, estrategia y política de negocios, comportamiento organizacional, gestión de recursos humanos, métodos de investigación y teoría organizacional.

En segundo lugar, "*Journal of cleaner production*" (6.395 en WoS y 7.32 en Scopus), se centra en temáticas como: producción más limpia, medio ambiente y sostenibilidad. Respecto a la concentración de publicaciones por áreas de investigación, se estableció que en WoS tienen mejor agrupación (Business Economics 69,39%; Social Sciences other topics 19,7%; Environmental Science Ecology 19,4%). En Scopus las publications' son más dispersas (Business, Management and Accounting 33,9%; Social Sciences 20,7%; Economics, Econometrics and Finance 14,4%; Environmental Science 7,3%).

Tabla 2. *Revistas más importantes*

Revista	Número de publicaciones	Cuartil	Base de datos	Cited/Document (Journal Impact Factor) 2018	Citas (2018)
Journal of Business Ethics	56	Q1	WoS	3.79	6380
	29		Scopus	4.33	4536
Sustainability	44	Q2	WoS	2.59	11.118
	20		Scopus	3.01	13.888
Corporate social Responsibility and Environmental Management	19	Q1	WoS	5.51	824
	8		Scopus	7.18	790
Journal of cleaner production	19	Q1	WoS	6.39	25779
	7		Scopus	7.32	43.324
Business Strategy and the Environment	9	Q1	WoS	6.38	1263
	3		Scopus	7.93	1379
Business & Society	7	Q1	WoS	5.01	618
	6		Scopus	4.89	528
California Management Review	6	Q1	WoS	5.00	580
	5		Scopus	6.62	523
Journal of Business Research	6	Q1	WoS	4.02	4658
	3		Scopus	5.32	7515
Journal of Management Studies	6	Q1	WoS	5.83	1194
	2		Scopus	5.99	905
Journal of Management	5	Q1	WoS	9.05	3832
	2		Scopus	10.96	2675

Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

En la *Tabla 3*, se presenta la lista de autores más representativos, clasificados por el número de publicaciones registradas en WoS y Scopus; además, se relaciona su h-index (Hirsch, 2005) y la cantidad de citas obtenidas. De acuerdo con los datos y el nivel de impacto, en WoS la lista es liderada por Markman, Gideon D., vinculado al Management, Academic Department of Colorado State University (4 publicaciones, H-index 18, citas 2176); seguido por Ratten, Vanessa, pertenece a La Trobe University (4 publicaciones, H-index 17, citas 905). Entre tanto en Scopus es Ratten, Vanessa quien lidera (4 publicaciones, H-index 24, citas 1256), seguido por Dolan, Catherine S, vinculada a SOAS University of London (3 publicaciones, H-index 23, citas 2222). En general, se puede observar que, pese a que algunos autores tienen menos citas que otros, su índice H es mayor, lo que implica que son investigadores con mayor impacto dentro de la comunidad.

Tabla 3. *Autores más relevantes*

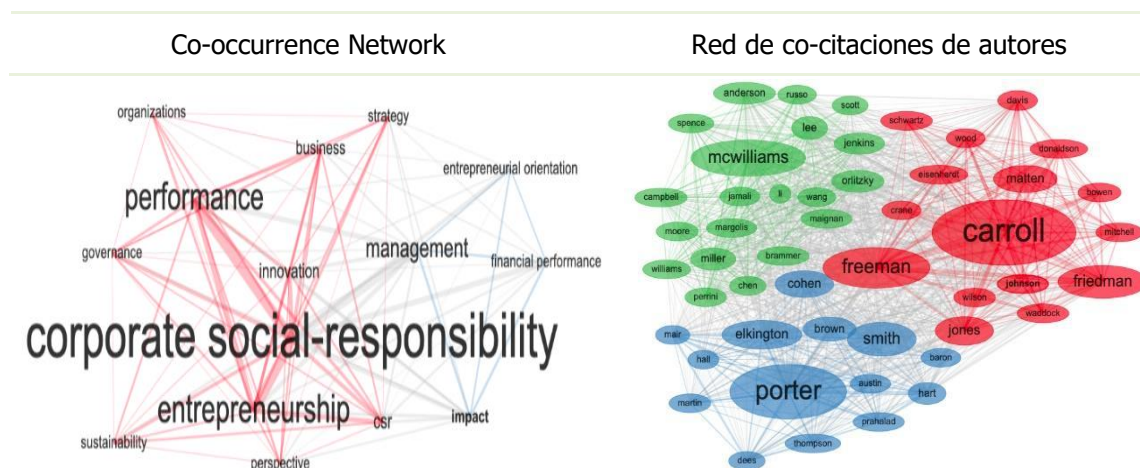
WoS				Scopus			
Autor	Número de publicaciones	H-Index	Citaciones	Autor	Número de publicaciones	H-Index	Citaciones
Masurel, E	5	11	293	Ratten, V	4	24	1256
Choongo, P	4	3	57	Azmat, F	3	12	372
De Lange, D	4	7	108	Camilleri, M.A	3	7	168
Fassin, Y	4	16	932	Dolan, C	3	23	2222
Markman, G	4	18	2176	Maak, T	3	16	1429
Ratten, V	4	17	905	Oh, Ingyu	3	8	249
Tang, Z	3	9	583	Pless, N	3	16	1346
Tang, J	3	14	1151	Hernández-Perlines, F	3	8	191
Tuan, L	3	12	399	Ahmad, N	2	15	521
Vallaster, C	3	13	643	Alas, Ruth	2	15	878

Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

Co-occurrence Network y red de co-citaciones de autores

En la *Figura 2*, se observa la estructura conceptual del tema RSC y emprendimiento, esta se construyó a partir de las *Keywords plus* de los documentos; luego, se filtraron los 50 vértices con mayor número de coincidencias. De acuerdo con lo anterior, los términos principales que se observan son "Corporate social-responsibility", "Entrepreneurship", "Performance". No obstante, se encuentran otros términos secundarios, relacionados con el tema central: "Sustainability", "Innovation" y "entrepreneurial orientation"; estos se evidencian en los diversos documentos analizados más adelante.

Figura 2. *Co-occurrence Network*



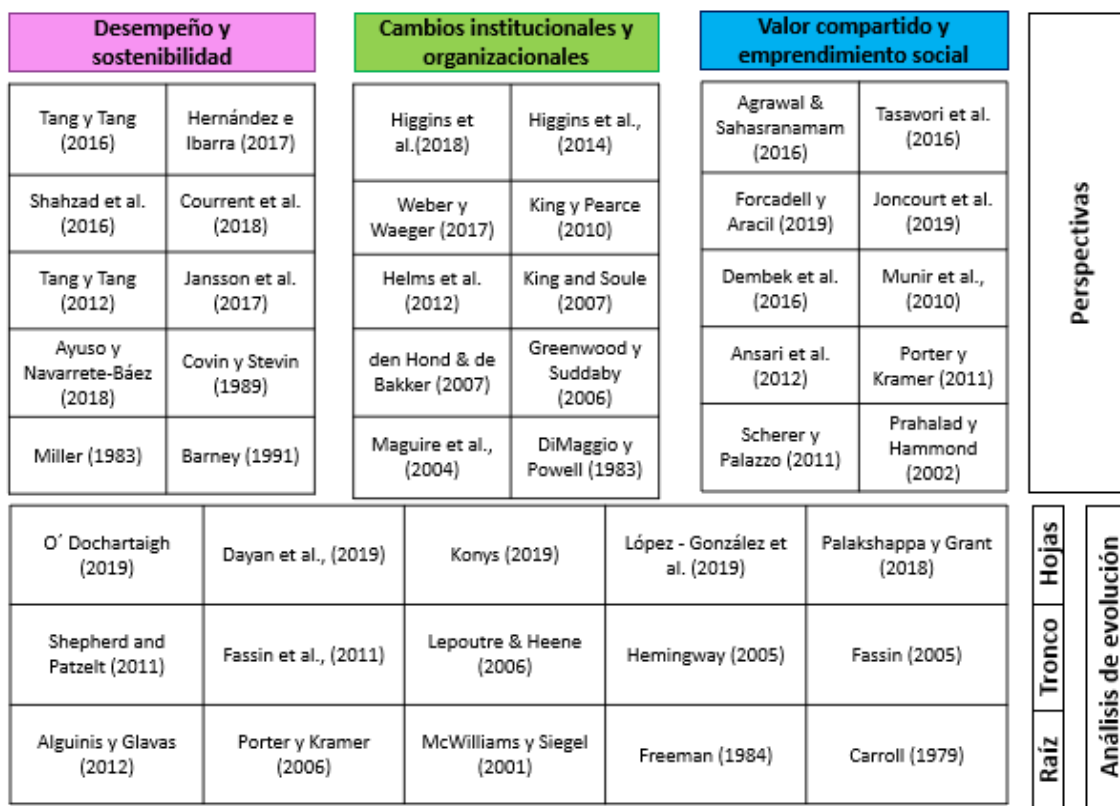
Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

De igual manera, después de ejecutar la información en el programa R, la red generada se compuso por 5584 referencias que incluyen documentos originales y referencias. Con base en estas, se generaron los indicadores *indegree*, *outdegree* y *betweenness*. En la red de co-citaciones (Figura 3) se establece que el autor más representativo los cuales son: Archie B. Carroll, seguido por Porter, Freeman, McWilliams y Friedman. De igual manera, se evidencia grupos de colaboración, de estos, los nodos representan los autores y los enlaces las coautorías.

Evaluación crítica mediante analogía del árbol

Para la evaluación crítica del tema se empleó la metáfora del árbol, mediante la cual se relacionan los documentos más relevantes en tres categorías: clásicos o hegemónicos (raíz), estructurales (tronco) y recientes o perspectivas (hojas), los cuales se analizaron para presentar un panorama evolutivo del tema. Posteriormente, se describieron las perspectivas establecidas a partir del algoritmo y el análisis de co-citaciones (Figura 2).

Figura 3. *Árbol de RSC y emprendimiento*



Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

De acuerdo con los resultados encontrados en las bases de datos y los obtenidos a partir del análisis de la metodología *Tree of science*, se estableció que en las investigaciones hegemónicas o clásicas (raíces), se enfatiza principalmente en la categoría de RSC. Esta ha sido abordada desde diversos modelos y/o perspectivas teóricas y prácticas. Con relación a eso, Carroll (1979) propuso un modelo conceptual tridimensional de desempeño corporativo que requiere lo siguiente: evaluar las responsabilidades sociales de una empresa; identificar los problemas sociales que debe abordar; y elegir una filosofía de respuesta; esto permitiría a los gerentes mejorar la planificación y el diagnóstico en el ámbito del desempeño social. En la misma línea, Freeman (1977) desarrolló un modelo sobre partes interesadas para la comprensión y gestión de la estrategia empresarial.

Por su parte, McWilliams y Siegel (2001) plantearon que, de acuerdo con la condición y naturaleza de la empresa existe un nivel "ideal" de RSE, que los gerentes pueden establecer mediante un análisis de costo-beneficio, es decir, la decisión de inversión en atributos de RSC dependerá de que tanto maximice los beneficios de la empresa y sus accionistas. Sin embargo, Porter y Kramer (2006) argumentaron que considerar estratégicamente la RSC a través de la gestión de recursos, la experiencia y las capacidades puede transformarse en una fuente de progreso y bienestar social.

Finalmente, Aguinis y Glavas (2012) sugieren que los análisis sobre RSC deben incluir una perspectiva multinivel, la cual integre diferentes marcos teóricos y desarrolle una comprensión de los fundamentos basados en la acción e interacciones individuales.

Con relación a las investigaciones de intermediación (tronco), es decir aquellas que dan forma y estructura al tema, se establece que la Responsabilidad Social (RS) es aplicable independientemente del tamaño de las empresas. Sin embargo, algunos expertos han encontrado que la RS en las pequeñas empresas es limitado. Por ejemplo, Lepoutre y Heene (2006) determinaron que el contexto de la pequeña empresa impone barreras en el cumplimiento de RS, ya que la mayoría de estas empresas no reconocen los problemas específicos de RS que deben abordar, por tanto, la probabilidad de acción frente a ello es muy baja.

Asimismo, Fassin, (2005) establece que frecuentemente empresarios y emprendedores se enfrentan a dilemas éticos entre la teoría y la práctica, debido a la presión de las distintas partes interesadas. Sin embargo, Hemingway (2005) destaca que la RSC no está impulsada únicamente por la economía y que también puede defenderse como resultado de una moral personal, inspirada en los valores personales socialmente orientados de los empleados. Por ende, la ética en los negocios y el emprendimiento debe ir más allá que el gobierno corporativo y la RSC. De hecho, los gerentes - propietarios de las pequeñas empresas reconocen de forma clara y práctica la diferencia entre RSC y ética empresarial, al tiempo que reconocen las interrelaciones de estos dos conceptos (Fassin et al., 2011).

Por último, Shepherd y Patzelt (2011) enfatizan en el campo del emprendimiento sostenible: preservación del ambiente y bienestar comunitario, con el cual se obtendrán "ganancias", que en general incluye ganancias económicas y no económicas para los individuos, economía y sociedad.

Respecto a los trabajos más recientes ubicados en las hojas, muestran las perspectivas o tendencias en investigaciones; se encontró que, así como la RS ha tomado relevancia en grandes, medianas y pequeñas empresas; las familiares no son la excepción. De este modo, López-González et al. (2019) plantean que las empresas familiares se comportan hacia la RSC, con el fin de preservar su riqueza socioemocional y la supervivencia de la empresa. Pero dicho comportamiento de RSC es mayor si los miembros de la familia hacen parte del equipo directivo, junta directiva o contextos municipales.

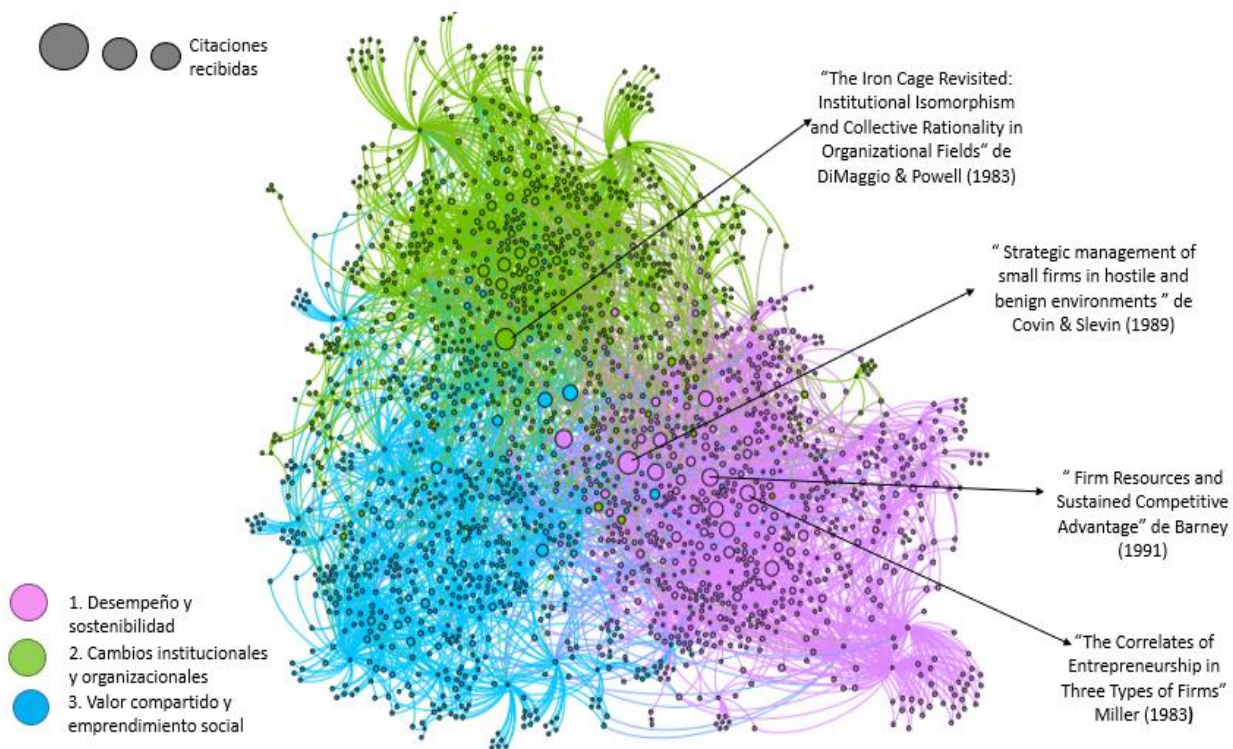
Por otra parte, Palakshappa y Grant (2018) establecen que pese a que los conceptos de empresa social y RSC, generalmente son analizados de forma separada, se encuentran conectados frente al tema de generación de valor social, colaborativo o estratégico. En este orden de ideas, algunas investigaciones muestran que la RSC y el emprendimiento en últimos años tiende a abordarse desde un concepto de sostenibilidad. Así, Konys (2019) proporciona una serie de factores conceptuales y sistemáticos que se

puede aplicar en los diferentes escenarios en los que se expresa el emprendimiento sostenible, permitiendo con ello detectar las características y potencialidades únicas de dichas empresas. Independientemente de que el mercado sea turbulento o no, las capacidades de la empresa son un determinante clave para los productos y procesos sostenibles (Dayan et al., 2019). Sin embargo, O'Dochartaigh (2019) argumenta que muchas organizaciones presentan informes de sostenibilidad con historias específicas dirigidas a las partes interesadas, y no muestran realmente la relación de la organización con la sostenibilidad ecológica y social, por tanto, sugieren un desafío en el que todo tipo de organización se comprometa con la sostenibilidad global.

Contribuciones del autor

Para identificar las perspectiva o subáreas de investigación del tema, se utilizó una técnica innovadora conocida como el análisis de Red, la cual permite relacionar autores y documentos de un campo del conocimiento a través del análisis de citas. La red que se muestra en la Figura 5 presenta tres perspectivas sobre RSC y emprendimiento; esta cuenta con 5584 nodos (documentos) y 19.260 enlaces (conexiones entre los documentos). Los tres grupos principales forman el 42,61% de la red, motivo por el cual se escogió esta cantidad. El tamaño de los nodos representa el número de citas (referencias) recibidas. (Figura 4).

Figura 4. Red de co-citaciones de RSC y emprendimiento

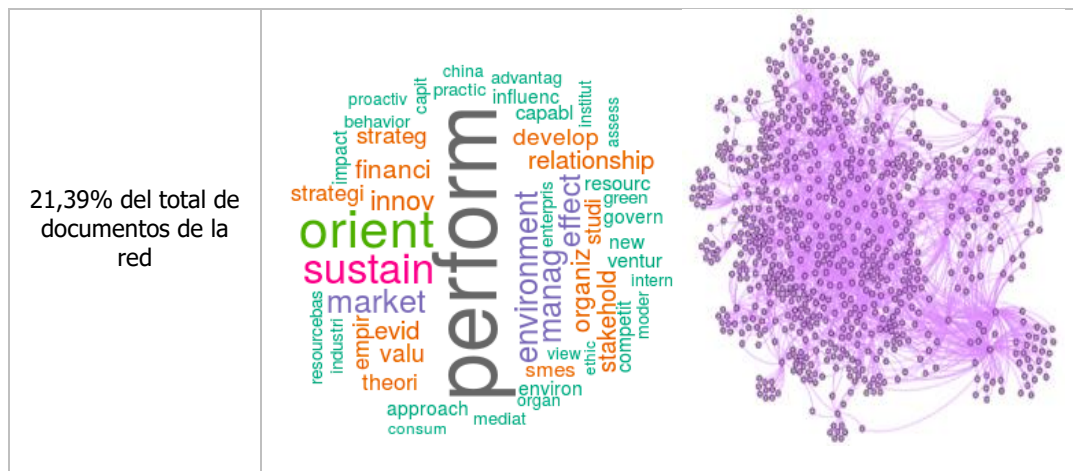


Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

Según el análisis de co-citaciones se encontraron tres perspectivas relevantes relacionadas con el tema de RSC y emprendimiento: I) Desempeño y Sostenibilidad; II) Cambios institucionales y organizacionales; y, III) Valor Compartido y Emprendimiento social. Las perspectivas son analizadas a continuación.

Perspectiva 1: Desempeño y Sostenibilidad

Figura 5. *Perspectiva 1, Desempeño y sostenibilidad*



Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

Para explicar esta perspectiva se parte de los artículos clásicos (raíz); en estos se destaca el impacto generado por las características estructurales y de gestión de las empresas respecto a su desempeño en ambientes cambiantes y complejos. Así, Covín y Stevin (1989) encontraron que el desempeño de las pequeñas empresas frente a ambientes hostiles estaba relacionado positiva o negativamente con su estructura, postura empresarial y perfil competitivo; se considera un desempeño positivo si cuenta con una estructura orgánica establecida, una postura estratégica y un perfil competitivo definido; o viceversa.

En esta misma línea, Miller (1983) planteó que la iniciativa empresarial (renovación, innovación y toma de riesgos) está determinada por algunos factores que hacen parte de su gestión organizacional: para empresas poco complejas, por las características del líder; en la planificación empresarial, por estrategias explícitas e integradas de mercado de productos; y en empresas orgánicas, en función de su estructura y entorno. Por último, Barney (1991) propuso un modelo teórico para determinar el potencial requerido por los recursos de una compañía para generar una sostenida ventaja competitiva, con el supuesto de que estos son heterogéneos e inmóviles, raros, imperfectamente imitables y sin sustitutos estratégicamente equivalentes, éstos tendrán potencial para la empresa si mejoran su eficiencia y efectividad.

Por otro lado, en los artículos estructurales (tronco) de esta perspectiva se resalta la importancia de las acciones y el compromiso con la sostenibilidad (sociales y ambientales) asumida por las PYMES como parte de su RSC. Al respecto, [Ayuso y Navarrete-Báez \(2018\)](#) establecieron que la participación positiva de una organización en el desarrollo sostenible (SD) está asociado a su orientación empresarial, en especial, respecto del ambiente, recursos humanos y comunidad. Además, sugieren que el impacto positivo de la internacionalización de las PYMES frente al SD dependerá del contexto y las presiones institucionales.

De igual manera, [Jansson et al. \(2017\)](#) encontraron que la orientación hacia el mercado y la orientación empresarial influyen en el compromiso y en las prácticas de sostenibilidad, dado que las PYMES comprenden la importancia y ventaja que dichas acciones sostenibles pueden generar frente a su desarrollo empresarial y de mercado. Por su parte, [Tang y Tang \(2012\)](#) exponen que las diferencias de poder entre las partes interesadas y las PYMES influyen de manera significativa respecto a la respuesta, desempeño ambiental y orientación de la RSC.

Finalmente, los artículos más actuales de esta perspectiva (hojas) presentan una visión sobre la influencia positiva de la orientación empresarial (OE) frente a las acciones responsables y sostenibles. En este sentido, [Courrent et al. \(2018\)](#) hallaron que la OE en las PYMES tienen un impacto positivo en la implementación de prácticas sostenibles, en especial, resaltan que la implementación de prácticas sociales para la gestión de recursos humanos podría influir en el rendimiento y desempeño.

Con relación a lo anterior, [Shahzad et al. \(2016\)](#) revelaron que la orientación y comportamiento empresarial frente a innovación, toma de riesgos y proactividad de las organizaciones, desempeña un papel importante en la generación de valor (más allá del financiero) de las partes interesadas. [Hernández y Cisneros \(2017\)](#) también concluyeron que la OE actúa como un moderador positivo sobre el efecto de la responsabilidad social en el desempeño y resultados de las empresas familiares.

Por otro lado, [Tang y Tang \(2016\)](#) señalaron que la divergencia de poder entre competidores tiene relación positiva con las fortalezas ambientales, estas últimas median la relación entre la competencia, la divergencia de poder y el desempeño financiero en las PYMES, no obstante, el vínculo entre esta divergencia y las preocupaciones ambientales no existe.

Con base en lo anterior, esta perspectiva presenta un panorama respecto al impacto generado por las características estructurales, la orientación empresarial y la gestión de las empresas (especialmente PYMES) frente a su desempeño en ambientes cambiantes y complejos. Se sugiere que las organizaciones más orgánicas, con una estrategia y perfil bien definido, orientadas hacia la innovación y toma de riesgos, tendrán mejor desempeño en ambientes hostiles y cambiantes. Por tanto, se esperaría que aquellas organizaciones con estas características podrían responder mejor y positivamente frente a las acciones

responsables y sostenibles que el actual entorno exige, en últimas, su estructura, compromiso y orientación flexible favorece la creación de valor para todas las partes interesadas.

Perspectiva 2: Cambios institucionales y organizacionales

Figura 6. *Perspectiva 2, Cambios institucionales y organizacionales*



Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

Esta perspectiva presenta un análisis sobre los cambios institucionales generados en los campos organizacionales por presiones de tipo político, social y económico, de grupos internos o externos a las organizaciones. Así, DiMaggio y Powell (1983) determinaron que a medida que las organizaciones se ven presionadas hacia el cambio tienden a volverse isomorfas o similares a las de su campo organizacional, porque con el tiempo, la vinculación de esas nuevas prácticas con las rutinas y valores de los grupos de interés, se tienden a legitimar e institucionalizar (Maguire et al., 2004). Por su parte, Greenwood y Suddaby (2006) manifiestan que las elites u organizaciones centrales de un campo maduro son una fuente principal de cambio institucional, éstas actúan como emprendedores institucionales que impulsan los cambios dentro de los campos organizacionales.

Siguiendo con los artículos ubicados en el tronco, se nota una fuerte influencia de la teoría del movimiento social, enfatizando en cómo algunos grupos o activistas repercuten en el desarrollo de actividades corporativas de cambio social, en ocasiones para defender intereses colectivos, y en otras individuales. Con relación, Den Hond y de Bakker (2007) establecieron que las diferencias ideológicas y las estrategias implementadas por los grupos activistas motivan e influyen en el sector privado para abordar y colaborar con distintos problemas sociales desde la gestión y responsabilidad empresarial.

Además, King y Soule (2007) sustenta que las protestas de activistas generan más presión cuando son problemas relacionados con grupos críticos de partes interesadas, como trabajadores o consumidores, y en especial, cuando hay una mayor cobertura de los medios. Incluso King y Pearce (2010) sugieren que las controversias o presiones funcionan dentro del sistema de mercado al producir innovación y evitar que el capitalismo destruya los recursos de los que depende para sobrevivir. Sin embargo, Helms et al. (2012) argumentan que pueden surgir nuevas prácticas organizacionales e institucionales, no sólo de grupos de activistas o del trabajo institucional de empresarios, sino también de las negociaciones colectivas.

Los trabajos de investigación más recientes también muestran que los cambios organizacionales de cualquier tipo se originan como respuesta a diferentes necesidades y expectativas de grupos de interés internos y externos, los cuales influyen, recíprocamente en las acciones y responsabilidades organizacionales. En este sentido, Weber y Waeger (2017) determinaron que las partes interesadas externas influyen en la dinámica política interna de las organizaciones (incluyendo políticas de RSC), y esas políticas internas median, a su vez, en los resultados organizacionales en relación con las presiones externas, ocasionadas por luchas sociales, ambientales e ideológicas.

En otras investigaciones se encontró que, incluso frente a la publicación y presentación de informes integrados y de sostenibilidad, en ocasiones, los gerentes se enfrentan a desafíos asociados con diferentes tipos de presiones institucionales que influyen en su responsabilidad, decisiones y estrategias (Higgins et al., 2014). Además, cantidad de informes de sostenibilidad se limitan a un campo organizacional basado en problemas, en lugar de difundirse como una práctica institucionalizada en toda la comunidad empresarial (Higgins et al., 2018).

Por su parte, esta perspectiva presenta un análisis sobre los cambios institucionales generados en los campos organizacionales por presiones de tipo político, social y económico, de grupos internos o externos a las organizaciones. Estas presiones tienden a legitimar e institucionalizar cambios y prácticas en las organizaciones, por tanto, el surgimiento y presión ejercida por diferentes grupos de interés y activistas podrían influir en el desarrollo de actividades corporativas de cambio social, político, económico y ambiental respecto a la defensa de intereses colectivos o individuales a través de la gestión y la RSC. En este sentido, los cambios organizacionales se originan como respuesta a diferentes necesidades y expectativas de grupos de interés, los cuales influyen recíprocamente en las acciones y responsabilidades organizacionales.

Perspectiva 3: Valor compartido y emprendimiento social

Figura 7. *Perspectiva 3, Valor compartido y emprendimiento social*



Fuente: Elaboración propia de los autores (2020).

En los artículos hegemónicos de esta perspectiva se encontró que las organizaciones deben asumir diferentes roles y responsabilidades de tipo económico, político y social. Al respecto, Prahalad y Hammond (2002) resaltan que contribuir al mejoramiento en la calidad de vida de las personas, desde la base de la pirámide económica, puede ser considerado un esfuerzo noble, pero también debe ser rentable y lucrativo.

Por su parte, Scherer y Palazzo (2011) sugieren que, en condiciones de globalización, las organizaciones deben asumir responsabilidades sociales y políticas que vayan más allá de los requisitos legales y beneficios económicos; además, deben aportar a la gobernanza global. Sin embargo, Porter y Kramer (2011) argumentaron que el valor compartido (SV) debe evolucionar la RSC para orientar las inversiones corporativas en sus comunidades, ya que la RSC se centra en la reputación, mientras que el SV aprovecha la experiencia y recursos únicos de la empresa para crear valor económico a través del valor social.

Siguiendo con los artículos de intermediación, se resalta la importancia de promover los emprendimientos sociales y el bienestar comunitario como parte fundamental del ejercicio socialmente responsable. En este sentido, Ansari et al. (2012) plantean que es necesario fortalecer y desarrollar capacidades a través del empoderamiento de comunidades desde la base de la pirámide (BoP), con el propósito crear iniciativas y negocios que mejoren y preserven el capital social de las mismas. Sin embargo,

el primer paso para comprender cómo mitigar la pobreza y lograr bienestar social, es determinar cómo la BoP está involucrada en las cadenas de producción y que acciones se requieren para desarrollar actividades que generen mayor valor agregado (Munir et al., 2010). Para ello, es necesario un compromiso y replanteamiento de roles, tanto de las corporaciones como de los gobiernos frente a los intereses sociales generales, más allá de los económicos (Munir et al., 2010). Por otro lado, Dembek et al. (2016) centraron su interés en el concepto de valor compartido y encontraron que, aunque ha sido adoptado por muchas disciplinas (negocios y academia), existen divergencias entre la forma que se define y lo que verdaderamente se aplica. De allí que es necesario garantizar un valor compartido con significado y organizaciones con orientación sobre cómo implementarlo.

Por último, en los artículos actuales (hojas) se continúa abordando y ampliando el concepto de base de pirámide (BoP) y RSC, por ejemplo, Joncourt et al. (2019) extendieron el concepto de BoP tocando aspectos poco atendidos, como la RSC, el emprendimiento social, los negocios inclusivos, mercados de subsistencia, entre otros. Se resalta la importancia de los procesos de aprendizaje de las organizaciones, la innovación en modelos de negocio y los vínculos con los mercados de BoP.

Autores como Forcadell y Aracil (2019), mediante un estudio de caso con multinacionales, determinaron que estas pueden estimular el cambio institucional en las economías emergentes y contribuir a su desarrollo sostenible a través del emprendimiento institucional y subsidiario, y las diversas iniciativas de partes interesadas. Esto se reafirma en Tasavori et al. (2016) quienes enfatizan como un enfoque de emprendimiento social corporativo (CSE) pueden permitir a las multinacionales ingresar a los mercados de la BoP, abordando los problemas sociales como oportunidades e implementando estrategias de comercialización y de RSC para crear valor y mejorar la calidad de vida de los más vulnerables. Esto permitiría a las organizaciones obtener beneficios explícitos e implícitos; los primeros, porque les garantiza nuevas oportunidades de mercado y canales de ingresos; los segundos, porque brindan legitimidad política y social, confianza, voluntad y colaboración (Agrawal y Sahasranamam, 2016).

Esta perspectiva sugiere que las organizaciones deben asumir diferentes roles y responsabilidades de tipo económico, político, ambiental y social, que vayan más allá de requisitos legales y beneficios financieros. Estas deben gestionar sus actividades garantizando la creación de valor compartido, el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de todas sus partes interesadas, para ello, pueden promover el desarrollo y creación de emprendimientos sociales como parte fundamental de su RSC. En este sentido, el fortalecimiento, potencialización y empoderamiento de pequeñas comunidades desde la base de la pirámide (BoP) para la generación de estas iniciativas empresariales, se convierten en una gran oportunidad para la creación de valor y la contribución a la sostenibilidad y gobernanza global que el actual entorno exige.

Conclusiones

Este artículo estableció como objetivo identificar las tendencias de investigación emergentes entre la RSC y el emprendimiento, cubriendo tanto la literatura de WoS como la de Scopus a través de mapeo científico. Los resultados mostraron que el interés de la comunidad científica sobre la RSC y el emprendimiento ha crecido de forma acelerada en los últimos cinco años, esto se evidencia en el crecimiento del número de publicaciones científicas, específicamente de un 20% anual. Por su parte, el país que lidera la producción de investigaciones en los temas es Estados Unidos, tanto en WoS como Scopus, pero dentro del top de los 10 principales a nivel mundial, la mayoría son países europeos.

Respecto a las revistas con mayor cantidad de publicaciones en el tema, se destaca que la mayoría se encuentran ubicadas en Cuartil 1 para WoS y Scopus. La revista con mayor cantidad de documentos publicados y a la vez con mayor impacto es "Journal of Management", centrada en temas de emprendimiento, estrategia y política de negocios, gestión de recursos humanos, comportamiento organizacional, métodos de investigación y teoría organizacional; seguida de "Journal of cleaner production", enfocada en temas de producción más limpia, el medio ambiente y la sostenibilidad. Frente a la concentración de publicaciones por áreas de investigación, se encontró que WoS tiene mejor agrupación, siendo su área principal Business Economics con 69,39%; mientras que en Scopus las publicaciones son más dispersas: la categoría más relevante es Business, Management and Accounting con 33,9%. En general, en ambas bases de datos el área de Social Sciences tiene una concentración similar.

En lo concerniente a los autores más representativos (Tabla 3), Gideon D. Markman, lidera la lista en WoS respecto al número de publicaciones e impacto, mientras que en Scopus Vanessa Ratten, es el autor más representativo. Sin embargo, es pertinente destacar que de acuerdo a la red de co-citaciones de autores del tema, los más relevantes de la red son Archie B. Carroll, seguido por Porter, Freeman, McWilliams y Friedman, todos estos, autores seminales en el área de RSC.

De acuerdo con los resultados encontrados, se determinó que el concepto de RSC ha cambiado, tanto en términos pragmáticos como en su marco teórico. Desde su génesis y episteme ha involucrado aspectos éticos, morales y filantrópicos de las organizaciones. También ha sido considerada como una estrategia para maximizar beneficios, crear valor o ampliar las posibilidades del marketing, incluyendo el emprendimiento social.

Del análisis, se encontraron tres perspectivas significativas que relacionan la RSC y el emprendimiento. La primera, Desempeño y sostenibilidad, donde se destaca el impacto generado por la estructura y gestión de las empresas frente a su desempeño en ambientes cambiantes y complejos; además, resalta la importancia de la OE y el compromiso con la sostenibilidad asumido por las PYMES como parte de su RSC.

En segundo lugar, Cambios institucionales y organizacionales, que presenta un análisis sobre los cambios institucionales en los campos organizacionales por presiones de tipo político, económico y social, de grupos internos o externos a las organizaciones. Por último, Valor compartido y emprendimiento social, que establece que las organizaciones deben asumir diferentes roles y responsabilidades a nivel interno y externo, promoviendo los emprendimientos sociales, el bienestar comunitario, el valor compartido, el cuidado del ambiente y el desarrollo de capacidades desde la BoP.

No obstante, una de las limitaciones de este trabajo fue utilizar el término RSC para la ecuación de búsqueda, dado que apunta directamente al comportamiento socialmente responsable que ejerce la empresa en un conglomerado social. Igualmente, el sesgo natural de los autores y su interpretación, son limitaciones que surgen del diseño de esta investigación. Para investigaciones posteriores, se recomienda utilizar el término RSO (Responsabilidad social Organizacional) como un concepto más amplio e integrador, aplicable a organizaciones de cualquier tipo. Adicionalmente, sería pertinente profundizar en el estudio de las perspectivas relacionadas en este documento. En términos prácticos, los gerentes y emprendedores pueden implementar estrategias innovadoras y sostenibles bajo modelos de responsabilidad social integradores, que integren a los distintos grupos de interés y garanticen una relación gana-gana.

Referencias

- Agrawal, A., & Sahasranamam, S. (2016). Corporate social entrepreneurship in India. *South Asian Journal of Global Business Research*, 5(2), 214–233. <https://doi.org/10.1108/sajgbr-12-2014-0098>
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Do not Know About Corporate Social Responsibility. *Journal of Management*, 38(4), 932–968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>
- Ansari, S., Munir, K., & Gregg, T. (2012). Impact at the “Bottom of the Pyramid”: The Role of Social Capital in Capability Development and Community Empowerment. *Journal of Management Studies*, 49(4), 813–842. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.%2001042.x>
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1540-6520.2006.00107.x>
- Ayuso, S., & Navarrete-Báez, F. E. (2018). How Does Entrepreneurial and International Orientation Influence SMEs’ Commitment to Sustainable Development? Empirical Evidence from Spain and Mexico. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(1), 80–94. <https://doi.org/10.1002/csr.1441>

- Bar-Ilan, J. (2010). Citations to the "Introduction to informetrics" indexed by WOS, Scopus and Google Scholar. *Scientometrics*, 82, 3, 495–506. <https://doi.org/10.1007/s11192-010-0185-9>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Baron, D. (2007). Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683–717). <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2007.00154.x>
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., & Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2008(10), P10008. <https://doi.org/10.1088/1742-5468/2008/10/p10008>
- Bravo-García, S., Benavides-Bustos, J., Wagner-Martínez, M., y Londoño-Cardozo, J. (2019). Perspectivas de las spin-off académicas, como modelo de emprendimiento en las universidades colombianas. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 131–156. <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3443>
- Buitrago, S., Duque, P. L., y Robledo, S. (2019). Branding Corporativo: una revisión bibliográfica. *Económicas CUC*, 41(1). 143-162. <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020.Org.1>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Cheema, S., Afsar, B., Al-Ghazali, B. M., & Maqsoom, A. (2020). How employee's perceived corporate social responsibility affects employee's pro-environmental behaviour? The influence of organizational identification, corporate entrepreneurship, and environmental consciousness. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 616–629. <https://doi.org/10.1002/csr.1826>
- Corella, M. y Del Castillo-Vega, M. (2015). Principios filosóficos y procesos internos como reflejo de la responsabilidad social organizacional. Casos Grupo Bimbo y La Costeña. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6(2). <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2015.6.2.06>
- Courrent, J.-M., Chassé, S., & Omri, W. (2018). Do Entrepreneurial SMEs Perform Better Because They are More Responsible? In *Journal of Business Ethics*, 153(2), 317–336. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3367-4>
- Covín, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Dayan, M., Ng, P. Y., & Ndubisi, N. O. (2019). Mindfulness, socioemotional wealth, and environmental strategy of family businesses. *Business Strategy and the Environment*, 28(3), 466–481. <https://doi.org/10.1002/bse.2222>

- Dembek, K., Singh, P., & Bhakoo, V. (2016). Literature Review of Shared Value: A Theoretical Concept or a Management Buzzword? *Journal of Business Ethics*, 137(2), 231–267. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2554-z>
- Den Hond, F., & de Bakker, F. (2007). Ideologically motivated activism: How activist groups influence corporate social change activities. *Academy of Management Review*, 32(3). <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275682>
- Díez-Gómez, D. A., Guillén, M., y Rodríguez, M.P. (2019). Revisión de la Literatura sobre la Toma de Decisiones Éticas en Organizaciones. *Información tecnológica*, 30(3), 25–38. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300025>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. (1983). The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *Advances in Strategic Management*, 4(2), 143–166. [https://doi.org/10.1016/s0742-3322\(00\)17011-1](https://doi.org/10.1016/s0742-3322(00)17011-1)
- Donato, V. (2017). Towards design process validation integrating graph theory into BIM. *Architectural Engineering and Design Management*, 13(1), 22–38. <https://doi.org/10.1080/17452007.2016.1208602>
- Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 109, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.039>
- Duque, P. y Cervantes-Cervantes, L. (2019). Responsabilidad Social Universitaria: una revisión sistemática y análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales* 35(153), 451-464. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3389>
- Eckhardt, J. & Shane, S (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333–349. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(02\)00225-8](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(02)00225-8)
- Elkington, J. (1998). Accounting for the triple bottom line. *Measuring Business Excellence*, 2(3), 18–22. <https://doi.org/10.1108/eb025539>
- Fassin, Y. (2005). The Reasons Behind Non-Ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 265–279. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-0134-3>
- Fassin, Y., Van Rossem, A., & Buelens, M. (2011). Small-Business Owner-Managers' Perceptions of Business Ethics and CSR-Related Concepts. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 425–453. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0586-y>
- Ferguson, R. (2012). Learning analytics: drivers, developments and challenges. *International Journal of Technology Enhanced Learning*, 4(5/6), 304-315. <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2012.051816>
- Forcadell, F. J., & Aracil, E. (2019). Can multinational companies foster institutional change and sustainable development in emerging countries? A case study. *Business Strategy & Development*, 2(2), 91–105. <https://doi.org/10.1002/bsd2.45>

- Freeman, L. (1977). A Set of Measures of Centrality Based on Betweenness. *Sociometry*, 40(1), p. 35-41. <https://doi.org/10.2307/3033543>
- García-Cali, E., Barros-Arrieta, D., y Valle-Ospino, A. (2018). Endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad organizacional. *Desarrollo Gerencial*, 10(2), 65–82. <https://doi.org/10.17081/dege.10.2.3219>
- Garriga, E., & Melé, D. (2013). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 69–96. https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-94-007-4126-3_4
- Gentner, D. (1983). Structure-Mapping: A Theoretical Framework for Analogy. *Readings in Cognitive Science*, 303–310. <https://doi.org/10.1016/B978-1-4832-1446-7.50026-1>
- Giménez, J. (2014). *Promoción de la cultura emprendedora en la Universidad Yacambú*. Centro de Emprendedores. <http://www.uny.edu.ve/decd/emprendimiento/>
- Grant, S., & Palakshappa, N. (2018). Social enterprise push or corporate social responsibility pull? The mainstreaming of fair trade. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 23(4), e1625. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1625>
- Greenwood, R., & Suddaby, R. (2006). Institutional Entrepreneurship in Mature Fields: The Big Five Accounting Firms. *Academy of Management Journal*, 49(1), 27–48. <https://doi.org/10.5465/amj.2006.20785498>
- Heincke, M. (2009). La responsabilidad social empresarial: ¿una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia? *OPERA*, 5(5), 55-74. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1457>
- Helms, W. S., Oliver, C., & Webb, K. (2012). Antecedents of Settlement on a New Institutional Practice: Negotiation of the ISO 26000 Standard on Social Responsibility. *Academy of Management Journal*, 55(5), 1120–1145. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.1045>
- Hemingway, C. A. (2005). Personal Values as A Catalyst for Corporate Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233–249. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-0132-5>
- Henriques, A., & Richardson, J. (2013). *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up*. Editorial Routledge.
- Hernández-Perlines, F., & Cisneros, M. (2017). Analysis of the moderating effect of entrepreneurial orientation on the influence of social responsibility on the performance of Mexican family companies. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1408209>
- Higgins, C., Stubbs, W., & Love, T. (2014). Walking the talk(s): Organisational narratives of integrated reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1090–1119. <https://doi.org/10.1108/aaaj-04-2013-1303>

- Higgins, C., Stubbs, W., & Milne, M. (2018). Is Sustainability Reporting Becoming Institutionalised? The Role of an Issues-Based Field. *Journal of Business Ethics*, 147(2), 309–326. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2931-7>
- Hirsch, J. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 102(46), 16569–16572. <https://doi.org/10.1073/pnas.0507655102>
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2000). Is It Ethical to Use Ethics as Strategy? In Business Challenging Business Ethics: New Instruments for Coping with Diversity. *International Business*, 21–31. https://doi.org/10.1007/978-94-011-4311-0_4
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS One*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jansson, J., Nilsson, J., Modig, F., & Vall, G. H. (2017). Commitment to Sustainability in Small and Medium-Sized Enterprises: The Influence of Strategic Orientations and Management Values. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 69–83. <https://doi.org/10.1002/bse.1901>
- Joncourt, S., Gebauer, H., Reynoso, J., Cabrera, K., Valdes, A., & Greve, K. (2019). Extending the Base-of-the-Pyramid Concept. *Service Science*, 11(3), 241–261. <https://doi.org/10.1287/serv.2019.0247>
- Keim, G. D. (1978). Corporate social responsibility: an assessment of the enlightened self-interest model. *Academy of Management Review*. *Academy of Management*, 3(1), 32–39. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/10236737>
- King, B. G., & Pearce, N. A. (2010). The Contentiousness of Markets: Politics, Social Movements, and Institutional Change in Markets. *Annual Review of Sociology*, 36(1), 249–267. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.012809.102606>
- King, B. G., & Soule, S. A. (2007). Social Movements as Extra-Institutional Entrepreneurs: The Effect of Protests on Stock Price Returns. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 413–442. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.3.413>
- Kirzner, I. (1978). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226375489.001.0001>
- Konys, A. (2019). Towards Sustainable Entrepreneurship Holistic Construct. *Sustainability*, 11(23), 6749. <https://doi.org/10.3390/su11236749>
- Lepoutre, J., & Heene, A. (2006). Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: A Critical Review. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 257–273. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9183-5>
- Levy, S. J. (2002). Revisiting the marketing domain. *European Journal of Marketing*, 36(3), 299–304. <https://doi.org/10.1108/03090560210417129>

- London, M. (2010). Understanding social advocacy. *Journal of Management Development*, 29(3), 224–245. <https://doi.org/10.1108/02621711011025768>
- Londoño-Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría? *Notas de Divulgación*, 4(1), 97–106. <https://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/rain/article/view/V4n1a8/0>
- López-González, E., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2019). Corporate social responsibility in family firms: A contingency approach. *Journal of Cleaner Production*, 211, 1044–1064. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.251>
- Maguire, S., Hardy, C., & Lawrence, T. B. (2004). Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada. *Academy of Management Journal*, 47(5), 657–679. <https://doi.org/10.5465/20159610>
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Martínez, A. M., Ramos, V. A. y Tello, C. C. (2017). Responsabilidad Social Organizacional en un escenario de Posacuerdo: una revisión [Congreso] *I encuentro nacional de semilleros de investigación de la Escuela de Economía, Administración y Negocios*, Bogotá, Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/68761>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.2307/259398>
- Meier, F. (2020). Social Network Analysis as a Tool for Data Analysis and Visualization in Information Behaviour and Interactive Information Retrieval Research. Proceedings of the 2020 Conference on Human Information Interaction and Retrieval. <https://doi.org/10.1145/3343413.3378018>
- Merino, M. (2012). MotoStudent, un paradigma de emprendimiento y educación no formal en la universidad. *ArDIn. Arte, Diseño E Ingeniería*, 1, 63–81. <http://polired.upm.es/index.php/ardin/article/view/1848>
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770–791). <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Mora-Mayoral, M.J. y Martínez-Martínez, F. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo* 1(31), 27–46. <https://doi.org/10.19052/ed.4375>
- Munir, K., Ansari, S., & Gregg, T. (2010). Beyond the hype: Taking business strategy to the “bottom of the pyramid.” *Advances in Strategic Management*, 27, 247–276. [https://doi.org/10.1108/S0742-3322\(2010\)0000027012](https://doi.org/10.1108/S0742-3322(2010)0000027012)

- O'Dochartaigh, A. (2019). No more fairytales: a quest for alternative narratives of sustainable business. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(5), 1384–1413. <https://doi.org/10.1108/aaaj-11-2016-2796>
- Ohri, A. (2012). *R for Business Analytics*. Springer Science & Business Media.
- Osorio, F. y Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 13–33. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao24-43.hmep>
- Palakshappa, N., & Grant, S. (2018). Social enterprise and corporate social responsibility: Toward a deeper understanding of the links and overlaps. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 606–625. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2016-0131>
- Persson, O. (1994). The intellectual base and research fronts of JASIS 1986-1990. *Journal of the American Society for Information Science*, 45(1), 31–38. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(199401\)45:1%3C31::AID-ASI4%3E3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(199401)45:1%3C31::AID-ASI4%3E3.0.CO;2-G)
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56–68, 133. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12510538>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism-and Unleash a Wave of Innovation and Growth*. Harvard Business Review.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Strategic Direction*, 23(5), 78–92. <https://doi.org/10.1108/sd.2007.05623ead.006>
- Prahalad, C. K., & Hammond, A. (2002). Serving the world's poor, profitably. *Harvard Business Review*, 80(9). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12227146/>
- Price, D. (1965). Networks of scientific papers. *Science*, 149(3683), 510–515. <https://doi.org/10.1126/science.149.3683.510>
- Robledo, S., Osorio, G. y López, C. (2014). Networking en pequeña empresa: una revisión bibliográfica utilizando la teoría de grafos. *Vínculos*, 11(2), 6–16. <https://doi.org/10.14483/2322939X.9664>
- Salazar-Valencia, P., y Tello-Castrillón, C. (2020). El emprendimiento social como una estrategia de responsabilidad social en empresas del Valle del Cauca. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77677>
- Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2011). The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy. *Journal of Management Studies*, 48 (4), 899-931. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00950.x>

- Shafique, M. (2013). Thinking inside the box? Intellectual structure of the knowledge base of innovation research (1988-2008). *Strategic Management Journal*, 34(1), 62–93. <https://doi.org/10.1002/smj.2002>
- Shahzad, A. M., Wales, W. J., Sharfman, M. P., & Stein, C. M. (2016). Casting a wider performance net: The role of entrepreneurial orientation in boosting overall firm stakeholder value. *Journal of Management & Organization*, 22(2), 272–290. <https://doi.org/10.1017/jmo.2015.36>
- Shane, S. (2000). Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448–469. <https://doi.org/10.1287/orsc.11.4.448.14602>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Entrepreneurship*, 25(1), 171–184. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What Is to Be Sustained” With “What Is to Be Developed.” *A Psychological Approach to Entrepreneurship*, 35(1), 137–163. <https://doi.org/10.4337/9781783479801.00009>
- Silvestri, A., & Veltri, S. (2020). Exploring the relationships between corporate social responsibility, leadership, and sustainable entrepreneurship theories: A conceptual framework. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 585–594. <https://doi.org/10.1002/csr.1822>
- Sjöström, E. (2010). Shareholders as Norm Entrepreneurs for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 94(2), 177–191. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0255-1>
- Smith, W., & Higgins, M. (2000). Cause-Related Marketing: Ethics and the Ecstatic. *Business & Society*, 39(3), 304–322. <https://doi.org/10.1177/000765030003900304>
- Tang, Z., & Tang, J. (2012). Stakeholder–firm power difference, stakeholders’ CSR orientation, and SMEs’ environmental performance in China. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 436–455. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.007>
- Tang, Z., & Tang, J. (2016). The Impact of Competitors–Firm Power Divergence on Chinese SMES’ Environmental and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 147–165. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2518-8>
- Tasavori, M., Ghauri, P. N., & Zaefarian, R. (2016). Entering the base of the pyramid market in India. *International Marketing Review*, 33(4), 555–579. <https://doi.org/10.1108/imr-03-2014-0085>
- Thananusak, T. (2019). Science Mapping of the Knowledge Base on Sustainable Entrepreneurship, 1996–2019. *Sustainability*, 11(13), 35–65. <https://doi.org/10.3390/su11133565>

- Tiba, S., Van-Rijnsoever, F. J., & Hekkert, M. (2019). Firms with benefits: A systematic review of responsible entrepreneurship and corporate social responsibility literature. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 265–284. <https://doi.org/10.1002/csr.1682>
- Venkataraman, S. (2019). The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research. In J. A. Katz & A. C. Corbet (Eds.), *Seminal Ideas for the Next Twenty-Five Years of Advances* (pp. 5–20). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1074-754020190000021009>
- Vieira, E. S., & Gomes, J. (2009). A comparison of Scopus and Web of Science for a typical university. *Scientometrics* 81(2), 587–600. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-2178-0>
- Votaw, D. (1972). Genius Becomes Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility Pt. I. *California Management Review*, 15(2), 25–31. <https://doi.org/10.2307/2F41164415>
- Wallis, W. D. (2007). *A Beginner's Guide to Graph Theory*. Birkhäuser Boston. <https://doi.org/10.1007/978-0-8176-4580-9>
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press.
- Weber, K., & Waeger, D. (2017). Organizations as Polities: An Open Systems Perspective. *Academy of Management Annals*, 11(2), 886–918. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0152>
- Yang, S., Keller, F. B., & Zheng, L. (2016). *Social Network Analysis: Methods and Examples*. SAGE Publications.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda. *Journal of Management Studies*, 43(4), 917–955. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00616.x>
- Zhuang, Y., Lee, Y., Chang, X., & Kim, R. B. (2020). Entrepreneurial orientation and corporate social responsibility performance: An empirical study of state-controlled and privately controlled firms in China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 383–392. <https://doi.org/10.1002/csr.1872>
- Zuluaga, M., Robledo, S., Osorio Zuluaga, G. A., Yathe, L., Gonzalez, D. y Taborda, G. (2016). Metabolómica y Pesticidas: Revisión sistemática de literatura usando teoría de grafos para el análisis de referencias. *Nova*, 14(25), 121. <https://doi.org/10.22490/24629448.1735>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/2F1094428114562629>