

**LAS ACCIONES SOCIALES Y EL EFECTO DEL TAMAÑO, LA INNOVACIÓN Y LOS
RESULTADOS EN LA LEGITIMIDAD DE LA EMPRESA.**

Carmen Lescano Silva, (carmenlescano70@gmail.com)

Universidad San Ignacio de Loyola, Perú

Ángeles Montoro Sánchez, (mangeles@ccee.ucm.es)

Universidad Complutense de Madrid, España

Antonio Revilla, (a.revilla@bathspa.ac.uk)

Bathspa University, Reino Unido

Abstract:

Este estudio contribuye a la literatura de Estrategia y neo Institucional sobre el rol de las acciones sociales en el proceso de legitimidad de la empresa, mediante la investigación del efecto de las acciones sociales, el tamaño, la innovación y los resultados se logró determinar una taxonomía. El modelo teórico se basa en la conceptualización neo institucional que se contrapone a la teoría económica clásica, fundamenta que las organizaciones responden a presiones sociales y simbólicas en mayor grado de la búsqueda de resultados económicos con la finalidad de lograr legitimidad. Se aplicó un diseño empírico de conglomerados para determinar la taxonomía y posteriormente describir las características de las empresas que encuadran en cada grupo. Se utilizó las bases de datos CSRHub y Osiris para una muestra de 7,142 empresas a nivel mundial por el año 2014. Los resultados muestran la conformación de cuatro grupos, los cuales priorizan la orientación de sus acciones sociales en temas de medioambiente y políticas laborales y de bienestar de sus trabajadores

Keywords: Acciones sociales, Teoría Neo institucional, Legitimidad, Responsabilidad Social empresarial