

Patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial. Una revisión bibliométrica

Patterns and trends in the scientific approach to business value generation. A bibliometric review

Iván Ricardo Variás Rodríguez
Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo
Email: ivariasr@unprg.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9774-0571>

Lilia Consuelo Ramos Culqui
Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo
Email: lramos@unprg.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5075-5976>

Jaime Segundo Rosendo Cáceres Montalvo
Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo
Email: jcaceres@unprg.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1180-3012>

Oswaldo Alberto Mendoza Otiniano
Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo
Email: omendoza@unprg.edu.pe
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6137-4124>

Recibido 24/08/2024
Aprobado 10/10/2024
Publicado 11/10/2024

RESUMEN

En este estudio se realiza un análisis exhaustivo sobre la evolución de la literatura relacionada con la generación de valor empresarial. A través de un método bibliométrico, se examina la trayectoria de las publicaciones, identificando los patrones y tendencias predominantes en el campo. La investigación responde a preguntas clave como la cantidad de estudios publicados, los autores más activos, las revistas más influyentes, los países donde se han realizado las investigaciones, y las áreas del conocimiento involucradas. Los resultados revelan un aumento significativo en la producción científica desde 2014, con una concentración de estudios en países con economías desarrolladas y en áreas de gestión, economía y negocios. Además, se identifican temas motores como "modelos de negocio" y "desarrollo sostenible". Este estudio destaca la necesidad de una mayor diversificación geográfica y disciplinar en la investigación sobre generación de valor empresarial, y subraya la evolución del concepto hacia una perspectiva más holística que integra factores sociales y ambientales. Los autores más activos en el área

de generación de valor empresarial son: Parida con 519 citas, O’Cassa con 365 citas, Sok con 209 citas y las revistas destacadas tenemos a Sustainability (Switzerland) con 20 artículos publicados, Journal of Business Research con 13 artículos, finalmente, se cumple la *Ley de Lotka* y la *Ley de Bradford*.

Palabras clave: Generación de valor empresarial, bibliometría, patrones de investigación, sostenibilidad.

ABSTRACT

This study provides a comprehensive analysis of the evolution of the literature related to the generation of business value. Through a bibliometric method, the trajectory of publications is examined, identifying the predominant patterns and trends in the field. The research answers key questions such as the number of studies published, the most active authors, the most influential journals, the countries where research has been conducted, and the areas of knowledge involved. The results reveal a significant increase in scientific production since 2014, with a concentration of studies in countries with developed economies and in areas of management, economics and business. In addition, driving themes such as “business models” and “sustainable development” are identified. This study highlights the need for greater geographical and disciplinary diversification in research on business value generation, and underlines the evolution of the concept towards a more holistic perspective that integrates social and environmental factors. The most active authors in the area of enterprise value generation are: Parida with 519 citations, O’Cassa with 365 citations, Sok with 209 citations and the outstanding journals we have Sustainability (Switzerland) with 20 published articles, Journal of Business Research with 13 articles, finally, Lotka’s Law and Bradford’s Law are fulfilled.

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version).

Keywords: Business value generation, bibliometrics, research patterns, sustainability.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la generación de valor empresarial ha emergido como un tema central en la investigación académica debido a la creciente necesidad de las empresas de adaptarse a entornos dinámicos y competitivos. A medida que las economías globales se transforman y las expectativas de los stakeholders evolucionan, la capacidad de una empresa para generar valor se ha convertido en un indicador clave de su sostenibilidad y éxito a largo plazo (Heshmatisafa y Seppänen, 2023; Purwanto et al., 2023). Este fenómeno ha impulsado un aumento en el número de estudios que buscan identificar patrones y estrategias efectivas en la creación de valor, desde perspectivas tanto operativas como estratégicas (Palmié et al., 2023). La digitalización, la sostenibilidad y la innovación son solo algunos de los factores que han redefinido la manera en que las empresas abordan la generación de valor, creando un panorama de investigación amplio y diversificado.

La literatura sobre generación de valor empresarial refleja una tendencia hacia la integración de enfoques multidisciplinarios que consideran tanto aspectos financieros como no financieros. En particular, la investigación reciente ha enfatizado la importancia de las prácticas sostenibles

y la innovación tecnológica como catalizadores para el valor empresarial (Franzè et al., 2024; Huallpa et al., 2024). Sin embargo, a pesar de los avances, existe una dispersión notable en los enfoques metodológicos y teóricos utilizados, lo que subraya la necesidad de un análisis sistemático de las tendencias y patrones en la producción científica sobre este tema. Identificar estas tendencias no solo permitirá una mejor comprensión del estado actual del conocimiento, sino que también guiará futuras investigaciones hacia áreas con mayor potencial de impacto.

El problema de investigación se centra en la falta de claridad sobre cómo ha evolucionado la literatura en torno a la generación de valor empresarial y qué patrones y tendencias han dominado este campo en los últimos años. Si bien se han realizado estudios importantes, no se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo que capture de manera integral la evolución de las publicaciones y las principales líneas de investigación que han surgido. Por lo tanto, la pregunta de investigación que guía este estudio es: ¿Cuál ha sido la evolución de las publicaciones sobre patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial? Esta pregunta busca identificar los principales temas, metodologías y enfoques que han caracterizado la producción científica en este campo, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones.

La literatura existente muestra un enfoque fragmentado, con estudios que abordan diversos aspectos de la generación de valor desde perspectivas económicas, ambientales y sociales (Heshmatisafa y Seppänen, 2023; Claudia et al., 2024). Algunos autores han explorado la relación entre la innovación y la creación de valor, mientras que otros se han centrado en la eficiencia operativa o en la sostenibilidad como fuentes de ventaja competitiva (Palmié et al., 2023; Huallpa et al., 2024). Sin embargo, pocos estudios han intentado sintetizar estos enfoques para ofrecer una visión holística de cómo la generación de valor se ha conceptualizado y estudiado en diferentes contextos empresariales.

Este estudio es relevante porque aborda una necesidad crítica de consolidar y clarificar el conocimiento acumulado sobre la generación de valor empresarial. Al identificar patrones y tendencias en la literatura, este trabajo no solo proporciona un mapa del estado actual de la investigación, sino que también resalta las áreas que requieren mayor atención académica. De esta manera, se espera contribuir a una mejor comprensión de los mecanismos subyacentes a la creación de valor y a la formulación de estrategias más efectivas que puedan ser aplicadas en diversos contextos empresariales.

METODOLOGÍA

La investigación se ubica en la ruta cuantitativa, con diseño no experimental longitudinal. La técnica usada es la bibliometría. Se usó un protocolo de búsqueda para la base de datos multidisciplinaria de Scopus. El protocolo de búsqueda fue el siguiente: TITLE ("value creation") OR TITLE-ABS ("value generation") AND TITLE (companies) OR TITLE (firms) OR TITLE (business). Obteniendo 820 resultados. La base de metadatos fue exportada de Scopus en formato CSV, los mismos que fueron procesados en Bibliometrix y la presentación de tablas corresponde al tratamiento en el aplicativo Datawrapper. Asimismo, para los mapas

semánticos se trabajó con VOSviewer. Todo el proceso de la información es accesible mediante el siguiente enlace.

<https://drive.google.com/drive/folders/1WZRYnJdcTBgsKvNspgl39Zy2SKG8RJs6?usp=sharing>

RESULTADOS

Para obtener los resultados presentados en este estudio, se empleó un enfoque bibliométrico riguroso utilizando la base de datos multidisciplinaria Scopus. Se aplicó un protocolo de búsqueda específico que incluyó términos clave relacionados con la generación de valor empresarial, resultando en una colección de 820 documentos. Los metadatos extraídos fueron procesados mediante el software Bibliometrix, y las visualizaciones se generaron utilizando Datawrapper y VOSviewer.

En la figura 1 se observa, la evolución de las publicaciones sobre patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial. Se resaltan los siguientes indicadores: se han registrado investigaciones en Scopus desde el año 1989 y se mantiene a un ritmo del 10.95% de crecimiento anual hasta el año 2024. Asimismo, de un total de 1913 autores. Corresponde 141 autores de documentos de un solo autor con una coautoría internacional de 21.34% y coautores por documento de 2.57. Es de resaltar que la edad promedio del documento es de 7.55 y las citas promedio por documento es de 31.9 con 2027 palabras clave del autor y una alta referencia de 39,798.

Figura 1 Información general de la colección de datos sobre patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial.



Nota: Reporte obtenido por Bibliometrix

Tabla 1 Principales indicadores bibliométricos de la colección de metadatos.

Descripción	Indicador
INFORMACIÓN PRINCIPAL SOBRE LOS DATOS	
Espacio de tiempo	1989:2024
Fuentes (revistas, libros, etc.)	578
Documentos	820
Tasa anual de crecimiento %	11
Edad media del documento	8
Citas promedio por documento	32
Referencias	39,798
CONTENIDO DEL DOCUMENTO	
Palabras clave Plus (ID)	1,905
Palabras clave del autor (DE)	2,027
AUTORES	
Autores	1,913
Autores de documentos de un solo autor	141
COLABORACIÓN DE LOS AUTORES	
Documentos de un solo autor	154
Coautores por documento	3
Coautorías internacionales %	21
TIPOS DE DOCUMENTOS	
Artículo	514
Libro	20

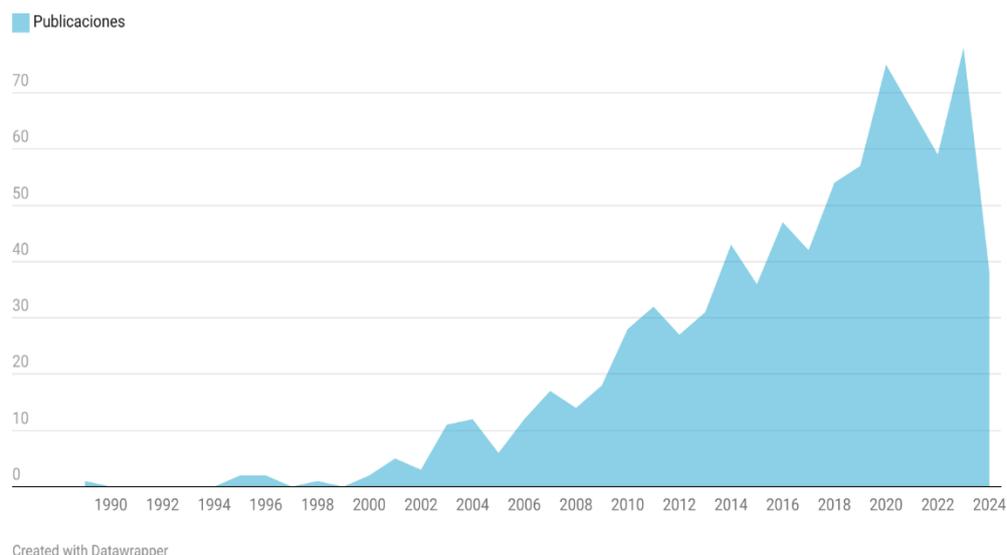
Created with Datawrapper

Nota: Indicadores obtenidos con Bibliometrix con base en los metadatos de la colección identificada, la presentación como tabla corresponde al proceso en el aplicativo Datawrapper.

La tabla 1, muestra los principales indicadores bibliométricos de los metadatos de la colección de fuentes de Scopus que tratan de la valoración económica de empresa con un horizonte de tiempo desde 1989 hasta 2024. De los 820 documentos el 63% son artículos y solamente un 2.4 % corresponde a libros, también de 1913 autores corresponde a un 7.4% a autores de documentos de un solo autor.

La *Figura 2* muestra la evolución de la producción científica respecto a patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial, que durante el periodo de 1989 a 1999 existió una baja producción científica y a partir del año 2000 al 2024 se presentó una tendencia creciente en producción científica con un punto máximo en el año 2023.

Figura 3 Evolución de las publicaciones sobre generación de valor empresarial según año.



Nota: Evolución obtenida con Bibliometrix con base en los metadatos de la colección identificada, la presentación como figura corresponde al proceso en el aplicativo Datawrapper. La cifra menor en el 2024 refleja el corte del análisis al 04 de agosto 2024.

En la tabla 3 se observa que los autores más activos en el área de generación de valor empresarial son: Parida con 519 citas, O’Cassa con 365 citas, Sok con 209 citas; cabe resaltar que O’Cassa tiene 5 publicaciones desde el año 2010, Parida desde el 2014 tiene 4 publicaciones, convirtiéndose en el autor más citado en el área de generación de valor empresarial. Este análisis se realiza con base en los índices h, g y m

Los índices h, g y m ofrecen una visión combinada de la productividad, impacto y evolución de la carrera de un investigador. El número total de citas (TC) y publicaciones (NP) proporcionan un contexto adicional sobre la amplitud y reconocimiento del trabajo del investigador. Estos indicadores son fundamentales para evaluar el rendimiento académico y el impacto en el campo de estudio.

Tabla 2 Principales autores sobre de valor empresarial

AUTORES	h_index	g_index	m_index	TOTAL CITAS	NUMERO PUBLICACIONES	AÑO DE PRIMERA PUBLICACION
O'CASS A	5	5	0.333	365	5	2010
CURRIE WL	4	4	0.182	51	4	2003
PARIDA V	4	4	0.364	519	4	2014
LAUKKANEN M	3	4	0.429	174	4	2018
LOUKIS E	3	4	0.176	88	4	2008
SAID J	3	4	0.333	16	4	2016
SOK P	3	3	0.214	209	3	2011
WANG Y	3	4	0.167	18	5	2007
ZHAO J	3	4	0.231	150	4	2012

[Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

Nota: Reporte Bibliometrix procesado en Datawrapper

En la Tabla 3, se muestra que 1762 autores tienen una sola publicación respecto al tema de generación de valor empresarial y sólo 2 autores tienen 5 publicaciones, reflejando que la producción científica se centra en pocos investigadores, significando que se cumple la ley de Lotka. Asimismo, se muestra la representación gráfica de la proporción de autores que investigaron sobre los patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial, donde el 92.1% de autores realizaron la publicación de un artículo, el 6.3% publicaron 2 artículos y el 0.1% publicaron 5 artículos.

Los datos muestran una distribución que sigue un patrón decreciente típico de la ley de Lotka, aunque la disminución en la productividad de los autores es más pronunciada de lo que la ley predice. Esto podría deberse a que, en este campo específico, la contribución está más concentrada en un número reducido de autores altamente productivos, lo cual es común en áreas científicas específicas.

Tabla 4 Ley de Lotka

Documentos publicados	Nro Autores	Proporción autores
1	1,762	0.921
2	121	0.063
3	20	0.010
4	8	0.004
5	2	0.001

[Get the data](#) · Created with [Datawrapper](#)

Nota: Reporte Bibliometrix procesado en Datawrapper.

En la tabla 5 se aprecia las 10 revistas más importantes relacionadas con el tema de generación de valor empresarial de un total de 69 revistas especializadas que conforman la **Zona1**, así tenemos, a la revista **Sustainability (Switzerland)** con 20 artículos publicados, **Journal of Business Research** con 13 artículos y **Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences** con 10 artículos.

Tabla 5 Principales 10 revistas especializadas (Zona 1 Ley de Bradford)

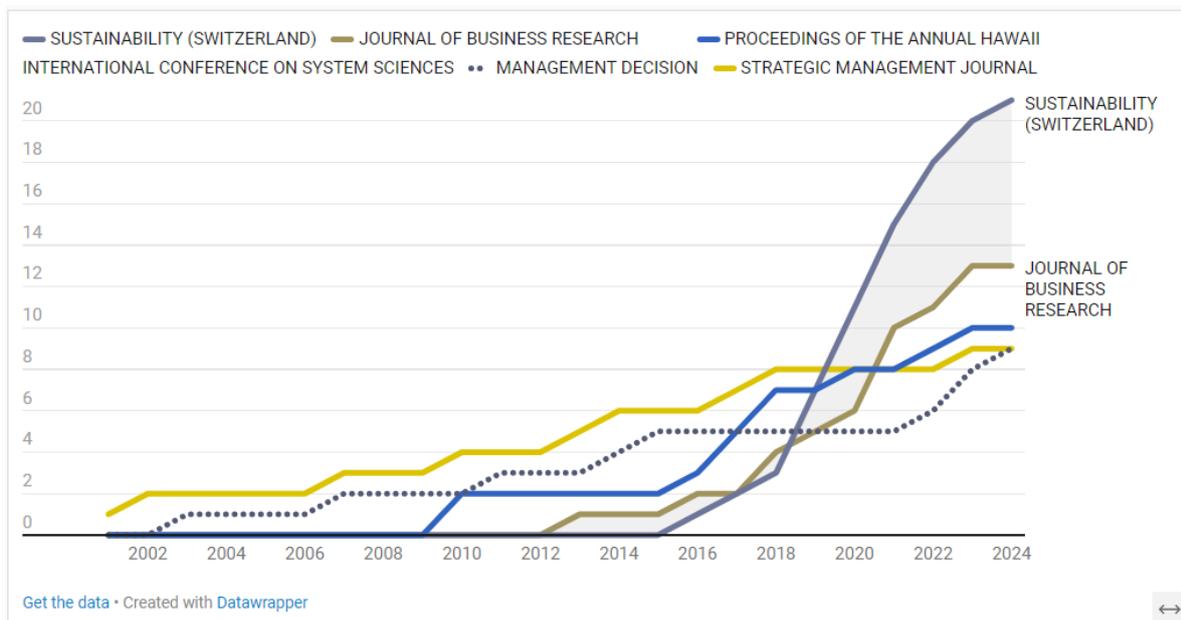
REVISTA	FRECUENCIA
SUSTAINABILITY (SWITZERLAND)	20
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH	13
PROCEEDINGS OF THE ANNUAL HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES	10
MANAGEMENT DECISION	9
STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL	9
INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT	8
JOURNAL OF BUSINESS AND INDUSTRIAL MARKETING	8
BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT	7
CSR, SUSTAINABILITY, ETHICS AND GOVERNANCE	7
DEVELOPMENTS IN MARKETING SCIENCE: PROCEEDINGS OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE	6

[Get the data](#) · Created with [Datawrapper](#)

Nota: Reporte Bibliometrix procesado en Datawrapper

En la figura 4 se aprecia que, la principal revista que ha publicado la mayor cantidad de fuentes que tratan sobre generación de valor empresarial es Sustainability (Switzerland), que tiene una tendencia creciente alta desde el año 2015 hasta el 2024. Siguiéndole en orden de importancia la revista Journal of Business Research, la cual ha publicado el tema desde el año 2012 hasta el 2024. Las demás revistas también tienen una tendencia creciente pero moderada, siendo superadas por las dos revistas más importantes Sustainability (Switzerland) y Journal of Business Research.

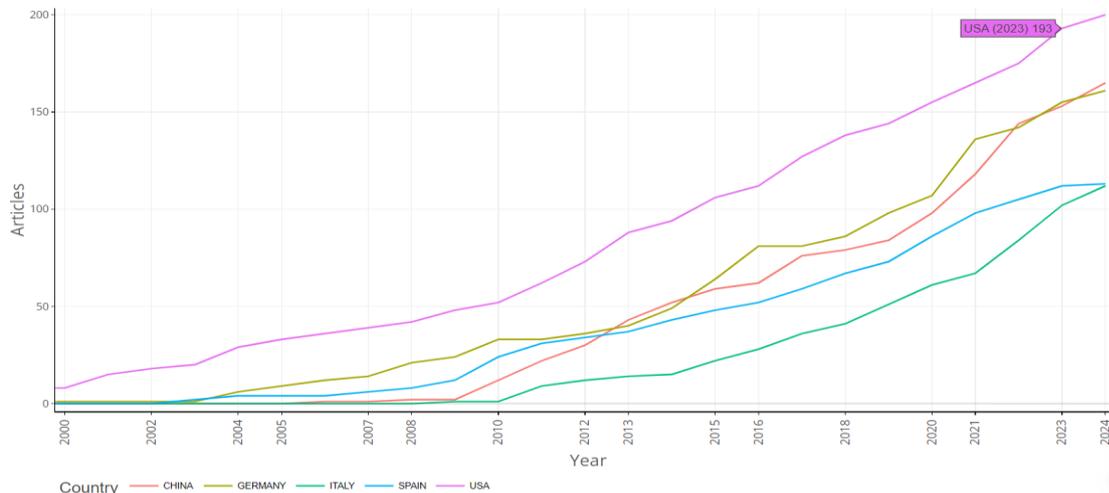
Figura 4 Producción de fuentes por revista a través del tiempo



Nota: Figura elaborada por Bibliometrix con metadatos extraídos con Scopus y presentada con Datawrapper

En la figura 5 se observa que los países: China, Alemania, Italia, España y Estados Unidos, han tratado el tema de valoración empresarial, desde antes del año 2000 y sigue vigente su estudio hasta el año 2024, principalmente en Estados Unidos que, al año 2023 ha alcanzado un máximo de 193 fuentes que tratan de valoración empresarial. Se puede afirmar que todos los países antes mencionados han estudiado la generación de valor empresarial con mayor énfasis desde el año 2010 con tendencia creciente hasta la actualidad.

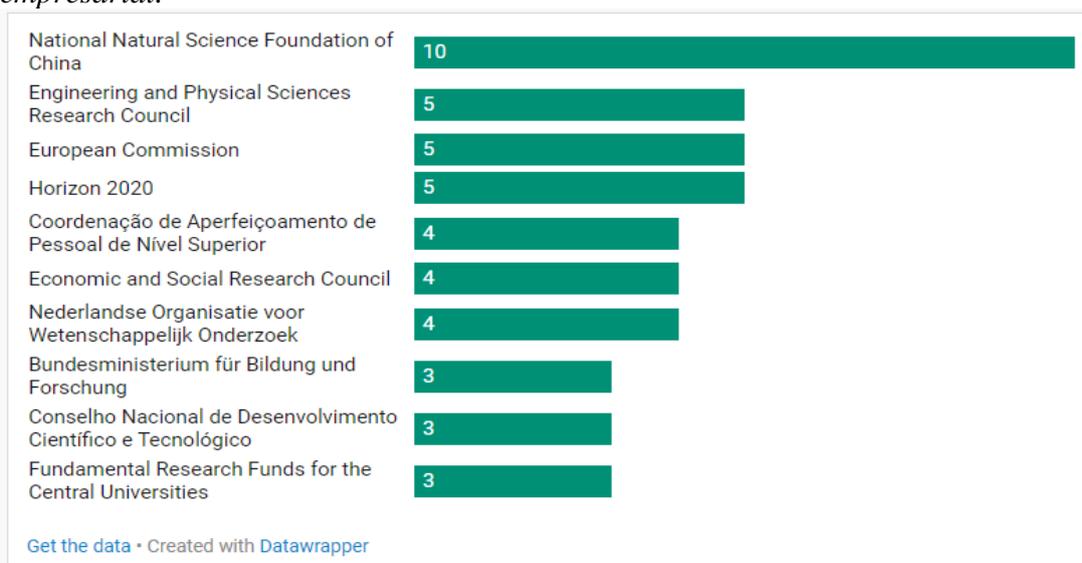
Figura 5 Producción de fuentes por países a través del tiempo.



Nota: Reporte Bibliometrix directo, con base a los metadatos de la colección de Scopus

En la figura 6, se observa a las 10 principales instituciones financiadoras que se han comportado como financiadoras de los artículos relacionados con generación de valor empresarial, destacándose National Natural Science Foundation of China que financió 10 artículos.

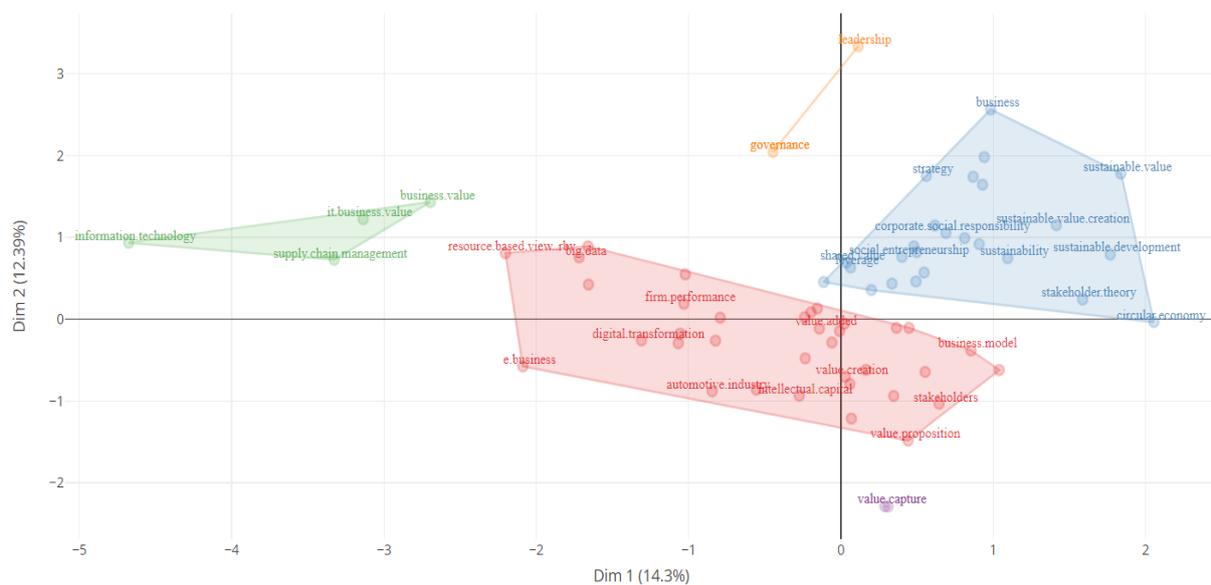
Figura 6 Instituciones financiadoras de estudios relacionados al tema de generación de valor empresarial.



Nota: Reporte Bibliometrix procesado en Datawrapper.

En la figura 7 se presenta un análisis factorial que identifica cuatro clústeres principales en la investigación sobre la "generación de valor empresarial", reflejando diferentes enfoques temáticos. El clúster verde se enfoca en la integración tecnológica, destacando la "information technology" y la "supply chain management" como impulsores del valor empresarial. El clúster rojo se centra en la "resource-based view" y la "digital transformation", vinculando el uso estratégico de recursos y la transformación digital con el desempeño organizacional. Por otro lado, el clúster azul aborda la sostenibilidad y la responsabilidad social, con conceptos como "sustainable value creation" y "circular economy", resaltando la creación de valor a largo plazo mediante prácticas sostenibles. Finalmente, el clúster naranja enfatiza el papel de la "governance" y el liderazgo, subrayando su relevancia en la generación de valor. Estos clústeres evidencian la diversidad de perspectivas en la literatura sobre cómo las empresas pueden generar valor en diferentes contextos.

Figura 7 Análisis factorial en el abordaje científico de la generación de valor empresarial.

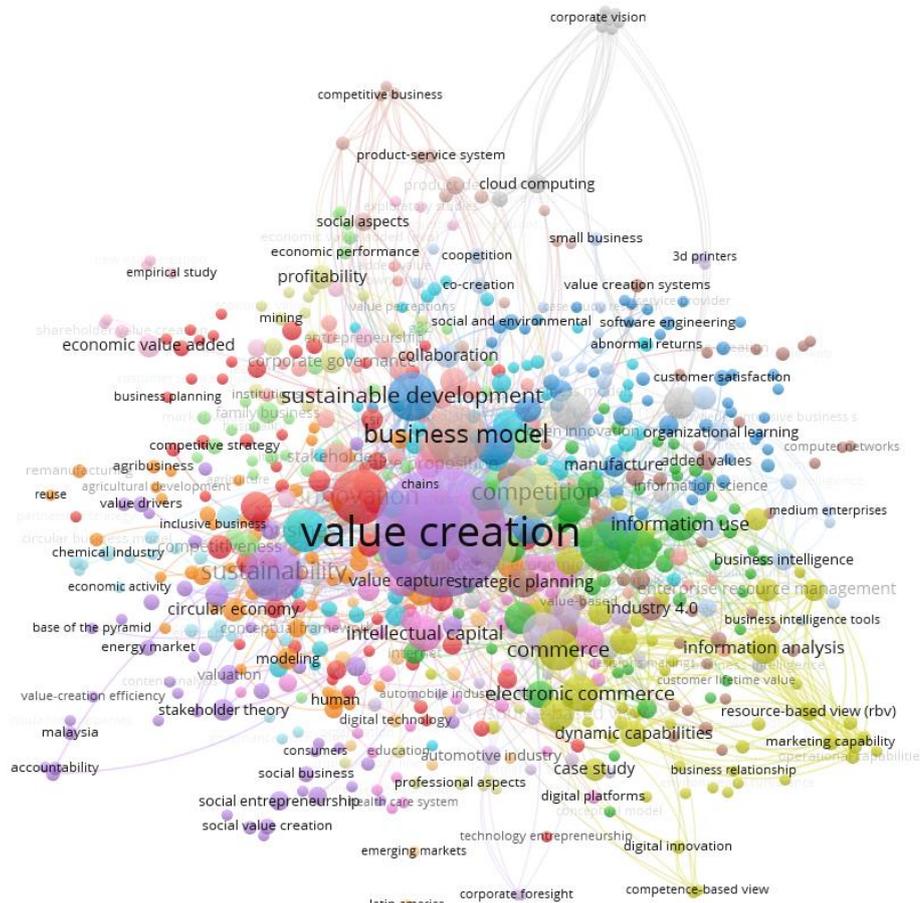


Nota: Reporte Bibliometrix, con base en los metadatos de la colección de Scopus

La figura 8, muestra la co-ocurrencia con *all keywords* y network visualization, tiene más de cinco clústeres, siendo el clúster principal creación de valor, esto significa que las palabras claves utilizados por los autores en sus documentos en la gran mayoría fue, creación de valor. Todos los clústeres están en red o relacionados con creación de valor.

Figura 8 Mapa semántico sobre patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación de valor empresarial.

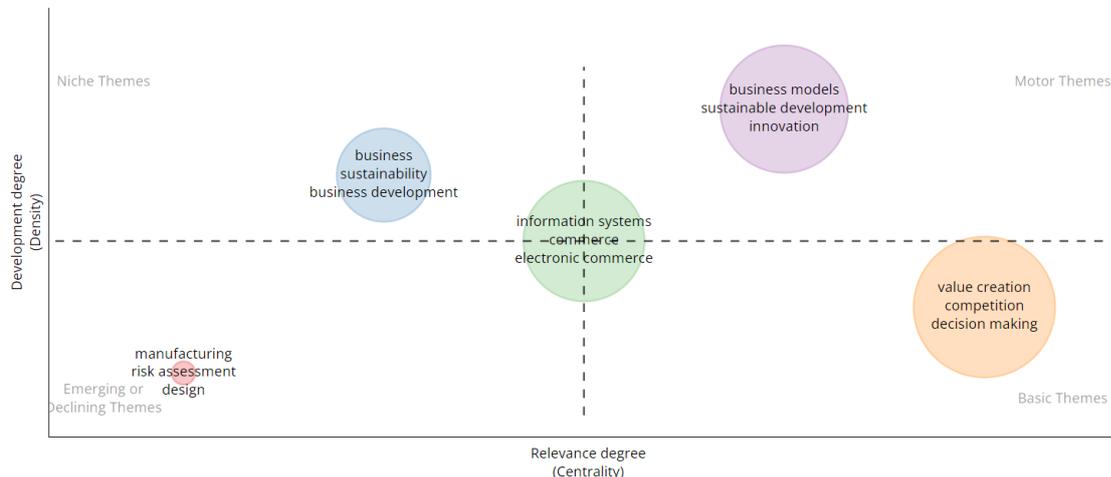
Co-occurrence with all keywords and network visualization (Relación de términos en red).



Nota: Data Scopus procesado en VOSviewer. Cooocurrencia de palabras claves

En la figura 9 se observa que, el término creación de valor aparece aproximadamente en el año 2013 paralelo a modelo de negocios, desarrollo sustentable, negocios inteligentes, comercio entre otros, los términos que surgen en el 2020 al 2022 son: artículo, industria automotriz, innovación digital, visión basada en competencia, previsión corporativa.

Figura 10 Mapa temático estructural sobre patrones y tendencias en el abordaje científico de la generación valor empresarial.



Nota: Reporte de Bibliometrix.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de la investigación muestran un crecimiento notable en la cantidad de publicaciones sobre generación de valor empresarial desde 1989, con un aumento más significativo a partir de 2014. Este incremento refleja un interés creciente en este campo, impulsado por la necesidad de adaptarse a un entorno empresarial más competitivo y dinámico. Este patrón de crecimiento se alinea con la literatura revisada, donde estudios como el de Palmié et al. (2023) resaltan la importancia de la sostenibilidad y la percepción ambiental de los empleados como factores claves en la generación de valor. La convergencia de estas tendencias destaca cómo los investigadores han respondido a los cambios en las demandas del mercado y en las expectativas de los stakeholders, dirigiendo su enfoque hacia temas como la sostenibilidad y la innovación empresarial.

La identificación de autores clave como Parida y O’Cass, quienes han acumulado un número significativo de citas, subraya la influencia de unos pocos investigadores en la configuración del campo. Este fenómeno también se observa en los análisis de citación, donde los trabajos de estos autores, como el estudio de O’Cass y Sok (2015), son recurrentemente citados en investigaciones sobre la creación de valor en servicios turísticos. Sin embargo, la concentración de citas en pocos autores, como indica el cumplimiento de la ley de Lotka, también revela una limitación en la diversidad de perspectivas dentro del campo, lo cual representa una oportunidad para nuevos investigadores de enriquecer el debate académico.

El análisis de las principales revistas que publican sobre generación de valor empresarial, como *Sustainability (Switzerland)* y *Journal of Business Research*, confirma la centralidad de la sostenibilidad y la estrategia empresarial en el discurso científico actual. Este hallazgo es coherente con los estudios revisados, como el de Franzè et al. (2024), que exploran cómo los modelos de negocio circulares están ganando prominencia en la literatura. La concentración en estas revistas sugiere una orientación predominante hacia la integración de la sostenibilidad en la práctica empresarial, reflejando un cambio en las prioridades de la investigación hacia un enfoque más holístico.

Los resultados muestran una predominancia de Estados Unidos, China, y países europeos en la producción de literatura sobre generación de valor empresarial. Esta distribución geográfica, también observada en estudios como el de Zhu et al. (2020), resalta cómo las economías desarrolladas han liderado las discusiones académicas en este campo. Sin embargo, la emergente participación de países latinoamericanos sugiere una diversificación en la producción científica, lo que puede enriquecer el campo con nuevas perspectivas culturales y contextuales que hasta ahora han sido subrepresentadas.

Las áreas del conocimiento más representadas incluyen la gestión empresarial, economía y estudios de sostenibilidad. Esto refleja una interdisciplinaridad creciente en la literatura, como lo demuestra el trabajo de Purwanto et al. (2023), que examina la creación de valor en el contexto de la ASEAN, integrando elementos de economía regional y estrategia empresarial. Esta convergencia sugiere que la generación de valor empresarial está siendo abordada desde múltiples ángulos, ampliando el marco conceptual y metodológico del campo.

El análisis semántico indica una evolución del concepto de generación de valor desde enfoques tradicionales hacia interpretaciones que incluyen sostenibilidad y co-creación de valor. Este desarrollo semántico es congruente con estudios recientes, como el de Belitski y Menter (2023), que exploran cómo los ecosistemas digitales están reconfigurando los modelos de negocio y, por ende, la generación de valor. La alineación de estos hallazgos subraya una transición en la literatura hacia un enfoque más integral y adaptable a los cambios tecnológicos y sociales.

El mapa temático revela que los temas de "modelos de negocio" y "desarrollo sostenible" son motores de la investigación en generación de valor empresarial, mientras que áreas como "diseño" y "evaluación de riesgos" están en declive. Este patrón es consistente con el análisis de Palmié et al. (2023), quienes destacan la sostenibilidad como un eje central en la generación de valor. La evolución de los términos clave, desde "creación de valor" hasta conceptos más recientes como "innovación digital", refleja la adaptación de la literatura a nuevas dinámicas del mercado.

Este estudio ofrece una visión integral y detallada de los patrones y tendencias en la literatura sobre la generación de valor empresarial, destacando la importancia de la sostenibilidad y la innovación como ejes centrales en el desarrollo del campo. Al identificar las áreas de mayor crecimiento y las brechas existentes, el estudio proporciona una base sólida para futuras investigaciones.

A través del mapeo de las referencias citadas a lo largo del tiempo, se detectó que los estudios iniciales sobre maximización de beneficios y eficiencia operativa han sido progresivamente complementados por investigaciones que integran la sostenibilidad y la innovación como factores críticos para la generación de valor.

El espectro de citas revela una transición desde un enfoque predominantemente económico hacia uno más interdisciplinar, donde convergen áreas como la gestión, la sostenibilidad, y la tecnología. Este cambio es consistente con la creciente presencia de términos como "desarrollo sostenible" y "modelos de negocio circulares" en la literatura más reciente. Por ejemplo, los trabajos de Palmié et al. (2023) y Belitski y Menter (2023) ilustran cómo la percepción ambiental de los empleados y la reconfiguración de modelos de negocio son ahora componentes esenciales en la discusión sobre la creación de valor empresarial.

El análisis también destaca que ciertos autores han sido recurrentemente citados como referencias clave, configurando así la base sobre la cual se ha construido el conocimiento actual en el campo. La espectroscopía de citas subraya la influencia de estos estudios pioneros y su capacidad para establecer paradigmas que continúan resonando en la investigación contemporánea. Este hallazgo refuerza la idea de que la generación de valor empresarial no es un concepto estático, sino que evoluciona a través de la interacción entre nuevas investigaciones y los estudios seminales que han marcado hitos en la literatura.

CONCLUSIONES

A lo largo del tiempo, se ha observado un crecimiento significativo en la cantidad de publicaciones, especialmente a partir de 2014, lo que refleja un interés creciente en la temática, impulsado por la necesidad de las empresas de adaptarse a un entorno cada vez más competitivo y dinámico.

El desarrollo semántico alrededor del fenómeno de generación de valor ha mostrado una evolución desde enfoques más tradicionales hacia nuevas interpretaciones que incluyen la sostenibilidad y la co creación de valor. En particular, los temas motores como "modelos de negocio" y "desarrollo sostenible" continúan siendo fundamentales, mientras que emergen nuevas áreas como la evaluación de riesgos y el diseño, que podrían definir las futuras líneas de investigación.

El análisis de espectroscopía de citas no solo resalta la evolución teórica del campo, sino que también proporciona una herramienta valiosa para comprender cómo se han estructurado las líneas de investigación a lo largo del tiempo.

En cuanto a los autores más activos, se evidencia una concentración en pocos investigadores, lo que sugiere que, si bien hay un núcleo fuerte de expertos dedicados a este tema, existe una oportunidad para que nuevos investigadores contribuyan al campo. Las revistas especializadas en estudios de gestión y negocios han jugado un papel crucial en la diseminación de

investigaciones sobre generación de valor, destacándose aquellas que se enfocan en la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo de modelos de negocio.

Geográficamente, la investigación sobre generación de valor empresarial se ha concentrado en China, Estados Unidos y países europeos, lo que subraya la necesidad de expandir estos estudios a otras regiones para captar una perspectiva global más diversa. Desde un punto de vista disciplinar, se ha constatado que las áreas de gestión, economía y estudios empresariales son las más involucradas, lo que refuerza la interdisciplinariedad como una característica esencial para abordar este fenómeno.

REFERENCIAS

- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., y Wright, M. (2022). *Innovation and entrepreneurship: The impact of institutional context*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-78033-3>
- Belitski, M., y Menter, M. (2023). Ecosistemas digitales de emprendimiento y la reconfiguración de modelos de negocio. *Technological Forecasting and Social Change*, 187, 122205. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122205>
- Franzè, C., Paolucci, E., y Ravetti, C. (2024). Scaling up a circular business model for remanufacturing: Addressing supply chain and market challenges. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.3873>
- Forrest, J. Y.-L., y Liu, Y. (2021). *Value in business: A holistic systems-based approach to creating and achieving value*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-82898-1>
- Heshmatisafa, S., y Seppänen, M. (2023). Exploring API-driven business models: Lessons from leading companies. *Digital Business*, 3(1), 100055. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100055>
- Huallpa, J. J., Arocutipa, J. P. F., Minaya, J. C. L., y Condori, V. P. (2024). Efficiency, effectiveness and value creation of corporate social responsibility in Peruvian companies. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(5), e05223. <https://doi.org/10.24857/RGSA.V18N5-007>
- Laukkanen, M., Manninen, K., Huiskonen, J., y Kinnunen, N. (2021). Sustainable value creation for advancing sustainability transition: An approach to integrate company- and system-level sustainability. En A. Aagaard, F. Lüdeke-Freund, y P. Wells (Eds.), *Business models for sustainability transitions* (pp. 89-121). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77580-3_4
- O’Cass, A., y Ngo, L. V. (2011). Examining the firm’s value creation process: A managerial perspective of the firm’s value offering strategy and performance. *British Journal of Management*, 22(4), 646-671. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2010.00694.x>
-

- O’Cass, A., y Sok, P. (2015). An exploratory study into managing value creation in tourism service firms: Understanding value creation phases at the intersection of the tourism service firm and their customers. *Tourism Management*, 51, 186-200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.024>
- Palmié, M., Gottschalk, S., Tarasconi, G., Parida, V., y Wincent, J. (2023). The influence of employee environmental perceptions on the generation of value in firms: The moderating role of sustainability strategies. *Journal of Business Research*, 156, 113401. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113401>
- Palmié, M., Rüegger, S., Holzer, M., y Oghazi, P. (2023). The “golden” voice of “green” employees: The effect of environmental sustainability orientation on firm performance. *Journal of Business Research*, 156, 113492. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113492>
- Purwanto, A., Wijayanti, L. M., Asbari, M., Fahmi, K., y Nugroho, Y. A. (2023). Competitive advantages and value creation in ASEAN: Insights from affiliated enterprises. *International Journal of Innovation and Learning*, 33(4), 371-388. <https://doi.org/10.1504/IJIL.2023.10055963>
- Purwanto, J., Nasution, R. A., y Anggoro, Y. (2023). Gaining future competitive advantage through corporate sustainability: The role of leadership and innovation in local affiliate companies. *Cogent Business and Management*, 10(3), 2284439. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2284439>
- Reim, W., Sjödin, D. R., Parida, V., y Persson, A. (2014). Functional product business models: A review of the literature and identification of operational tactical practices. *Procedia CIRP*, 22, 157-162. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.07.022>
- Sok, P., y O’Cass, A. (2011). Understanding service firms brand value creation: A multilevel perspective including the overarching role of service brand marketing capability. *Journal of Services Marketing*, 25(7), 528-539. <https://doi.org/10.1108/08876041111173651>
- Storbacka, K., Nenonen, S., y Brodie, R. J. (2023). *Business model design and value co-creation*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-12904-3>
- Zhu, Z., Zhao, J., y Bush, A. A. (2020). The effects of e-business processes in supply chain operations: Process component and value creation mechanisms. *International Journal of Information Management*, 50, 273-285. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.001>