

Tendencias investigativas de responsabilidad social en el sector agrícola: Un análisis bibliométrico

Research trends in social responsibility in the agricultural sector: A bibliometric analysis

NICOLÁS ALBARRACIÓN BOHORQUEZ

Politécnico Grancolombiano, Escuela de administración y Competitividad, Calle 57 # 3 - 00 Este. Bogotá, D.C., (Colombia)

nalbarracin@poligran.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8755-9162>

MARIO ALBERTO LORA MONSALVE

Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional "Humberto Velázquez García", Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Calle 10 # 12-22 Ciénaga, Magdalena, (Colombia)

mariolora@infotephvg.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9089-4578>

Recibido:18/03/2024 . Aceptado:08/10/2024 .

Cómo citar: Albarracín Bohorquez, Nicolás, Lora Monsalve, Mario Alberto, "Tendencias investigativas de responsabilidad social en el sector agrícola: Un análisis bibliométrico", *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros* 263 (2024): 175-197..

Este artículo está sujeto a una [licencia "Creative Commons Reconocimiento-No Comercial" \(CC-BY-NC\)](#). / Open access article under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC-BY 4.0\)](#).

DOI: <https://doi.org/10.24197/reap.263.2024.175-197>

Sumario: 1. Introducción. 1. Marco teorico. 2. Metodología. 2.1. Diseño de estudio. 2.2. Fuentes de información. 2.3 Criterios de elegibilidad. 2.4 Estrategia de búsqueda y proceso de extracción. 2.5 Análisis de la información. 3. Resultados. 3.1 Análisis de la producción científica. 3.2 Analisis de redes. 3.3 Análisis de clústeres. Conclusiones.

Resumen Las estrategias de responsabilidad social empresarial han tenido un aumento significativo en los últimos años; pese a ello, desde el sector agrícola no se cuenta con una línea específica para el accionar de las mismas. El objetivo del presente estudio es entender la forma en que el contexto rural comprende, articula y aplica las diversas estrategias de la responsabilidad social empresarial en el sector agrícola, utilizando un estudio bibliométrico donde se empleó la base de datos Web of Sciences entre los años 2013-2022. Se identificaron tendencias investigativas e indicadores bibliométricos de interés, asociados al año de publicación, país, áreas y clústeres temáticos..

Palabras clave: Responsabilidad social; bibliometría, tendencias investigativas; agricultura; agronegocios..

Abstract: The strategies of corporate social responsibility have experienced a significant increase in recent years; however, the agricultural sector lacks a specific line for their implementation. The objective of this study is to understand how the rural context comprehends, articulates, and applies the various strategies of corporate social responsibility in the agricultural sector, using a bibliometric study that employed the Web of Science database between the years 2013-2022. Investigative trends and bibliometric indicators of interest were identified, associated with the year of publication, country, areas, and thematic clusters.

Keywords: Social responsibility; bibliometrics, research trends; agriculture; agribusiness.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, siendo considerada esencial para el desarrollo sostenible. Sin embargo, a pesar de este aumento, el sector agrícola enfrenta desafíos únicos en la implementación de estas estrategias, ya que no cuenta con una línea de acción específica para la RSE.

Establecido todo este contexto, surge la necesidad de entender el cómo el contexto rural, especialmente el relacionado al sector agrícola, comprende, articula y aplica estrategias de la responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta que, en el contexto rural, confluyen diversos actores que cuentan con dinámicas socioeconómicas y administrativas diversas. Adicionalmente, los negocios rurales se caracterizan por tener una dependencia directa de la explotación de los recursos naturales, lo que los hace sensibles a cualquier ejercicio que se desarrolle en torno a la sostenibilidad en cualquiera de sus ejes.

Este estudio se centra en explorar esta cuestión mediante un enfoque bibliométrico. El objetivo principal es identificar tendencias investigativas e indicadores bibliométricos relevantes, como el año de publicación, país de origen, áreas de investigación y clústeres temáticos asociados a la RSE en el sector agrícola. Este análisis proporcionará una visión más clara del desarrollo del conocimiento en este campo y de los temas más relevantes en la actualidad.

1. MARCO TEÓRICO

En la actualidad, la responsabilidad social empresarial –RSE– se ha convertido en un tema de importancia para las organizaciones, donde situaciones como el cambio climático, las particularidades socio

económicas de las naciones y la sensibilidad de los consumidores frente al tipo de bienes y servicios adquiridos y su impacto – consumo responsable– son considerados como motores que han condicionado el actuar de las empresas.

En este sentido, la RSE ha sido estudiada con mayor profundidad a partir de la segunda mitad del siglo XX, donde autores como Friedman (1970), manifiestan que esta se encuentra principalmente ligada a la generación de beneficios económicos para los accionistas de las organizaciones, es decir, una visión evidentemente economista. Posteriormente, Drucker (1984), ubicándose en el límite opuesto al planteado por Friedman, argumenta que la responsabilidad social no debe solamente limitarse a ejercicios filantrópicos por parte de las empresas, sino también debe ser contemplada como una estrategia esencial dentro de los procesos administrativos de las organizaciones.

Bajo este enfoque, Carroll (1991), propone la “pirámide de Carroll”, en la que establece cuatro niveles de responsabilidad, siendo estas la económica, legal, ética y filantropía, aspecto que permite delimitar diversas acciones y sus posiblefocos de impacto desde la gestión administrativa de la responsabilidad social. Con base a lo anterior, Elkington (1997) postula la idea del “triple resultado final”, relacionada con la evaluación del desempeño organizacional desde lo económico, lo social y lo ambiental; para posteriormente Carroll y Buchholtz (2014) analizar esta idea y la interrelación que tienen los negocios y la sociedad, desde las perspectiva ética y de sostenibilidad.

Es así como la idea del triple resultado es adoptada por el “Código de la Empresa Sostenible” (IESE et al., 2002), donde se afirma que las organizaciones sostenibles son aquellas que, a lo largo de su operación y cadena de suministro, logran promover el desarrollo económico, la sostenibilidad ambiental y el bienestar social. Así las cosas, en este código se define que la responsabilidad corporativa puede tener cuatro dimensiones: lo económico, lo sociocultural, lo ambiental y las condiciones de trabajo (IESE et al., 2002).

Continuando con el análisis del “código de la empresa sostenible”, se plantean dos tipos de responsabilidades sociales, una hacia el interior de las organizaciones (condiciones de trabajo) y otra hacia el exterior (sociocultural); en ese sentido, el código del buen gobierno gira en torno a la relación con los *stakeholders* desde tres grandes esferas. La primera esfera es el “nivel consustancial”, el cual engloba esa responsabilidad hacia el interior, contemplando los empleados, socios, accionistas e

inversores; la segunda esfera es el “nivel competitivo”, que contempla la cadena de valor vista desde los proveedores y contratistas, clientes e instituciones financieras. Finalmente, la última esfera es el “nivel contextual”, que tiene en cuenta las comunidades locales y sociedad en general, los creadores de opinión y la administración pública (IESE et al., 2002). Esta visión de la responsabilidad social, dividida entre lo interno y externo, ya había sido desarrollada por Melo y Froes (1999). Estos autores planteaban los diferenciales comparativos entre los dos aspectos en términos de foco, áreas de actuación, instrumentos y tipo de retorno para la organización. Así las cosas, el foco de la responsabilidad social interna está planteada hacia los trabajadores y sus familias, mientras que la externa se focaliza hacia la comunidad en general.

En términos de áreas de actuación, la responsabilidad social externa procura desarrollar iniciativas que impacten de manera positiva en aspectos de educación, salud o temas ambientales; por otro lado, la responsabilidad social interna procura impactar indicadores relacionados a la educación, seguridad, sueldos y beneficios o asistencia médica. Los instrumentos utilizados por los enfoques también tienen algunas variaciones. Así, la responsabilidad interna se implanta desde los programas de recursos humanos y la responsabilidad externa hace lo correspondiente desde la cooperación con organizaciones no gubernamentales, voluntariados o donaciones (Melo y Froes, 1999). Finalmente, Melo y Froes (1999) plantean que cada uno de los enfoques de la responsabilidad social espera obtener retornos diferenciales hacia la organización; en ese sentido, la responsabilidad social interna pretende fomentar el aumento de la productividad para los accionistas, mientras que la responsabilidad social externa busca fortalecer la reputación organizacional, obtener publicidad y en general fortalecer la imagen positiva de la organización hacia la sociedad en general.

Ahora bien, The Global Compact (2012) plantea el “continuo organizacional”, el cual modela la forma en que las organizaciones pueden contribuir en los ejercicios de desarrollo social partiendo desde la visión más economista o actividad principal de la empresa, pasando por su orden consecuente por el negocio responsable, negocio inclusivo, valor compartido, negocio social, inversión social y finalmente la filantropía. Este modelo plantea que las diferentes estrategias cuentan con expectativas de retornos económicos diferentes. En ese sentido, el modelo centrado en la actividad principal de la empresa entiende que su única responsabilidad es el beneficio económico de la organización y el retorno de beneficios a

los accionistas. Por otro lado, los negocios responsables alinean esfuerzos para mitigar los posibles impactos sociales y ambientales con sus estrategias económicas; esta estrategia se diferencia de los negocios inclusivos, toda vez que en esta última estrategia se busca generar escenarios de inclusión a sectores de la sociedad específicos, ya sea en la operación propia de la cadena de valor como en el fin último del bien o servicio desarrollado por la organización (The Global Compact, 2012).

Una de las estrategias que ha sido implementada por muchas industrias agroalimentarias es la del valor compartido. Dicha estrategia se puede considerar como un punto medio referente a la expectativa de retorno económico de la estrategia social y busca continuar con los esfuerzos hacia la competitividad de la organización, mientras que procura contribuir al logro de indicadores u objetivos sociales. Por otro lado, la estrategia de los negocios sociales usualmente está categorizada como aquellas organizaciones sin ánimo de lucro cuyo fin último es la contribución a soluciones de problemáticas específicas de la sociedad (The Global Compact, 2012).

Finalmente, las dos últimas estrategias que son las que particularmente se desligan de manera diferencial de la expectativa del retorno económico, son las inversiones sociales y la filantropía. En primer lugar, las inversiones sociales son escenarios estratégicos que buscan promover la sostenibilidad de las organizaciones por medio de relaciones estables con la sociedad a largo plazo. En segundo lugar, la filantropía que hace referencia a la realización de donaciones o transferencias de recursos privados a propósitos con fines puramente sociales y donde no se espera obtener ninguna retribución a cambio (The Global Compact, 2012).

Es así como puede analizarse que existen diversos enfoques organizacionales para el desarrollo de la RSE. Uno de los sectores económicos que ha implementado últimamente estrategias de la responsabilidad social (RS) ha sido el agrícola, específicamente con el fin de analizar los procesos productivos de estas y su impacto en la pobreza, la desigualdad y el cambio climático, entre otros aspectos, situación que ha generado múltiples enfoques y definiciones de su accionar y aplicación. Pese a ello, autores como Lizcano y Lombana (2018), manifiestan que no existe una postura clara sobre la forma en que el sector agrícola desarrolla acciones de responsabilidad social empresarial y los impactos internos y externos que estos.

2. METODOLOGÍA

2.1 Diseño del estudio

En primer lugar, se realizó un análisis bibliométrico de la literatura científica, el cual, según Aguilera-Eguía et al. (2017) corresponde a un procedimiento por medio del cual se hace una revisión de indicadores bibliométricos. Estos son calculados teniendo en cuenta las características observadas en los documentos publicados sobre una temática específica. Lo anterior permite la identificación de los diferentes rasgos que puede tener la actividad investigadora, la producción científica y el consumo de la información en el contexto académico.

2.2 Fuentes de información

Para la investigación, fue empleada la base datos Web of Sciences (WOS), la cual es considerada como una de las fuentes de información más grandes e importantes en el escenario académico, debido a que indexa gran parte de la producción científica a nivel mundial de forma multidisciplinar (Chaparro et al., 2016), aspecto que facilitará la gestión de la información y la confiabilidad de los indicadores bibliométricos medidos en el estudio.

2.3 Criterios de elegibilidad

Como criterios de inclusión se tuvieron en cuenta aquellos manuscritos publicados entre el 2013 y 2022, bajo la tipología de artículos en revistas, en español e inglés, y acceso abierto, identificando un total de 251 artículos disponibles. Se excluyeron artículos que no estuvieran disponibles para su lectura completa. Para la generación de las conclusiones, se incluyeron únicamente aquellos documentos que se vincularan a alguno de los clústeres identificados en los resultados del estudio.

2.4 Estrategia de búsqueda y proceso de extracción

En un primer momento, se definieron los términos a utilizar para la búsqueda, para ello los investigadores de forma independiente definieron las palabras clave que podrían utilizarse para el estudio y realizaron un análisis inicial de adherencia y pertinencia por medio de una revisión exploratoria en Google Scholar, con el fin de establecer las palabras que mejor se ajustaran en el motor de búsqueda final. Una vez definidas las

palabras clave de forma independiente, se realizó un análisis en consenso de los investigadores y en caso de discrepancias se contactaba a un tercer profesional externo al estudio. Posterior a ello, se estableció la ruta final la siguiente: (((("Social Responsibility" OR "CSR" OR "stakeholder engagement") AND ("Farmer" OR "Agricultural" OR "Agribusiness" OR "Agrarian")))). Una vez obtenidos los datos, se procede a descargar la información de interés en una hoja de cálculo en formato Microsoft Excel versión 365.

2.5 Análisis de la información

El estudio fue ejecutado en dos fases: en un primer momento, se recolectaron los datos básicos bibliométricos de número de publicaciones por año, revistas por número de publicaciones y área de estudio. La información fue analizada y de cada una de estas variables se generó una gráfica basada en estadística descriptiva, que permitiera visualizar su tendencia en comparación con los indicadores internos de cada variable. Como segunda parte del estudio, se definieron los clústeres temáticos de gestión investigativa sobre responsabilidad social en el sector agrícola. Para ello, la información recolectada y organizada en el programa Microsoft Excel versión 365 (generada por Web of Science a través de la búsqueda) fue cargada al programa VOSViewer para la generación de redes de concurrencia en función de las palabras claves asociadas a los artículos generados en la investigación.

Dicho programa, genera un análisis de co-palabras, generando una clasificación de indicadores asociados y de carácter multidimensional, donde se identifican términos o palabras relacionadas o conjuntas, todo esto con el objetivo de definir una estructura conceptual de un dominio temático en investigación (Gálvez, 2018). Una vez seleccionadas las palabras, el programa crea una matriz donde calculan medidas de similitud con base a modelos estadísticos multivariados como el agrupamiento y el escalamiento multidimensional (Gálvez, 2018). El primero de estos busca hacer una descomposición de las unidades de investigación en grupos similares, y el segundo genera mapas bidimensionales con el fin de apoyar el proceso de interpretación de las relaciones entre las variables de análisis (Gálvez, 2018). Para el estudio, el análisis será reportado en la gráfica de red de concurrencia y en la matriz con los números de concurrencia por clúster y la fuerza de relación entre cada uno de los enlaces.

3. RESULTADOS

3.1 Análisis de la producción científica.

En la figura 1, se muestran las tendencias bibliométricas por año de publicación de los artículos identificados en el análisis, mostrando una mayor tendencia de publicación en los años 2021 ($n=58$; 23,11%), 2022 ($n=55$; 21,91%) y 2020 ($n=36$; 14,34%). Con relación a los años con menor publicación de artículos relacionados se encuentran el 2012 ($n=1$; 0,40%) y 2015 ($n=5$; 1,99%).

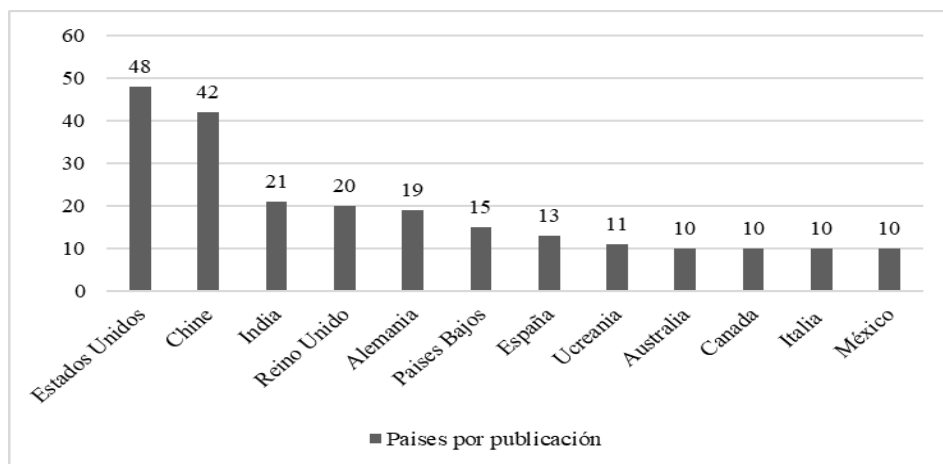
Figura 1. Tendencias bibliométricas por año de publicación.



Fuente: Elaboración propia a través de datos generados en WOS.

En la figura 2, se muestran los países con más de 10 publicaciones en el área de estudio. Se identifica que Estados Unidos ($n=48$; 19,12%) y China ($n=42$; 16,73%) cuentan con el mayor número de manuscritos publicados y en contraposición, Australia, Canadá, Italia y México, cuentan cada uno con 10 trabajos relacionados (3,98%).

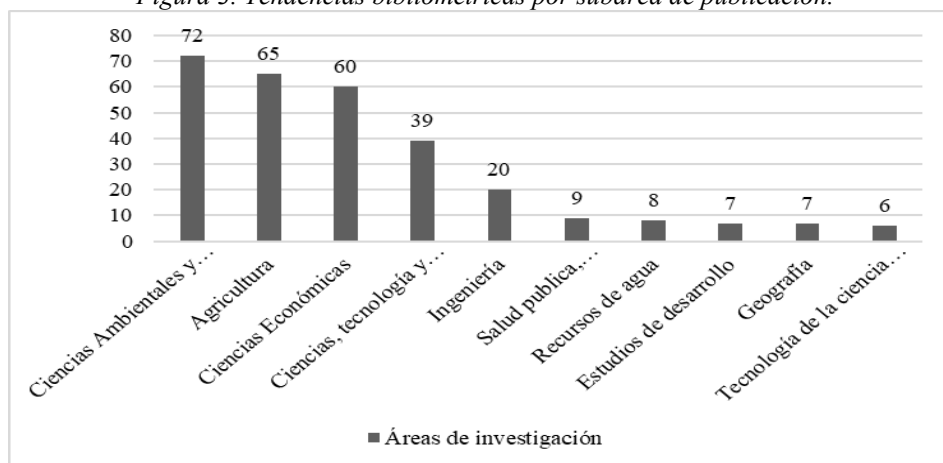
Figura 2. Tendencias bibliométricas por país de publicación.



Fuente: Elaboración propia a través de datos generados en WOS.

Por otro lado, en la figura 3 se muestran las subáreas de investigación integradas en WOS, identificando que las áreas con un mayor número de artículos son las Ciencias Ambientales y Ecología ($n=72$; 28,68%), Agricultura ($n=65$; 25,90%), mientras que las que tuvieron menor tendencia fueron las de Estudios de Desarrollo ($n=7$; 2,79%), Geografía ($n=7$; 2,79%) y Tecnología de la Ciencia de Alimentos ($n=6$; 2,39%).

Figura 3. Tendencias bibliométricas por subárea de publicación.



Fuente: Elaboración propia a través de datos generados en WOS.

3.2 Análisis de redes

A partir del análisis generado por el programa VOSViewer, se identifican seis clústeres temáticos asociados a la responsabilidad social en el sector agrícola. Este proceso fue realizado con el objetivo de identificar las tendencias temáticas que se tienen sobre el área en mención, en donde se tuvo en cuenta un análisis mínimo de cinco concurrencias o repeticiones de palabras claves en los artículos identificados, dando un total de 55 palabras claves, las cuales pueden analizarse en la tabla 1 y figura 4.

Tabla 1. Análisis de concurrencias de palabras clave.

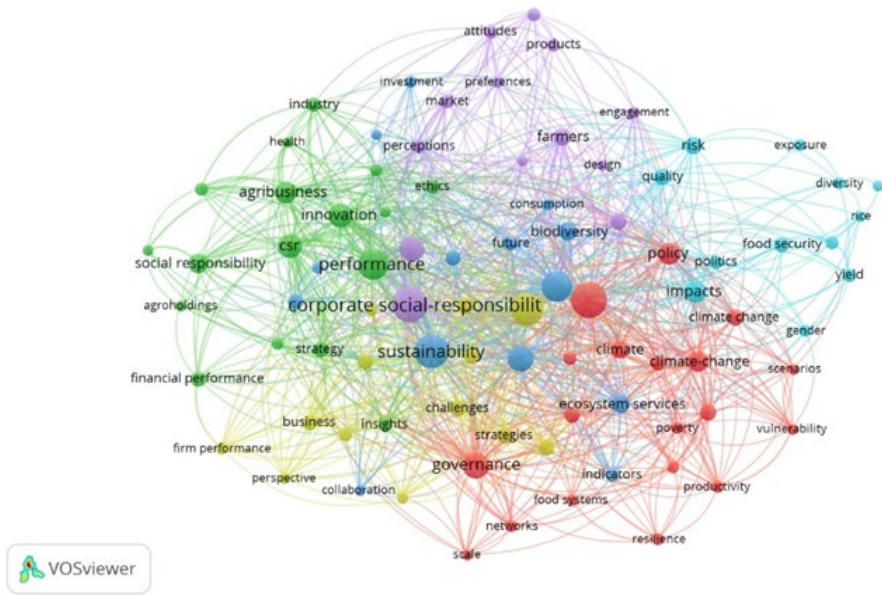
Clúster	Palabra clave	Concurrencia	Fuerza de los enlaces
Clúster 1	Agriculture	21	58
	Biodiversity	8	19
	Certification	8	33
	Climate-change	6	11
	Diversity	5	7
	Exposure	5	3
	Groundwater depletion	6	7
	Impacts	9	25
	Intensification	5	12
	Land	8	19
	Management	21	73
	Model	13	28
	Quality	7	13
	Rice	5	5
	Risk	6	11
	Yield	5	7
Clúster 2	Agribusiness	17	64
	Agroholdings	5	11
	Corporate social responsibility (csr)	5	11
	csr	22	79
	Innovation	18	64
	Performance	33	97
	Social responsibility	15	25

	Social-responsibility	9	25
	Supply chain	9	30
	Supply chains	6	23
	Sustainable development	7	19
Clúster 3	Attitudes	5	18
	Corporate social-responsibility	51	141
	Farmers	6	12
	Food	18	62
	Impact	24	78
	Market	8	34
	Perceptions	5	22
	Products	6	12
Clúster 4	Business	9	41
	Determinants	9	40
	Drivers	5	21
	Financial performance	9	30
	Firm performance	6	27
	Governance	15	57
	Growth	6	9
Clúster 5	Challenges	5	17
	Climate	6	14
	Companies	5	21
	Corporate social-responsibility	52	132
	Information	6	18
	Insights	5	19
	Strategies	8	22
Clúster 6	Ethics	6	21
	Framework	11	34
	Industry	8	32
	Responsibility	5	15
	Strategy	8	21

	Sustainability	36	102
--	----------------	----	-----

Fuente: Elaboración propia a través de datos generados en VOSViewer.

Figura 4. Red de concurrencia de palabras clave.



Fuente: Tomado de VOSViewer.

Los clústeres identificados se desglosan en temáticas diferenciales que permiten realizar un análisis integral del estado de la responsabilidad social. Así las cosas, el clúster 1 titulado “Relación de los grupos de interés y la responsabilidad social empresarial”, analiza la relación entre las partes interesadas y la responsabilidad social empresarial, abordando cómo las empresas interactúan y responden a las expectativas de diversos grupos, considerando su impacto social y ambiental. Por otro lado, el clúster 2 relacionado con la “Responsabilidad social en el interior de las organizaciones”, se centra en la implementación de prácticas socialmente responsables dentro de las organizaciones, evaluando cómo estas promueven un ambiente de trabajo ético, inclusivo y sostenible, así como la promoción del bienestar de los empleados.

En ese mismo orden de ideas, el clúster 3 “Estructura de la responsabilidad social empresarial”, analiza la configuración y diseño de las estrategias de responsabilidad social de las organizaciones, examinando cómo las empresas planifican, ejecutan y evalúan sus

iniciativas para maximizar su impacto social y ambiental. En esa misma línea de análisis, el clúster 4 titulado “Gobernanza”, se centra en la gobernanza corporativa y su relación con la responsabilidad social, explorando el cómo las estructuras de toma de decisiones y los sistemas de rendición de cuentas afectan la capacidad de las empresas para integrar prácticas socialmente responsables.

Así mismo, el clúster 5 “Mercado y consumidores”, investiga la interacción entre las empresas, el mercado y los consumidores en el contexto de la responsabilidad social; examina cómo las preferencias del consumidor y las dinámicas del mercado influyen en las prácticas responsables de las empresas. Finalmente, el clúster 6 referente al “Impacto de responsabilidad social”, se centra en medir y evaluar el impacto de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la sociedad y el medio ambiente; analiza cómo las acciones de las empresas generan resultados tangibles y positivos en términos de sostenibilidad y bienestar comunitario.

3.3 Análisis de clústeres

Teniendo en cuenta las tendencias temáticas identificadas, es posible realizar un análisis de los principales aspectos asociados a cada uno de los clústeres anteriormente descritos. Específicamente, para el primero de estos, enfocado a la relación de los grupos de interés y la responsabilidad social empresarial, se encuentran estudios como el de Ortega et al., (2016) titulado “Agronegocios, responsabilidad social empresarial y salud de los trabajadores migrantes”, basado en los principios de ética empresarial, sostenibilidad y aspectos sociales asociados a la gestión, donde específicamente para el estudio se aproximan a la responsabilidad social desde una perspectiva de desarrollo comunitario, incluyendo la protección y derechos de los trabajadores, más aún cuando estos tienen una condición de vulnerabilidad, y la protección al medio ambiente.

En esta misma línea, se identifica la investigación de Raj et al., (2020) titulada “Cultura de Sustentabilidad y Orientación al Mercadeo de la Agroindustria India en la Implementación de Programas de RSE: Perspectivas de los Mercados Emergentes” el cual está enfocado en comprender la forma en que la orientación al mercado o la cultura de la sostenibilidad pueden afectar la implementación de acciones de responsabilidad social. Dicha investigación sugiere que las iniciativas propuestas desde las empresas deben adoptar una perspectiva integral que

permita analizar sus enfoques temáticos, partes interesadas y escenarios de acción; así como también, gestionar acciones basadas en una cultura de sostenibilidad (Raj et al., 2020).

Por otro lado, se encuentra el estudio “Beneficios económicos y sociales de las acciones socialmente responsables hacia los empleados en empresas agroindustriales” de Matejun y Ratajczak (2019), el cual, está enfocado en conocer las acciones que realizan los agronegocios desde la RSE hacia sus empleados y cómo estos empleados pueden tener una afectación social y económica. En el estudio se puede identificar que el componente de responsabilidad hacia los empleados constituye un aspecto de importancia teórica y práctica en la RS, por lo que se hace necesario desarrollar acciones que permitan aumentar la participación de las empresas en este tipo de actividades, así como de la incorporación de otras comunidades a dichas acciones.

Por último en este clúster, se puede identificar la investigación de Nahorny et al. (2022) titulada “La responsabilidad social de las empresas en las empresas transnacionales modernas” enfocado en analizar la forma en que este tipo de organizaciones desarrollan actividades de responsabilidad social. Este estudio señala que de acuerdo al postulado de Renouard y Ezvan (2018) es posible entender la responsabilidad social desde dos perspectivas: la primera, enfocada en la protección de beneficiarios, la cual podría ser considerada como una acción bajo una postura holística; y la segunda, encaminada al impacto que las acciones pueden tener en las capacidades de las partes interesadas. En dicha investigación se manifiesta que se debe tener una relación con los grupos de interés afectados, subrayando igualmente la importancia de los procesos de gestión, cooperación y responsabilidad.

Con relación al segundo clúster, el cual está enfocado en la responsabilidad social hacia el interior de las organizaciones, se puede analizar en un primer momento la investigación de Biró y Szalmáné Csete (2020) titulada “Responsabilidad social corporativa en la agroindustria: hallazgos empíricos relacionados con el clima de Hungría”, la cual, buscó hacer un proceso de evaluación de la RS como herramienta para el fomento de una cultura sostenible en el lugar objeto de estudio; en la investigación, se pudo identificar que las organizaciones en Hungría cuentan con un componente complejo de responsabilidad social, el cual, puede considerarse como multidimensional y en el que además se debería tener en cuenta no solo las necesidades locales, sino también los desafíos globales, procesos de urbanización y demás componentes asociados al

clima; adicionalmente, los autores sugieren abordar el tema de RS en las organizaciones con una mayor profundidad para poder abordar las problemáticas sociales y ambientales de sus empresas con un enfoque más holístico. Por otro lado, se encuentra la investigación de Yatsiv y Kolodiychuk (2017) titulada “Formación de la responsabilidad social de los grandes usuarios de tierras agrícolas en Ucrania”, estudio enfocado en la proposición de instrumentos que permitan la recolección de información sobre peculiaridades y tendencias de formación y desarrollo en responsabilidad social en empresas ucranianas; la investigación sugiere que la responsabilidad social y su formación debería basarse en cuatro acciones específicas: las realizadas por el empleador, las de enfoque ecológico, las realizadas por los empresarios y las que tienen un enfoque en la parte social; sugiriendo además la importancia fortalecer las acciones de socialización y difusión de la información.

Por último, se encuentra el estudio “La responsabilidad social en las dimensiones de la ciudadanía corporativa. Un estudio de caso en la manufactura agrícola” de Nevárez y Félix (2019) quienes en su abordaje teórico analizan un concepto amplio de RS basado en el cumplimiento de las necesidades generales de los grupos de interés, en el que manifiestan que se deberían incorporar a los procesos de acción de las empresas criterios de sostenibilidad ambiental, relación con empleados, competidores y clientes, entre otros. De igual forma, los autores manifiestan que, para este tipo de organizaciones, se han establecido cuatro componentes o líneas de acción de RSC, siendo estas las enfocadas en los accionistas, el desempeño de los procesos sociales corporativos, la ciudadanía corporativa y los agentes interesados.

Por otro lado, en lo que respecta al clúster de “Estructura de la responsabilidad social empresarial”, se pudo analizar la presencia de un único artículo, siendo este el de Popova et al. (2019) titulado “Responsabilidad social empresarial en empresas agrarias según su situación económica”, donde los autores manifiestan que los procesos de RS no solo incluyen el desarrollo de acciones encaminadas al comportamiento ético o de calidad de vida de los colaboradores, sino que además, se necesita del trabajo continuo de la organización para la mejora de las condiciones de las comunidades, asentamientos, áreas y la sociedad en general. De igual forma, se expresa que las organizaciones cuentan con un papel importante a la hora de ejercer acciones de responsabilidad comunitaria para la gestión de problemáticas sociales y de cuidado ambiental, aunque se expresa que gran parte de estas empresas se

encuentran en procesos iniciales de gestión de responsabilidad social. Adicionalmente, se manifiesta que se debe realizar un proceso de reflexión, debido a que algunas organizaciones aún miran este tipo de gestiones como una carga u obstáculo.

En el cuarto clúster, relacionado a la “Gobernanza”, Hajdu et al., 2021 plantean 5 aspectos de la RS y su relación con la gobernanza. En primer lugar, las normas de certificación norteamericanas y europeas, las cuales implican la aceptación y adaptación a estándares externos que pueden influir en las prácticas empresariales. En segundo lugar, el enfoque “blando, voluntario y filantrópico” de la RS, que invita a las empresas a adoptar estas prácticas de manera más pasiva; esto puede relacionarse con la forma en que las empresas responden a las expectativas sociales y a las presiones externas, lo cual es un elemento clave en la gobernanza corporativa. El tercer aspecto lo constituyen las actividades de RS en el lugar de trabajo y en la comunidad, las cuales exigen desde la gobernanza de las organizaciones una gestión efectiva de las relaciones con las partes interesadas.

En ese mismo orden de ideas, el cuarto aspecto es la teoría institucional y el contexto social; en términos de gobernanza, esto implica que las empresas operen en un entorno más amplio y estén sujetas a las normas y expectativas sociales. Finalmente, el quinto aspecto viene caracterizado por los valores individuales de los gerentes en empresas familiares, donde se argumenta que la toma de decisiones está influenciada por factores interno-personales. Investigaciones como la de Cristea et al., (2022) sugieren algunas variables que están ligadas con la gobernanza y que deberían estar integradas con mayor fortaleza por parte de las empresas agrícolas, a saber: “la puntuación de los productos medioambientales; la estrategia general de RSE aplicada; la auditoría externa para la sostenibilidad de la RSE; controversias por soborno, corrupción y fraude; y la independencia del comité de compensación y el número de empleados” (Cristea et al., 2022, p. 12).

El quinto clúster es el relacionado con el “mercado” donde se pueden destacar investigaciones como la realizada por Stanco y Lerro (2020), la cual identificó las iniciativas de RS que más valoran los consumidores. Entre ellas podemos encontrar las relacionadas con la salud y la seguridad alimentaria, las prácticas agrícolas sostenibles, la lucha contra la contaminación del aire, la gestión de residuos y el consumo de agua. En ese mismo orden de ideas, Cioca et al., (2021) en su investigación titulada “Explorando el papel de la responsabilidad social corporativa en la

intención de compra del consumidor. Un estudio en el sector agrícola”, se concluye que, según los consumidores, las empresas deben realizar ejercicios de RS, lo que repercute en una buena actitud por parte de los compradores frente a las organizaciones. Sin embargo, esta misma investigación también concluye que los clientes no dan relevancia a la RS a la hora de comprar, sino que se preocupan más por características del producto como la marca, la comodidad y el precio.

Esta misma cuestión es abordada por Chen et al., (2021) donde se afirma que las empresas deben mantener productos de alta calidad, para asegurar una alta demanda, pero que “la imagen de marca, la reputación y el desempeño financiero pueden mejorar significativamente mediante actividades de RS” (Chen et al., 2021, p. 11). En ese sentido, la relación entre la Responsabilidad Social y el mercado se manifiesta en aspectos relacionados con la reputación y el posicionamiento de la marca, pero no tanto en la participación activa en el mercado. Esta misma distancia entre la RS y el mercado se evidencia en la investigación realizada por Ebrahimi y Ghaediyan, (2021), donde se identificó que en las cooperativas agrícolas creadas por el Estado para dinamizar la comercialización de productos no había interés por parte de los agricultores para realizar esfuerzos por la RS.

Finalmente, el sexto clúster hace referencia al “impacto de la responsabilidad social”. En este punto es relevante mencionar las investigaciones realizadas por Fortunati et al., (2020), quienes resaltan la importancia de la economía circular como estrategia para generar impacto en la sociedad y por ende puede ser visibilizada como propuesta de RS; en ese mismo orden de ideas, Soloviova et al., (2022) en su investigación titulada “Desarrollo estratégico de la Responsabilidad Social Corporativa Internacional en la Agroindustria” afirman que “las estrategias de responsabilidad social en la agroindustria si son implementadas de forma correcta y organizada pueden ser garantes del desarrollo y la competitividad empresarial, así como también como una fuente de renovación, restauración social y ecológica” (Soloviova et al., 2022, p. 62)

Así las cosas, se evidencia una necesidad tangible de enlazar los esfuerzos de RS con las necesidades del contexto de los agronegocios; en ese sentido, Biró y Szalmáné Csete, (2020b) en su investigación titulada “Responsabilidad social corporativa en la agroindustria: hallazgos empíricos relacionados con el clima de Hungría” afirman que “la responsabilidad social empresarial tiene un componente complejo y multidimensional, donde se deben tener en cuenta desafíos globales,

procesos de urbanización, las cuestiones relacionadas con el clima.”(Bíró y Szalmáné Csete, 2020b)

CONCLUSIONES

El objetivo del presente estudio fue entender la forma en que el contexto rural comprende, articula y aplica las diversas estrategias de la responsabilidad social empresarial. En el contexto rural, confluyen diversos actores que cuentan con dinámicas socioeconómicas y administrativas muy diferentes. Es así como se diseñó un estudio bajo un análisis bibliométrico que permitió medir las tendencias investigativas asociadas a tal temática. Dicho estudio, identificó que la mayoría de las publicaciones que exploran la cuestión planteada fueron publicadas entre el año 2020 y el año 2022, en revistas de Estados Unidos y principalmente en áreas relacionadas con las ciencias ambientales. El análisis de clústeres permitió identificar seis tendencias temáticas en investigación desde el área de responsabilidad social: la relación con los grupos de interés y la responsabilidad social empresarial, la responsabilidad social en el interior de las organizaciones, la estructura de la responsabilidad social empresarial, la gobernanza, el mercado y los consumidores, y, por último, el impacto de la responsabilidad social.

Dentro de las fortalezas del estudio, se puede identificar el uso de Web of Sciences como una de las bases de datos con mayor nivel de indexación a nivel internacional, aspecto que permite abarcar gran parte de la literatura científica asociada al tema de investigación. Asimismo, el hecho de analizar trabajos en español e inglés facilita la inclusión de investigaciones enfocadas tanto al contexto latinoamericano y español, donde se desarrolla gran parte de la actividad agrícola a nivel mundial, como al entorno internacional. En cuanto a las limitaciones del estudio, se pueden señalar aspectos como la ausencia de directrices específicas relacionadas con guías para el informe de la calidad de los estudios bibliométricos. Esta carencia deja a discreción de los investigadores el nivel de rigor científico al que desean adherirse.

Así las cosas, existen una serie de tópicos relevantes que requieren atención especial en el futuro cercano por parte de las investigaciones en torno a los agronegocios, como todo lo relacionado con los grupos de interés y la ética empresarial. Se evidencia la necesidad de continuar con las investigaciones en torno a los derechos de los trabajadores y el medio

ambiente, así como de la interconexión entre la cultura de sostenibilidad de los agronegocios y los entornos empresariales.

Por otro lado, respecto a la gobernanza, se requiere que las investigaciones continúen explorando la relación de las certificaciones y las expectativas sociales con el desarrollo de los agronegocios; y, respecto al impacto ambiental, se denota un abanico muy amplio de posibilidades en el alineamiento de los agronegocios con las económicas emergentes – circular, naranja, azul, verde, entre otras –. Finalmente, desde la perspectiva de mercado, es necesario continuar con los esfuerzos entorno a la visibilidad y valorización de la sostenibilidad por parte de los consumidores, lo que invita a robustecer las estrategias de comunicación hacia los grupos de interés.

Además de las implicaciones para la investigación y la práctica empresarial, los hallazgos de este estudio también pueden tener importantes repercusiones en la formulación de políticas y regulaciones en el sector agrícola. Dado que la mayoría de las publicaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el contexto rural se centran en temas como la relación con los grupos de interés, la ética empresarial y la sostenibilidad ambiental, existe una clara necesidad de que los responsables de formular políticas consideren cómo fomentar y apoyar estas prácticas en el sector agrícola. Esto podría implicar el desarrollo de incentivos para las empresas agrícolas que adopten prácticas socialmente responsables, así como la creación de regulaciones que promuevan la transparencia y la rendición de cuentas en este sentido. Es significativo resaltar que los contextos rurales están inmersos en condiciones económicas, sociales y administrativas diferenciales, lo que conlleva la necesidad de generar políticas específicas para dinamizar adecuadamente la RSE sin poner en riesgo la sostenibilidad de las organizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA-EGUÍA, Raúl, IBACACHE-PALMA, Alejandro, IGNACIA-ULLOA, María, FLORES-FERNÁNDEZ, Cherie, LÓPEZ-SOTO, Lina, LÓPEZ-SOTO, Olga, «Efetividade da acupuntura em pacientes com epicondilalgia lateral: um resumo de revisões sistemáticas », *Revista Ciencias de La Salud*, num. 15, (2017), pp. 37–48.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.5374>

- BIRÓ, Kinga, SZALMÁNÉ CSETE, Mária, «Corporate social responsibility in agribusiness: climate-related empirical findings from Hungary», *Environment, Development and Sustainability*, vol. 23, (2020), pp. 5674-5694. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00838-3>
- CARROLL, Archie, «The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders», *Business Horizons*, vol. 34 (1991), pp. 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- CARROLL, Archie, BUCHHOLTZ, Ann, *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*, Stamford, 1º Ed., CT: Cengage Learning, 2003.
- CHAPARRO, Exio, ÁLVAREZ, Patricio, DE ARMAS, Mayra, «Gestión de la información: Uso de las bases de datos scopus y web of science con fines académicos» *Universidad, Ciencia y Tecnología*, vol. 20, (2016), pp. 166–175.
- CHEN, Ten, HUANG, Yung, WENG, Ming, DO, Manh. «Two-stage production system pondering upon corporate social responsibility in food supply chain: A case study. *Applied Sciences*», vol. 11, (2021), pp. 1–19. <https://doi.org/10.3390/app11031088>
- CIOCA, Lucian, ABDULLAH, Muhammad, IVASCU, Larisa, SARFRAZ, Muddassar, OZTURK, Ilknur, «Exploring the role of corporate social responsibility in consumer purchase intention. A study from the agriculture sector. *INMATEH - Agricultural Engineering*», vol. 64 (2021), pp. 507–515.
- CRISTEA, Mirela, NOJA, Gratiela, THALASSINOS, Elefherios, CÎRCIUMARU, Daniel, PONEA, Constantin, DURĂU, Carman, «Environmental, Social and Governance Credentials of Agricultural

- Companies—The Interplay with Company Size. *Resources*», vol. 11 (2022). <https://doi.org/10.3390/resources11030030>
- EBRAHIMI, Mohammad, GHAEDIYAN, Mojtaba, «Corporate social responsibility and organizational commitment in agricultural cooperatives: Evidence from Iran. *Boletín de La Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*», vol. 59, (2021), pp. 263–283. <https://doi.org/10.18543/baidc-59-2021pp263-283>
- ELKINGTON, John, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capsto, Londres, Reino Unido, 1997.
- FORTUNATI, Simona, MOREA, Donato, MOSCONI, Enrico, «Circular economy and corporate social responsibility in the agricultural system: Cases study of the Italian agri-food industry». *Agricultural Economics (Czech Republic)*, vol. 66, (2020), pp. 489–498. <https://doi.org/10.17221/343/2020-AGRICECON>
- FRIEDMAN, Milton. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, 1970.
- GÁLVEZ, Carmen, «Análisis de co-palabras aplicado a los artículos muy citados en Biblioteconomía y Ciencias de la Información (2007-2017)», *Transinformação*, vol. 30, (2018), pp. 277–286. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000300001>
- HAJDU, Anna, DAZIANO, Marcos, VISSER, Oane. «Institutions and individual values motivating corporate social responsibility activities in large farms and agrohholdings». *International Food and Agribusiness Management Review*, vol. 24 (2021), 669–696. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2020.0103>
- IESE, Price wather house coopers, Fundación Entorno. *Código de gobierno para la empresa sostenible: Guía para su implantación*, 2002.

- LIZCANO, Julieth, LOMBANA, Jahir, «Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios», *Estudios Gerenciales*, vol. 34, (2018), pp. 347–356.
- MATEJUN, Marek, RATAJCZAK, Marcin. «Economic and social benefits of socially responsible actions towards employees in agribusiness enterprises», *Management*, vol. 23 (2019), pp. 49–63. <https://doi.org/10.2478/manment-2019-0018>
- MELO, Neto, FROES, César. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor* (2nd ed.). Qualitymark, Rio de Janeiro, 1999.
- NAHORNYI, Vitalii, TIURINA, Alona, RUBAN, Olga, KHLETYTSKA, Tetiana, LITVINOV, Vitalii, «Corporate social responsibility in modern transnational corporations». *Revista Amazonia Investiga*, vol. 11 (2022), pp. 111–121. <https://doi.org/10.34069/ai/2022.53.05.11>
- NEVÁREZ, Virginia, FÉLIZ, Bianca, «Social responsibility in the dimensions of corporate citizenship. A case study in agricultural manufacturing» *CIRIEC-Espana Revista de Economia Publica, Social y Cooperativa*, vol. 97 (2019), pp. 179–211. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.97.12566>
- ORTEGA, María, SABO, Samantha, ARANDA GALLEGOS, Patricia, DE ZAPIEN, Jill, ZAPIEN, Antonio, PORTILLO ABRIL, Gloria, ROSALES, Cecilia, «Agribusiness, Corporate Social Responsibility, and Health of Agricultural Migrant Workers», *Frontiers in Public Health*, vol. 4 (2016), pp. 1–10 <https://doi.org/10.3389/fpubh.2016.00054>
- POPOVA, Olga, KOVAL, Viktor, ANTONOVA, Liudmila, Orel, Anna. «Corporate social responsibility of agricultural enterprises according to their economic status», *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, vol. 41, (2019), pp. 277–289. <https://doi.org/10.15544/mts.2019.23>

- RAJ, Anup, KUZNETSOV, Andrei, ARUN, Thankom, «Culture of Sustainability and Marketing Orientation of Indian Agribusiness in implementing CSR Programs—Insights from Emerging Market», *Journal of Risk and Financial Management*, vol. 13 (2020), pp. 35-55. <https://doi.org/10.3390/jrfm13110269>
- RENOUARD, Cécile, EZVAN, Cécile. «Corporate social responsibility towards human development: A capabilities framework», *Business Ethics: A European Review*, vol. 27 (2018), pp. 144–155. <https://doi.org/10.1111/beer.12181>
- SOLOVIOVA, Olham, KRASNYAK, Olena, CHERKASKA, Valeriy, REVKOVA, Anna, «Strategic Development of International Corporate Social Responsibility in Agribusiness», *Economics. Ecology. Socium*, vol. 6, (2022), pp. 51–64. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2022.6.4-5>
- STANCO, Marcello, LERRO, Marco, «Consumers’ preferences for and perception of CSR initiatives in the wine sector» *Sustainability (Switzerland)*, vol. 12 (2020), <https://doi.org/10.3390/su12135230>
- THE GLOBAL COMPACT. *Principios para la Inversión Social: experiencias de los participantes del Pacto Mundial en América Latina y el Caribe*, 2012.
- YATSIV, Ihor, KOLODIYCHUK, Volodymyr, «Formation of social responsibility of large agricultural land users in Ukraine» *Economic Annals-XXI*, vol. 168 (2017), pp. 48–52. <https://doi.org/10.21003/ea.V168-10>