

ANÁLISIS DEL ESTADO DE LA PRODUCCIÓN ACADÉMICA REFERENTE AL MARKETING SOCIAL EN EL MUNDO Y EN COLOMBIA

ANALYSIS OF THE STATE OF ACADEMIC PRODUCTION REGARDING SOCIAL MARKETING IN THE WORLD AND IN COLOMBIA

Sara Catalina Forero Molina

DOI: 10.13140/RG.2.2.17832.39689

Resumen

El marketing social se enfoca en aplicar los preceptos tradicionales del mercadeo en pro de la solución de problemáticas, de tal manera que se generen impactos positivos tanto individuales como colectivos. En tal medida, el objetivo del documento es presentar un contexto en torno al estado actual de la producción académica referente al marketing social en el mundo, puntualizando en ciertos aspectos en Colombia. Para tal fin se acudió a la búsqueda temática a través de las herramientas Scopus, Scimago, La Referencia, WOS, Scielo, Google Scholar y JCR. Como se puede evidenciar la producción en el mundo ha venido creciendo en cuanto a la temática del marketing social, sin embargo, en América Latina sigue siendo baja y en el caso de Colombia es prácticamente nula.

Palabras clave: marketing, marketing social

Abstract

Social marketing focuses on applying the traditional precepts of marketing in favor of solving problems, in such a way that positive impacts are generated both individually and collectively. In such measure, the objective of the document is to present a context around the current state of academic production regarding social marketing in the world, pointing out in certain aspects in Colombia. For this purpose the thematic search was used through the tools Scopus, Scimago, La Reference, WOS, Scielo, Google Scholar and JCR. As can be seen, production in the world has been growing in terms of social marketing, however in Latin America it is still low and in the case of Colombia it is practically null.

Key words: marketing, social marketing

Contexto Internacional

El marketing social es un campo de estudio o una rama del mercadeo que se comenzó a formalizar a partir de los años 80's (Forero, 2014) y que no ha crecido en su producción académica ni en su aplicación al mismo ritmo que el marketing en general, pero que viene creciendo en importancia a nivel mundial. En tal medida, al realizar la búsqueda mediante Scimago desde una perspectiva general del área de estudio, es decir, determinando como área "Business, Management and Accounting" y como categoría "Marketing", se pudo identificar que los 10 países líderes en la investigación y producción científica en el mundo son en su orden, Estados Unidos, Reino Unido, Australia, China, Canadá, Alemania, España, Francia, Corea del Sur y los Países Bajos (ver tabla 1).

Tabla 1. Top 10 de los países líderes en la investigación y producción científica del mundo para el área de marketing

Rank	Country	Documents	Citable documents	Citations	Self-citations	Citations per document	H index
1	United States	45833	42788	1109684	430146	24.21	345
2	United Kingdom	12313	11345	238587	57701	19.38	156
3	Australia	6357	6044	126084	21323	19.83	128
4	China	5382	5211	40627	11013	7.55	76
5	Canada	4889	4594	117551	11658	24.04	141
6	Germany	4340	4113	79980	13130	18.43	118
7	Spain	3163	3047	43634	8314	13.8	84
8	France	2861	2653	51051	4918	17.84	93
9	South Korea	2645	2557	44852	4748	16.96	93
10	Netherlands	2586	2457	86286	9866	33.37	130

Fuente: Scimago

Particularmente, Colombia en referencia con la producción científica a nivel mundial ocupa el puesto número 41 con un total de 304 documentos (ver tabla 2) y en cuanto a Latinoamérica ocupa el puesto número 4 antecedida por Brasil, Chile y México (ver tabla 3).

Tabla 2. Posición de Colombia en cuanto a la producción científica a nivel mundial

Rank	Country	Documents	Citable documents	Citations	Self-citations	Citations per document	H index
41	Colombia	304	264	1428	178	4.7	18

Fuente: Scimago

Tabla 3. Top 10 de la producción científica a nivel Latinoamérica

Rank	Country	Documents	Citable documents	Citations	Self-citations	Citations per document	H index
1	Brazil	1107	1056	7072	1621	6.39	37
2	Chile	329	315	3852	437	11.71	32
3	Mexico	328	316	2300	203	7.01	26
4	Colombia	304	264	1428	178	4.7	18
5	Argentina	117	111	990	53	8.46	19
6	Costa Rica	81	78	682	74	8.42	14
7	Peru	57	55	455	12	7.98	10
8	Ecuador	31	30	68	15	2.19	4
9	Jamaica	26	26	364	4	14	10
10	Nicaragua	24	24	76	0	3.17	6

Fuente: Scimago

Por otra parte, la tabla 4 deja entrever las 10 publicaciones más importantes a nivel mundial en cuanto a la temática general del “marketing”, siendo las 3 primeras el Journal of Marketing, el Journal of Marketing Research y el Marketing Science, todas de Estados Unidos en Q1.

Tabla 4. Top 10 de las publicaciones más importantes a nivel mundial

Rank	Title	Type	SJR Quartile	Country
1	Journal of Marketing	journal	Q1	United States
2	Journal of Marketing Research	journal	Q1	United States
3	Marketing Science	journal	Q1	United States
4	Journal of Consumer Research	journal	Q1	United Kingdom
5	Journal of Supply Chain Management	journal	Q1	United States
6	Journal of Public Administration Research and Theory	journal	Q1	United Kingdom
7	Hepatology International	journal	Q1	United States
8	Public Administration Review	journal	Q1	United Kingdom
9	Journal of Retailing	journal	Q1	United Kingdom
10	International Journal of Research in Marketing	journal	Q1	Netherlands

Fuente: Scimago

Así mismo, en torno a Latinoamérica, solamente dos revistas se destacan en el ranking, las cuales son la RAE en Q3 de Brasil y la revista Innovar en Q4 en Colombia (ver tabla 5).

Tabla 5. Ranking de las revistas destacadas en Latinoamérica en torno al tema de “marketing”

Rank	Title	Type	SJR Quartile	Country
1	RAE Revista de Administracao de Empresas	journal	Q3	Brazil
2	Innovar	journal	Q4	Colombia

Fuente: Scimago

Ahora, puntualizando en el tema de “marketing social” se acudió a la herramienta Scopus y se desarrolló la siguiente ecuación de búsqueda: TITLE(social marketing) AND social PRE/0 marketing. Así, a nivel mundial el año en el que más artículos se han publicado en torno a la temática desde 1971 hasta el 2020 es el 2011 con 137 artículos, seguido por el 2019 con 134 y el 2013 con 129; se confirma que en general la publicación ha venido aumentando. La tabla 6, así como el gráfico 1 evidencian lo respectivo.

Tabla 6. Número de artículos publicados por año para la temática “marketing social”

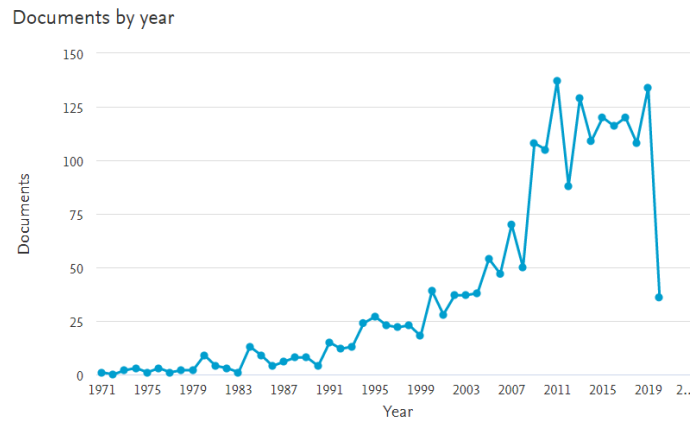
Número de artículos publicados	Año
137	2011
134	2019
129	2013
120	2017
120	2015
116	2016
109	2014
108	2018
108	2009
105	2010
88	2012

70	2007
54	2005
50	2008
47	2006
39	2000
38	2004
37	2003
37	2002
36	2020
28	2001
27	1995
24	1994
23	1998
23	1996
22	1997
18	1999
15	1991
13	1993
13	1984
12	1992
9	1985
9	1980
8	1989
8	1988
6	1987
4	1990
4	1986
4	1981
3	1982

3	1976
3	1974
2	1979
2	1978
2	1973
1	1983
1	1977
1	1975
1	1971

Fuente: Scopus

Gráfico 1. Número de artículos publicados por año para la temática “marketing social”



Fuente: Scopus

Siguiendo la ecuación de búsqueda, los autores con más producción en el tema son Rundle – Thiele, S., Hastings, G., y Kubacki, G. con 35, 30 y 27 documentos, tal como se presenta en la tabla 7 y en el gráfico 2.

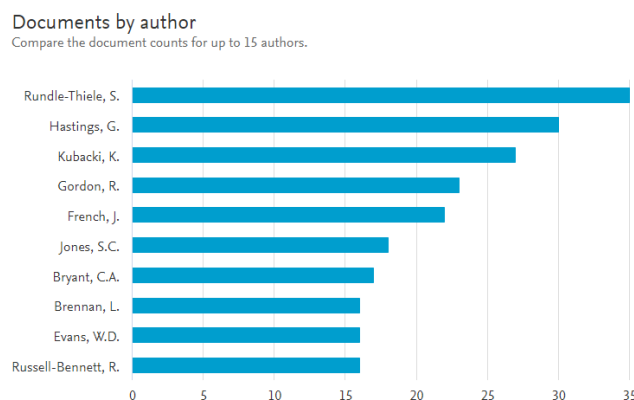
Tabla 7. Top 10 de los autores con más producción para la temática “marketing social”

Autores	Número documentos
1. Rundle – Thiele, S.	35
2. Hastings, G.	30
3. Kubacki, K.	27

4. Gordon, R.	23
5. French, J.	22
6. Jones, S.C.	18
7. Bryant, C.A.	17
8. Brennan, L.	16
9. Evans, W.D.	16
10. Russell-Bennett, R.	16

Fuente: Scopus

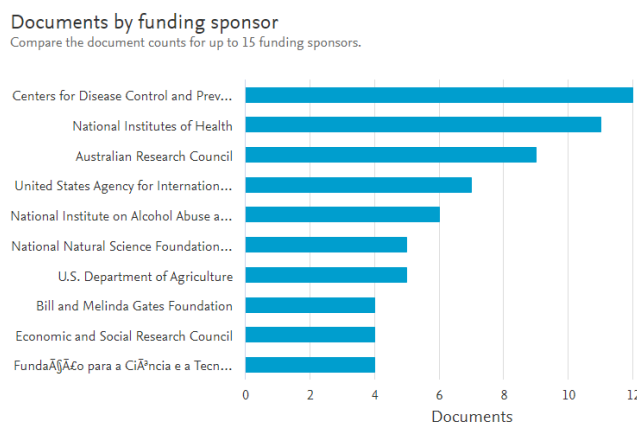
Gráfico 2. Top 10 de los autores con más producción para la temática “marketing social”



Fuente: Scopus

Por su parte, las instituciones que más han apoyado las publicaciones en torno a la temática son en su orden Centers for Disease Control and Prevention aportando 12 documentos, National Institutes of Health con 11 documentos y Australian Research Council con 9 documentos. La tabla 8 y el gráfico 3 dejan observar lo respectivo.

Gráfico 3. Top 10 de las instituciones con más publicaciones sobre “marketing social”



Fuente: Scopus

Tabla 8. Top 10 de las instituciones con más publicaciones sobre “marketing social”

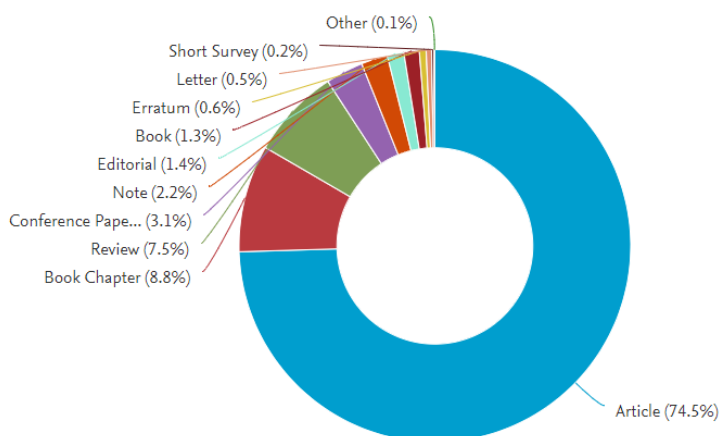
Institución	Número de documentos
1. Centers for Disease Control and Prevention	12
2. National Institutes of Health	11
3. Australian Research Council	9
4. United States Agency for International Development	7
5. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism	6
6. National Natural Science Foundation of China	5
7. U.S. Department of Agriculture	5
8. Bill and Melinda Gates Foundation	4
9. Economic and Social Research Council	4
10. Fundação de Amparo à Pesquisa e à Tecnologia	4

Fuente: Scopus

Así mismo, en cuanto a la tipología documental, el porcentaje más significativo y representativo corresponde a artículos con un 74.5% (1469 publicaciones). Adicionalmente, el 8.8% son capítulos de libro (174 publicaciones), el 7.5% a reseñas (148) y el porcentaje restante se divide entre Conference Paper, Notas, Editorial, Libros y otros, como se puede ver en la tabla 9 y el gráfico 4.

Gráfico 4. Tipología documental para la temática “marketing social”

Documents by type



Fuente: Scopus

Tabla 9. Tipología documental para la temática “marketing social”

Tipología documental	Número de publicaciones
1. Artículo	1469
2. Capítulo de libro	174
3. Reseña	148
4. Conference Paper	61
5. Nota	43
6. Editorial	27
7. Libro	25
8. Otros	25

Fuente: Scopus

Contexto Regional

En el contexto regional, es decir, en Latinoamérica y propiamente en Colombia, es posible evidenciar que la producción en la temática de “marketing social” ha crecido pero aún sigue siendo baja en comparación con el crecimiento mundial. De hecho, en general el recorrido histórico deja entrever baja producción en cuanto al tema. Así, haciendo uso de la ecuación de búsqueda "marketing social"~0 en la herramienta LA Referencia, se puede evidenciar que los países que lideran la producción académica en América Latina son Brasil con 39 publicaciones, Perú con 9 y Ecuador con 5 (ver tabla 10).

Tabla 10. Listado de países que lideran la producción académica en el tema “marketing social” en Latinoamérica

País	Número de publicaciones
1. Brasil	39
2. Perú	9
3. Ecuador	5
4. Argentina	4
5. Chile	1
6. Costa Rica	1
7. México	1

Fuente: LA Referencia

Por su parte, los autores que más han publicado en la región en cuanto a la temática son Meira, Paulo Ricardo dos Santos (con 3 publicaciones) y Sousa, Caissa Veloso e (con 2 publicaciones) como se presenta en la tabla 11.

Tabla 11. Top 5 de los autores que más publican en Latinoamérica en la temática “marketing social”

Autor	Número de publicaciones
1. Meira, Paulo Ricardo dos Santos	3
2. Sousa, Caissa Veloso e	2
3. Andréia Aparecida Albino.	1
4. Agnaldo Keiti Higuchi	1
5. Alvarez Guevara, Diego Alonzo	1

Fuente: LA Referencia

Por su parte, las dos universidades que más publican en Latinoamérica en cuanto a la temática en mención son Fundação Getulio Vargas con 7 documentos y Universidade Federal da Paraíba con 5 documentos (ver tabla 12).

Tabla 12. Top 7 de las universidades que más publican en Latinoamérica en cuanto a la temática “marketing social”

Institución	Número de documentos
1. Fundação Getulio Vargas	7
2. Universidade Federal da Paraíba	5
3. Universidad Cesar Vallejo	4
4. Universidade Federal de Santa Catarina	4
5. Fundação Oswaldo Cruz	3
6. Universidade Federal do Rio Grande do Sul	3
7. Universidade de São Paulo	3

Fuente: LA Referencia

En el mismo sentido, la tipología documental con mayor publicación en Latinoamérica en cuanto a la temática es tesis de maestría con 30 documentos, seguida de artículo con 26 y tesis doctoral con 4 (ver tabla 3).

Tabla 13. Publicación en Latinoamérica en cuanto a “marketing social” por tipología

Tipología	Número de publicaciones
1. Tesis de maestría	30
2. Artículo	26
3. Tesis doctoral	4

Fuente: La Referencia

Estudio cuantitativo

Por otra parte, es fundamental presentar el estudio cuantitativo basado en los indicadores de producción, de actividad y de impacto. En tal medida, a nivel mundial es posible observar en la tabla 14 lo correspondiente al indicador de producción a nivel mundial en los años 2018, 2019 y 2020, con soporte en la información brindada por Scopus, WOS, LA Referencia, Scielo y Google Scholar.

En lo referente a publicaciones, se puede evidenciar que a nivel mundial la tipología destacada es la de artículos, siendo muy baja y en algunas ocasiones nula la participación de otras tipologías. En el caso de Latinoamérica también los artículos son la tipología de mayor publicación, sin embargo, tanto en esta como en las demás tipologías la publicación es muy escasa o nula. La principal entidad financiadora a nivel mundial en la temática es la Australian Research Council para 2018, sin embargo para 2019 y 2020 no hay una entidad que en sí se detaque sino que hay muchas con aportes de una publicación; WOS destaca a United States Department of Health Human Services en 2019. Los autores destacado en 2018 es Gordon, R., en 2019 Kubacki, K y Adams, M. y Tweneboah-Koduah, E.Y. en 2020.

Propiamente en Latinoamérica, la tipología de publicación que destaca también son los artículos, sin embargo, tanto esta como las demás son escasas e inclusive nulas en número de documentos para el periodo estudiado 2018-2020; de hecho en 2020 no ha habido publicaciones. Así, los principales países de publicación son Perú, Colombia y Ecuador.

Tabla 14. Indicador de producción a nivel mundial

Indicador	Descripción	Fuente	2018	2019	2020
Indicador de producción	Total de artículos	Scopus	80	110	32
Indicador de producción	Total de libros	Scopus	1	1	0
Indicador de producción	Total de capítulos de libros	Scopus	10	9	0
Indicador de producción	Total de Conference Paper	Scopus	6	3	1
Indicador de producción	Principal entidad financiadoras	Scopus	Australian Research Council (3)	Son 43 entidades con 1 documento, no hay más altos	Son 11 entidades con 1 documento, no hay más altos.
Indicador de producción	Principal país de publicación (sin incluir el país de origen)	Scopus	Australia (26)	United States (30)	United States (9)
Indicador de producción	Autor con mayor publicaciones	Scopus	Gordon, R. (4)	Kubacki, K. (7)	Adams, M. (2) y Tweneboah-Koduah, E.Y. (2)
Indicador de producción	Total de artículos	WOS	57	75	17
Indicador de producción	Total de libros	WOS	0	0	0

Indicador de producción	Total de capítulos de libros	WOS	0	0	0
Indicador de producción	Total de Conference Paper	WOS	0	0	0
Indicador de producción	Principal entidad financiadoras	WOS	Australian Research Council (3)	United States Department of Health Human Services (6)	Son 10 entidades con 1 documento, no hay más altos
Indicador de producción	Principal país de publicación (sin incluir el país de origen)	WOS	USA (19)	USA (29)	Australia (6)
Indicador de producción	Autor con mayor publicaciones	WOS	Gordon, R. (4)	Kubacki, K. (6)	Adams, M. (3) Tweneboah-Koduah EY. (3)
Indicador de producción	Total de artículos	LaReferencia	4	4	0
Indicador de producción	Total de libros	LaReferencia	0	0	0
Indicador de producción	Total Tesis Doctorado	LaReferencia	0	0	0
Indicador de producción	Total de Maestría	LaReferencia	1	3	0
Indicador de producción	Principal país de publicación (sin incluir el país de origen)	LaReferencia	Perú (3)	Perú (3)	0
Indicador de producción	Autor con mayor publicaciones	LaReferencia	9 autores con una publicación: Benalcázar Caveró, Emilia Denisse; Caballero, Waldo; Coro Medina, Yessenia Elizabeth; Mendocilia, Mario; Olivera Carhuaz, Edith Soledad; Paredes, Francisco; Pulido Capurro, Víctor Manuel; Tuse	10 autores con una publicación: Alvarez Guevara, Diego Alonzo; Brito, Nathalia Emily Silvestre; Cunguía Piedra, Deyvi David; Cáceres Salinas, Valeska Brighith; Galiano Coronil, Araceli; Guevara Carlotto, Ghadi Susana; Ortega Gil, Manuela; Pinto, Pamela Araujo; da Silva, Ingrid Jurkevicz; de	0

			Landacay, Katherine Noelia; Vílchez, Alonso	Oliveira, Eliane Basilio	
Indicador de producción	Total de artículos	Scielo	4	2	0
Indicador de producción	Principal entidad financiadoras	Scielo	No registra	No registra	0
Indicador de producción	Principal país de publicación (sin incluir el país de origen)	Scielo	Colombia (2)	Ecuador (1)	0
		Scielo	12 autores con una publicación: Martínez Escareño, Irma Marcela; Casillas Racurello, Maria Fernanda; Nuñez Alfaro, Carlos Manuel; González Galindo, Angelica Dayana; Aguilera Valdez, Andrea Elizabeth; Portales Luis; Restrepo-E, Ana María; Muñoz, Yaromir; Duque-D, María Adelaida; Olivera Carhuaz, E.S.; Pulido Capurro, V.M; Velasco Rodríguez, Gabriela	Galiano Coronil, Araceli y Ortega Gil, Manuela	0
Indicador de producción	Autor con mayor publicaciones				
Indicador de producción	Total de publicaciones	Google Scholar	522	567	138

Ahora, particularizando en Colombia y haciendo un comparativo con el mundo, la tabla 15 presenta los indicadores de actividad, crecimiento e impacto y se puede notar que para la temática en estudio, el índice de actividad es nulo para los años

2019 y 2020, a excepción de lo que refleja Scopus de 0,00925926 para 2018. En cuanto a la tasa de crecimiento de Colombia, ésta es nula a excepción del 2018 que fue de 0.5. En cuanto al índice de impacto, también es nulo, a excepción de las revistas en Q4 para 2019 en el cual hay una revista en el área de marketing de acuerdo con la información que brinda Scimago.

Tabla 15. Indicadores de actividad, crecimiento e impacto

Indicador	Descripción	Fuente	2018	2019	2020
Índice de actividad	tema, área de conocimiento y/o disciplina	Scopus	0,00925926 (Colombia)	0 (Colombia)	0 (Colombia)
Índice de actividad	tema, área de conocimiento y/o disciplina	WOS	0 (Colombia)	0 (Colombia)	0 (Colombia)
Tasa de crecimiento	tema, área de conocimiento y/o disciplina	Scopus	0.5 (Colombia) 0.9 (Mundo)	0 (Colombia) 1.23 (Mundo)	0 (Colombia) 0.28 (Mundo)
Tasa de crecimiento	tema, área de conocimiento y/o disciplina	WOS	0 (Colombia) 0.30 (Mundo)	0 (Colombia) 3.48 (Mundo)	0 (Colombia) 0.70 (Mundo)
Índice de impacto	Revistas en Q1	Scimago	44 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q2	Scimago	43 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q3	Scimago	44 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q4	Scimago	43 (Mundo) 1 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q1	JCR	43 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q2	JCR	40 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q3	JCR	26 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información
Índice de impacto	Revistas en Q4	JCR	5 (Mundo) 0 (Colombia)	No hay información	No hay información

Conclusiones

Como se pudo evidenciar a lo largo del contexto de publicación académica presentada para el área de conocimiento “marketing”, a nivel mundial el tema ha venido creciendo contando con un número importante de journals en Q1, Q2, Q3 y Q4 y siendo destacados los países de Estados Unidos, Reino Unido, Australia, China, Canadá, Alemania, España, Francia, Corea del Sur y los Países Bajos. Sin embargo, en Latinoamérica todavía falta desarrollo ya que solamente dos revistas se destacan en el ranking, las cuales son la RAE en Q3 de Brasil y la revista Innovar en Q4 en Colombia; lo que se refleja en Colombia en los bajos índices de impacto, de crecimiento y de actividad.

En lo que compete propiamente a la temática de marketing social, se evidencia que en general la publicación a nivel mundial ha venido aumentando, en 2017 se reportaron 120 documentos, en 2018 108 y en 2019 134, aumento significativo con las cifras de 10 años atrás que eran de 70 en 2007 y 50 en 2008; se destacan los artículos en cuanto a tipología con un 74.5% de participación. Particularmente, en el caso de Latinoamérica y Colombia la temática todavía es incipiente en publicación de tal manera que en comparación con el mundo el número de publicaciones es menor al 30%, inclusive hay años del periodo de estudio en que se registran cero publicaciones.

Referencias

Forero, S. (2014). Evaluación de las actuales metodologías de marketing social usadas en las universidades públicas en Bogotá. [tesis inédita maestría: Universidad Nacional de Colombia]

Google Scholar (s.f.). Sitio web oficial. URL: <https://scholar.google.com/>

LA Referencia (s.f.) Sitio web oficial. URL: <http://lareferencia.info/es>

Scielo (s.f.). Sitio web oficial. URL: <https://scielo.org/es/>

Scimago (2007-2020). Sitio web oficial. URL: <https://www.scimagojr.com/>

Scopus (s.f.). Sitio web oficial. URL: <https://www-scopus-com.craiusadigital.usantotomas.edu.co/>

WOS (2020). Sitio web oficial. URL: <http://apps.webofknowledge.com.craiusadigital.usantotomas.edu.co>