



UNSAAC

Universidad Nacional de
San Antonio Abad del Cusco



TRASCENDER PERÚ

REVISTA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO

Volumen 1 - Número 2, Marzo 2024 (19-50)

Responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero. Un análisis bibliométrico

Corporate social responsibility (CSR) in the hotel sector. A bibliometric analysis

DOI: <https://doi.org/10.51343/revtrascender.v1i2.1229>

Recibido: 19/11/2023

Aceptado: 29/02/2024

Silvia Quispe Gayona³

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Perú

<https://orcid.org/0009-0001-7957-5872>

164388@unsaac.edu.pe

Mijail Wilbert Garcia Puelles⁴

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Perú

<https://orcid.org/0009-0006-1643-0912>

mijailgarciapuelles@gmail.com

³Licenciada en Administración de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

⁴Bachiller en Administración de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL SECTOR HOTELERO. UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN THE HOTEL SECTOR. A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) pretende que las empresas operen de manera ética y sostenible, contemplando no solo sus metas financieras, sino también su influencia en la sociedad y el medio ambiente. Este estudio tiene como propósito analizar la evolución del conocimiento científico de la RSE en el sector hotelero. Se realizó un minucioso análisis mediante el método bibliométrico y temático de 659 artículos revisados desde el año 2004 a octubre del 2023. Los resultados evidencian un crecimiento exponencial de producción científicas, el cual se resalta el vínculo de la RSE del sector hotelero en la implementación de estrategias competitivas, demostrando que el desarrollo eficiente de RSE se debe analizar los stakeholders, marketing sostenible, los modelos de gestión turística ético y socialmente responsable. Las futuras líneas de investigación deberían centrarse en la percepción de los stakeholders en la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial del sector hotelero y turismo. Asimismo, se alude una línea de investigación que aborde los temas de los 17 objetivos de desarrollo sostenible presentada en la agenda 2030.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ambiental, social, económica, bibliométrico y sector hotelero

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) aims for companies to operate in an ethical and sustainable manner, considering not only their financial goals, but also their influence on society and the environment. The purpose of this study is to analyze the evolution of scientific knowledge of CSR in the hotel sector. A thorough analysis was carried out using the bibliometric and thematic method of 659 articles reviewed from 2004 to October 2023. The results show an exponential growth of scientific production, which highlights the link of CSR of the hotel sector in the implementation of competitive strategies, demonstrating that the efficient development of CSR must be analyzed by stakeholders, sustainable marketing, ethical and socially responsible tourism management models. Future lines of research should focus on the perception of stakeholders in the sustainability and corporate social responsibility of the hotel and tourism sector. Likewise, a line of research is referred to that addresses the issues of the 17 sustainable development goals presented in the 2030 agenda.

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility (CSR), environmental, social, economic, bibliometric and hotel sector.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la relevancia de la responsabilidad social empresarial (RSE) ha aumentado considerablemente, en gran medida a causa del cambio climático, así como la creciente atención que se presta al medio ambiente y al progreso de la sociedad. Es importante mencionar que la Organización de la Naciones Unidas (ONU) ha reafirmado su dedicación a la sostenibilidad a través de iniciativas como la agenda 21, los objetivos de desarrollo del milenio y, más recientemente, los objetivos de desarrollo sostenible (ONU, 2015). Estos programas proporcionan una serie de objetivos y herramientas que delinean el enfoque de la responsabilidad social empresarial (RSE) basado en los derechos humanos (Meseguer et al., 2021).

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) define la responsabilidad social empresarial como “el compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, y en general para mejorar su calidad de vida” (WBCSD, s.f., p. 6; Tsou et al., 2021). Adicionalmente, los directivos sostienen la opinión de que la responsabilidad social empresarial (RSE) es una herramienta de marketing en evolución que resulta en la creación de valor

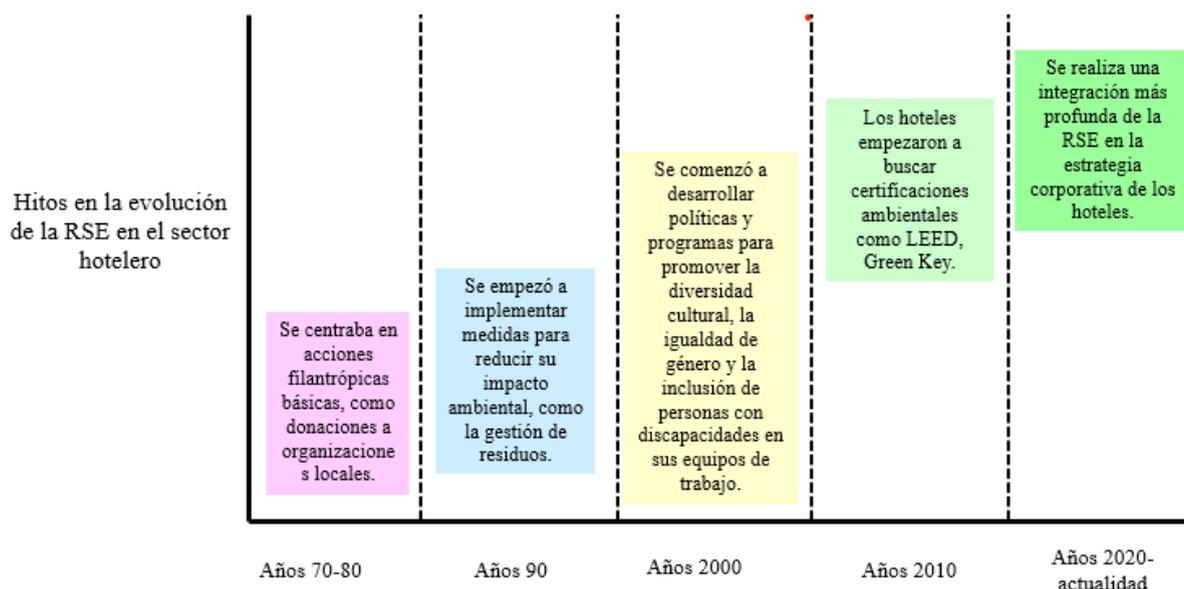
competitivo (Ezzahra, 2023; MacWilliams y Siegel, 2011).

Estudios previos indican que las empresas que se comprometen con la responsabilidad social empresarial (RSE) no solo cumplen con las necesidades de sus clientes, sino que también ven mejoras en su rendimiento financiero y su posición en el mercado. Por esto, la adopción de medidas para respaldar a la comunidad, el medio ambiente y tanto a sus empleados internos como a sus clientes externos, conlleva otros beneficios que las organizaciones desean aprovechar de manera innegable (Ibarra et al., 2022).

A lo largo de los años, las prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero han evolucionado. A continuación, se muestra una tabla con los hitos más importantes en base al análisis.

Figura 1

Hitos en la evolución de la RSE en el sector hotelero.



Nota. Elaboración propia.

Esta evolución refleja un cambio gradual desde prácticas filantrópicas iniciales hacia una perspectiva más holística e integrada de la RSE en el sector hotelero, incorporando no solo aspectos ambientales, sino también sociales, laborales y de gobernanza en la gestión hotelera.

La industria hotelera está entre los sectores económicos que generan una alta cantidad de contaminación ambiental, por ello, es fundamental que actúe de manera más responsable realizando acciones de responsabilidad social empresarial, con una mayor conciencia hacia el entorno natural, con el fin de preservarlo y fomentar prácticas de consumo sostenible entre los visitantes

(Yousaf et al., 2021). Asimismo, los hoteles deben desarrollar una estrategia de responsabilidad social empresarial (RSE), dado el impacto global de la pandemia del COVID-19, que condujo a la interrupción de la actividad a nivel mundial y afectó tanto a los mercados financieros como a todos los sectores económicos, destacando especialmente el sector turístico (Mobin et al., 2022; Rahman et al., 2022, OMT, 2020)

En este sector se ha dado una mayor atención a la realización de actividades de responsabilidad social empresarial debido al énfasis que estos tipos de establecimientos ponen en la satisfacción de sus clientes (Ibarra et al., 2022). Los hoteles tienen la

posibilidad de incorporar prácticas de RSE como una estrategia o táctica para distinguir sus productos y elevar su rendimiento. Además, estas prácticas pueden contribuir a generar fidelidad entre los clientes y a mejorar la reputación empresarial (Jalilvand et al. 2018; Gurlek et al., 2017). La implementación de RSE en la industria hotelera conllevan una serie de beneficios significativos, tales como una mejora en la rentabilidad financiera, la optimización de los gastos operativos y el fortalecimiento de la reputación corporativa. Los hoteles desarrollan estrategias de RSE, como la eficiencia energética, la reducción del consumo de recursos hídricos, donaciones, el fomento de la diversidad e inclusión laboral, así como el impulso de la economía local, con la intención de consolidar su identidad corporativa y mejorar su posición competitiva (Abdou et al., 2020; Kim, 2023)

En consecuencia, el propósito de esta investigación es analizar la evolución del conocimiento científico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero.

Por lo cual, el objetivo es estudiar los principales avances en este campo de investigación, los vacíos de conocimiento, así como las tendencias y, en definitiva, las futuras líneas de investigación que centrarán la investigación. La hipótesis de nuestro estudio consigna la relevancia de analizar la RSE desde sus tres dimensiones que son

social, ambiental y económica en el sector hotelero. En consecuencia, resulta esencial examinar la literatura principal que aborda los conceptos y tratar de abordar las siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Cómo es la evolución en la literatura científica con respecto a las líneas de investigación de la RSE en el sector hotelero?
- ✓ ¿Quiénes son los principales investigadores/expertos que trabajan desde esta perspectiva?
- ✓ ¿Cuáles son las principales instituciones que se ocupan de los estudios de RSE?
- ✓ ¿Qué líneas de interés se podrían abordar en el futuro?

Por tanto, en la próxima sección, exponemos una revisión de la literatura más destacada en el ámbito desde tres perspectivas: la dimensión social, ambiental y económica de la RSE. Esta revisión resulta crucial para realizar el análisis bibliométrico. Después, detallamos la metodología específica para este estudio y explicamos el alcance y el propósito previsto del estudio. En resultados y discusión, desarrollamos las interrelaciones identificadas mediante el análisis bibliométrico presentado. Para finalizar, presentamos las conclusiones con síntesis de nuestros resultados y proponiendo algunas direcciones futuras, las cuales podrían ser relevantes para abordar en la correspondencia de RSE.

Así la RSE comprende tres dimensiones: social, ambiental y económica. La dimensión social, de acuerdo con Labuschagne et al. (2005) definen **la dimensión social** como “el impacto de la empresa en los sistemas sociales en los que opera, así como de la relación de la empresa con sus diversas partes interesadas” (p.378). Por otro lado, el Global Reporting Initiative (2013) hace mención a las repercusiones que las empresas u organizaciones generan en los sistemas sociales, tales como prácticas laborales y empleo digno, derechos humanos, la comunidad y la responsabilidad respecto a los productos (p. 64).

Así mismo, esta dimensión se encarga de establecer oportunidades de empleo y desarrollar iniciativas sostenibles en empresas que fomenten un estilo de vida adecuado dentro de la comunidad (Espinoza et al., 2023, p. 643)

Por otro lado, la dimensión social dentro del sector hotelero busca alinear los objetivos empresariales con las preocupaciones y necesidades de la sociedad. Ejemplos de acciones que ilustran este esfuerzo por fortalecer los lazos con la comunidad y el entorno incluyen donaciones, programas para mejorar áreas públicas y apoyo a grupos en situación de vulnerabilidad (Famiyeh, 2017; Abbas, 2020; Ibarra et al., 2022).

La **dimensión ambiental** hace referencia a los asuntos relacionados con el

medio ambiente ya que son de gran relevancia tanto para países, ambientalistas, medios de comunicación y comunidades, siendo temas destacados en estos sectores (Tsai et al., 2012; Ezzahra, 2023). La literatura de la dimensión ambiental de la RSE en el sector hotelero se presenta como el elemento más sobresaliente de la industria turística (Jiddi y Ibenrissoul, 2020; Ezzahra, 2023).

Es importante mencionar que la incorporación de prácticas sostenibles en el ámbito hotelero se ha vuelto esencial dentro de la estrategia de gestión de hoteles (Acampora et al., 2022). Esta dimensión, hace referencia a los impactos de una empresa u organización en la naturaleza, por ejemplo, los ecosistemas, el suelo, aire y agua. También en los impactos de los insumos y productos que realiza dicha empresa (GRI, 2013, p. 52).

De acuerdo con Espinoza et al. (2023) menciona que en el sector hotelero implica salvaguardar las fuentes de recursos naturales, lo cual involucra la implementación de un plan de acción para mejorar progresivamente la ecoeficiencia y maximizar la utilización de los insumos (p. 643). Asimismo, implica llevar a cabo acciones destinadas a preservar la naturaleza, reducir la contaminación, ahorrar agua y energía, emplear fuentes renovables y salvaguardar la diversidad biológica

(Benavides-Velasco et al., 2014; Ibarra et al., 2022)

Por otro lado, **la dimensión económica** abarca el impacto de las empresas u organizaciones en la situación económica de los stakeholders y en los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales, asimismo, se presenta los principales impactos económicos que las empresas u organizaciones desempeñan en la sociedad (GRI, 2013, p. 48).

Por otro lado, de acuerdo con Espinoza et al. (2023) en el sector hotelero se alude a la satisfacción de los consumidores después de proporcionar productos o servicios en condiciones óptimas con el fin de generar ganancias suficientes para los inversionistas, lo que a su vez contribuye a consolidar una reputación favorable en el mercado (p. 643).

Además, la dimensión económica implica que la empresa tiene la responsabilidad de equilibrar la generación de riqueza y la satisfacción de necesidades. Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero debe centrarse en los clientes y abordar sus inquietudes (Abdulai Mahmoud y Hinson, 2012; Abbas, 2020; Han et al., 2020; Ibarra et al., 2022).

METODOLOGÍA

En la ejecución de este estudio de investigación, se ha empleado la metodología

del análisis bibliométrico. La finalidad primordial de esta técnica reside en la identificación, organización y análisis de los elementos fundamentales presentes en un ámbito de investigación particular (Alaminos Fernández, 2023) así mismo menciona Gorbea Portal (2016) esta interacción valida la confiabilidad del empleo de modelos y métodos matemáticos para la delineación de constructos teóricos que fundamentan las investigaciones en este ámbito de conocimiento.

Por medio de dichas herramientas matemáticas, estadísticas y cartográficas se analizó un total de 659 artículos relacionado con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) con la finalidad de identificar las correlaciones existentes. El cual se consultó con base de datos de plataformas que abarcan áreas del conocimiento (Domenech et al., 2019). Durante la selección de los trabajos de investigación, se optó por utilizar la base de datos Scopus debido a su destacado volumen de artículos, autores y revistas, además de cumplir con los rigurosos estándares de revisión por pares que garantizan la calidad científica de la información (Zhang & Eichmann, 2019). Asimismo, Scopus se distingue por proporcionar un amplio conjunto de datos sobre autores, instituciones y países, convirtiéndolo en el repositorio más idóneo para llevar a cabo un análisis exhaustivo y detallado (Ferrada et al., 2021).

La búsqueda de estos trabajos de investigación se realizó en octubre de 2023, mientras que el análisis estadístico se ha centrado en los últimos 19 años, es decir, el periodo de tiempo comprendido entre 2004 y octubre del 2023, ya que es en 2004, marcando en la materia de RSE en sector hotelero, y sentando la bases de la línea de investigación sobre los agentes sociales o stakeholders, ya sean empresas, consumidores, o la administración pública se empezaron a estudiar (Fernández & Cuadrado, 2011). Para el desarrollo de la búsqueda en Scopus se estableció los siguientes códigos:

```
(TITLE-ABS-KEY ("csr" OR "Corporate Social Responsibility" OR "Corporate Social Responsibilities (CSR)" OR "Corporate Social Responsibility ( csr )" OR "Social Responsibility" OR "Social Responsibilities" ) AND TITLE-ABS-KEY ( "hotel" OR "Hotel Industry" OR "hotels" OR "Hotel Sector" OR "Green Hotels" ) ) AND ( EXCLUDE ( PUBYEAR , 1947 ) OR EXCLUDE ( PUBYEAR , 1966 ) OR EXCLUDE ( PUBYEAR , 1982 ) OR EXCLUDE ( PUBYEAR , 1999 ) OR EXCLUDE ( PUBYEAR , 2023 ) OR EXCLUDE ( PUBYEAR , 2024 ) )
```

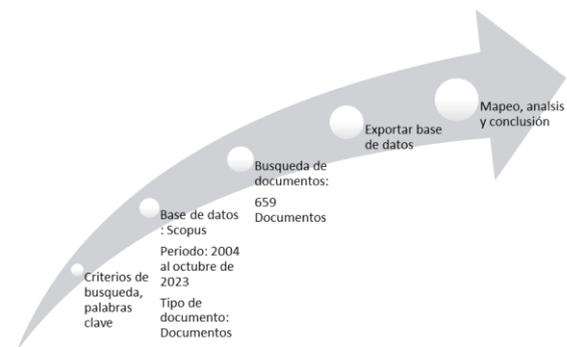
Es por ello que el modelo metodología del análisis bibliométrico se observa en la **Figura 1** el cual muestra secuencia lógica que se aplica para el análisis.

De esta manera, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo utilizando la herramienta VOSviewer (Van & Waltman, 2007), considerando diversas variables como el año de publicación, la revista, el área temática, los autores y coautores, las instituciones, los países y las palabras clave involucradas en esta investigación (Belmonte et al., 2020). Esta herramienta, ampliamente

reconocida, genera mapas de red para cada una de las variables mencionadas, posibilitando la agrupación y procesamiento de términos clave. Además, VOSviewer facilita la construcción y visualización de redes de coexistencia de términos relevantes extraídos de la literatura científica (Reyes et al., 2020). Este enfoque integral nos brinda una perspectiva completa de la estructura y las interrelaciones presentes en el conjunto de datos analizado (Salazar & Pinzón, 2023).

Figura 2

Diagrama de flujo de la metodología utilizada



Nota: Elaboración propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.1. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA.

En esta parte se exponen los rasgos más relevantes de la producción científica, se evalúa la cantidad de artículos publicados, se analiza la variación porcentual entre diferentes periodos y, por último, se presenta el recuento total de revistas que contienen artículos relacionados con el tema de investigación en cuestión.

De este modo, en la Tabla 1 se exhibe el progreso de los aspectos principales de los artículos publicados acerca de responsabilidad social empresarial (RSE) durante un lapso comprendido entre 2004 y octubre del 2023. El estudio abarca un periodo de 19 años que fue dividido en segmentos de 4 años para facilitar el análisis. En este intervalo temporal, la producción científica en relación con las palabras clave

analizadas ha experimentado un incremento notable, ya que la producción de cada período de 4 años prácticamente triplica a los 4 años previos.

Tabla 1

Características de la producción científica de 2004 a 2023

Año	Artículos (A) y Otros	Autores (Au)	Países (C)	Citas (Tc)	Tc/A
2004-2007	12	14	6	2	0.17
2008-2011	39	75	22	198	5.08
2012-2015	102	208	29	942	9.24
2016-2019	181	424	57	2753	15.21
2020-2023	325	851	71	9252	28.47

Nota: (TC/A) promedio de citas por artículo. Data recopilada de la plataforma Scopus.

Así, si durante los primeros cuatro años analizado (2004-2007) se registraron solamente 12 artículos publicados, mientras que, en el último periodo de cuatro años (2020-2023) se contabilizaron 325 publicaciones, mostrando un aumento de 2608.33%. Destaca notablemente el número de publicaciones de los últimos cuatro años, ya que representa el 49.32% del total de publicaciones dentro del área de conocimiento analizada.

El campo de investigación se introdujo a la comunidad académica en 1953

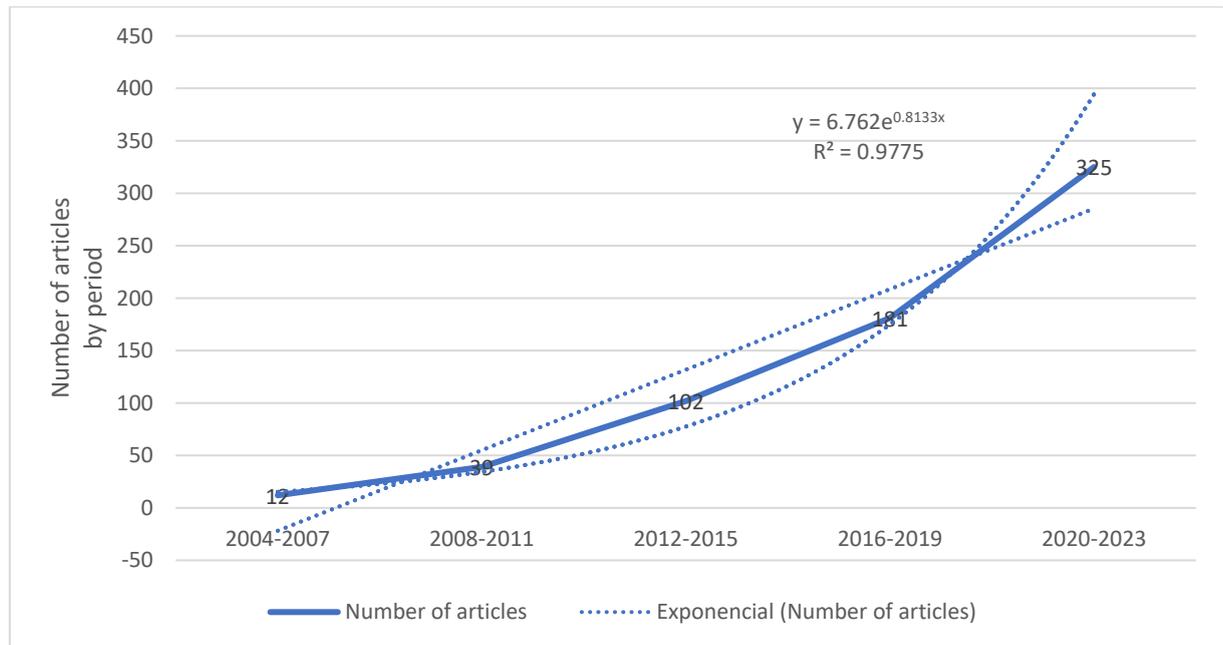
con el libro de Howard Rothmann Bowen titulado “responsabilidades sociales del hombre de negocios”, el cual aborda las responsabilidades que los empresarios deben considerar o no en relación con la sociedad (Raufflet et al., 2012, p. 3). A lo largo de los años, la Organización de las Naciones, el Global Reporting Initiative y otras instituciones han realizado distintas acciones para promover la RSE, tal es el caso en el 2015 de la Agenda 2030 con los 17 objetivos de desarrollo sostenible que fue propuesto por la ONU con el objetivo de erradicar la

pobreza y proteger el planeta, así como garantizar la paz y la prosperidad (Organización de las Naciones Unidas [ONU], s.f). En contraste, la responsabilidad social empresarial se presenta como un

instrumento para alcanzar los 17 objetivos de desarrollo sostenible establecidos en la agenda 2030. (Ríos, 2020, p. 9). Debido a esto, se observa un crecimiento significativo en ese periodo de tiempo en la **Figura 2**.

Figura 1

Evolución del número de artículos y variación exponencial entre periodos



Nota: Elaboración propia.

El número de autores que contribuyeron al tema de investigación es de 1572. Por lo tanto, el número de autores se ha incrementado, el número total de autores también ha aumentado paulatinamente (54% del total de autores) en los cuatro años analizados, 2019-2023 (octubre). Sin embargo, el número medio de autores por artículo prácticamente se ha mantenido constante a lo largo del tiempo, pasando de una media de dos autores durante los primeros cuatro años a una media de 2,6 en los últimos.

Respecto al número de países que han contribuido al análisis del tema en cuestión ha sido de 185. Al igual que los indicadores previos, este también ha experimentado un rápido aumento, pasando de 6 durante el lapso de 2004-2007 a un total de 71 en el periodo 2020-2023 (octubre), lo que indica un incremento de casi once veces en tan solo 19 años.

En relación al número de citas, este ha experimentado un incremento notable, pasando de 2 durante el periodo de 2004-

2007 a 9 252 citas registradas entre 2020 y 2023, sumando un total de 13 147 citas para todo el periodo examinado. Esto conlleva un aumento en el promedio de citas por artículo, pasando de 0.17 a 28.47, lo que refleja un

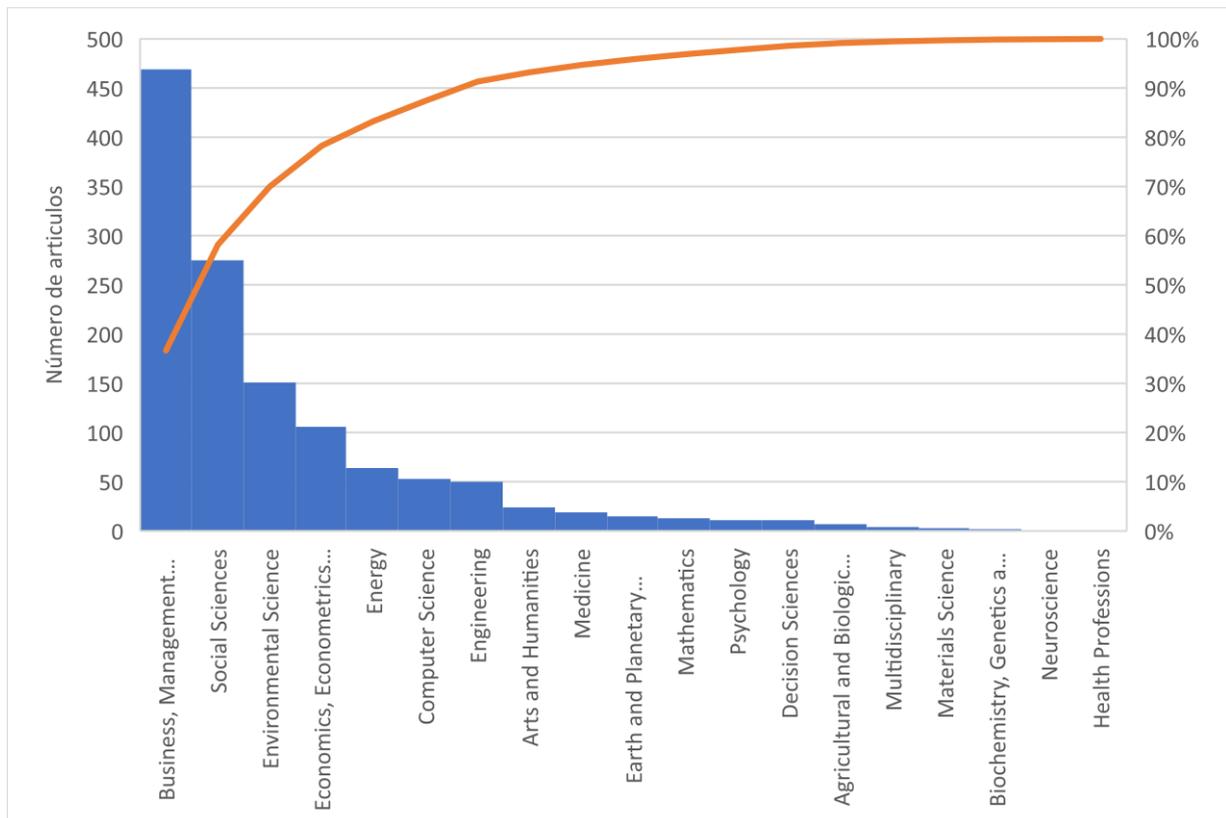
incremento considerable en el interés por esta línea de investigación.

1.2. Análisis de la producción científica por áreas: revistas, autores y países

1.2.1. Distribución de publicaciones por área temática

Figura 3

Evolución del número de artículos por Áreas temáticas



Nota: Elaboración propia.

Durante el periodo de tiempo analizado (2004-2023 octubre), se han enmarcado 1279 artículos de investigación en relación con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector hotelero, abordando 24 categorías. La **Figura 3** muestra las cinco áreas principales en las que Scopus ha clasificado estos artículos.

La identificación de "Business, Management and Accounting" como la categoría de áreas temáticas con el mayor número de artículos, específicamente 469 (36.7%), resalta la prominencia y el interés sustancial en las investigaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector hotelero. La cantidad significativa de artículos dentro de esta categoría refleja la creciente relevancia y la necesidad de profundizar en estas áreas temáticas, el cual subraya la trascendencia de abordar la RSE desde una perspectiva empresarial y de gestión, resaltando la importancia estratégica de integrar prácticas socialmente responsables en las operaciones hoteleras. Por otro lado, la segunda área temáticas con 275 (21.5%) artículos que muestran mayor trascendencia en aspectos de ciencias sociales, esto indica que las investigaciones se abocan al impacto social, los grupos de interés, ética y desarrollo sostenible, en referencia a otras áreas que son Environmental Science con

151 artículos (11.8%), Economics, Econometrics and Finance con 106 artículos (8.3%), y Energy con 64 artículos (5.0%), esta diversidad de enfoques subraya la complejidad y la interdisciplinariedad inherente a la gestión responsable en la industria hotelera. Además, destaca la necesidad de estrategias holísticas que aborden no solo las dimensiones sociales y de gestión, sino también aspectos ambientales, económicos y energéticos para lograr un impacto sostenible y equilibrado.

Tabla 1*Ranking de las 10 revistas con mayor producción científica.*

Journal	A	TC	TC/A	H index articles	H index journal	SJR	C
Sustainability Switzerland	49	671	13.69	23	13	0.371 (Q3)	Singapore
International Journal of Hospitality Management	47	4733	100.70	21	151	2.928 (Q1)	Reino Unido
International Journal Of Contemporary Hospitality Management	35	2759	78.83	17	113	2.5(Q1)	Reino Unido
Corporate Social Responsibility And Environmental Management	22	799	36.32	15	96	2.134(Q1)	Reino Unido
Journal Of Hospitality And Tourism Management	19	592	31.16	12	59	1.773(Q1)	Reino Unido
Journal Of Sustainable Tourism	18	699	38.83	14	127	2.966(Q1)	Reino Unido
Worldwide Hospitality And Tourism Themes	17	63	3.71	6	28	0.423(Q3)	Reino Unido
Tourism Management	15	692	46.13	13	236	3.561(Q1)	Reino Unido
Social Responsibility Journal	12	228	19.00	10	45	0.817(Q1)	Reino Unido
Journal Of Hospitality Marketing And Management	11	311	28.27	9	67	2.52(Q1)	Estados Unidos

Nota: (J): revistas; (A): número de artículos; (TC): número de citas; (TC/A): promedio de citas por artículo; (H) H index articles; (H) H index journal: índice H de la revista; (SJR); Clasificación de la revista Scimago (cuartil); (C): país. Data recopilada de la plataforma Scopus.

El análisis detallado de las revistas especializadas en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector hotelero destaca dos protagonistas clave: "Sustainability Switzerland" y "International Journal of Hospitality Management". La preeminencia de "Sustainability Switzerland", evidenciada por su índice de impacto de 671 citaciones (Q3) y su liderazgo en productividad con 49 artículos (13.69%), sugiere un marcado enfoque en la sostenibilidad como componente central de la RSE en el ámbito hotelero. Por otro lado, "International Journal of Hospitality Management" presenta un índice de impacto relevante de 4733 citaciones (Q1) y contribuye significativamente con 35 artículos (9.79%), indicando un interés más amplio en la gestión de la hospitalidad dentro del marco de la RSE. Este análisis revela tendencias emergentes y sugiere que la sostenibilidad no solo se considera desde una perspectiva ambiental, sino que también se integra de manera integral en la gestión hotelera. La elección estratégica de estas revistas líderes para la publicación de investigaciones en RSE puede amplificar el impacto de las contribuciones académicas y resalta la necesidad de abordar los desafíos contemporáneos de la industria hotelera desde una perspectiva multidisciplinaria y sostenible.

Por otro lado, "Corporate Social Responsibility and Environmental Management", "Journal of Hospitality and Tourism Management", "Journal of Sustainable Tourism", y "Tourism Management" son algunas de las revistas que han publicado artículos durante varias décadas, lo que sugiere una atención sostenida en estas áreas de investigación. "Social Responsibility Journal" tiene un promedio de citas por artículo de 19.00, siendo la más baja en este aspecto entre las revistas listadas.

Tourism Management es la revista con el mayor número de artículos (49), de los cuales 671 han sido citados, lo que resulta en un impresionante promedio de citas por artículo de 13.69. Además, la revista ostenta un destacado índice H de 23 en los últimos cinco años. Sin embargo, en términos de índice H más alto, International Journal of Hospitality Management lidera con un índice H de 21.

1.2.3. PRODUCTIVIDAD DEL AUTOR

Este apartado pretende mostrar los autores con mayor productividad, así como la cooperación entre ellos en función del indicador de coautoría. Así, la tabla 3 muestra las principales variables analizadas de los 10 investigadores más productivos en las áreas de conocimiento sobre responsabilidad social empresarial (RSE) en

el sector hotelero durante el período comprendido entre 2004 y 2023 (octubre). Se destaca que todos los autores que presentan

mayor productividad en el área de investigación son de origen europeo (80%) y los demás reflejan un 20% (América y Asia).

Tabla 2

Autores más productivos

Autores	A	TC	TC/A	Institución	C	H index
Lee, S.	10	1668	166.8	Universidad Estatal de Pensilvania	Estados Unidos	9
Hur, W.M.	10	413	41.3	Universidad Inha	Corea del Sur	8
Boğan, E.	9	174	19.33	Adiyaman Üniversitesi	Turquía	6
Ahn, J.	9	118	13.11	Escuela de Negocios de la Universidad de Hanyang	Corea del Sur	6
Han, H.	9	109	12.11	Universidad Sejong	Corea del Sur	6
Martínez, P.	8	840	105.00	Universidad de Cantabria	España	5
Zientara, P.	7	635	90.71	Uniwersytet Gdanski	Polonia	5
Mattila, A.S.	7	523	74.71	Universidad Estatal de Pensilvania	Estados Unidos	5
Kasim, A.B.	7	275	39.29	Universiti Utara Malasia	Malasia	3
Dedeoğlu, B.B.	6	154	25.67	Universidad Nevsehir HBV	Turquía	3

Nota: (A): número de artículos; (TC) número de citas; (C): país; (TC/A): número promedio de citas por artículo; (Índice H): Índice de Hirsch en esta área de investigación. Data recopilada de la plataforma Scopus.

El autor más productivo es Lee, S., con un total de 10 artículos publicados durante el período analizado, seguido de Hur, W.M. con también 10 artículos de investigación. Lee, S. es afiliado a la Universidad Estatal de Pensilvania en Estados Unidos, y Hur, W.M. está vinculado a la Universidad Inha en Corea del Sur. Aunque Lee, S. tiene el mayor número total de citas (1668), ambos comparten el mismo índice H (9).

Por otro lado, Martínez, P. de la Universidad de Cantabria en España tiene el mayor número promedio de citas por artículo (105.00) entre los autores listados. Los autores Dedeoğlu, B.B., Kasim, A.B., y Zientara, P. también son mencionados con sus respectivos números de artículos, citas y países de afiliación.

En cuanto al índice H, Lee, S. y Hur, W.M. comparten el valor más alto (9), lo que indica su impacto en el área de investigación. Se destaca que algunos autores, como Kasim,

A.B. de Universiti Utara Malasia, tienen un índice H más bajo (3), pero aun así han contribuido significativamente.

1.2.4. PRODUCTIVIDAD DE PAÍSES E INSTITUCIONES

Esta sección tiene como objetivo exponer las instituciones y países con mayor productividad, así como los patrones de cooperación, la red de colaboración basada en coautorías y las colaboraciones internacionales más fructíferas.

En este contexto, la Tabla 4 presenta las diez instituciones más destacadas en términos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector hotelero durante el período comprendido entre 2004 y octubre de 2023.

La clasificación revela de manera evidente que el 50% de las instituciones más productivas tienen su origen en Asia, el 30% en Europa y el 20% en América

Tabla 3*Ranking de las 10 instituciones más productivas*

Institution	C	A	TC	TC/A	H index	CI (%)	TC/A	
							CI	NCI
The Hong Kong Polytechnic University	Hong Kong	23	617	26.83	22	57%	14.38	43
Taylor's University Malaysia	Malasia	16	222	13.88	15	69%	16.73	7.60
Universidad de Cantabria	España	13	1043	80.23	9	15%	76.00	81
Les Roches International School Hotel Management	Switzerland	12	24	2.00	8	0%	0.00	2.00
Pennsylvania State University	Estados Unidos	11	615	55.91	7	55%	24.00	94.2
Universidad de Málaga	España	11	278	25.27	7	36%	14.00	31.71
University of Nevada, Las Vegas	Estados Unidos	11	540	49.09	7	45%	77.00	25.83
Universiti Utara Malaysia	Malasia	10	384	38.40	6	70%	30.14	57.67
Sejong University	Corea del Sur	10	111	11.10	6	80%	12.13	7.00
Inha University	Corea del Sur	9	222	24.67	5	33%	23.00	25.50

Nota: (C): país; (A): número de artículos; (TC) número de citas; (TC/A): número promedio de citas por artículo; (Índice H): Índice de Hirsch en esta área de investigación; (IC%): porcentaje de artículos producidos con colaboración internacional; (IC): número de citas por artículo realizado con colaboración internacional; (NIC): número de citas por artículo realizadas sin colaboración internacional. Data recopilada de la plataforma Scopus.

El análisis de las instituciones académicas en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector hotelero revela patrones distintivos y tendencias colaborativas. La destacada productividad de la Universidad de Hong Kong Polytechnic, con 23 artículos, y Taylor's University Malaysia, con 16 artículos, refleja su compromiso en generar conocimientos significativos en esta área. Ambas instituciones comparten un índice H de 22, indicando una considerable influencia y alcance en la comunidad académica. Por otro lado, la Universidad de Cantabria en España destaca por su impacto, liderando en el número de citas con 1043, seguida de cerca por la Universidad de Nevada, Las Vegas, con 540 citas.

Es intrigante observar que, a pesar de la producción académica, varias instituciones exhiben un bajo índice de cooperación internacional, subrayando la necesidad de fomentar la colaboración global en este campo. Sin embargo, se destacan la Universidad de Cantabria y la Universidad de Nevada, Las Vegas, como ejemplos excepcionales al registrar tasas de cooperación internacional superiores al 40%. Esto sugiere una tendencia hacia una investigación más colaborativa y diversa en estas instituciones, enriqueciendo la

perspectiva y alcance de sus contribuciones.

En cuanto a la distribución geográfica, la tabla muestra los países más productivos en términos de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE) durante el periodo analizado. En este caso, el origen está mucho más disperso, con una representación de Asia (Hong Kong, Malasia, Corea del Sur) y Europa (España, Suiza).

En referencia, en la tabla 5 muestra los países más productivos en términos de RSE en el sector hotelero durante el periodo analizado. En este caso, por cuestión de continentes se considera como mayor producción en América del norte que en este caso es solo Estados Unidos, consiguiente viene ser Asia (China, Hong Kong, India, Malasia, Pakistán, Corea del Sur), por consiguiente, Europa (España y Reino Unido) y por último Oceanía.

Tabla 4*Ranking de los países más productivos y su colaboración internacional*

Country	A	TC	TC/A	H index	Main collaborators	CI (%)
United States	96	5172	53.875	86	South Korea, China, Hong Kong, Malaysia, Australia	50%
China	88	2928	33.273	82	Pakistan, United States, South Korea, Taiwan, United Kingdom	74%
Spain	81	2339	28.877	66	Colombia, China, Pakistan, South Korea, Portugal	28%
United Kingdom	55	2279	41.436	51	China, Italy, Pakistan, Poland, South Korea	75%
South Korea	50	1212	24.240	38	United States, Pakistan, China, Spain, United Kingdom	60%
Pakistan	47	1146	24.383	39	China, Saudi Arabia, South Korea, Italy, Romania	91%
Malaysia	38	648	17.053	32	Pakistan, Taiwan, United States, South Korea, Thailand	66%
Australia	29	761	26.241	27	China, Pakistan, South Africa, United Kingdom, United States	79%
India	27	1086	40.222	18	Saudi Arabia, China, Italy, Norway, South Africa	22%
Hong Kong	27	1195	44.259	22	United States, China, Canada, Macao, Australia	56%

Nota: (A): número de artículos; (R): ranking de posición por número de artículos en el cuatrienio; (TC): número de citaciones; (TC/A): número de citas por artículo; (Índice H): Índice de Hirsch sobre el tema de investigación; (CI): cooperación internacional. Data recopilada de la plataforma Scopus.

Estados Unidos lidera en producción científica con un total de 96 artículos, seguido por China (88) y España (81). Estados Unidos también encabeza la lista en términos de citas, acumulando un total de 5172, y tiene el índice H más alto con 86, demostrando su impacto significativo en el ámbito de investigación. En cuanto al índice de citas por artículo (TC/A), Estados Unidos se sitúa en 53.875, siendo el segundo país con el mayor promedio de citas, solo superado por Hong Kong (44.259).

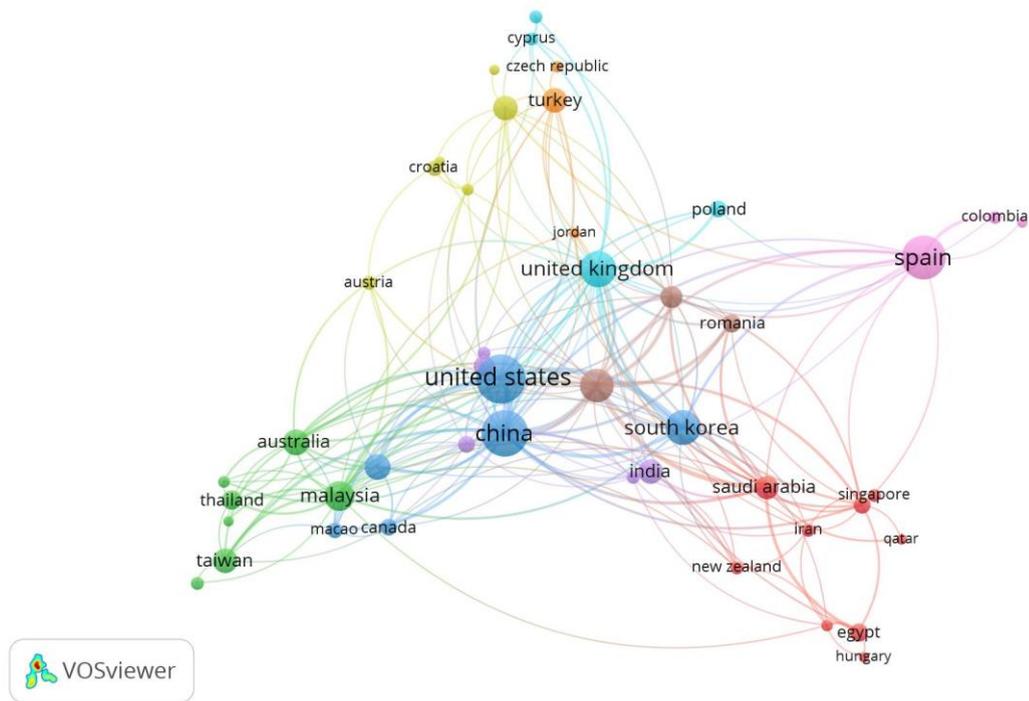
En cuanto a la evolución temporal de la investigación, Estados Unidos lidera la producción científica en los primeros cinco años analizados con 96 artículos, seguido por China con 88. A lo largo de las décadas siguientes, Estados Unidos se mantiene como el país más productivo de manera consistente. España, aunque se mantiene en el Top-4 durante las cuatro décadas analizadas, experimenta un aumento significativo en la producción científica en el último periodo, con 224 artículos, lo que la posiciona como el segundo país más productivo en la actualidad.

En cuanto a la colaboración internacional, China es el país líder con un impresionante 74% de colaboración, seguido por el Reino Unido con un 75%. China también destaca como el país con el mayor número de colaboradores internacionales,

alcanzando un total de 62. Otros países productivos tienen porcentajes de colaboración internacional inferiores al 50%. Además, Malasia, Australia, India y China exhiben un promedio más alto de citas en redes internacionales.

Finalmente, la **Figura 5** muestra el mapa de colaboración entre los principales países en función de la coautoría. Los colores muestran grupos de trabajo internacionales y el tamaño del círculo varía según la cantidad de elementos. Así, el clúster azul es el que cuenta con mayor número de países (9) y está liderado por Egipto. Le sigue el clúster verde, con 7 países, entre los que se encuentran Australia y países de Asia, así como el clúster azul, con un total de 6 países, que está liderado por Canadá y China, mientras que España se encuentra en el clúster más pequeño, el morado, con un total de tres países.

Figura 4
Cooperación internacional, basada en la coautoría entre países



Nota: Tomado del software VOSviewer

1.3. ANÁLISIS DE PALABRAS CLAVE

Del total de 659 artículos analizados sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero, en el periodo comprendido entre 2004 a octubre del 2023, se han obtenido un total de 8898 palabras

clave. De ellas, en la tabla 6 se enumeran las 10 consideradas más relevantes por los autores ya que permiten desagregar los intereses que se han generado en la línea de investigación, a partir de las dimensiones citadas en la contextualización, a lo largo del período analizado.

Tabla 5*Palabras claves de RSE en el sector hotelero*

Grupo	Palabras Claves	2004-		2004 -		2009-		2015-		2021-	
		2023		2008		2014		2020		2023	
		A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Responsabilidad Social empresarial	Estrategia corporativa	14	3%	1	7%	8	9%	5	3%	0	0%
	Gestión ambiental	13	3%	0	0%	5	5%	7	4%	1	1%
	Ética	17	4%	2	13%	5	5%	3	2%	7	4%
	Recursos humanos	11	2%	1	7%	4	4%	1	1%	5	3%
	Innovación	7	1%	0	0%	0	0%	5	3%	0	0%
	Conocimiento	6	1%	0	0%	0	0%	2	1%	4	2%
	Interesado	22	5%	1	7%	3	3%	13	7%	5	3%
	Acercamiento estratégico	7	1%	0	0%	0	0%	4	2%	3	2%
	Sostenibilidad	79	17%	2	13%	12	13%	28	16%	36	19%
	Desarrollo turístico	15	3%	0	0%	4	4%	5	3%	6	3%
Gestión turística	17	4%	0	0%	4	4%	8	5%	5	3%	
Ambiental y Social	Impacto medioambiental	8	2%	1	7%	3	3%	3	2%	1	1%
	Problema medioambiental	7	1%	0	0%	3	3%	2	1%	2	1%
	Humano	20	4%	1	7%	2	2%	4	2%	13	7%
	Experimento humano	5	1%	0	0%	0	0%	0	0%	5	3%
	Organización	9	2%	0	0%	0	0%	1	1%	8	4%
	Marco organizacional	12	3%	0	0%	0	0%	6	3%	6	3%
	Percepción	33	7%	0	0%	3	3%	13	7%	17	9%
	Comportamiento social	9	2%	1	7%	2	2%	2	1%	4	2%
Sostenibilidad	Efectos Económicos y sociales	5	1%	0	0%	2	2%	2	1%	1	1%
	Protección del medio ambiente	13	3%	2	13%	4	4%	4	2%	3	2%
	Aspectos sociales	10	2%	0	0%	4	4%	4	2%	2	1%
	Desarrollo sostenible	37	8%	0	0%	8	9%	21	12%	8	4%
	Turismo	66	14%	1	7%	15	16%	24	14%	26	14%
Estrategia RSE	Economía ambiental	5	1%	1	7%	0	0%	1	1%	3	2%
	Marketing	8	2%	0	0%	0	0%	3	2%	5	3%
	Economía del turismo	11	2%	1	7%	0	0%	3	2%	7	4%
	Mercado turístico	10	2%	0	0%	2	2%	2	1%	6	3%

Nota: Elaboración propia.

De esta manera se han diferenciado cuatro ejes temáticos. El primero de ellos, centrado en "responsabilidad social empresarial (RSE)", busca entender la evolución de las dimensiones que lo componen. Encontramos que "sostenibilidad" es un concepto muy transversal, apareciendo en 79 trabajos de investigación (17% del total), mientras que las dimensiones relacionadas como "estrategia corporativa", "gestión ambiental" y "ética" han tenido una presencia significativa a lo largo de los periodos analizados. "turismo" también destaca como una dimensión importante dentro de este eje.

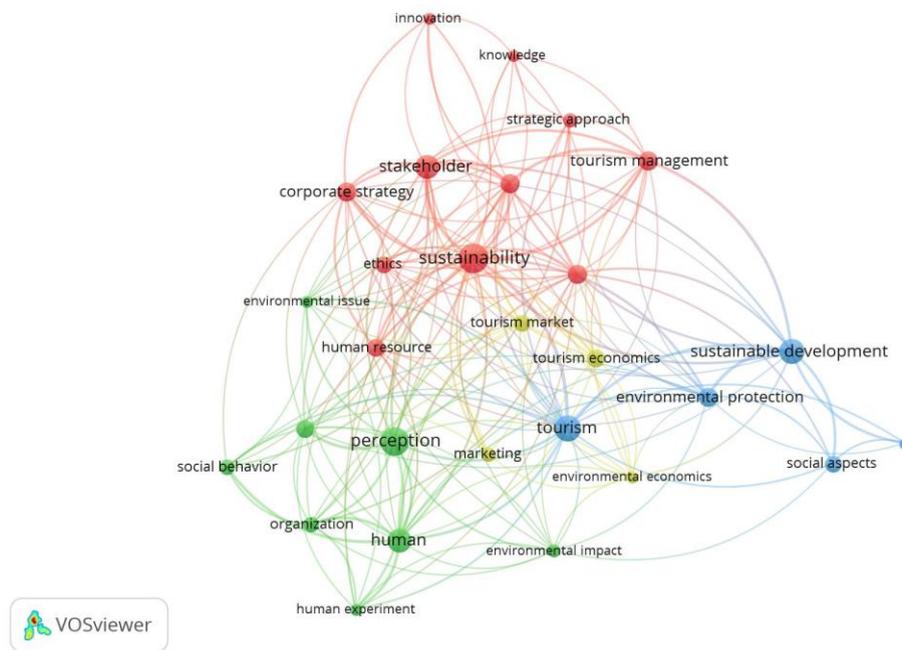
El segundo eje, enfocado en "ambiental y social", revela la importancia de la "percepción" en 33 trabajos de investigación (7%), así como la presencia de temas como "impacto ambiental", "humano" y "marco organizacional". El "comportamiento social" también se destaca en este eje.

En este contexto, se presenta la representación visual de la interconexión

entre todas las palabras clave de la muestra en la Figura 5. Esta agrupación se basa en el método de coocurrencia utilizado por la aplicación VOSviewer al analizar la simultaneidad de palabras clave en los artículos de la muestra. El color de los nodos se utiliza para distinguir los diferentes conglomerados según el número de coocurrencias, mientras que su tamaño varía en función del número de repeticiones. La selección de palabras clave se ha realizado considerando aquellas que cuentan con al menos 13 interacciones, identificándose finalmente 476 palabras clave. Así, se observan cuatro conglomerados de diferentes colores, los cuales podrían estar asociados a diversas líneas de investigación en el tema en estudio. No obstante, es evidente que se trata de una línea de investigación sumamente transversal, encontrándose interrelaciones entre cada palabra clave identificada: "sostenibilidad", "desarrollo sostenible", "percepción", "estrategia corporativa", "grupos de interés", "mercado turístico" y "gestión turística".

Figura 2

Agrupación de palabras clave según la coocurrencia



Nota: Tomado del software VOSviewer.

En primer lugar, el clúster rojo hace referencia a la importancia de la “Sostenibilidad” y está compuesto por 10 ítems. El cual implica en cada artículo relacionado a los ítems se muestra que la industria del turismo es uno de los sectores más importantes de la economía mundial y la responsabilidad social y ambiental, el cual no basta que los directores de hoteles se enfaticen solo en las estrategias corporativas, sino el impacto del personal (recursos humanos) los cuales son fortalezas para la satisfacción laboral y el compromiso organizacional, así mismo se debe resaltar la calidad del servicio que es muy relevante para el desarrollo turístico, que implica en los

resultados de las partes interesadas del hotel. En segundo lugar, el clúster verde está vinculado al “percepción” desde una dimensión más reducida, estando compuesto por 8 ítems, el cual en el análisis de los artículos se muestra que la percepción de la RSE en el sector hotelero implica un liderazgo responsable, el cual un hotel sostenible no sólo sea ambientalmente responsable, sino también holísticamente sostenible, por lo que vale la pena incorporar consideraciones sociales, si no como un elemento esencial. Por otro lado, un "hotel comprometido activamente" se caracteriza por ser líder en la certificación de diseño orientado a la eficiencia energética y la

sostenibilidad ambiental. Asimismo, los trabajadores de estos establecimientos los perciben como hoteles comprometidos con el medio ambiente. En tercer lugar, el clúster "sostenibilidad" destaca como un eje fundamental, con "desarrollo sostenible" como un tema relevante en 37 trabajos de investigación (8% del total), mostrando un crecimiento constante. Además, "turismo" se presenta como una dimensión importante en este eje, con 66 trabajos de investigación (14% del total).

Este clúster aborda la relación entre la responsabilidad social empresarial, las prácticas de gestión de recursos humanos, las dimensiones ambiental, social y económica en la industria hotelera. Se resalta el papel de las políticas de recursos humanos relacionadas con la sostenibilidad en la conexión entre la RSE y el rendimiento en áreas ambientales y sociales vinculadas a la sostenibilidad. Estas políticas se consideran influyentes en la promoción de prácticas sostenibles entre los involucrados. Así mismo, se mencionan los posibles beneficios derivados de la implementación de operaciones amigables con el entorno en hoteles, como la reducción de costos, la obtención de una ventaja competitiva, la fidelización de empleados y clientes, el cumplimiento de regulaciones, la gestión de riesgos y el compromiso con la RSE. No obstante, se destaca la existencia de una

discrepancia entre la disposición y la ejecución de estas prácticas en la industria hotelera, y se hace hincapié en la escasez de discusión y pruebas específicas sobre estos beneficios dentro de dicho sector.

El cuarto clúster, "estrategia RSE", destaca el crecimiento de temas como "sostenibilidad en economía" con 36 artículos de investigación y "economía del turismo" con 11 trabajos de investigación. "Marketing" también tiene presencia en este eje.

Este clúster aborda la relación entre diferentes aspectos dentro de la industria hotelera, incluyendo la sostenibilidad, la responsabilidad social empresarial (RSE), economía ambiental, marketing, economía del turismo y el mercado turístico. Enfatiza la importancia de la percepción que tiene el público sobre la marca de un hotel, siendo un elemento clave en la relación entre las estrategias de marketing orientadas a la sostenibilidad y el comportamiento consciente del consumidor respecto a la sostenibilidad. La implicación en actividades de RSE actúa como moderadora en esta conexión, reforzando o debilitando la relación entre el marketing sostenible y la percepción de la marca, dependiendo del nivel de compromiso de la empresa con la RSE. Además, se destaca que la administración de la cadena de suministro con enfoque ecológico y las estrategias de

marketing orientadas hacia la sostenibilidad ejercen un impacto positivo en la disposición del consumidor para adoptar prácticas de consumo sostenible. La participación en programas de conservación energética también se relaciona con la reducción de los riesgos asociados a los precios de la energía, lo cual contribuye a mejorar la valoración de la empresa dentro del sector hotelero.

Por otro lado, en base al análisis se logró identificar que los “stakeholders” tiene un lineamiento de interés muy vinculativo al desarrollo sostenible, mientras que la “estrategias corporativas” está trabajando intensamente con el comportamiento social y el impacto medio ambiental. Entre las líneas de investigación a desarrollar en el futuro, sería interesante estudiar (i) percepción de los stakeholders en la sostenibilidad y RSE; (ii) RSE en el sector hotelero, aplicando las nuevas estrategias corporativas relacionado al comportamiento social y ambiental; (iii) RSE y los 17 objetivos de desarrollo sostenible.

CONCLUSIONES

El propósito del estudio fue analizar la evolución del conocimiento científico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero en el periodo comprendido del 2004 hasta octubre del 2023. En tal sentido se ha realizado un análisis bibliométrico de 659 artículos de

investigación referentes a la base de datos Scopus.

Como primera parte, el análisis exhaustivo de la investigación revela un marcado aumento en el interés de la comunidad científica, evidenciado por el constante crecimiento de artículos, autores y citas. Además, se observa un notable incremento en el número de revistas científicas, países e instituciones que muestran un creciente interés, especialmente en los últimos 3 años, el cual implica evaluar las consecuencias y medidas referentes al logro de los objetivos que se estipulan en la agenda 2030.

En cuanto al análisis de los autores, el investigador Lee, Seoki ha sido el más relevante de todo el periodo analizado, con 10 artículos de investigación publicados, a pesar de comenzar a trabajar en la línea de investigación a partir de 2009. De este análisis también queda clara la importancia de los investigadores asiáticos, americano y europeo que conforman el Top- 10 de los más productivos, entre ellos tres son de nacionalidad surcoreano y dos de nacionalidad estadounidense.

El análisis de las áreas temáticas de investigación muestra que, durante todo el período analizado, “negocios, gestión y contabilidad” ha sido la principal (36.7%), seguida de “ciencias sociales” (21.5%) y “ciencias ambientales” (11.8%), siendo estas

tres áreas temáticas el 70% de las publicaciones.

En términos de revistas científicas, Sustainability Switzerland ha sido la más productiva durante el período comprendido entre 2004 hasta octubre del 2023. Por su parte, Tourism Management es el que presenta un índice H más alto (236 (Q1)), a pesar de que ha recibido un número reducido de citas (15). Por su parte, la International Journal of Hospitality Management es la que presenta mayor promedio de citas por artículo (90.06%).

En cuanto a las instituciones, al igual que ocurre con los autores, predominan las de origen asiático (50%), seguidamente los países europeos (30%) y por último Estados Unidos (20%) siendo la Universidad Politécnica de Hong Kong la más productiva (23 trabajos de investigación). Todas las instituciones analizadas muestran resultados mayores al 33% en cuanto a tasa de cooperación. Una situación distinta ocurre con el análisis de los países cuyas tasas de cooperación también son mayores al 30%, a excepción de India y España. En este caso, aunque hay mayor diversidad en cuanto a nacionalidades, siguen predominando los países de origen asiático (50%), aunque Estados Unidos es el país con mayor producción (96 artículos publicados).

Así mismo, se ha identificado que la implementación de políticas de RSE y Sostenibilidad tiene como principales líneas de investigación como “percepción”, “sostenibilidad”, “turismo”, “stakeholders”, “desarrollo sostenible”, “estrategia empresarial”, “administración del turismo” las cuales actúan transversalmente a las dimensiones económica, social y ambiental. A partir de estas líneas se han detectado futuras líneas de investigación, como marketing turístico hotelero, estrategias corporativas de RSE e impacto ambiental la creciente importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero demanda un enfoque estratégico y analítico para comprender sus implicaciones y promover prácticas empresariales responsables. A lo largo de las últimas décadas, el crecimiento sostenido en la producción de artículos, la participación de diversos autores, la influencia de diferentes países, y la proliferación de revistas científicas reflejan el creciente interés y compromiso en este ámbito, que abarcan desde guías sectoriales hasta estudios de casos, ofrecen una riqueza de perspectivas sobre cómo la RSE ha evolucionado y se ha integrado en la gestión hotelera. Mientras algunos se centran en la implementación de estándares como el Libro Verde y la Norma ISO 26000, otros documentos exploran en detalle la alineación de la RSE con los

objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y la agenda 2030.

Para finalizar, es importante reconocer las limitaciones inherentes a este estudio, ya que estas podrían constituir áreas de investigación futura. Dichas limitaciones se derivan del enfoque cuantitativo adoptado, el cual omite aspectos cualitativos. La exclusión de estos elementos, junto con la posible influencia de otras herramientas informáticas de análisis de datos, plantea la posibilidad de obtener resultados ligeramente distintos. Además, al limitarse al análisis exclusivo de la publicación de artículos científicos desde 2004 hasta octubre de 2023, se excluyen otros medios de difusión, como la participación en congresos, publicaciones de libros o capítulos, entre otros, así como la consideración de un horizonte temporal más amplio. La inclusión de una gama más diversa de fuentes de investigación podría, por ende, proporcionar resultados distintos y enriquecer la comprensión general del tema. Entre las líneas de investigación a desarrollar en el futuro, sería interesante estudiar (i) percepción de los stakeholders en la sostenibilidad y RSE; (ii) RSE en el sector hotelero; (iii) RSE y los 17 objetivos de desarrollo sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 242, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118458>
- Abdou, A., Hassan, T., y El Dief, M. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability*, 12(22), 9624. <http://dx.doi.org/10.3390/su12229624>
- Abdulai, M., y Hinson, R. (2012). Market orientation, innovation and corporate social responsibility practices in Ghana's telecommunication sector. *Social Responsibility Journal*, 8(3), 327-346. <https://doi.org/10.1108/17471111211247910>
- Acampora, A., Lucchetti, M., Merli, R., y Ali, F. (2022). The theoretical development and research methodology in green hotels research: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 512–528. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.05.007>
- Alaminos, A. (2023). Introducción a la teoría de conjuntos difusos y sus aplicaciones en investigación social e IA (Universida).
- Belmonte, L., Garrido J., & Francisco, C. (2020). Analysis of World Research on Grafting in Horticultural Plants. *HortScience*, 55(1), 112–120. <https://doi.org/10.21273/HORTSCI14533-19>
- Benavides, C. A, Quintana, C., y Marchante, M. (2014). Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 77–87. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.05.003>
- Domenech, T., Bleischwitz, R., Doranova, A., Panayotopoulos, D., y Roman, L. (2019). Mapping Industrial Symbiosis Development in Europe_ typologies of networks, characteristics, performance and contribution to the Circular Economy. *Resources, Conservation and Recycling*, 141, 76–98.
- Espinoza, F., Huertas, K., Obando, E., y Cordova, F. (2023). Corporate social responsibility in Latin American corporations: Role and importance. *Problems and Perspectives in Management*, 21(2), 642–652. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(2\).2023.58](https://doi.org/10.21511/ppm.21(2).2023.58)
- Ezzahra, J. (2023). Does corporate social responsibility result in better hotel guest attitudinal and behavioral loyalty?. *Heliyon*, 9(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18669>

- Famiyeh, S. (2017). Corporate social responsibility and firm's performance: empirical evidence. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 390-406. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2016-0049>
- Fernández, M. T., y Cuadrado, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el Sector Hotelero: *revisión de la literatura científica*, 28, 47–57.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/147181>
- Ferrada, C., Puraivan, E., y Sepulveda, M. (2021). Análisis bibliométrico sobre deserción/retención académica en el primer año de Universidad en la base de datos SCOPUS. *Anales de Investigacion*, 17(3), 1–22.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8320408>
- Global Reporting Initiative. (2013). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Principios y contenidos básicos.*
- Gorbea, S. (2016). Una nueva perspectiva teórica de la bibliometría basada en su dimensión histórica y sus referentes temporales. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 30(70), 11–16.
<https://doi.org/10.1016/j.ibbai.2016.10.001>
- Gürlek, M., Düzgün, E. y Meydan Uygur, S. (2017). How does corporate social responsibility create customer loyalty? The role of corporate image. *Social Responsibility Journal*. 13(3), 409-427. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2016-0177>
- Han, H.; Al-Ansi, A.; Chi, X.; Baek, H. y Lee, K.-S. (2020). Impact of Environmental CSR, Service Quality, Emotional Attachment, and Price Perception on Word-of-Mouth for Full-Service Airlines. *Sustainability*, 12(3974). <https://doi.org/10.3390/su12103974>
- Ibarra, M. A., Vela, J. B., y Hernández, F. (2022). La importancia de la responsabilidad social corporativa y la gestión de la calidad total en los hoteles de México. *Dirección y Organización*, 76, 43–57. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i76.617>
- Jalilvand, M., Khazaei Pool, J., Balouei Jamkhaneh, H. y Tabaeian, R. (2018). Total quality management, corporate social responsibility and entrepreneurial orientation in the hotel industry. *Social Responsibility Journal*. 14(3), 601-618. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2017-0068>
- Jiddi, F., y Ibenrissoul, A. (2020). Mapping 20 Years of Literature on CSR in Tourism

- Industry: A Bibliometric Analysis. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10(11), 1739–1759. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2020.1011109>
- Kim, Y. (2023). A study of the Integrated Model with Norm Activation Model and Theory of Planned Behavior: Applying the Green Hotel's Corporate Social Responsibilities. *Sustainability*, 15, 2-16. <https://doi.org/10.3390/su15054680>
- Labuschagne, C., Brent, A., y Van Erck, R. (2005). Assessing the sustainability performances of industries., *Journal of Cleaner Production*, 373-385.
- McWilliams, A. y Siegel, D. (2011), Creating and Capturing Value: Strategic Corporate Social Responsibility, Resource-Based Theory, and Sustainable Competitive Advantage, *Journal of Management*, 37(5), 1480-1495. <https://doi.org/10.1177/0149206310385696>
- Meseguer, V., Gálvez, F. J., López, G., y Molina, V. (2021). Corporate Social Responsibility and Sustainability. A Bibliometric Analysis of Their Interrelations. *Sustainability*, 13(4), 1636. <https://doi.org/10.3390/su13041636>
- Mobin, M, Hassan, M., Khalid, A. y Abdul-Rahim, R. (2022), Pandemia de COVID-19 y dinámica de riesgo de los mercados financieros en los países del G7, *Revista Internacional de Gestión y Finanzas Islámicas y de Oriente Medio*, 15(2), 461-478. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-09-2021-0358>
- Naciones Unidas (2018). The Sustainable Development Goals Report 2017; Publicación de las Naciones Unidas: Nueva York, NY, EE. UU., 2017.
- Organization Mundial del Turismo (OMT) (2020), Guiding Tourism's Recovery.
- Rahman, M., Khudri, M., Kamran, M. y Butt, P. (2022), A note on the relationship between COVID-19 and stock market return: evidence from South Asia, *Revista Internacional de Finanzas Islámicas y de Medio Oriente y Gestión*, 15(2), 359-371. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2021-0124>
- Reyes, A., Saura, J. R., y Thomas, S. B. (2020). Exploring key indicators of social identity in the #MeToo era: Using discourse analysis in UGC. *International Journal of Information Management*, 54, 102129. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102129>
- Salazar, H., y Pinzón, S. Y. (2023). Eco-innovación y Responsabilidad Social Empresarial: Un estudio bibliométrico de la relación de estos constructos. *Scientia et PRAXIS*, 3(05), 34–59. <https://doi.org/10.55965/setp.3.05.a2>

- Tsai, H., Tsang, N., y Cheng, S. K. Y. (2012). Hotel employees' perceptions on corporate social responsibility: The case of Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1143–1154. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.02.002>
- Tsou, Y.-H., Huang, y.-F., Liu, S.-C., y Do, M.-H. (2021). The Effects of Total Quality Management and Corporate Social Responsibility on Firm Performance: A Future Research Agenda. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 277–287. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0277>
- Van, N. J., y Waltman, L. (2007). Bibliometric Mapping of the computational intelligence field. *International Journal of Uncertainty, Fuzziness and KnowledgeBased Systems*, 15(05), 625–645. <https://doi.org/10.1142/S0218488507004911>
- World Business Council for Sustainable Development (2002). *El caso empresarial para el desarrollo sostenible*. <https://www.virtualpro.co/biblioteca/el-caso-empresarial-para-el-desarrollo-sostenible>
- Zhang, L., y Eichmann, N. (2019). Mapping the Scholarly Literature Found in Scopus on “Research Data Management”: A Bibliometric and Data Visualization Approach. *Journal of Librarianship and Scholarly Communication*, 7(1). <https://doi.org/10.7710/2162-3309.2266>