

**REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL ROL DE LOS “STAKEHOLDERS” EN EL
MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

JUAN SEBASTIÁN BAUTISTA ZÁRATE

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA
2016**

**REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL ROL DE LOS “STAKEHOLDERS” EN EL
MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

JUAN SEBASTIÁN BAUTISTA ZÁRATE

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Ingeniero
Industrial**

Directora

PhD (c) en Educación RUTH ZÁRATE RUEDA

Trabajadora Social

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA**

2016

AGRADECIMIENTOS

A Dios, y a mis padres.

A mis padres y a mi hermano David José agradezco por brindarme su apoyo incondicional en todo momento. Gracias a ellos culmino esta etapa.

Al grupo INNOTECH por permitirme desarrollar este proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.....	19
1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	20
1.2.1 Objetivo general. Elaborar el estado del arte del rol de los “stakeholders” desde la perspectiva de responsabilidad social.....	20
1.2.2 Objetivos específicos	21
1.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	21
Figura 1. Resumen de la metodología utilizada	23
1.3.1 Análisis bibliométrico de la literatura.....	23
1.3.2 Revisión sistemática de la literatura.....	25
Tabla 1. Diferencias entre revisiones narrativas y sistemáticas.....	25
Figura 2. Etapas metodológicas de la revisión sistemática.....	27
2 ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO.....	28
2.1 FASES BIBLIOMÉTRICAS	28
Figura 3. Fases metodológicas utilizadas en el análisis bibliométrico	28
2.1.1 Recolección de información	29
Tabla 2. Comparación de bases de datos ISI WoS Vs. SCOPUS® sobre el tópico de Responsabilidad Social.....	29
Tabla 3. Protocolo de búsqueda exploratoria	32
Tabla 4. Proceso de prototipado para la elaboración de la ecuación de búsqueda.....	33
Tabla 5. Ecuación de búsqueda.....	36
2.1.2 Procesamiento y análisis de información bibliométrica. Una vez se obtuvo la ecuación de búsqueda y con el total de documentos se procedió a realizar el procesamiento de la información bibliométrica. Este proceso se efectuó en dos momentos:	36
2.1.3 Generación de resultados bibliométricos	37
Figura 4. Dinámica de publicaciones entre los años 2011 y 2015	38
Figura 5. Dinámica de publicaciones por autor entre los años 2011 y 2015.....	39
Figura 6. Países con el mayor número de publicaciones entre los años 2011 y 2015.....	40
Figura 7. Dinámica de publicaciones en las revistas entre los años 2011 y 2015	41
Tabla 6. Número total de publicaciones por revista en los últimos cinco años	41

Figura 8. Instituciones con mayor número de publicaciones entre los años 2011 y 2015.....	42
Figura 9. Distribución de las publicaciones por áreas del conocimiento de la base de datos SCOPUS para los años 2011 y 2015.....	43
Figura 10. Índice h de los documentos obtenidos de la ecuación de búsqueda	44
Tabla 7. Los diez artículos más citados	45
Figura 11. Aduna de palabras que se repiten mínimo dos veces (previas al proceso de limpieza).....	47
Figura 12. Aduna de palabras claves que se repiten mínimo dos veces (previas al proceso de limpieza).....	48
Figura 13. Aduna de palabras claves que se repiten mínimo diez veces (después del proceso de limpieza)	49
Figura 14. Aduna de autores que tienen mínimo dos publicaciones.....	50
Figura 15. Aduna de países con publicaciones en la temática entre los años 2011 y 2015.....	51
Tabla 8. Listado de autores con más publicaciones	53
Figura 16. Aduna de relaciones entre los 151 autores encontrados	54
Tabla 9. Listado de países encontrados en el análisis bibliométrico.....	55
Figura 17. Porcentaje de artículos encontrados por países.....	56
Figura 18. Aduna de relaciones entre los 26 países encontrados.	57
Tabla 10. Listado de instituciones con más publicaciones.....	58
Figura 19. Aduna de relaciones entre las 97 instituciones encontradas	59
Tabla 11. Listado de revistas con más publicaciones	60
Tabla 12. Listado de artículos con el mayor número de citas encontrados en la literatura	61
Figura 20. Aduna de palabras clave en la fase previa al proceso de limpieza.....	63
Figura 21. Aduna de palabras clave en la fase posterior al proceso de limpieza ..	64
Figura 22. Aduna de palabras clave con los términos que tienen una frecuencia mínima de dos	65
3. REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA	66
3.1 PLANIFICACIÓN DE LA REVISIÓN	66
3.1.1 Identificación de la necesidad de una revisión de literatura	66
3.1.2 Planteamiento y desarrollo del protocolo de búsqueda	67
3.2 DESARROLLO DE LA REVISIÓN	67
3.2.1 Identificación de artículos aptos.....	67
3.2.2 Selección de artículos.....	67
Figura 23. Criterios de selección de documentos	68
3.2.3 Evaluación de calidad de los documentos	69
Figura 24. Proceso de selección de artículos para la lectura rigurosa en el marco de la investigación	70
3.2.4 Extracción de información y monitoreo del progreso	70
Tabla 13. Listado de nodos utilizados en el software Nvivo®	71
Figura 25. Aporte porcentual de información codificada de cada artículo en los nodos (Parte 1)	72

Figura 26. Aporte porcentual de información codificada de cada artículo en los nodos (Parte 2)	72
Figura 27. Cloud-map de las 100 palabras que más se repiten en los 64 artículos revisados	74
Figura 28. Relacionamiento de los nodos con los recursos que lo conforman	75
3.2.5 Síntesis de información.....	76
3.3 REPORTE Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS	76
3.3.1 Ponencia aprobada y presentada en congreso internacional	76
3.3.2 Noticia publicada en la página web de la Universidad Industrial de Santander. Una vez que se realizó la ponencia en la ciudad de Honolulu – Hawái, se remitió la información acerca de este evento a la Vicerrectoría de Investigación y Extensión de la Universidad Industrial de Santander con el objetivo de hacer divulgación de los resultados de este estudio. En el siguiente link se encuentra la noticia publicada:	
http://www.uis.edu.co/webUIS/es/rss/noticia.jsp?id=535&canal=4110.xml&facultad=ppal	77
3.3.3 Ponencia aprobada para presentarse en congreso internacional	78
3.3.4 Artículo presentado y aprobado con ajustes para ser publicado.....	79
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	80
4.1 STAKEHOLDERS	80
4.1.1 Definiciones de stakeholders	81
Figura 29. Definición de stakeholders.....	81
4.1.2 Teoría de los stakeholders.....	84
4.2 TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	88
4.2.1 Definición de Responsabilidad Social	89
Figura 30. Clasificación de definiciones sobre Responsabilidad Social.....	90
4.2.2 Enfoques de la Responsabilidad Social	98
Figura 31. Enfoques de Responsabilidad Social.....	98
4.3 VALORACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	107
Figura 32. Conceptos de valoración de los stakeholders.....	108
4.3.1 Stakeholders activos y pasivos	108
4.3.2 Modelo cuatripartito	109
4.3.3 Presión ejercida por los stakeholders	109
4.3.4 Comunicación con los stakeholders.....	111
4.3.5 Stakeholders primarios y secundarios	111
4.3.6 Identificación de stakeholders a través de atributos	113
Figura 33. Identificación de los stakeholders de acuerdo a los atributos de poder, legitimidad y urgencia	114
Tabla 14. Categorías de stakeholders de acuerdo a Mitchell, Agle y Wood.	114
4.3.7 Indicadores KLD	115
5. CONCLUSIONES	118
6. RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA.....	123
ANEXOS.....	141

ANEXO A. Listado definitivo de artículos a revisar	141
ANEXO B. Listado de autores encontrados en la revisión sistemática de la literatura.....	146
ANEXO C. Listado de instituciones encontradas en la revisión sistemática de la literatura.....	151
ANEXO D. Listado de revistas encontradas en la revisión sistemática de la literatura.....	155
ANEXO E. Listado inicial de palabras clave (antes del proceso de limpieza)	157
ANEXO F. Limpieza de palabras clave (agrupación de términos)	164
ANEXO G. Listado de palabras clave después del proceso de limpieza, con una frecuencia mínima de dos veces.....	168
ANEXO H. Informe generado por Nvivo® con el porcentaje de información aportada por cada artículo a la codificación en los nodos	170
ANEXO I. Informe generado por Nvivo® de las 100 palabras que más se repiten en los 64 artículos revisados utilizando la función de agrupación de palabras similares.....	175
ANEXO J. Certificación como ponente en el evento Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations	180
ANEXO K. Comunicación de aprobación de la ponencia presentada a COGESTEC 2016.....	181
ANEXO L. Comunicación enviada por Common Ground Publishing informando que el artículo ha sido aprobado con observaciones para ser publicado.....	182
ANEXO N. Definiciones sobre la Teoría de Stakeholders	192
ANEXO O. Clasificación de las definiciones sobre la Teoría de Responsabilidad Social	194
ANEXO P. Conceptos encontrados sobre valoración de los Stakeholders.....	198

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Resumen de la metodología utilizada.....	23
Figura 2. Etapas metodológicas de la revisión sistemática	27
Figura 3. Fases metodológicas utilizadas en el análisis bibliométrico.....	28
Figura 4. Dinámica de publicaciones entre los años 2011 y 2015.....	38
Figura 5. Dinámica de publicaciones por autor entre los años 2011 y 2015	39
Figura 6. Países con el mayor número de publicaciones entre los años 2011 y 2015.....	40
Figura 7. Dinámica de publicaciones en las revistas entre los años 2011 y 2015..	41
Figura 8. Instituciones con mayor número de publicaciones entre los años 2011 y 2015.....	42
Figura 9. Distribución de las publicaciones por áreas del conocimiento de la base de datos SCOPUS para los años 2011 y 2015.....	43
Figura 10. Índice h de los documentos obtenidos de la ecuación de búsqueda	44
Figura 11. Aduna de palabras que se repiten mínimo dos veces (previas al proceso de limpieza)	47
Figura 12. Aduna de palabras claves que se repiten mínimo dos veces (previas al proceso de limpieza)	48
Figura 13. Aduna de palabras claves que se repiten mínimo diez veces (después del proceso de limpieza)	49
Figura 14. Aduna de autores que tienen mínimo dos publicaciones.....	50
Figura 15. Aduna de países con publicaciones en la temática entre los años 2011 y 2015	51
Figura 16. Aduna de relaciones entre los 151 autores encontrados.....	54
Figura 17. Porcentaje de artículos encontrados por países.....	56
Figura 18. Aduna de relaciones entre los 26 países encontrados.....	57
Figura 19. Aduna de relaciones entre las 97 instituciones encontradas.....	59
Figura 20. Aduna de palabras clave en la fase previa al proceso de limpieza	63
Figura 21. Aduna de palabras clave en la fase posterior al proceso de limpieza ...	64
Figura 22. Aduna de palabras clave con los términos que tienen una frecuencia mínima de dos.....	65

Figura 23. Criterios de selección de documentos	68
Figura 24. Proceso de selección de artículos para la lectura rigurosa en el marco de la investigación.....	70
Figura 25. Aporte porcentual de información codificada de cada artículo en los nodos (Parte 1)	72
Figura 26. Aporte porcentual de información codificada de cada artículo en los nodos (Parte 2)	72
Figura 27. Cloud-map de las 100 palabras que más se repiten en los 64 artículos revisados.....	74
Figura 28. Relacionamiento de los nodos con los recursos que lo conforman.....	75
Figura 29. Definición de stakeholders.....	81
Figura 30. Clasificación de definiciones sobre Responsabilidad Social.....	90
Figura 31. Enfoques de Responsabilidad Social.....	98
Figura 32. Conceptos de valoración de los stakeholders	108
Figura 33. Identificación de los stakeholders de acuerdo a los atributos de poder, legitimidad y urgencia	114

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Diferencias entre revisiones narrativas y sistemáticas	25
Tabla 2. Comparación de bases de datos ISI WoS Vs. SCOPUS® sobre el tópico de Responsabilidad Social	29
Tabla 3. Protocolo de búsqueda exploratoria	32
Tabla 4. Proceso de prototipado para la elaboración de la ecuación de búsqueda.....	33
Tabla 5. Ecuación de búsqueda	36
Tabla 6. Número total de publicaciones por revista en los últimos cinco años.....	41
Tabla 7. Los diez artículos más citados	45
Tabla 8. Listado de autores con más publicaciones.....	53
Tabla 9. Listado de países encontrados en el análisis bibliométrico	55
Tabla 10. Listado de instituciones con más publicaciones.....	58
Tabla 11. Listado de revistas con más publicaciones.....	60
Tabla 12. Listado de artículos con el mayor número de citas encontradas en la literatura.....	61
Tabla 13. Listado de nodos utilizados en el software Nvivo®	71
Tabla 14. Categorías de stakeholders de acuerdo a Mitchell, Agle y Wood.	114

LISTA DE ANEXOS

- ANEXO A. Listado definitivo de artículos a revisar (Adjunto medio magnético)
- ANEXO B. Listado de autores encontrados en la revisión sistemática de la literatura (Adjunto medio magnético)
- ANEXO C. Listado de instituciones encontradas en la revisión sistemática de la literatura (Adjunto medio magnético)
- ANEXO D. Listado de revistas encontradas en la revisión sistemática de la literatura (Adjunto medio magnético)
- ANEXO E. Listado inicial de palabras clave (antes del proceso de limpieza) (Adjunto medio magnético)
- ANEXO F. Limpieza de palabras clave (agrupación de términos) (Adjunto medio magnético)
- ANEXO G. Listado de palabras clave después del proceso de limpieza, con una frecuencia mínima de dos veces (Adjunto medio magnético)
- ANEXO H. Informe generado por Nvivo® con el porcentaje de información aportada por cada artículo a la codificación en los nodos (Adjunto medio magnético)
- ANEXO I. Informe generado por Nvivo® de las 100 palabras que más se repiten en los 64 artículos revisados utilizando la función de agrupación de palabras similares (Adjunto medio magnético)
- ANEXO J. Certificación como ponente en el evento Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations (Adjunto medio magnético)
- ANEXO K. Comunicación de aprobación de la ponencia presentada a COGESTEC 2016 (Adjunto medio magnético)
- ANEXO L. Comunicación enviada por Common Ground Publishing informando que el artículo ha sido aprobado con observaciones para ser publicado (Adjunto medio magnético)
- ANEXO M. Definiciones sobre la Teoría de Stakeholders (Adjunto medio magnético)
- ANEXO N. Clasificación de las definiciones sobre la Teoría de Responsabilidad Social (Adjunto medio magnético)
- ANEXO O. Conceptos encontrados sobre valoración de los Stakeholders (Adjunto medio magnético)

RESUMEN

TÍTULO: REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL ROL DE LOS “STAKEHOLDERS” EN EL MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL*

AUTOR: JUAN SEBASTIÁN BAUTISTA ZÁRATE**

PALABRAS CLAVE: Stakeholders, Responsabilidad Social, Revisión Sistemática, Grupos de interés.

DESCRIPCIÓN:

El presente documento expone los hallazgos derivados del desarrollo del Estado del Arte de los “stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social, a partir de la revisión sistemática de la literatura. La metodología empleada consistió en la lectura, análisis, interpretación, correlación y clasificación de la producción científica en el área de conocimiento.

La primera fase consistió en analizar la bibliometría, en la cual se diseñó el protocolo de búsqueda donde se definieron los parámetros y criterios de inclusión y exclusión, así como también se optó por trabajar con la base de datos Scopus®. A su vez se realizó el proceso de prototipado para la ecuación de búsqueda, el cual permitió la selección del listado definitivo de artículos que ascendió a 64. La segunda fase fue la revisión sistemática constituyéndose en la unidad de análisis los mismos estudios empleados en la bibliometría, así como también el desarrollo del protocolo de búsqueda. De ahí que se desarrollaron tres etapas metodológicas: planificación, desarrollo, y reporte y difusión de resultados. La ventana de tiempo seleccionada para el estudio fue el intervalo de cinco años comprendido entre 2011 y 2015. Una vez realizada la lectura rigurosa de los artículos se procesó la información a través de los softwares VantagePoint® y Nvivo®.

Los resultados acerca de las teorías, enfoques y formas de valoración de los “stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social, permitirán a posteriori el desarrollo de metodologías relacionadas con la caracterización de las expectativas de las partes interesadas en una organización, a partir de la implementación de prácticas socialmente responsables.

* Tesis de grado

** Facultad de Ingenierías Físico-mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Directora: Ruth Zárate Rueda, Trabajadora social.

ABSTRACT

TITLE: SYSTEMATIC REVIEW OF THE ROLE OF "STAKEHOLDERS" IN THE FRAMEWORK OF SOCIAL RESPONSIBILITY*

AUTHOR: JUAN SEBASTIÁN BAUTISTA ZÁRATE**

KEYWORDS: Stakeholders, Social Responsibility, Systematic Review, Interest groups.

DESCRIPTION:

This document presents the findings arising from the development of the State of the Art "stakeholders" in the context of social responsibility, from a systematic review of the literature. The methodology consisted of reading, analysis, interpretation, correlation and classification of scientific production in the area of knowledge.

The first phase consisted of analyzing the bibliometrics, in which the searching protocol was designed and the parameters and criteria for inclusion and exclusion were defined, as well it was chosen to work with the Scopus® database. Turn the prototyping process for the search equation, which allowed the selection of the final list of items that totaled 64. The second phase was carried out was the systematic review becoming the unit of analysis used in the same studies bibliometry as well as the development of search protocol; hence three methodological stages were developed: planning, development, and reporting and dissemination of results. The time window selected for the study was the interval of five years between 2011 and 2015. After the thorough reading of articles the information was processed through the software VantagePoint® and Nvivo®.

The results about theories, approaches and methods of valuation of the "stakeholders" in the context of Social Responsibility, will allow subsequent development related to the characterization of the expectations of stakeholders in an organization methodologies, from implementing socially responsible practices

* Bachelor Thesis

** Facultad de Ingenierías Físico-mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Directora: Ruth Zárate Rueda, Trabajadora social.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social es una gestión estratégica coherente y con parámetros claros que permite la interacción y relación armónica con sus stakeholders dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al beneficio mutuo y a la creación de valor compartido. Es la exigencia de construir una sociedad responsable hacia la consolidación de una sostenibilidad empresarial que equilibre el crecimiento económico y la competitividad de una empresa, con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y la preservación del medio ambiente.

Dentro del contexto anterior, actualmente la búsqueda del bien común es quizá uno de los más significativos propósitos que conciernen a las empresas; entiéndase por bien común como “aquel acto o perfección excedente y separado del que un conjunto de personas con características diversas participa, beneficiándose de dicha participación y formando entre todas una comunidad” (Rodríguez y Malaver Rojas, 2011). Es decir desde el punto de vista de la Responsabilidad Social, una organización debe generar condiciones que permitan alcanzar el bien común de sus stakeholders; asimismo el desconocimiento de alguno de ellos “podría afectar el bien común de la sociedad”, como lo afirma Malaver en su documento investigativo (Rodríguez y Malaver Rojas, 2011).

Por lo anteriormente expuesto, surge el presente estudio titulado: “Revisión sistemática del rol de los “stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social”, el cual se enmarca dentro de la línea de Responsabilidad e Innovación Social del Grupo de Investigación para la Gestión de la Innovación Tecnológica y del Conocimiento – INNOTECH, de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander; y por tanto los hallazgos investigativos

permiten el fortalecimiento de los componentes epistemológicos teóricos, metodológicos y prácticos de la mencionada línea.

La estructura del presente compendio está constituido de la siguiente manera: el capítulo 1 hace referencia a la etapa inicial de la investigación en la que se plantea el problema, se definen objetivos y se construye la metodología empleada. De ahí, que este acápite presenta la justificación del proceso investigativo y la consolidación metodológica del análisis bibliométrico y la revisión sistemática de la literatura para el estado del arte.

En el capítulo 2, se expone el análisis bibliométrico realizado en dos momentos, a priori y a posteriori, los cuales corresponden al procesamiento de 591 y 64 documentos respectivamente. También se incluyen los resultados de la bibliometría obtenidos en cada uno de ellos, a partir de la referencia de autores, instituciones, dinámica de producción y adunas construidas desde el relacionamiento de palabras clave e investigadores de los artículos.

El capítulo 3 comprende la revisión sistemática de la literatura, la cual incluye planificación, desarrollo desde la extracción y síntesis de datos que conforman los referentes del proceso investigativo. Adicionalmente, se evidencian las actividades de difusión relacionadas con el tema de revisión de stakeholders y Responsabilidad Social

En el acápite 4 se presenta el acervo teórico relacionado con los stakeholders, la Responsabilidad Social y la valoración de los grupos de interés, soportado en la revisión de la literatura científica de los 64 artículos objeto de estudio de la investigación, a partir del análisis de conceptos y enfoques existentes al interior de cada organización desde la perspectiva de diferentes investigadores. Finalmente, el capítulo 5 presenta las conclusiones derivadas del estudio.

Cabe resaltar que los hallazgos acerca de las teorías, enfoques y formas de valoración de los stakeholders en el marco de la Responsabilidad Social, permiten el desarrollo de metodologías relacionadas con la caracterización de las expectativas de las partes interesadas en una organización, a partir de la implementación de prácticas socialmente responsables.

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Específicamente la Responsabilidad Social (RS) es la exigencia de construir una sociedad responsable de sí misma desde una corresponsabilidad de los actores sociales (privados y públicos), lo cual significa que para que una entidad sea socialmente responsable debe actuar desde las relaciones con personas, grupos u otras instituciones, con las cuales interactúa en función de la misión organizacional. En consecuencia para cumplir con dicha responsabilidad se debe establecer una coordinación entre las partes interesadas o los denominados Stakeholders a fin de buscar soluciones mutuamente beneficiosas para construir valor para todos los actores sociales.

Según investigaciones el concepto stakeholders tiene su origen en 1932 en los estudios de Merrick Dodd. En el mundo académico surge la teoría de los stakeholders en el año 1983, propuesta por Edward Freeman; posteriormente dicho término ha sido acuñado por autores como: Donaldson y Preston, 1995; Lozano, 1999, Post et al., 2002; Matten et al., 2003; Sison 2008; Lozano, 2009 (Gaete Quezada, 2011). Para el presente estudio los stakeholders deben entenderse como cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los propósitos de la empresa (Fernández y Bajo, 2012). De ahí, que las partes interesadas de una empresa pueden ser los clientes, empleados, accionistas, entidades financieras, y la comunidad en general.

Por lo anterior, esta investigación se soporta en la norma ISO 26000:2010 la cual proporciona orientación sobre los principios y materias fundamentales de

Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo (Argandoña y Isea, 2011). Según esta norma se deben respetar los intereses de los stakeholders:

“Consiste en que una organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas. Aún y cuando los objetivos de la organización podrían limitarse solo a sus dueños y socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que se deben tener en cuenta. Colectivamente estas personas constituyen las partes interesadas de una organización. Las partes interesadas podrían tener intereses que no sean coherentes con las expectativas de la sociedad.”

El “Estado del arte de los “Stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social” desde la revisión sistemática de la literatura, constituye un aporte fundamental para cualquier organización; por cuanto es el insumo para implementar y promover un comportamiento socialmente responsable a partir de las políticas y prácticas pero dentro de su esfera de influencia. En este sentido, con esta investigación se busca clasificar las teorías, enfoques y formas de valoración de los stakeholders que posibiliten el diseño a posteriori de metodologías relacionadas con la caracterización de las expectativas de las partes interesadas en cualquier organización.

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 Objetivo general. Elaborar el estado del arte del rol de los “stakeholders” desde la perspectiva de responsabilidad social.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar la bibliografía relacionada con el rol de los “Stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social, a partir de una revisión sistemática de la literatura de artículos científicos.
- Analizar y clasificar la información obtenida de la identificación bibliográfica sobre el rol de los “Stakeholders” en el marco de Responsabilidad Social.
- Realizar una síntesis conceptual de los aspectos más importantes relacionados con el rol de los “Stakeholders” en el marco de Responsabilidad Social.
- Redactar un artículo científico publicable que enmarque los resultados del estado del arte.

1.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Construir una metodología de revisión y análisis documental para el estado del arte, es un proceso en el cual el fundamento teórico soporta el estudio que se desarrollará dentro del contexto cualitativo, desde el proceso de interpretación, crítico y argumentativo.

Precisamente, en razón a que el presente estudio es un estado del arte, en este apartado es preciso iniciar con la definición del mismo desde la óptica hermenéutica que consiste en la lectura, análisis, interpretación, correlación y clasificación de la información, según el grado de interés y necesidad de la investigación a desarrollar.

En efecto, la autora María Silvana Souza en 2007, define el estado del arte como un recorrido que se realiza a través de una investigación de carácter bibliográfico

con el objeto de conocer y sistematizar la producción científica en determinada área del conocimiento. Esta exploración documental trata de elaborar una lectura de los resultados alcanzados en los procesos sistemáticos de los conocimientos previos a ella; es decir, es la sistematicidad al desarrollar la lectura de los textos la que permite una efectividad en el modo de capturar y utilizar la información contenida en las fuentes secundarias.

De modo que la elaboración de un estado del arte sugiere desarrollar una contextualización de la temática clasificando el tipo de textos, autores, metodologías, marcos de referencias conceptuales y niveles conclusivos; ésta ubicación de la información permite establecer una clasificación de los tipos de trabajos consultados, sus convergencias y divergencias conceptuales; asimismo, se sugiere una categorización de los textos, que permita establecer la transferencia de conocimiento del estudio a realizar.






Esta investigación muestra la productividad científica sobre el rol de los “stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social, con el fin de construir un texto guía sobre la revisión sistemática a disposición de los interesados, que identifique las tendencias conceptuales y reflexiones alrededor de éste tema en los últimos cinco años, para la realización de investigaciones científicas orientadas a contextualizar el camino académico y práctico. Asimismo, que posibilite el diseño a posteriori de metodologías relacionadas con la caracterización de las expectativas de las partes interesadas en cualquier organización.

Fases metodológicas

Con el ánimo de construir el estado del arte referido a los stakeholders y la Responsabilidad Social se establecieron dos fases: análisis bibliométrico y revisión sistemática, las cuales permitieron generar aportes conceptuales y teóricos,

recreando y redefiniendo nuevos enfoques y criterios; además de enriquecer y profundizar la información existente. En la Figura 1 se muestra a manera de resumen las fases metodológicas, la base de datos empleada, los softwares utilizados y el total de documentos analizados.

Figura 1. Resumen de la metodología utilizada

ESTADO DEL ARTE	FASES	Base de datos utilizada	Software utilizado	No. de artículos analizados	
	1. Análisis bibliométrico: El concepto de bibliometría es entendido como la aplicación de métodos matemáticos a la literatura científica, fundamentados en la estadística y los indicadores bibliométricos (Oswaldo Suárez, 2012){				591
	1.1 Resultados a priori: <ul style="list-style-type: none"> 591 artículos (obtenidos a partir de la ecuación de búsqueda) Se utilizó la herramienta on-line "Analyze search results" de la base de datos SCOPUS® Adicionalmente, se construyeron las Adunas Clúster Map de autores, países, instituciones y palabras claves en el software VantagePoint®. 				
	1.2 Resultados a posteriori: <ul style="list-style-type: none"> Selección manual del listado definitivo de artículos (64 documentos) Se descargó la información bibliométrica individualmente de la base de datos SCOPUS® Se introdujo la información en el software VantagePoint®. 				
	2. Revisión sistemática de la literatura: son investigaciones científicas en las cuales la unidad de análisis son los estudios originales primarios; constituyen una herramienta esencial para sintetizar la información científica disponible, incrementar la validez de las conclusiones de estudios individuales e identificar áreas de incertidumbre donde sea necesario realizar investigación (Ferreira González, Urrútia, y Alonso-Coello, 2011).			64	

1.3.1 Análisis bibliométrico de la literatura. El análisis de documentos científicos se ha convertido en una herramienta que permite calificar la calidad y el impacto de la producción bibliográfica en la ciencia (Rueda-Clausen Gómez, Villa-Roel Gutiérrez, y Rueda-Clausen Pinzón, 2010). El concepto de bibliometría es entendido como la aplicación de métodos matemáticos a la literatura científica, fundamentados en la estadística y los indicadores bibliométricos (Oswaldo Suárez, 2012). Por esta razón, los indicadores bibliométricos están clasificados en dos categorías: indicadores de actividad e indicadores de impacto. Los primeros

permiten visualizar el estado real de la ciencia: número de publicaciones, productividad, dispersión de las publicaciones, colaboraciones, vida media de la citación, y conexiones; los segundos miden el efecto de las publicaciones, que comprenden: documentos recientes muy citados o “hot papers”, impacto de las revistas, índice h, SJR, entre otros (Escorcía, 2008).

Si bien en Colombia los análisis bibliométricos son escasos, de acuerdo con Santos (2012): “puede mencionarse que ciertas disciplinas han logrado cada vez en mayor grado posicionar este tipo de mecanismos de medición de la producción intelectual; tal es el caso de la psicología (p. ej. Guerrero y Jaraba 2009; Perdomo et ál. 2003), la medicina (p. ej. Ríos, Mattar y González 2011) y la biología (p. ej. Escorcía y Poutou 2008). Por su parte la economía y la administración de empresas, también han podido expresar su producción (p. ej. Ordoñez et ál. 2009 y Calderón et. ál. 2010)” (Santos, 2012).

En este sentido es relevante fortalecer las habilidades de los investigadores colombianos en el manejo de este tipo de herramientas en las áreas del conocimiento objeto de estudio, para este caso acerca del rol que desempeñan los grupos de interés o stakeholders en el marco de la Responsabilidad Social. Para este proyecto se efectuó un análisis bibliométrico en dos momentos, el primero se realizó y se incluyó en la elaboración de plan de proyecto con los 591 artículos obtenidos preliminarmente del protocolo de búsqueda, y se muestra en el capítulo 2 en los resultados a priori; el segundo análisis se realizó con los 64 artículos (ver Anexo A) obtenidos como consecuencia de la lectura detallada y rigurosa de los títulos, palabras clave y resúmenes, convirtiéndose en la muestra seleccionada para elaborar el estado del arte del rol de los stakeholders desde la perspectiva de la Responsabilidad Social. Debe mencionarse que el segundo análisis bibliométrico se presenta en el capítulo 2 en los resultados a posteriori del presente documento.

1.3.2 Revisión sistemática de la literatura. La metodología seleccionada fue la sistematización, la cual busca favorecer el desarrollo del protocolo de revisión de fuentes de información, en particular la estrategia de extracción de datos lo que apoya a la filtración de información según el interés del estudio (Barbosa Chacón, Barbosa Herrera, y Rodríguez Villabona, 2013). De acuerdo con Ferreira y demás autores, las revisiones sistemáticas son:

“investigaciones científicas en las cuales la unidad de análisis son los estudios originales primarios; constituyen una herramienta esencial para sintetizar la información científica disponible, incrementar la validez de las conclusiones de estudios individuales e identificar áreas de incertidumbre donde sea necesario realizar investigación; sin embargo, la realización de una revisión sistemática de calidad no es una tarea sencilla, como en ocasiones tampoco lo es su interpretación” (Ferreira González, Urrútia, y Alonso-Coello, 2011).

Una búsqueda imparcial es quizás una de las diferencias fundamentales entre una revisión sistemática y una revisión narrativa tradicional. A continuación se exponen las características que tiene una revisión, comparando la revisión tradicional o narrativa, con la sistemática:

Tabla 1. Diferencias entre revisiones narrativas y sistemáticas

Característica	Revisión narrativa	Revisión sistemática
Pregunta de interés	No estructurada, no específica	Pregunta estructurada, problema bien delimitado
Búsqueda de artículos y sus fuentes	No detallada y no sistemática	Búsqueda estructurada y explícita
Selección de artículos de interés	No detallada y no reproducible	Selección basada en criterios explícitos uniformemente aplicados a todos los artículos
Evaluación de la calidad de la información	Ausente	Estructurada y explícita

Característica	Revisión narrativa	Revisión sistemática
Síntesis	A menudo resumen cualitativo	Resumen cualitativo y cuantitativo
Inferencias	A veces basadas en la evidencia	Normalmente basadas en la evidencia

Fuente: Ferreira González, Urrútia, y Alonso-Coello, 2011

Tal como se aprecia en la Tabla 1, es en una revisión sistemática y no en una revisión narrativa en donde se responde a una pregunta estructurada y delimitada, así como se sintetiza y se emiten resultados no solo cualitativos, sino también cuantitativos. Precisamente, esta diferenciación de fondo es la que justifica la decisión por la que se optó por desarrollar una revisión sistemática, sin desconocer las demás disimilitudes contenidas en la tabla en referencia.

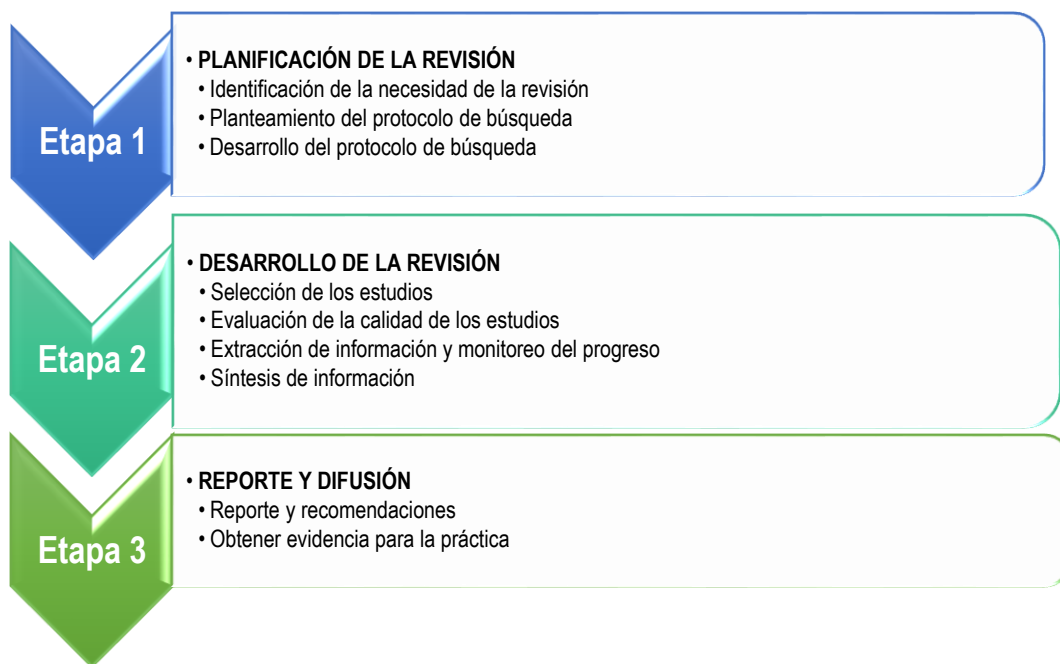
Según los autores Ferreira Mainardi y Morán Suárez (2011), en los últimos años se ha evidenciado un crecimiento exponencial en la literatura concerniente a la RS, por esta razón se justifica realizar un barrido bibliográfico que permita identificar las tendencias, en cuanto a teorías, enfoques y metodologías de los stakeholders en las prácticas socialmente responsables. Por tal motivo la revisión sistemática es una metodología científica que pretende el espacio literario relevante de una o más preguntas de investigación precisas y específicas, a las cuales se les deja explícito todos los materiales y métodos empleados, para tener resultados, bases y hechos, garantizando reproducibilidad de los mismos y procurando aislar posiciones, modelos mentales e inclinaciones del investigador (Pérez Rave, 2013).

La revisión sistemática realizada en este trabajo de investigación se desarrolló de acuerdo a las buenas prácticas definidas por Tranfield, Denyer, y Smart (2003); y

se efectuó en tres etapas: 1) planificación de la revisión, 2) desarrollo de la revisión e interpretación y 3) presentación de los resultados (ver Figura 2), las cuales se dividen a su vez en siete fases:

- Formulación de la pregunta de investigación.
- Planteamiento del protocolo de investigación
- Formulación del plan de búsqueda de la literatura.
- Obtención y evaluación de la calidad de los estudios.
- Recopilación de los datos.
- Análisis, presentación e interpretación de los resultados.
- Publicación de la revisión sistemática.

Figura 2. Etapas metodológicas de la revisión sistemática



Fuente: Tranfield et al., 2003.

2 ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

2.1 FASES BIBLIOMÉTRICAS

A continuación, se describen las fases empleadas en el análisis de publicaciones, para la identificación de la temática de stakeholders en relación con la Responsabilidad Social, instituciones líderes y autores relevantes, entre otros. El ejercicio bibliométrico se realizó de acuerdo a la metodología planteada por los autores Martínez, Bravo y Becerra Ardila (2013), la cual comprende las siguientes fases: recolección de información relevante de las bases de datos; procesamiento y análisis de información bibliométrica, y finalmente, generación de resultados bibliométricos (ver Figura 3).

Figura 3. Fases metodológicas utilizadas en el análisis bibliométrico



Fuente: Martínez, Bravo y Becerra Ardila, 2013

2.1.1 Recolección de información

- **Selección de la base de datos:** la primera etapa consistió en la selección de la base de datos donde se realizó la búsqueda de documentos, en este caso se eligió trabajar con SCOPUS® por ser la mayor base de resúmenes y referencias bibliográficas de literatura científica revisada por pares académicos, con más de 18.000 títulos de 5.000 editoriales internacionales; en la actualidad es la mejor herramienta para estudios bibliométricos y evaluaciones de producción científica (ELSEVIER, 2016).

La decisión de optar por esta base de datos radica en que presenta un mayor contenido de documentos en comparación con la base de datos ISI Web of Science en artículos referentes al tópico Responsabilidad Social (Ferreira Mainardi y Morán Suárez, 2011), como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Comparación de bases de datos ISI WoS Vs. SCOPUS® sobre el tópico de Responsabilidad Social

Tipología	ISI WoS		SCOPUS	
	No. Documentos	%	No. Documentos	%
Artículo	1126	76,0	1429	72,5
Reseña de libros	177	11,9	0	0,0
Revisiones	80	5,4	288	14,6
Editoriales	46	3,1	18	0,9
Actas de congresos	36	2,4	185	9,4
Cartas	11	0,7	7	0,4
Revistas de divulgación	6	0,4	0	0,0
Informes	0	0,0	28	1,4
Notas	0	0,0	15	0,8

TOTAL	1482	100	1970	100
-------	------	-----	------	-----

Fuente: Ferreira Mainardi y Morán Suárez, 2011

- **Búsqueda exploratoria:** en la segunda etapa se desarrolló una búsqueda exploratoria en la base de datos previamente seleccionada, desde la construcción de una ecuación de búsqueda mediante el ingreso de diferentes combinaciones de términos o palabras clave, esto se realizó con el fin de familiarizarse con la base de datos, el tópico a investigar, la definición de criterios de selección y la ventana de tiempo definida en la revisión de la literatura (de 2011 a 2015).

 - **Validación de la búsqueda:** por último, con el propósito de ratificar los resultados obtenidos, el equipo investigador validó la búsqueda en dos formas,:
- a) Por un experto en la temática: Eduardo Mantilla Pinilla, investigador y Economista de la Universidad Santo Tomás, Especialista en Docencia Universitaria de la Universidad Santo Tomás, (C) Doctor en Ciencias Económicas de la Universidad del Oriente. Ha sido profesor de pregrado por más 25 años y de postgrado por 20 años. Ha desarrollado investigaciones relacionadas con procesos de Gestión y Evaluación del Desarrollo Sostenible, Responsabilidad Social, y Contabilidad Ambiental.*
- b) Mediante el software de análisis cualitativo Nvivo®: el cual sirve como apoyo a la investigación de métodos cualitativos y mixtos. Está diseñado para organizar,

* El perfil académico se encuentra en el siguiente link:
http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000202134

analizar y encontrar puntos de vista en los datos no estructurados, o cualitativos como: entrevistas, respuestas abiertas de la encuesta, artículos, redes sociales y contenido de la web (QSR, 2014).

- **Planteamiento y desarrollo del protocolo de búsqueda:** con los insumos de la etapa anterior se construyó el protocolo de búsqueda que incluyó el proceso de prototipado de la ecuación de búsqueda (con la combinación de palabras clave), que se utilizó en la base de datos dando como resultado información relevante en la ventana de tiempo de 2011 a 2015. En esta etapa se definieron los criterios de selección (inclusión y exclusión), con el fin de filtrar los documentos para obtener el listado de artículos potenciales para la revisión.

Una vez definido el objetivo del presente estudio, se conformó un equipo de revisión integrado por una experta en teoría, métodos y técnicas de investigación social, Ph.D. (c) Ruth Zárate Rueda y el investigador/estudiante Juan Sebastián Bautista Zárate. Asimismo, a través de un proceso de análisis, valoración y aprobación se definió la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado del arte del rol de los “Stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social?

En la

Tabla 3 se presentan las características y criterios de búsqueda definidos durante la etapa de exploración de la información con la finalidad de definir los términos relevantes, lo cual se constituyó en insumo para realizar la ecuación de búsqueda.

Tabla 3. Protocolo de búsqueda exploratoria

Idioma	Inglés - Español
Ventana de tiempo	2011-2015
Términos	Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Business Social Responsibility, organizational social responsibility, University Social Responsibility, Social Performance, Business Social Performance, Corporate Social Performance, Stakeholder, Interest Group.
Tipo de documentos	Artículos
Base de datos	SCOPUS®
Campo de búsqueda	Título, resumen, palabras clave
Criterios de selección (inclusión o exclusión)	<ul style="list-style-type: none">• Publicaciones que contengan como tema central el objeto de esta investigación• Publicaciones recientes (de los últimos 5 años)• Publicaciones que se encuentren en los 2 idiomas definidos (inglés y español)

- a) Prototipado de la ecuación de búsqueda: de acuerdo con los términos definidos en la fase anterior (ver
- b)
- c) Tabla 3), se inició el proceso para el prototipado de la ecuación de búsqueda de artículos científicos; en la Tabla 4 se muestra cómo se fue perfilando la ecuación a medida que se incluían y combinaban los términos o palabras clave. De esta forma se evidenció en los resultados un decremento en cuanto al número de documentos, por cuanto disminuían en la medida que se aplicaban los criterios de selección tales como: tipo de documento, sub-áreas de conocimiento, idiomas y ventana de tiempo.

Tabla 4. Proceso de prototipado para la elaboración de la ecuación de búsqueda

Prototipado de la ecuación de búsqueda			
Fecha: 01 de febrero de 2016			
Ecuación prototipo	Criterios de exclusión	Ventana de tiempo (años)	No. Documentos
TITLE-ABS-KEY (social responsabil* OR sr OR social performance)		<2016	93944
(TITLE-ABS-KEY (social responsabil* OR sr OR social performance) AND TITLE-ABS-KEY (stakeholder))		<2016	2374
TITLE-ABS-KEY ((sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit*) AND (social responsibilit* OR social performance) AND (stakeholder* OR "interest group*"))		<2016	1683
TITLE-ABS-KEY (((sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit*) AND (social responsibilit* OR social performance)) OR (Social responsibili*) AND (stakeholder* OR "interest group*"))		<2016	1742
TITLE-ABS-KEY TITLE-ABS-KEY ((sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit*) AND (social responsibilit* OR social performance)) OR (social responsibili*) AND (stakeholder* OR "interest group*")) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR, 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2012) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2011))		2011 hasta 2016	1064
TITLE-ABS-KEY ((sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit*) AND (social responsibilit* OR social performance)) OR (social responsabili*) AND (stakeholder* OR "interest group*")) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR, 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2012)	LIMIT-TO (DOCTYPE, "Article") EXCLUDE (PUBYEAR, 2016)	2011 hasta 2015	709

Prototipado de la ecuación de búsqueda

Fecha: 01 de febrero de 2016

Ecuación prototipo	Criterios de exclusión	Ventana de tiempo (años)	No. Documentos
OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2011)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar")) AND (EXCLUDE (PUBYEAR, 2016))			
TITLE-ABS-KEY (((sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit*) AND (social responsibilit* OR social performance)) OR (social responsabili* AND (stakeholder* OR "interest group*")) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR, 2016)) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2012) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2011)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar")) AND (EXCLUDE (PUBYEAR, 2016)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, "BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "ECON"))	LIMIT-TO (DOCTYPE , "Article") EXCLUDE (PUBYEAR , 2016) LIMIT-TO (SUBJAREA , "Business, Management and Accounting") LIMIT-TO (SUBJAREA, "Social Sciences") LIMIT-TO (SUBJAREA, "Economics, Econometrics and Finance"	2011 hasta 2015	605
TITLE-ABS-KEY (((sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit*) AND (social responsibilit* OR social performance)) OR (social responsabili* AND (stakeholder* OR "interest group*")) AND (LIMIT-TO	LIMIT-TO (DOCTYPE, "Article") EXCLUDE	2011 hasta 2015	591

Prototipado de la ecuación de búsqueda			
Fecha: 01 de febrero de 2016			
Ecuación prototipo	Criterios de exclusión	Ventana de tiempo (años)	No. Documentos
(PUBYEAR, 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2012) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2011)) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar")) AND (EXCLUDE (PUBYEAR , 2016)) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA , "ECON")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish"))	(PUBYEAR, 2016) LIMIT-TO (SUBJAREA, "Business, Management and Accounting") LIMIT-TO (SUBJAREA, "Social Sciences") LIMIT-TO (SUBJAREA, "Economics, Econometrics and Finance") LIMIT-TO (LANGUAGE, "English") LIMIT-TO (LANGUAGE, "Spanish")		

Los datos que se visualizan en la Tabla 4 se obtuvieron de la base de datos SCOPUS®, a partir de la aplicación de la ecuación de búsqueda que se efectuó el 01 de febrero de 2016. De ahí, que en la Tabla 5 se aprecie la ecuación de búsqueda definitiva una vez terminado el prototipado de la misma, para un total de 591 artículos potenciales.

Tabla 5. Ecuación de búsqueda

```
TITLE-ABS-KEY ( ( ( sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit* )
AND ( social responsibilit* OR social performance ) ) OR ( social responsabili* )
AND ( stakeholder* OR "interest group*" ) ) AND ( LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2016 )
OR LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2015 ) OR LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2014 ) OR LIMIT-
TO ( PUBYEAR , 2013 ) OR LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2012 ) OR LIMIT-TO (
PUBYEAR , 2011 ) ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) ) AND ( EXCLUDE (
PUBYEAR , 2016 ) ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , "BUSI" ) OR LIMIT-TO (
SUBJAREA , "SOCI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA , "ECON" ) ) AND ( LIMIT-TO (
LANGUAGE , "English" ) OR LIMIT-TO ( LANGUAGE , "Spanish" ) )
```

2.1.2 Procesamiento y análisis de información bibliométrica. Una vez se obtuvo la ecuación de búsqueda y con el total de documentos se procedió a realizar el procesamiento de la información bibliométrica. Este proceso se efectuó en dos momentos:

- **Procesamiento a priori:** la información bibliométrica de los 591 artículos obtenidos inicialmente se procesó utilizando la herramienta on-line “Analyze search results” de la base de datos SCOPUS®, la cual muestra un análisis visual de los documentos, permitiendo evaluar los resultados en siete categorías: año, fuente, autor, afiliación, país o territorio, tipo de documento y área de conocimiento (SCOPUS, 2015). Adicionalmente se generaron las Adunas Clúster Map de autores, países, instituciones y palabras claves en el software especializado VantagePoint®.
- **Procesamiento a posteriori:** una vez efectuada la selección del listado definitivo de artículos para la lectura rigurosa (64 documentos), se realizó el

procesamiento de la información bibliométrica de cada uno. En esta ocasión no fue posible utilizar las funciones de la herramienta “Analyze search results” de la base de datos SCOPUS®, dado que en la fase a priori se trabajó con los resultados arrojados al introducir directamente la ecuación de búsqueda (proceso automático); en cambio, en la fase a posteriori los 64 artículos obtenidos corresponden a un proceso de selección manual efectuado por el autor del presente documento.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, se optó por descargar la información bibliométrica individualmente, es decir, de cada uno de los artículos para después compilarla en el software VantagePoint®; por ello los resultados bibliométricos a posteriori no muestran todos los indicadores de la fase a priori.

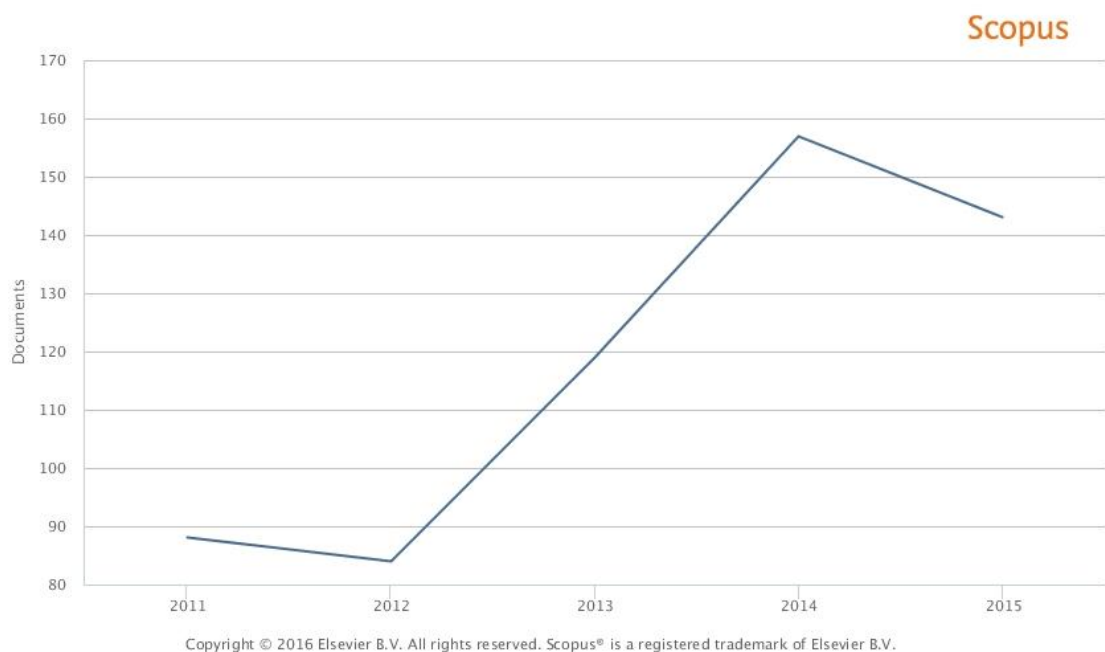
2.1.3 Generación de resultados bibliométricos

- **Resultados a priori:** en este apartado se exponen los resultados obtenidos de la base de datos SCOPUS® a partir de los 591 artículos obtenidos preliminarmente en el plan de proyecto para la preparación de la presente investigación. A continuación se esbozan los resultados obtenidos utilizando las funciones de bibliometría en la plataforma on-line de la base de datos SCOPUS®, a partir de la ecuación de búsqueda planteada y que hace referencia a los principales autores, instituciones líderes en el tema, la dinámica de producción y las adunas construidas dese el relacionamiento de palabras clave y autores de los documentos.

a) Documentos publicados por año

La dinámica de los artículos publicados en la ventana de tiempo definida presenta un crecimiento tal como se observa en la Figura 4, en este sentido para el año 2011 se obtienen como resultado 88 publicaciones, en el 2012 84 publicaciones, para el 2013 se presenta un ascenso notorio de 119 publicaciones y continúa con este crecimiento durante el año 2014 con un total de 157 productos. Sin embargo vale destacar el leve descenso en el número de publicaciones del año 2015 con 143 publicaciones.

Figura 4. Dinámica de publicaciones entre los años 2011 y 2015

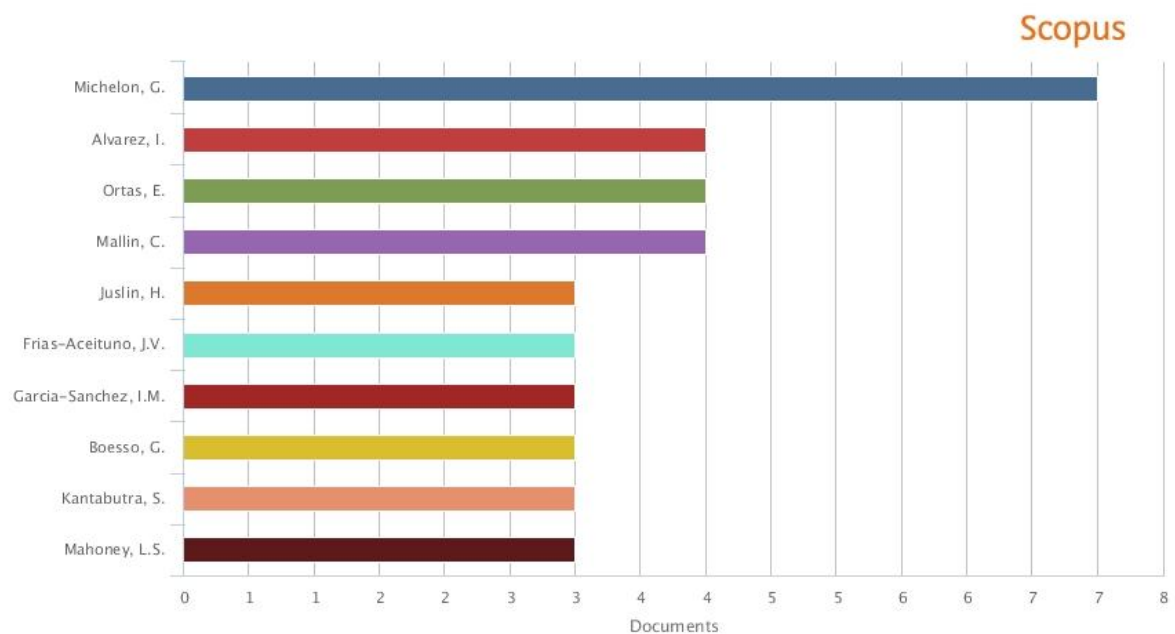


b) Principales autores

En la Figura 5 se visualizan los autores que presentan un mayor número de publicaciones sobre esta temática, siendo Giovanna Michelon de la University of Exeter en Reino Unido, la principal autora con el mayor número de productos, con siete artículos; seguida por los autores Igor Álvarez de la Universidad del País

Vasco en España, Eduardo Ortas de la Universidad de Zaragoza en España y Chris A. Mallin de Norwich Business School en Reino Unido, cada uno de ellos con cuatro artículos publicados respectivamente. Igualmente se encuentra que los restantes seis autores destacados que lideran el número de publicaciones presentan cada uno un total de tres artículos relacionados con la temática objeto de esta investigación.

Figura 5. Dinámica de publicaciones por autor entre los años 2011 y 2015



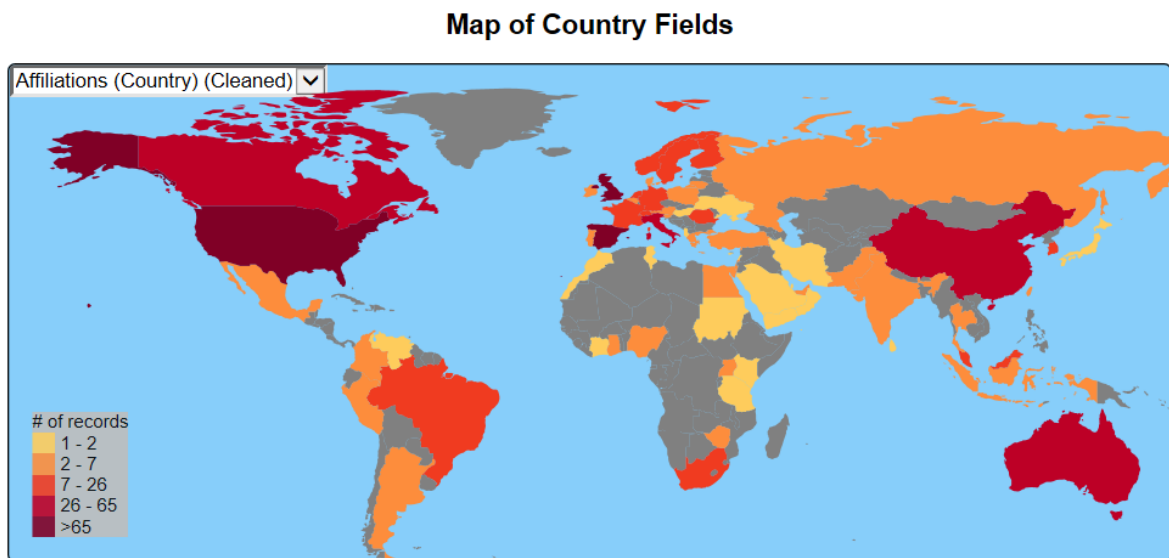
Copyright © 2016 Elsevier B.V. All rights reserved. Scopus® is a registered trademark of Elsevier B.V.

c) Países líderes

En la Figura 6 se aprecia el liderazgo de Estados Unidos en la producción de artículos científicos relacionados con los “stakeholders” y la Responsabilidad Social, con un total 130 publicaciones, con una diferencia notable respecto a los países que lo secundan. España es el segundo país con una producción de 75 artículos que coincide con los resultados obtenidos en la Figura 5, dado que los

dos principales autores en el tema son de nacionalidad española. Seguido se encuentra Reino Unido con 66 artículos, Australia con 56, China con 37, Italia con 35, Canadá con 33, Alemania con 23, Países Bajos con 21, Malasia con 19 y Francia con 19 publicaciones. Cabe resaltar que tanto en América como Europa existe un nivel de profundidad superior en la temática de Responsabilidad Social y su relación con los “stakeholders”; por el contrario el continente Africano tiene una producción incipiente en la temática por cuanto la participación es mínima comparativamente hablando con relación a los demás continentes.

Figura 6. Países con el mayor número de publicaciones entre los años 2011 y 2015



d) Dinámica de las revistas en el tiempo

La revista Journal of Business Ethics de Países Bajos es quien claramente lidera las publicaciones asociadas a esta temática con un total de 43 artículos en los últimos cinco años como se muestran en la Figura 7 y la Tabla 6. Es interesante observar que las restantes revistas destacadas tiene un comportamiento similar a

lo largo del tiempo (en la ventana de observación) con un máximo de 20 publicaciones.

Figura 7. Dinámica de publicaciones en las revistas entre los años 2011 y 2015

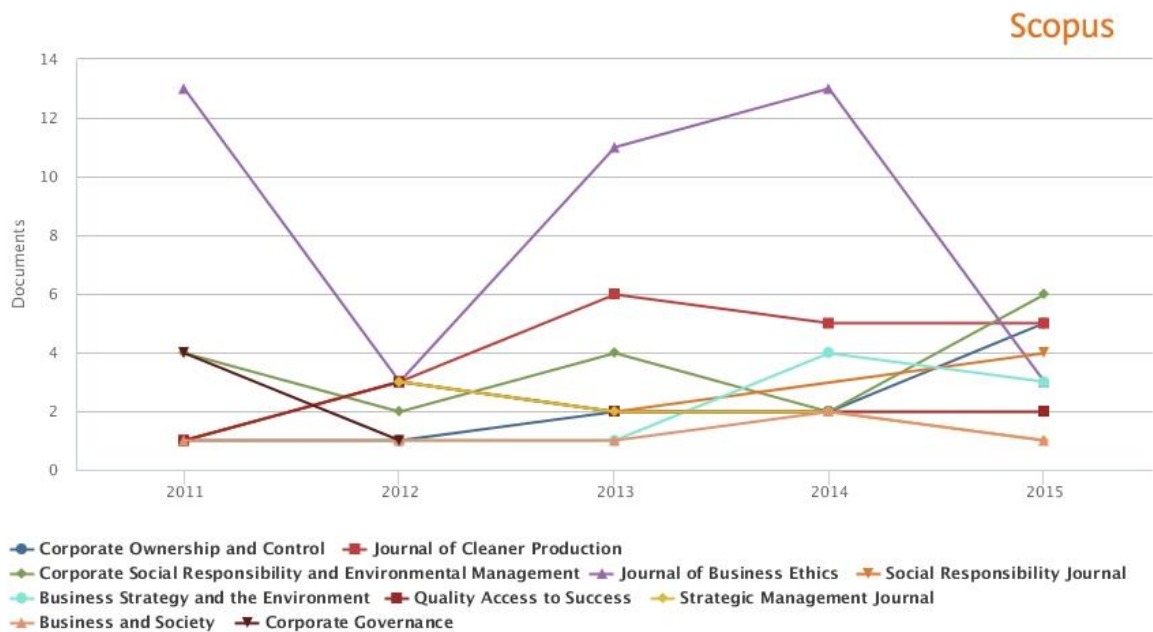


Tabla 6. Número total de publicaciones por revista en los últimos cinco años

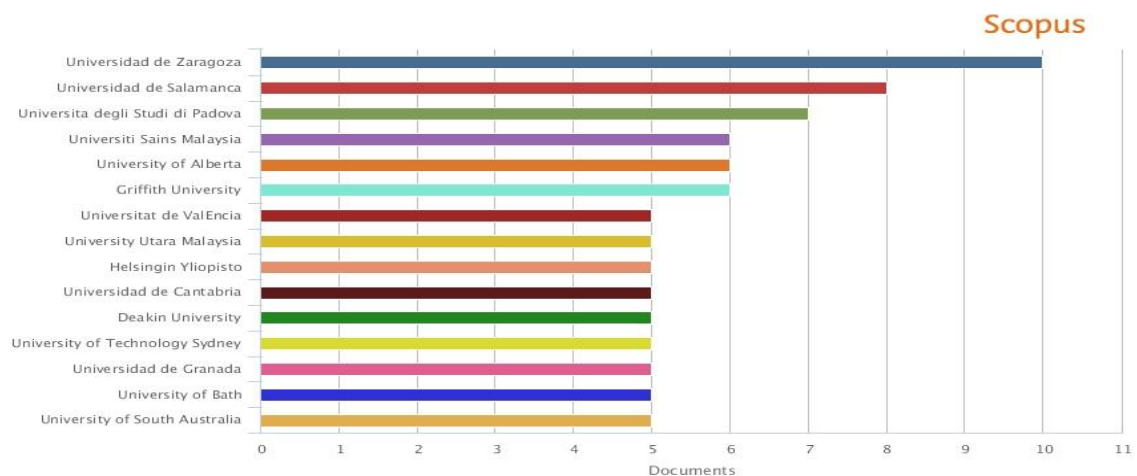
Revista	No. Documentos
Journal of Business Ethics	43
Journal of Cleaner Production	20
Corporate Social Responsibility and Environmental Management	18
Corporate Ownership and Control	11
Social Responsibility Journal	10
Business Strategy and the Environment	9

Quality Access to Success	8
Strategic Management Journal	8
Business and Society	6
Corporate Governance	5

e) Instituciones con mayor número de publicaciones

De acuerdo a la Figura 8, las instituciones que han publicado mayor número de documentos acerca de los “stakeholders” y la Responsabilidad Social son todas universidades concentradas en España, particularmente la Universidad de Zaragoza y la Universidad de Salamanca con un total de 10 y 8 artículos respectivamente, lo cual tiene concordancia con los resultados exhibidos en la Figura 5 y la Figura 6, donde se encontró a España como el segundo país líder y los dos principales autores en el tema son de esta nacionalidad.

Figura 8. Instituciones con mayor número de publicaciones entre los años 2011 y 2015

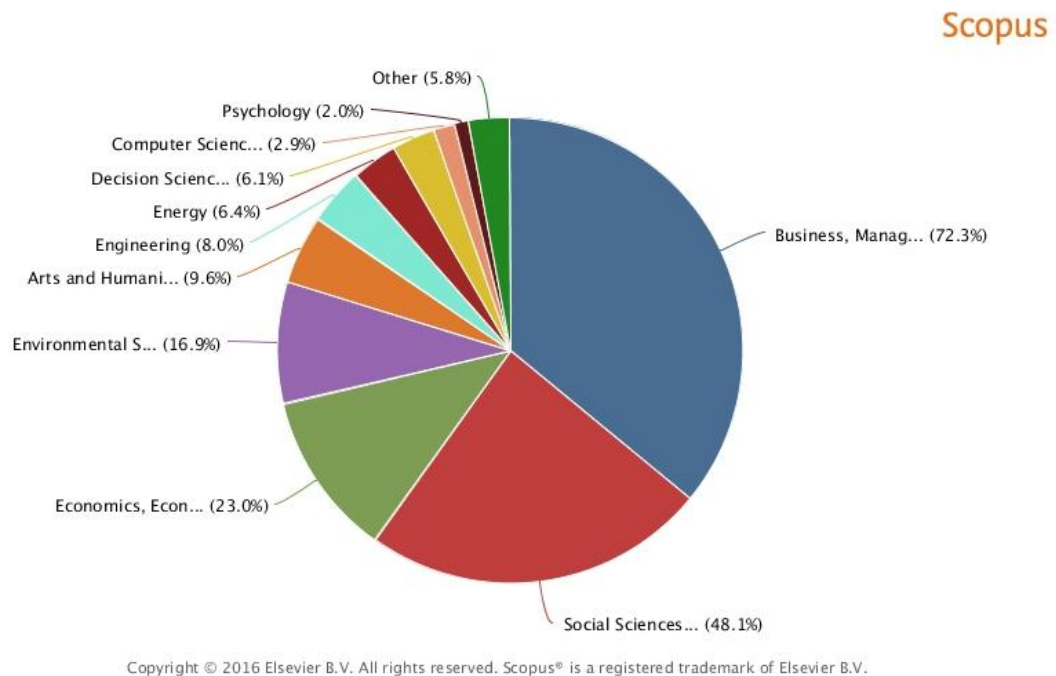


Copyright © 2016 Elsevier B.V. All rights reserved. Scopus® is a registered trademark of Elsevier B.V.

f) Documentos por áreas de conocimiento reconocidas por la base de datos SCOPUS®

De acuerdo a la Figura 9, las áreas del conocimiento que presenta una mayor cobertura de artículos en la temática son “Business, Management and Accounting” (427 artículos), “Social Sciences” (284 artículos) y “Economics, Econometrics and Finance” (136 artículos), Sin embargo cabe mencionar la participación de otras áreas como “Environmental Science” con 100 artículos, “Arts and Humanities” con 57 artículos, “Engineering” con 47 artículos y “Decision Sciences” con 36 artículos.

Figura 9. Distribución de las publicaciones por áreas del conocimiento de la base de datos SCOPUS para los años 2011 y 2015



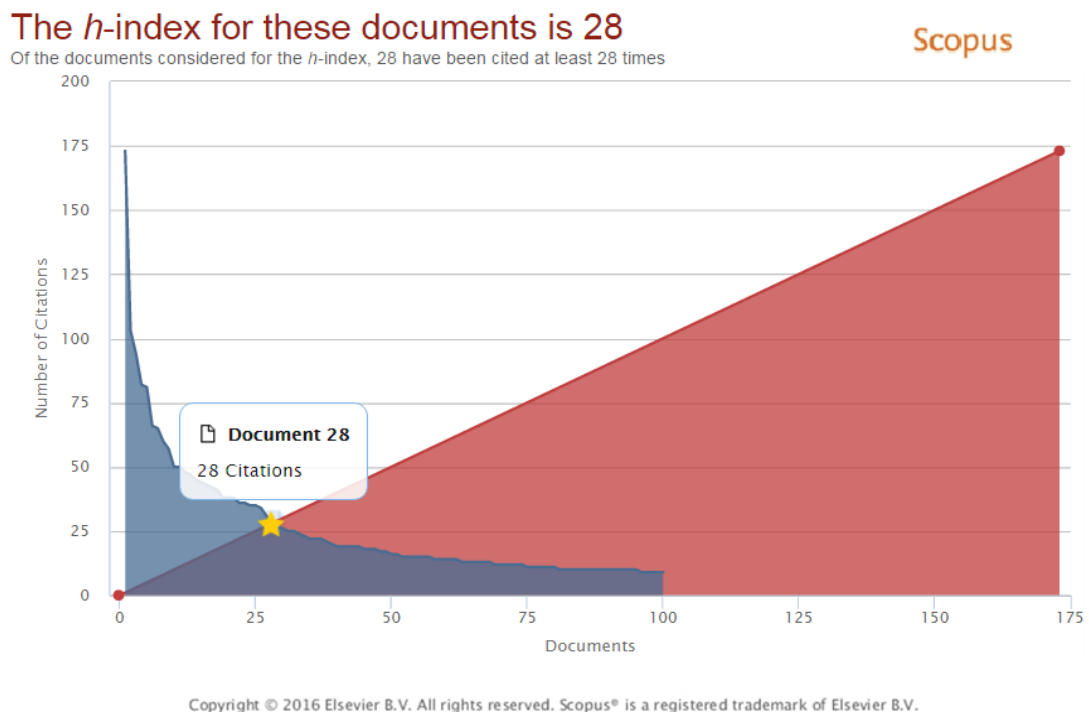
g) Índice h

El físico estadounidense Jorge Hirts propuso en el año 2005 una nueva forma bibliométrica de medir el impacto de las publicaciones y de las revistas científicas

creando el índice h o el dígito que equipara cuantitativamente las publicaciones de una revista o de un autor y las citas que éstas han obtenido; es decir, se representa por el número h de publicaciones que han recibido un número mínimo h de citas (Túñez López y Pablos Coello, 2013).

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, la base de datos SCOPUS tiene incorporada la función de calcular el índice h, en este caso de los 591 artículos resultados de la ecuación de búsqueda se muestra un índice h de 28, como se aprecia en Figura 10, lo cual indica que del total de artículos (591), por lo menos 28 de ellos han sido citados mínimo 28 veces para un total de 784 citaciones.

Figura 10. Índice h de los documentos obtenidos de la ecuación de búsqueda



h) Artículos más citados

Según la Tabla 7 se encuentra el listado de los “Hot papers” o los diez artículos más citados de la búsqueda realizada, se debe destacar que entre el primer y segundo artículo existe una diferencia de 70 citaciones, el primero con una frecuencia de 173 y el segundo con 103. Es relevante señalar que el artículo “What we know and don't know about corporate social responsibility: a review and research agenda” de los autores Herman Aguinis y Ante Glavas de la University of Notre Dam en Estados Unidos es el documento que presenta el mayor número de citaciones; es un meta-análisis donde se revisó literatura sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en 588 artículos y 102 libros y capítulos de libros.

Tabla 7. Los diez artículos más citados

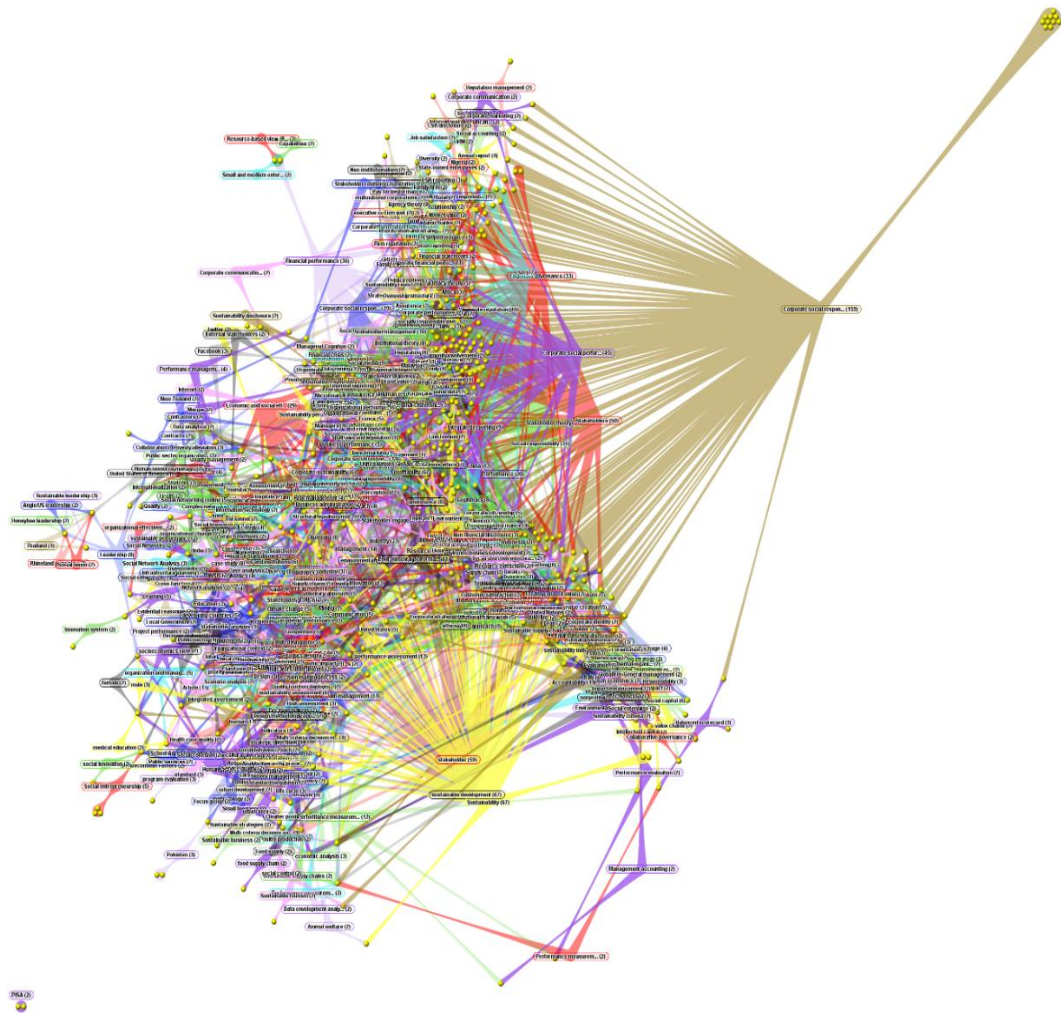
ARTÍCULOS	AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda	2012		4	34	48	79	8	173
From green to sustainability: Information Technology and an integrated sustainability framework	2011	4	15	26	30	26	2	103
A strategy for human factors/ergonomics: Developing the discipline and profession	2012		16	20	31	26	1	94
Family and Lone Founder Ownership and Strategic Behaviour: Social Context, Identity, and Institutional Logics	2011	6	5	25	22	24		82
A comparative literature analysis of definitions for green and sustainable supply chain management	2013			2	21	51	7	81
The structure of sustainability research in marketing, 1958-2008: A basis for future research opportunities	2011	3	7	7	22	22	5	66
Stewardship or agency? A social embeddedness	2011	4	6	9	17	29		65

ARTÍCULOS	AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
reconciliation of conduct and performance in public family business								
Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries	2011	2	6	15	20	17		60
Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure	2012		3	6	15	33		57
Does it pay to be really good? addressing the shape of the relationship between social and financial performance	2012		2	6	23	17	2	50

i) Adunas Cúster Map de palabras claves

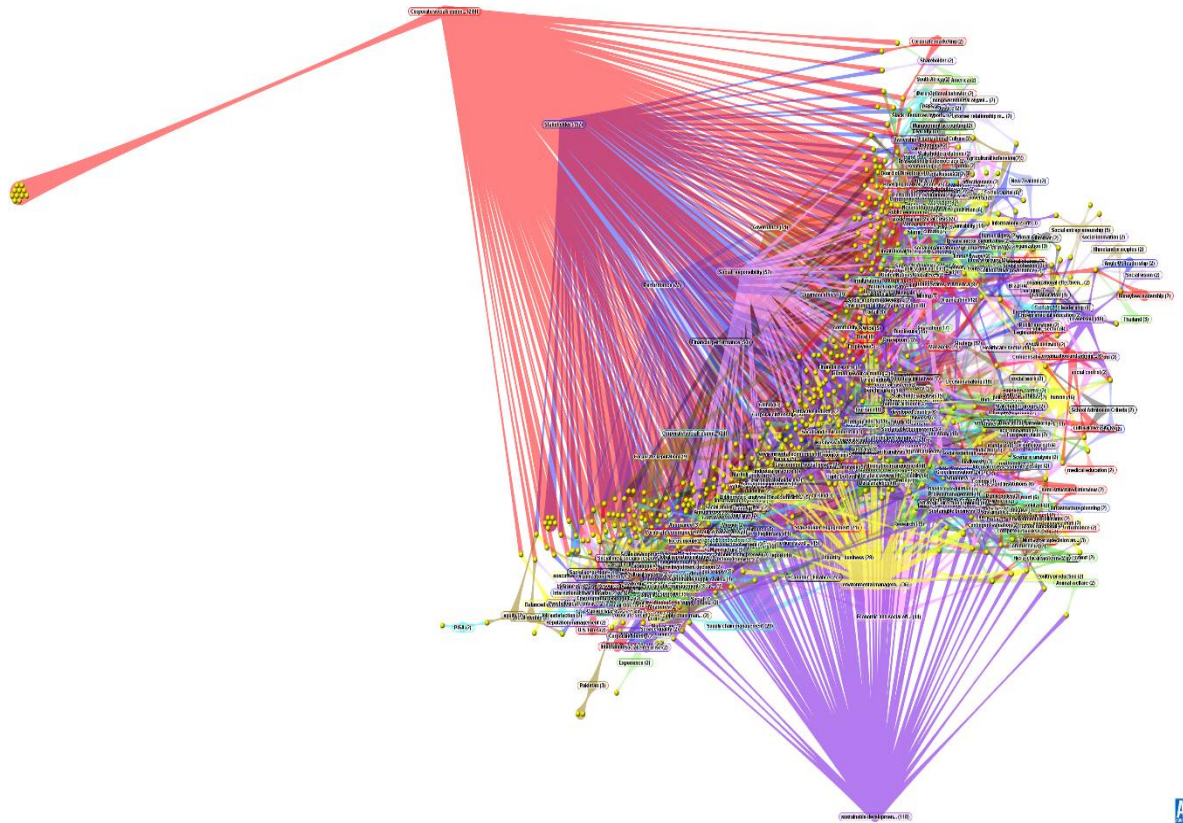
En la Figura 11 se muestra la aduna de palabras clave (con una repetición de mínimo dos veces), obtenida a partir de introducir la información descargada de la base de datos SCOPUS® (los 591 resultados al aplicar la ecuación de búsqueda definida en esta investigación) en el software especializado en minería de datos VantagePoint®. Esta ilustración presenta un alto grado de dispersión de los términos lo cual dificulta la interpretación de la misma, por ello se opta por utilizar la función de limpieza de datos en el software y de esta manera obtener los verdaderos términos clave y determinar así la relación entre ellos.

Figura 11. Aduna de palabras que se repiten mínimo dos veces (previas al proceso de limpieza)



Una vez efectuada la limpieza de la palabras clave se obtiene la aduna expuesta en la Figura 12, aunque la dispersión disminuye debido a que los términos se han agrupado y aumenta el número de frecuencias de las palabras clave, es evidente que hacer un análisis de palabras que tienen una repetición de mínimo dos veces no aporta mucho valor al objetivo de esta investigación, por ende se optó trabajar con las palabras que tiene una frecuencia de mínimo diez veces.

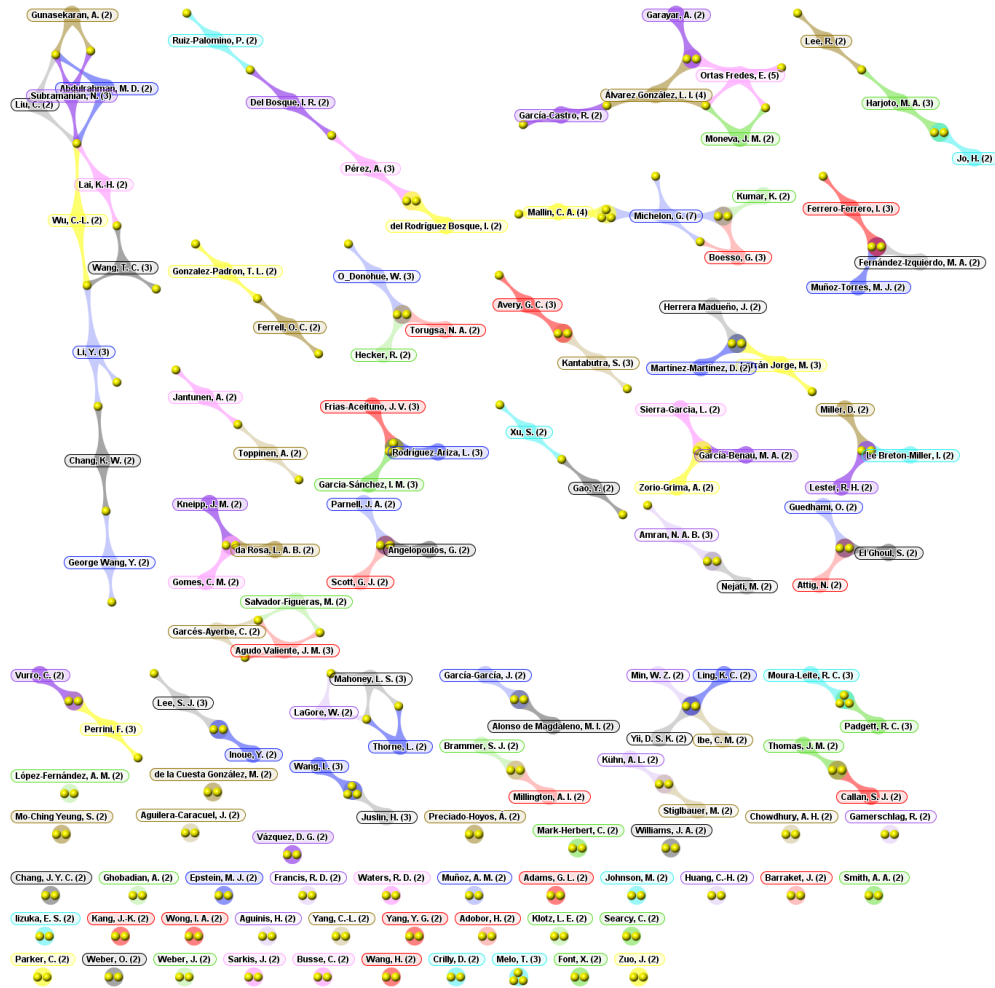
Figura 12. Aduna de palabras claves que se repiten mínimo dos veces (previas al proceso de limpieza)



Finalmente la Figura 13 muestra la aduna de palabras clave después del proceso de limpieza, en esta imagen se aprecian las palabras que presentan una frecuencia de aparición de mínimo diez veces en los 591 registros introducidos al software. Esta aduna permite observar el relacionamiento de los términos entre sí y su objetivo es visualizar los conjuntos o clústers que se crean a partir de dichas relaciones o jerarquías. En este caso el término principal y de mayor jerarquía es “Corporate social responsibility” que se relaciona fuertemente con los términos “Stakeholder”, “Sustainable development/performance”, “Governance”, “Social responsibility”, “Financial performance”, “Economic and social effects”, “Environmental management” y “Strategy”.

casos como Giovanna Michelon, Eduardo Ortas e Igor Álvarez quienes han hecho esfuerzos de cooperación.

Figura 14. Aduna de autores que tienen mínimo dos publicaciones

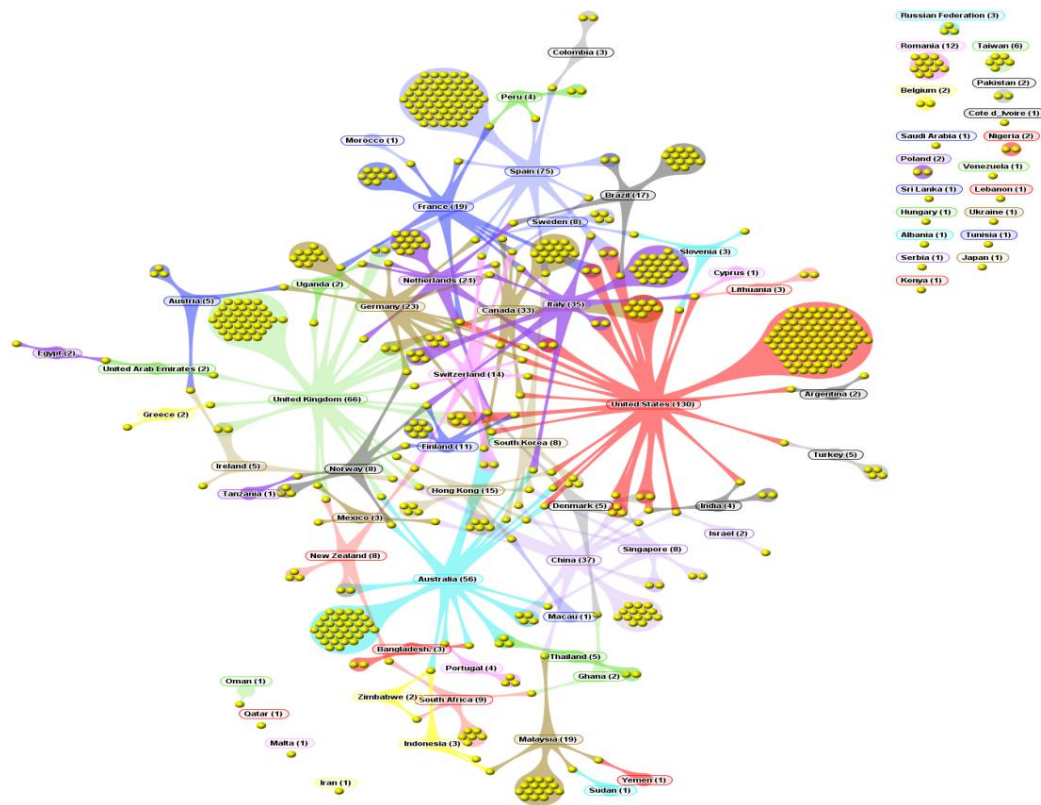


k) Aduna Clúster Map de países

En la Figura 15 se visualiza la aduna de países con la concentración de publicaciones en la temática investigativa; en ella se evidencian las relaciones que se han forjado entre naciones como Estados Unidos, España, Reino Unido, Australia y China (adicionando la producción de Hong Kong). Estos territorios

representan el liderazgo en cuanto al número de publicaciones; a su vez se destacan porque promueven la producción de artículos en cooperación con otros países en desarrollo; específicamente se encuentra que Colombia tiene colaboraciones con España en el trabajo titulado “The practice of Corporate Social Responsibility. Case study in the tourism sector” desarrollado por la Universidad del Magdalena (Colombia) y la Universitat de les Illes Balears (España).

Figura 15. Aduna de países con publicaciones en la temática entre los años 2011 y 2015



- **Resultados a posteriori:** en este acápite se exponen los resultados obtenidos de la base de datos Scopus a partir de los 64 artículos definidos para la elaboración de la presente investigación. Los hallazgos hacen referencia a

autores, instituciones, dinámica de producción y adunas construidas del relacionamiento de palabras clave y autores de los documentos. La información recopilada de los 64 artículos se procesó mediante el software para minería de texto VantagePoint®

VantagePoint es una poderosa herramienta de minería de texto para el descubrimiento de conocimiento en bases de datos de texto, ayuda a entender y navegar rápidamente a través de grandes volúmenes de información, dando un mejor punto de vista de la información y de esta manera convertirla en conocimiento. El software permite visualizar de manera significativa las relaciones y encontrar patrones críticos en los datos recolectados, con VantagePoint es posible importar datos de cientos de bases de datos de los principales proveedores en línea, trabaja con herramientas flexibles, tales como limpieza de datos y diccionario de sinónimos manejados por el usuario que proporciona la normalización automatizada y asistida de los datos (Search Technology, 2011).

a) Autores en el tópic de Responsabilidad Social y stakeholders

En la Tabla 8 se encuentran los autores que presentan un mayor número de publicaciones sobre la temática. En total se encontraron 151 autores de los cuales cuatro tienen dos publicaciones asociadas al tema de estudio, siendo José Agudo Valiente, Concepción Garcés-Ayerbe, y Manuel Salvador-Figueras investigadores de la Universidad de Zaragoza en España; y Manuel Larrán-Jorge de la Universidad de Cádiz en España.

Si bien el estudio se centró en 64 artículos, cada documento puede tener uno o varios autores; de ahí que la cantidad de investigadores sea diferente al número de publicaciones, siendo para este caso un total de 151 (100%), de los cuales

cuatro (2.65%) registran dos publicaciones. El restante porcentaje de autorías presenta tan sólo un producto publicado, como consecuencia de la novedad de la temática de estudio (ver Anexo B). Debe resaltarse que los autores que tienen la mayor participación pertenecen a universidades españolas, como se mencionó anteriormente.

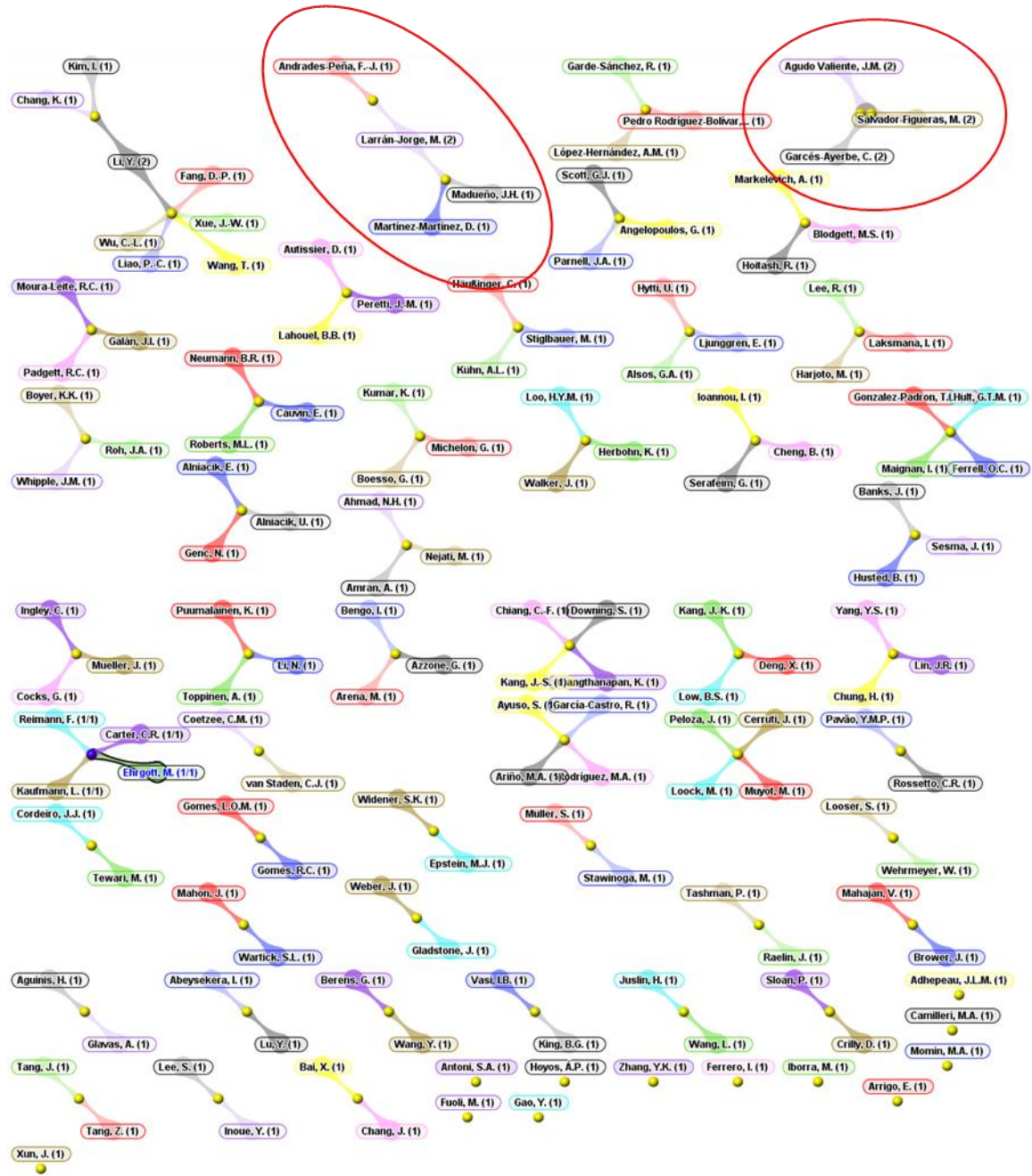
Tabla 8. Listado de autores con más publicaciones

Autores		No. Artículos
1	Agudo Valiente, J.	2
2	Garcés-Ayerbe, C.	2
3	Larrán-Jorge, M.	2
4	Salvador-Figueras, M.	2

b) Aduna Clúster Map de autores

En la Figura 16 se muestra la aduna conformada por los 151 autores, obtenida a partir de introducir la información descargada de la base de datos SCOPUS® en el software especializado en minería de datos VantagePoint®. Se puede afirmar que en el tema de Responsabilidad Social y su interacción con los “Stakeholders” es un tópico que no ha generado colaboraciones significativas entre autores, solo en algunos casos como la colaboración entre Agudo Valiente, Garcés-Ayerbe y Salvador-Figueras en dos ocasiones.

Figura 16. Aduna de relaciones entre los 151 autores encontrados



c) Países en el tópico de Responsabilidad Social y stakeholders

Conforme a la Tabla 9 y la Figura 17, del total de artículos objeto de estudio (64), el 27% (21) han sido publicados en Estados Unidos; constituyéndose como líder

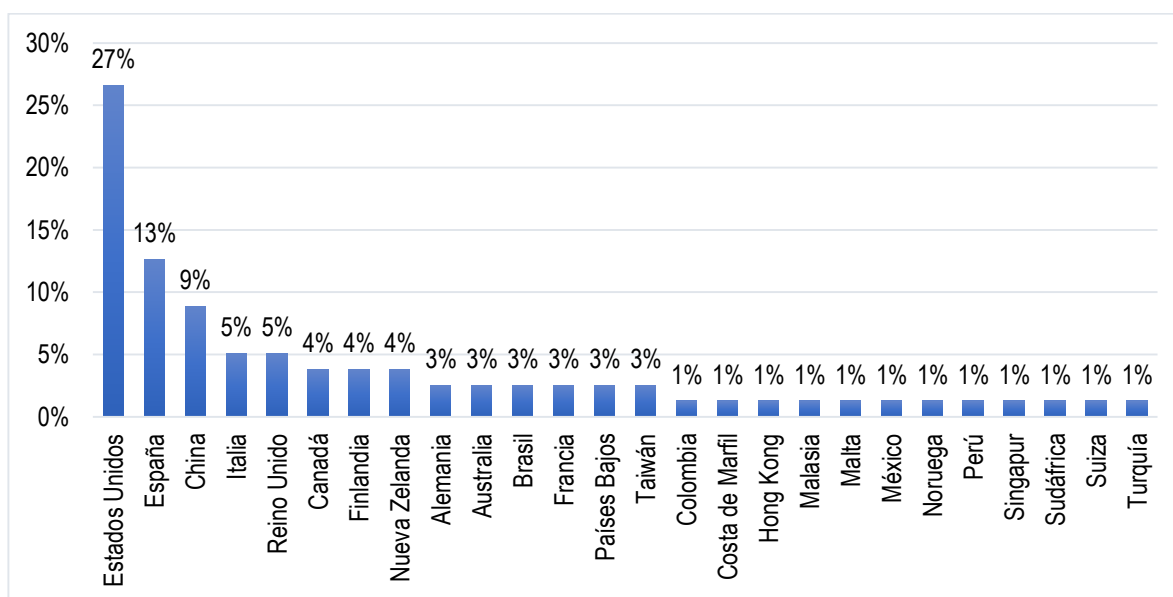
en la temática; probablemente por el número significativo de universidades de élite ubicadas en el mismo. Este país se destaca con una diferencia notable de los países que lo secundan. España ocupa el segundo lugar con una producción equivalente al 13% (10), en concordancia con la Tabla 8, donde se muestran los autores con el mayor número de publicaciones que resultan tener esta nacionalidad. Observese que Colombia tiene una participación del 1% con el artículo denominado: “Analysis of the Environment as a Strategic Communications Function in Social Responsibility Programs of a Group of Companies in the Colombian Electricity Sector” de la Universidad de la Sabana.

Tabla 9. Listado de países encontrados en el análisis bibliométrico

Países		No. Artículos
1	Estados Unidos	21
2	España	10
3	China	7
4	Italia	4
5	Reino Unido	4
6	Canadá	3
7	Finlandia	3
8	Nueva Zelanda	3
9	Alemania	2
10	Australia	2
11	Brasil	2
12	Francia	2
13	Países Bajos	2
14	Taiwán	2
15	Colombia	1
16	Costa de Marfil	1
17	Hong Kong	1
18	Malasia	1
19	Malta	1

Países		No. Artículos
20	México	1
21	Noruega	1
22	Perú	1
23	Singapur	1
24	Sudáfrica	1
25	Suiza	1
26	Turquía	1

Figura 17. Porcentaje de artículos encontrados por países

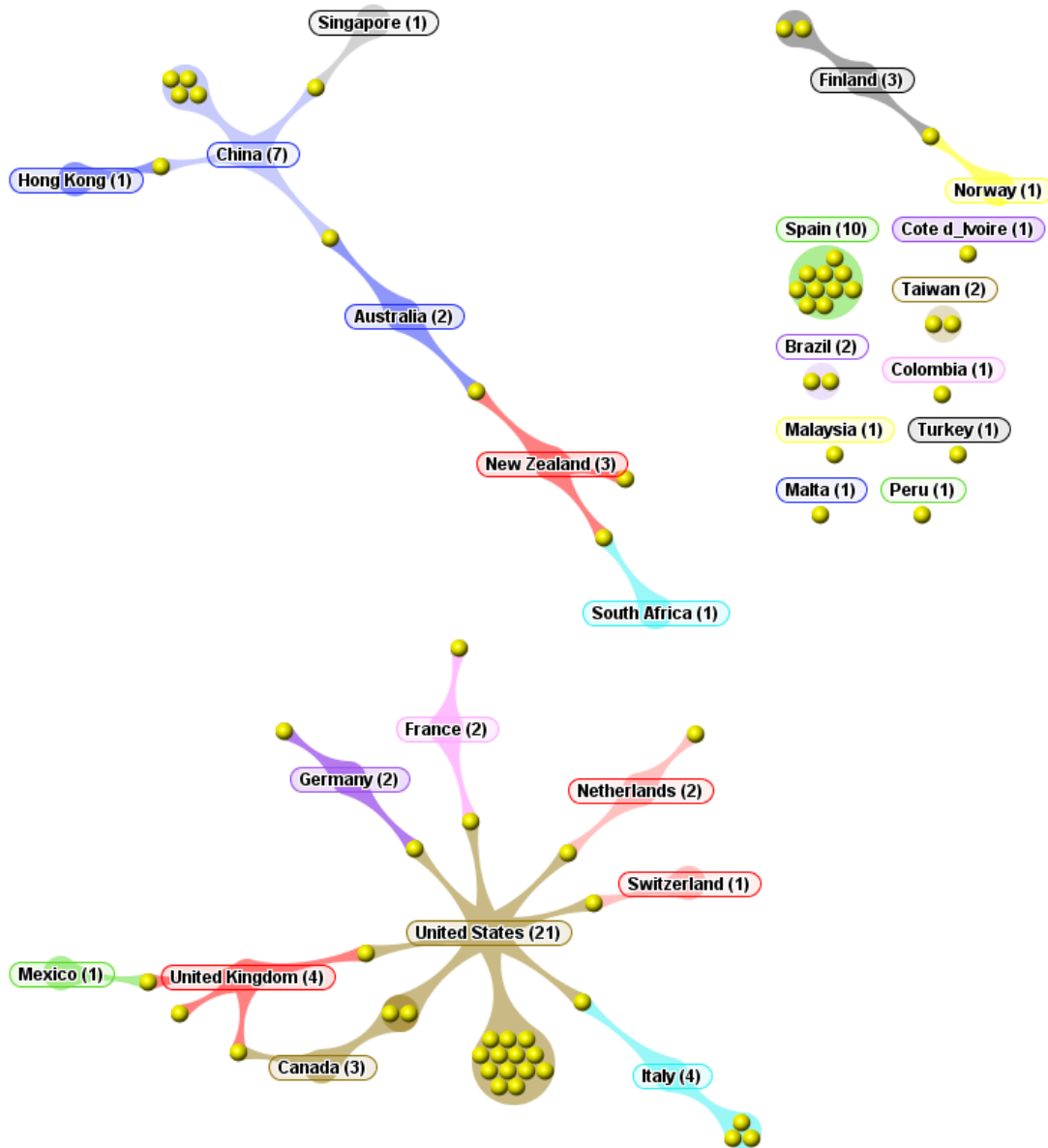


d) Aduna Clúster Map de países

En la Figura 18 se visualiza la aduna de países con la concentración de publicaciones en la temática investigada obtenida a partir de introducir la información descargada de la base de datos SCOPUS®. En ella se evidencian las relaciones que se han forjado entre naciones como Estados Unidos, Reino Unido, Australia y China. Estos países representan el liderazgo en cuanto al número de

publicaciones; a su vez se destacan porque promueven la producción de artículos en cooperación con otras naciones.

Figura 18. Aduna de relaciones entre los 26 países encontrados.



e) Instituciones con mayor número de publicaciones

En la Tabla 10 se aprecian las instituciones que concentran un mayor número de publicaciones sobre la temática. En total existen 97 instituciones, de las cuales nueve tienen dos publicaciones asociadas al tema de investigación, se destaca que todas son universidades y cuatro de ellas son españolas: Universidad de Cádiz, Universidad de Navarra, Universidad de Valencia y Universidad de Zaragoza, estos resultados concuerdan con los resultados exhibidos anteriormente, donde se encuentra que los autores con más publicaciones son de esta nacionalidad y justamente es España el segundo país líder. El listado completo de instituciones se encuentra en el Anexo C.

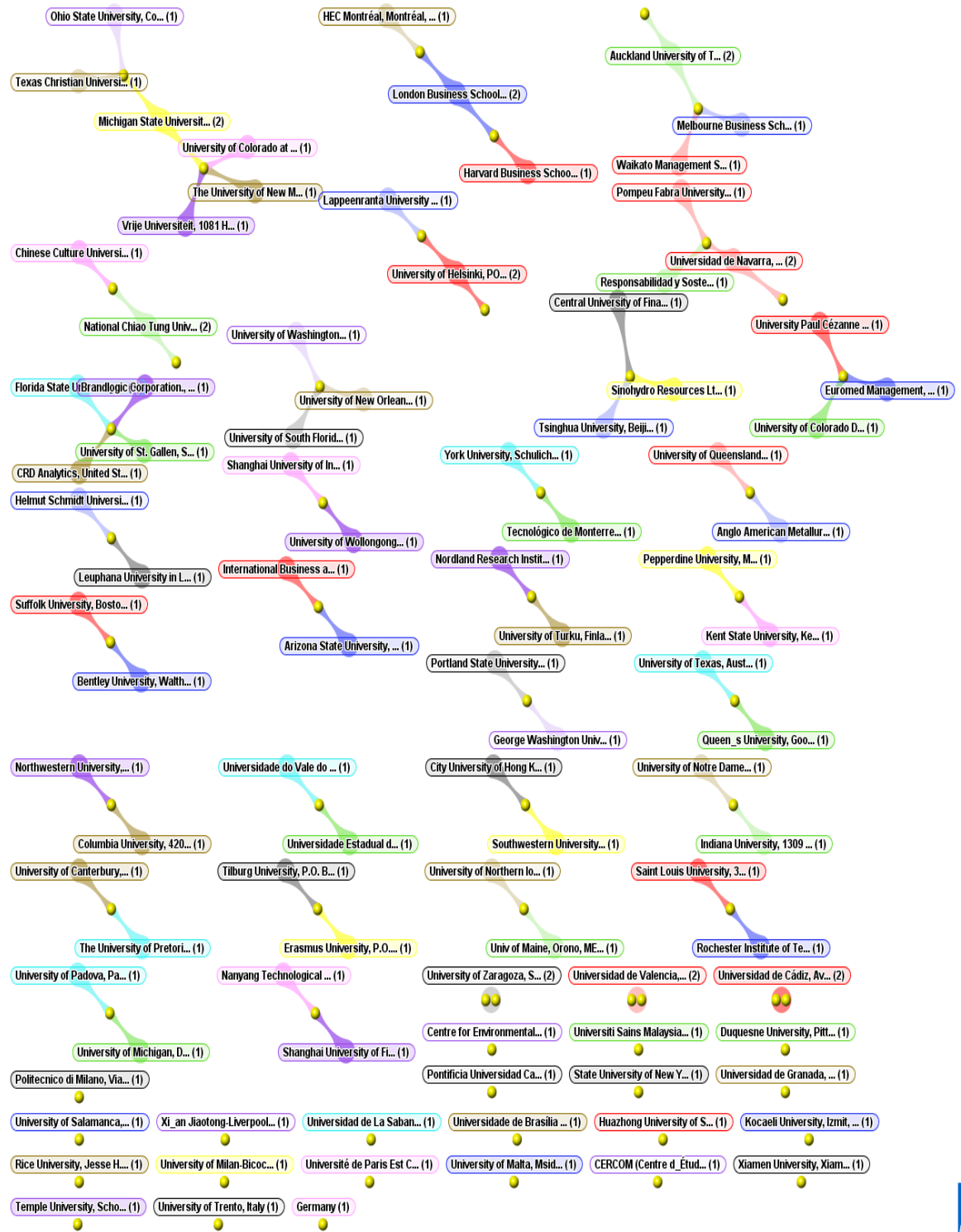
Tabla 10. Listado de instituciones con más publicaciones

Instituciones		No. Artículos
1	Auckland University of Technology, New Zealand	2
2	London Business School, United Kingdom	2
3	Michigan State University, United States	2
4	National Chiao Tung University, HsinChu, Taiwan	2
5	Universidad de Cádiz, Spain	2
6	Universidad de Navarra, Spain	2
7	Universidad de Valencia, Spain	2
8	University of Helsinki, Finland	2
9	Universidad de Zaragoza, Spain	2

f) Aduna Clúster Map de instituciones

En la Figura 19 se visualiza la aduna de relaciones entre las 97 instituciones asociadas al tema de stakeholders desde la Responsabilidad Social. Al respecto las asociaciones se dan entre máximo cuatro instituciones; sin embargo la gran mayoría son publicaciones de una sola institución o dos.

Figura 19. Aduna de relaciones entre las 97 instituciones encontradas



g) Revistas asociadas al t3pico de Responsabilidad Social y stakeholders

De acuerdo a la Tabla 11, el Anexo D evidencia las revistas que concentran las publicaciones referentes al tema de estudio. En total existen 49 revistas de las cuales ocho tienen dos o m3s publicaciones. Se destaca que la revista Journal of Business Ethics de Pa3ses Bajos es claramente la fuente que lidera las publicaciones con un total de cinco art3culos.

Tabla 11. Listado de revistas con m3s publicaciones

Revistas - Fuentes		No. Art3culos
1	Journal of Business Ethics	5
2	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	4
3	Journal of Cleaner Production	3
4	Accounting Forum	2
5	Business and Society	2
6	Business and Society Review	2
7	Business Strategy and the Environment	2
8	Strategic Management Journal	2

h) Art3culos m3s citados o "hot papers"

Seg3n la Tabla 12, se muestra el listado de los "Hot papers" o art3culos m3s citados de la b3squeda realizada, se destaca que entre el primer y segundo art3culo existe una diferencia de 108 citaciones, el primero con una frecuencia de 173 y el segundo con 65. Es relevante se3alar que el art3culo "What we know and don't know about corporate social responsibility: a review and research agenda" de los autores Herman Aguinis y Ante Glavas de la University of Notre Dam en Estados Unidos es el documento que presenta el mayor n3mero de citaciones; es

un meta-análisis** donde se revisó literatura sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en 588 artículos y 102 libros y capítulos de libros.

Tabla 12. Listado de artículos con el mayor número de citaciones encontrados en la literatura

ARTÍCULOS	Año de publicación	Años de citación						Total
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	
What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda (Aguinis y Glavas, 2012)	2012		4	34	48	79	8	173
Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries (Inoue y Lee, 2011)	2011	2	6	15	20	20	4	65
How corporate social responsibility information influences stakeholders' intentions (Alniacik, Alniacik, y Genc, 2011)	2011		5	10	4	16	7	42
Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers (Deng, Kang, y Low, 2013)	2013				6	19	5	30
Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens (Michelon et al., 2013)	2013			1	7	15	6	29

** El crecimiento exponencial de la información, ha llevado al empleo del meta-análisis como mecanismo de resumen de múltiples estudios relacionados con una pregunta específica. Se entiende como la sistemática identificación, valoración, síntesis y si es pertinente, la agregación estadística de todos los estudios sobre un mismo tema, siguiendo un método explícito y predeterminado; en el cual se combinan matemáticamente los resultados de varios estudios para contestar una misma pregunta

ARTÍCULOS	Año de publicación	Años de citación						Total
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Driven to Be Good: A Stakeholder Theory Perspective on the Drivers of Corporate Social Performance (Brower y Mahajan, 2013)	2013			1		7	4	12

i) Adunas Clúster Map de palabras clave

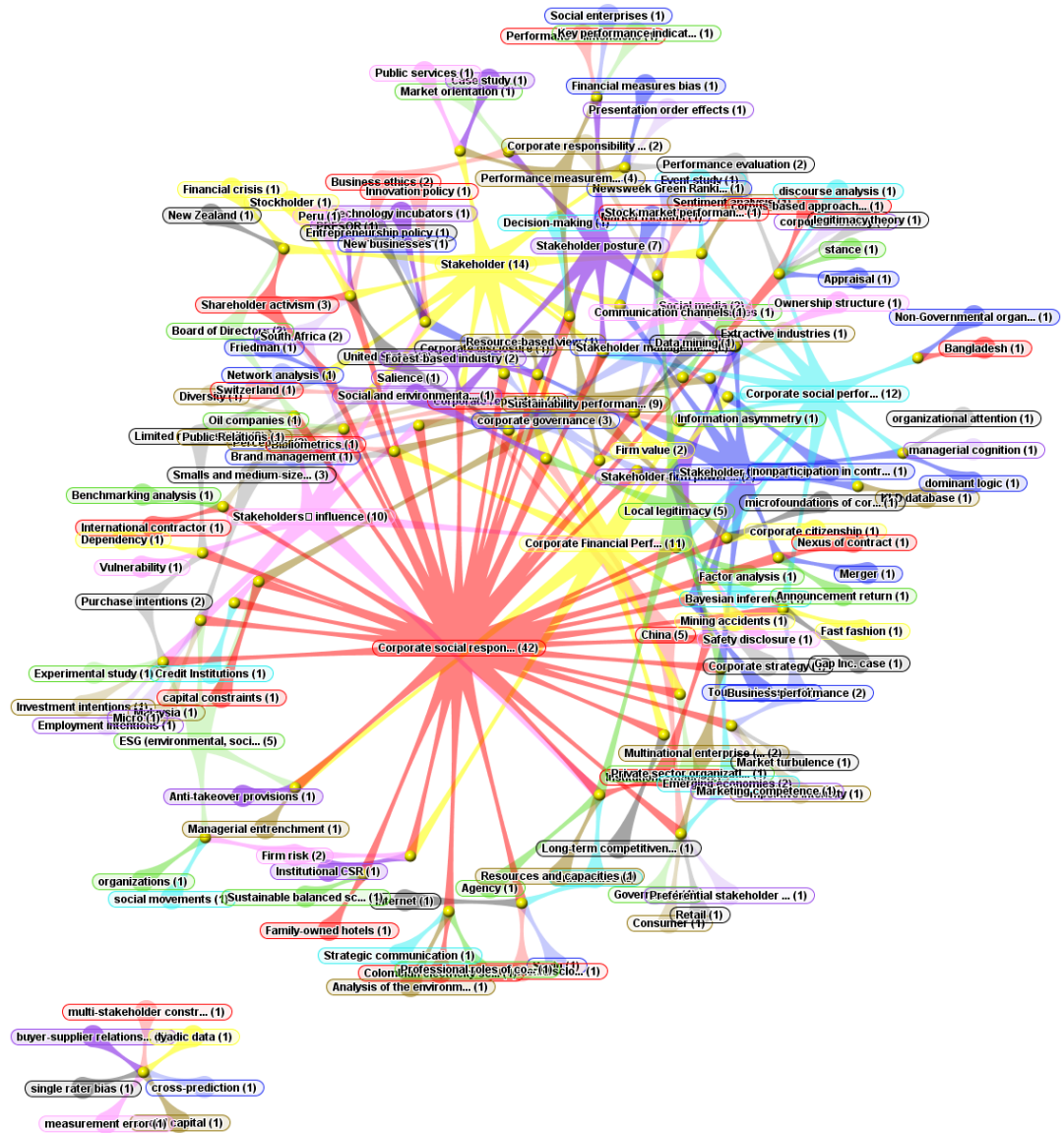
Con el propósito de establecer las relaciones entre las palabras clave de los stakeholders en el marco de la Responsabilidad Social, se realizó inicialmente la exploración de los términos generándose el listado preliminar al proceso de limpieza*** (ver Anexo E).

Precisamente la Aduna Clúster Map de palabras clave se aprecia en la Figura 20 , y muestra un alto grado de dispersión entre los términos lo que dificulta su análisis. De esta manera se decidió utilizar la función de limpieza de datos que provee el software VantagePoint®. Posteriormente en la Figura 21, a primera vista se aprecia que la dispersión disminuye gracias a la limpieza efectuada del listado de palabras clave, conformándose nuevas agrupaciones como consecuencia de la identificación de palabras sinónimas o repetidas. La limpieza como tal y la agrupación en si, en encuentra en el Anexo F.

Dada la dificultad para analizar e interpretar las relaciones entre las palabras, se tomó la decisión de elaborar una aduna con los términos clave que como mínimo se repiten dos veces, tal como se aprecia en la Figura 22 (ver Anexo G).

*** El proceso de limpieza de palabras es una función de limpieza de datos en el software de minería de texto VantagePoint® y se efectuó para obtener los verdaderos términos clave y determinar así la relación entre ellos

Figura 21. Aduna de palabras clave en la fase posterior al proceso de limpieza



Finalmente la Figura 22 muestra la aduna de palabras clave después del proceso de limpieza, obtenida a partir de introducir la información descargada de los 64 artículos de la base de datos SCOPUS®. Esta aduna permite observar el relacionamiento de los términos entre sí, con el propósito de visualizar los conjuntos o clústers que se crean a partir de dichas relaciones o jerarquías. En

3. REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA

Una vez definidos los objetivos del proyecto de investigación titulado: “Revisión sistemática del rol de los “Stakeholders” en el marco de la Responsabilidad Social”, se inició el proceso de búsqueda, identificación, selección y análisis de la literatura. Como se explicó en el numeral 1.3.2, la metodología de revisión sistemática empleada en el presente estudio comprende tres etapas; a continuación se describe cada una de ellas.

3.1 PLANIFICACIÓN DE LA REVISIÓN

El desarrollo de esta investigación inició con la elaboración de la ficha la cual sustenta el por qué realizar una investigación sobre la temática objeto de estudio, seguidamente se procedió a la construcción del plan del proyecto donde se dio inicio a la planificación de la revisión y sirvió como guía para su posterior ejecución.

3.1.1 Identificación de la necesidad de una revisión de literatura. La Responsabilidad Social (RS) de una organización busca responder por sus impactos, tanto ambientales como sociales y de las actividades que realiza para cumplir con su objeto social, lo cual exige una gestión que garantice la sostenibilidad de la sociedad. Es por ello que se propone estudiar la relación entre Responsabilidad Social y las partes interesadas o stakeholders de una compañía, centrándose en encontrar los conceptos particularmente relevantes que permita clasificar las teorías, enfoques y formas de valoración en el tópico objeto de investigación.

3.1.2 Planteamiento y desarrollo del protocolo de búsqueda. Para lograr el propósito de esta investigación, se elaboró un único protocolo de búsqueda que sirvió como punto de partida en la obtención de información utilizada para el análisis bibliométrico y la revisión sistemática de la literatura; por ello el planteamiento y desarrollo del protocolo de búsqueda se explica en el capítulo 2.

3.2 DESARROLLO DE LA REVISIÓN

El desarrollo de la revisión sistemática de la literatura consistió en identificar, seleccionar y evaluar integral y objetivamente los documentos científicos aptos para el estudio en función del plan de acción desarrollado en la etapa de planificación, luego se procedió a la extracción y síntesis de datos que conforman los referentes de la investigación.

3.2.1 Identificación de artículos aptos. La identificación de artículos pertinentes a esta investigación se rigió por la estrategia de revisión planteada en el protocolo de búsqueda e involucró el uso de la ecuación definitiva, tal como se visualiza en la Tabla 5, construida a partir de las palabras clave identificadas por el grupo de revisión y la manipulación de la base de datos SCOPUS®.

3.2.2 Selección de artículos

- **Criterios de selección:** a partir de los resultados obtenidos en la ecuación de búsqueda definitiva (ver Tabla 5), se procedió a aplicar los criterios de selección

(inclusión y exclusión) obteniéndose un total de 591 artículos potencialmente revisables. La Figura 23 contiene los criterios de inclusión y exclusión utilizados en esta investigación.

Finalmente se aplicó el criterio de exclusión a documentos que no tenían relación con la temática de estudio a los 591 artículos iniciales, a través de una lectura rigurosa de títulos, resúmenes y palabras clave descargados de la base de datos SCOPUS®. Asimismo se aplicaron los criterios de calidad que se mencionan en el próximo apartado depurándose el listado inicial hasta obtener un total de 64 publicaciones (ver Anexo A).

Figura 23. Criterios de selección de documentos



- **Criterios de calidad:** de acuerdo a lo propuesto por los autores Tranfield, Denyer y Smart, la revisión sistemática comprende el empleo de un algoritmo explícito para realizar una evaluación de búsqueda de la literatura, dicha

búsqueda requiere ser evaluada con el fin de mejorar la calidad de la revisión y sus resultados, mediante un proceso transparente y replicable (Núñez Gudás, 2002). Los criterios de evaluación de calidad utilizados se exponen a continuación:

- a) Documentos que sustentan, justifican o describen las condiciones de la problemática a estudiar.
- b) Documentos que contribuyen al marco teórico de los stakeholders.
- c) Documentos que contribuyen al marco teórico de la Responsabilidad Social.
- d) Documentos que proporcionan un aporte significativo de información acerca de la relación de los stakeholders con la Responsabilidad Social.

3.2.3 Evaluación de calidad de los documentos. En este apartado se evaluó el listado de artículos una vez aplicados los criterios de calidad, considerando las sugerencias de la literatura (Tranfield, Denyer, y Smart, 2003): un marcador primario*, ser sensible al contexto**, contar con una estrategia de muestreo***, calidad de las fuentes*, adecuación teórica** y generalización***. En la Figura 24 se aprecia el proceso que se ejecutó para la selección del listado definitivo de artículos científicos que se sometió a una lectura rigurosa del contenido para la elaboración del presente estudio.

* Indica que la investigación apunta a explorar los significados subjetivos que las personas dan a experiencias e intervenciones particulares

** Indica que la investigación ha sido diseñada de tal manera que le permita ser sensible/flexible a los cambios que ocurren durante el estudio

*** Se entiende que se definió una estrategia donde se ha seleccionado una muestra de estudio teniendo en cuenta la teoría y/o en atención a los diversos contextos y significados que la investigación tiene como objetivo

* Hace referencia a la calidad de las fuentes de conocimiento de donde se obtuvieron los documentos a revisar

** Indica que se hace explícito el proceso de cómo se utilizan los datos y su interpretación

*** Al generalizar afirmaciones estas provienen lógicamente y/o teóricamente a partir de los datos obtenidos

Figura 24. Proceso de selección de artículos para la lectura rigurosa en el marco de la investigación



3.2.4 Extracción de información y monitoreo del progreso. La extracción de información se hizo mediante el software para investigación cualitativa Nvivo®, el cual es empleado por “muchos investigadores cualitativos que están interesados en evaluar, interpretar y explicar fenómenos sociales”; Nvivo® permite analizar datos no estructurados o semiestructurados como entrevistas, encuestas, notas de campo, páginas web y artículos de revistas y se utiliza en una variedad de sectores; desde ciencias sociales y educación hasta atención de la salud y negocios (QSR, 2014).

Estos resultados corroboran la pertinencia del presente estudio en cuanto a las variables contenidas en los objetivos del plan del proyecto, por cuanto surgen aspectos como stakeholders desde la RS, con sus respectivas teorías, enfoques y metodologías y su relacionamiento; constituyéndose en fundamento para el desarrollo de procesos investigativos y de extensión a posteriori.

Antes de iniciar la lectura rigurosa de cada uno de los artículos, se establecieron en Nvivo® los nodos* con el fin de sintetizar la información recopilada, tal como se aprecia en la Tabla 13.

Tabla 13. Listado de nodos utilizados en el software Nvivo®

Nodo 1	Definición de Stakeholders	
Nodo 2	Definición de Responsabilidad Social	
Nodo 3	Relación de los Stakeholders y la Responsabilidad Social	
Nodo 4	Teorías y enfoques relacionados al tópico	
	Sub-nodo 4.1	Teoría de los Stakeholders
	Sub-nodo 4.2	Teoría de la Responsabilidad Social
Nodo 5	Valoración de los Stakeholders	
	Sub-nodo 5.1	Metodologías y modelos asociados al tópico

Conformados los nodos, realizada la lectura minuciosa de la muestra de artículos y mediante el procesamiento de información en el software, se obtuvo la participación de los autores en los mencionados nodos; la Figura 25 y la Figura 26 señalan el aporte de los investigadores a cada segmento, nótese que cada color permite visualizar las concentraciones. No obstante, no es posible evidenciar tendencias como tales, seguramente por la escasa trayectoria que tiene la temática en cuestión. Lo que sí es significativo es la alta dispersión de datos y la mínima participación del color marrón que representa a las metodologías y modelos de stakeholders y RS.

* Los nodos son depósitos para las codificaciones que permiten recopilar material relacionado en un lugar, de modo que se pueda buscar patrones e ideas emergentes

Figura 25. Aporte porcentual de información codificada de cada artículo en los nodos (Parte 1)

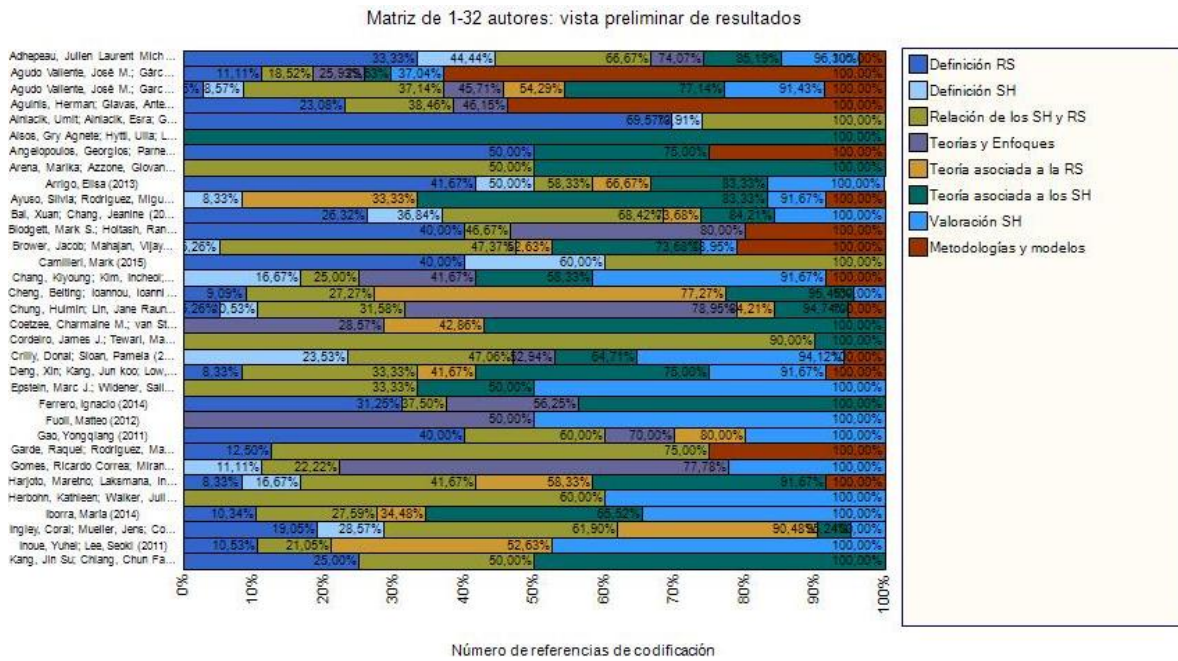
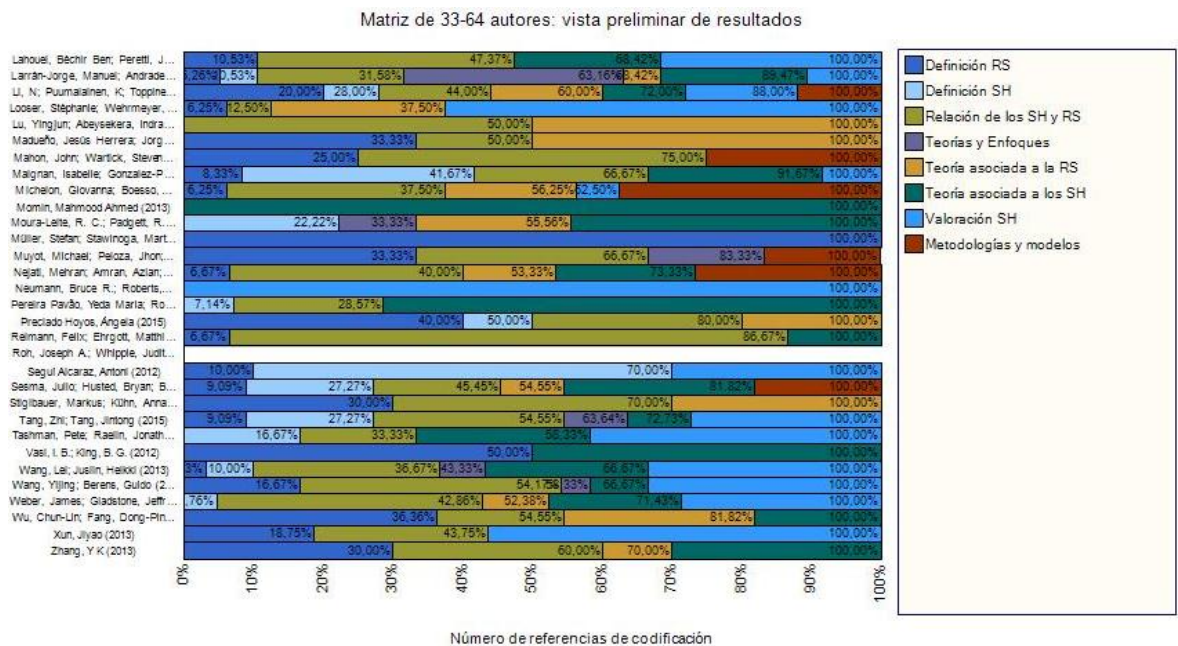


Figura 26. Aporte porcentual de información codificada de cada artículo en los nodos (Parte 2)



En el Anexo H, el informe generado por Nvivo® muestra la participación porcentual de cada artículo en los nodos: en la tabla se aprecia el código de colores** que el software utiliza para identificar fácilmente donde están los mayores aportes y de esta manera ir monitoreando el progreso de la investigación.

De otra parte, se procedió a la identificación de las 100 palabras de mayor repitencia, utilizando la función de agrupación de palabras similares del software Nvivo® (la agrupación se hace considerando la raíz de las palabras). En el Anexo I se aprecia la palabra, la longitud que le corresponde, el conteo y las derivaciones de palabras similares, pero que tienen igual raíz. La Figura 27, cloud-map visualiza las 100 palabras que mayoritariamente se repiten en los 64 artículos revisados. De esta forma se validó que efectivamente los documentos son pertinentes y están alineados con los objetivos de la investigación. Nótese que el tamaño de las letras es proporcional a la frecuencia del conteo de cada palabra.

** El código de colores consiste en utilizar tonalidades de color azul para que a simple vista se identifique el aporte porcentual de los artículos en la construcción de los nodos; el color azul se hace más intenso en la medida que el porcentaje es mayor o se hace celeste si el porcentaje es bajo

3.2.5 Síntesis de información. La síntesis de la información corresponde al análisis de la información codificada en cada uno de los nodos creados en el software de análisis cualitativo Nvivo®, el cual permite exportar informes por cada nodo, que contienen de manera resumida los fragmentos de contenido correspondientes a cada una de las temáticas definidas. Los resultados obtenidos en este proceso se exponen en el capítulo 4 del presente compendio.

3.3 REPORTE Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS

Este acápite corresponde a las últimas actividades propias de una revisión sistemática de la literatura, donde se deben publicar los resultados obtenidos. En este sentido, con los resultados de la investigación, se han realizado las siguientes publicaciones con el ánimo de reportar y difundir el conocimiento construido:

3.3.1 Ponencia aprobada y presentada en congreso internacional

- **Evento:** Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations, organizada por Common Ground Publishing.
- **Lugar:** Honolulu, en el estado de Hawái de Estados Unidos.
- **Fecha:** 19 y 20 de abril de 2016
- **Título de la ponencia:** The Social Responsibility of Stakeholders and the Business Success
- **Resumen:** This paper aims to share the results of the assessment of scientific production related to the role of stakeholders in the framework of social responsibility; based on data mining from documents published in databases with international recognition. The methodology comprises four stages: the first

one is the selection of databases; the second one, prototyping the "search equation," by entering different combinations of keywords, as well as the definition of selection criteria in an observation window from 2011 to 2015. The third stage is the selection of items according to its relevance and timing, applying selection criteria previously defined in the study, and finally an analysis of information supported in the specialized software VantagePoint® is performed. The results highlight the importance of the relationship between stakeholders and social responsibility, as a way to ensure business success. Hence, the dynamics of publication signals a parameter of rapid growth between 2012 and 2014; United States stands out as a leading country with a large number of publications, followed by a significant difference by Spain and the UK.

En el Anexo J se encuentra el certificado de la participación como ponente del investigador/estudiante Juan Sebastián Bautista Zárate en el Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations. Se enfatiza que la publicación se hizo en resumen y en extenso.

3.3.2 Noticia publicada en la página web de la Universidad Industrial de Santander. Una vez que se realizó la ponencia en la ciudad de Honolulu – Hawái, se remitió la información acerca de este evento a la Vicerrectoría de Investigación y Extensión de la Universidad Industrial de Santander con el objetivo de hacer divulgación de los resultados de este estudio. En el siguiente link se encuentra la noticia publicada:
<http://www.uis.edu.co/webUIS/es/rss/noticia.jsp?id=535&canal=4110.xml&facultad=ppal>

3.3.3 Ponencia aprobada para presentarse en congreso internacional

- **Evento:** 5to Congreso Internacional de Gestión Tecnológica y de la Innovación organizado por la Universidad Industrial de Santander a través del grupo de investigación INNOTECH.
- **Lugar:** Bucaramanga, en el Departamento de Santander, Colombia.
- **Fecha:** 25, 26 y 27 de octubre de 2016.
- **Título de la ponencia:** Conceptual synthesis of the role of "Stakeholders" in the context of Social Responsibility.
- **Resumen:** The relationship between Social Responsibility (RS) and the success of organizations has been widely studied in the literature and is based on the argument that RS generates impacts on all stakeholders, both internal and external. This article aims to socialize the conceptual synthesis of the most relevant aspects associated with the role played by "stakeholders" in the context of social responsibility; this research is based on the methodology proposed by Tranfield, Denyer, y Smart (2003) which comprises three stages: review planning, review development, and interpretation and presentation of findings; also, in order to organize, analyze and find perspectives in unstructured or qualitative data the qualitative analysis software NVivo® was used, with which it was possible to identify similarities in the concepts of the subject under study. According to the results, it is valid to infer that the expectations and points of view of stakeholders have a high direct influence on the social performance conducted by companies.

En el Anexo K se encuentra la comunicación recibida por COGESTEC 2016 donde se informa que la ponencia ha sido aprobada para presentarse en el evento. La publicación constará de resumen, texto extenso, y tendrá código ISBN.

3.3.4 Artículo presentado y aprobado con ajustes para ser publicado

- **Revista:** International Journal of Knowledge, Culture, and Change in Organizations: Annual Review.
- **Estado del artículo:** el documento fue enviado a Common Ground Publishing y ha sido aprobado con observaciones por pares calificadores para ser publicado.
- **Título:** Bibliometrics of Social Responsibility from Stakeholders
- **Resumen:** This paper aims to share the results of the assessment of scientific production related to the role of stakeholders in the framework of social responsibility; based on data mining from documents published in internationally recognized databases. The methodology consists of four stages: the first one is the selection of databases; the second one, prototyping the "search equation," by entering different combinations of keywords, as well as the definition of selection criteria in an observation window from 2011 to 2015. The third stage is the selection of items according to its relevance and timing, applying selection criteria previously defined in the study, and finally, the fourth stage is the analysis of information performed in the specialized software VantagePoint®. The results highlight the importance of the relationship between stakeholders and social responsibility. Hence, the dynamics of publication points a parameter of rapid growth between 2012 and 2014; United States stands out as a leading country with a large number of publications, followed by a significant difference by Spain and the UK.

En el Anexo L se encuentra la comunicación recibida por Common Ground Publishing donde se informa que el artículo ha sido aprobado con observaciones para ser publicado, y en el Anexo M se encuentra el artículo completo enviado para ser publicado.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

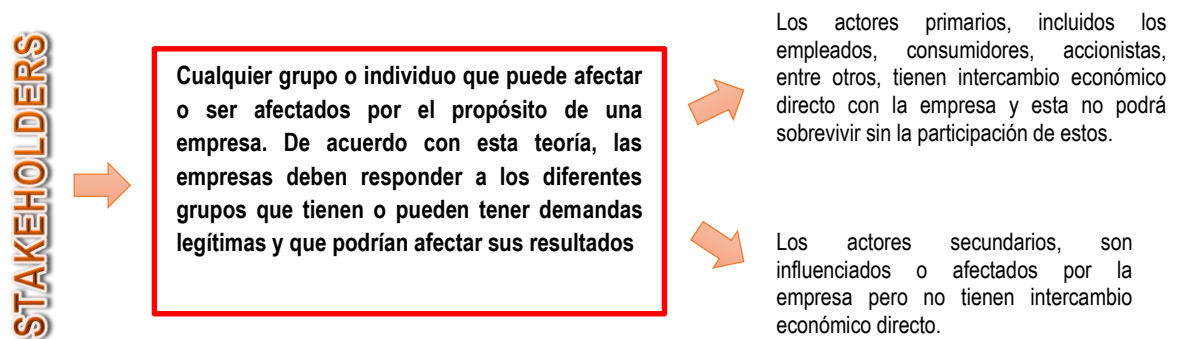
4.1 STAKEHOLDERS

Durante años las prácticas empresariales, la conducta ética de las organizaciones y la transparencia en la gestión empresarial han servido como instrumentos para entender el entorno social y para desarrollar procesos de planificación estratégica; no obstante, es hasta la década de los ochenta que se hizo notar que los stakeholders representaban un factor importante en el éxito organizacional, puesto que para alcanzar las metas productivas propuestas y el crecimiento del negocio, no sólo era válida la aceptación de los accionistas sino también del capital humano de la empresa y la sociedad en general. Es decir, el valor de la empresa se comienza a medir por los beneficios a corto, mediano y largo plazo de los accionistas y las respuestas a las necesidades de los stakeholders.

Hoy día, la creciente apropiación del tema en relación a la definición “los stakeholders son individuos o grupos dentro del sistema de la organización que tienen alguna posibilidad de influir en la reputación o ser impactado por las actividades organizacionales”, ha hecho que autores definan y sistematicen investigaciones, artículos y ensayos, a fin de develar la complejidad de los atributos de los individuos no como seres dentro de la sociedad sino como actores clave en la participación empresarial para el logro de fines comunes que contribuya al bienestar social y mejoren su calidad de vida. De esta manera, el presente capítulo permite el acercamiento conceptual y teórico de los stakeholders mediante la revisión de literatura de 64 artículos establecidos en el estudio.

4.1.1 Definiciones de stakeholders. Existe en la actualidad amplia bibliografía sobre el tema en stakeholders; sin embargo, la mayoría de autores concuerdan que es el filósofo Edward Freeman* el padre de la conceptualización de los grupos de interés, puesto que es el año de 1984 bajo su libro “Strategic Management A Stakeholder Approach”, que afirma que el mundo de los negocios asume nuevos roles administrativos y productivos frente al cambio globalizado de las tecnologías, comunicaciones y el sistema económico; las empresas pasaron de ser pequeñas casas familiares a convertirse en corporaciones multinacionales con representativos avances en sus acciones empresariales, pero también con significativas afectaciones a la sociedad y el entorno que las rodea. De ahí, que en las organizaciones exista un sinnúmero de intereses en juego y no sólo los de los accionistas y propietarios, el concepto de stakeholders hacía relevante las responsabilidades organizacionales ante todos los grupos y no únicamente hacia los accionistas (Seguí Alcaraz, 2012) (ver Figura 29).

Figura 29. Definición de stakeholders



* Edward Freeman (nacido el 18 de diciembre de 1951) es un americano filósofo y profesor de administración de empresas en la Darden School de la Universidad de Virginia, especialmente conocido por su trabajo en la teoría de las partes interesadas (1984) y en las obras de negocio

En este marco conceptual, cualquier individuo que pueda afectar los objetivos de las organizaciones y cualquier persona que sea afectada por su realización, se considera que hace parte de los stakeholders. Las acciones empresariales y las actividades productivas de la misma, traen consigo impactos directos e indirectos al bienestar de muchas partes interesadas, incluidos los accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, entorno natural, el gobierno y la sociedad en general, por cuanto las expectativas de cada grupo de interés se definen en consonancia con las necesidades que requiera (Alniacik, Alniacik y Genc, 2011). Las reacciones de la empresa a estas expectativas son fundamentales para su éxito actual y sostenibilidad en el futuro.

Tal como lo afirman Ayuso, Rodriguez, Garcia-Castro y Arino (2014), las partes interesadas de una empresa pueden ser definidas como "los individuos y grupos que contribuyen, de manera voluntaria o involuntariamente, a su capacidad y actividades de creación de riqueza, y que son, por lo tanto sus potenciales beneficiarios y / o portadores de riesgo"; es por ello, que la atención a las personas que integran dichas partes (influencias exógenas), será importante en la influencia corporativa, por cuanto puede acarrearle éxito e implicaciones tanto en la gestión empresarial como en su imagen organizacional.

De acuerdo con la definición expuesta por Freeman, "una de las partes interesadas en una organización es (por definición) cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectados por el logro de los objetivos de la organización". El autor Bryson (1995) propuso una definición que va más allá de las afectaciones y plantea que los stakeholders pueden establecer una reclamación de propiedad a una organización para defender sus derechos y pedir garantía sobre las respuestas a su realidad. Los ejemplos de estos grupos de interés se refieren al órgano gubernamental, sindicatos, organizaciones sociales, partidos políticos, la

comunidad financiera y ciudadanos (Gomes y Miranda Gomes, 2011). De igual forma, Chung, Lin y Yang, (2012) manifiestan que estas reclamaciones de propiedad, derechos e intereses se enfatizan en los objetivos empresariales frente a las acciones responsables con el medio social y ambiental que los rodea.

A medida que la definición primaria de los stakeholders expuesta por Freeman (1984), ha revolucionado el mundo empresarial frente a las afectaciones de los grupos de individuos, este autor con el transcurrir de los años evoluciona en su concepto e incluye nuevos actores tales como: proveedores, bancos, ambientalistas y otros grupos que pueden ayudar o impedir la empresa. Por esta razón, Clarkson (1995) define los stakeholders como primarios y secundarios; los primarios son personas que sin su participación continúa en la empresa, no puede sobrevivir como negocio en marcha.

Este grupo está compuesto por los accionistas e inversores, empleados, clientes y proveedores, junto con lo que se define como el grupo de interés público: los gobiernos y las comunidades que proporcionan las infraestructuras y mercados, cuyas leyes y reglamentos deben ser obedecidas, es decir, existe una interdependencia entre la empresa y sus grupos de interés primarios (Moura-Leite, Padgett y Galan, 2014). Los secundarios, por el contrario, son aquellos que influyen o afectan, o están influidos por la empresa, pero no realizan operaciones directas y no son esenciales para su supervivencia. Esta definición “amplia” de los grupos de interés secundarios da paso a los medios de comunicación y las organizaciones no gubernamentales, puesto que tienen capacidad de movilizar a la opinión pública en apoyo o en contraposición al rendimiento de una empresa (Moura-Leite et al., 2014).

En sí, pasar de un concepto específico a una amplia definición de los grupos de interés, introdujo el concepto de la prominencia de los interesados, tratando de explicar qué condiciones están en su lugar cuando los gerentes hacen considerar ciertas personas o entidades como partes interesadas desde una perspectiva estratégica de gestión de los interesados "quién y lo que realmente cuenta en la organización"; de esto modo, se definen los stakeholders a partir de tres variables: poder de influir en la empresa, la legitimidad de las partes interesadas las relaciones con la empresa, y la urgencia de los grupos de interés acreedores de la empresa.

4.1.2 Teoría de los stakeholders. La teoría de los stakeholders se ha presentado tanto en el marco de las teorías de la organización a modo de gestión empresarial que parte de la ética dialógica y fundamenta el desarrollo de las estrategias en Responsabilidad Social (Freeman, 1984); como una superación del enfoque macroeconómico o la teoría neoclásica que identifica la maximización del crecimiento económico de la empresa y, por tanto, hace de los propietarios los únicos implicados en dicho objetivo (Agudo Valiente, Garcés Ayerbe y Salvador Figueras, 2015).

El éxito convencional de la teoría de los stakeholders de Freeman en relación a la propuesta por Friedman, es definida por ser una metodología que permite la creación de riqueza y la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés, puesto que la teoría macroeconómica pone en duda la administración de la organización y se convierte en un elemento perjudicial para la racionalidad empresarial. Según Brooks (1994) en la conferencia de Toronto**, el concepto de stakeholders ofrece una perspectiva mucho más amplia e institucional de la

** Prospectors y Developers Association of Canadá - PDAC 2014, evento internacional enfocado en las políticas, programas y proyecto para el aprovechamiento de la minería para promover el desarrollo, teniendo en cuenta la base de todo proceso económico, social y ambiental, que son los stakeholders

rendición de cuentas de una empresa en respuesta a la sociedad. Asimismo, se establece como el factor fundamental para la promoción de una nueva alternativa al enfoque tradicional de Friedman en la que los beneficios monetarios son el único objetivo. Esta teoría se refiere a la necesidad de equilibrar las necesidades de los accionistas con otros requisitos de los grupos de interés (Ferrero, 2014).

Aunque en un primer momento la teoría propuesta por Freeman tiene sus inicios en la vocación estratégica de gestión, autores como Carroll (1979) discuten que ésta se desarrolla en las condiciones legales y compromiso éticos de la organización, “los stakeholders son todos los involucrados con el funcionamiento, desarrollo, gestión y éxito económico de la empresa. De esta manera, la empresa se convierte en la unidad que produce bienes y servicios a satisfacción de la sociedad; se mueve dentro de un movimiento regido por normas que debe cumplir y promueve la ética para el desarrollo humano” (Harjoto, Laksmana y Lee, 2015). Es decir, la percepción generalizada o suposición de una empresa hacia condiciones deseables, adecuadas o apropiadas dentro de un sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones”.

Donaldson y Preston (1995) proporcionan una mayor profundidad analítica a la comprensión de la teoría de los stakeholders expuesta por Carroll, mediante la articulación de cuatro dimensiones: (1) se basa en lo descriptivo, porque representa lo que los gerentes realmente hacen respecto a las relaciones comerciales de la organización; (2) es instrumental al definir los resultados o consecuencias de las acciones específicas realizadas por los administradores en nombre de sus organizaciones; (3) se fundamenta en lo normativo en respuesta a la cuestión ética que deben hacer los gerentes u organizaciones; y (4) permite la gestión en la búsqueda de la ayuda de los profesionales en el aprendizaje de

cómo manejar mejor la compleja red de relaciones con los interesados (Weber y Gladstone, 2014).

En este sentido, las razones del interés por la teoría de los stakeholders se enmarcan en una lógica empresarial que permite la configuración de las partes interesadas dentro de los aspectos éticos, legales, económicos y socialmente responsables de la organización. María Iborra (2014), especialista en Responsabilidad Social Empresarial de la Universidad de Valencia – España, señala que la teoría de los stakeholders enfatiza su importancia en:

- Permitir pensar en un nuevo paradigma empresarial, donde existe una comprensión de la empresa plural. Por tanto, ésta no es cosa de uno (accionista o propietario), ni exclusivamente de dos (propietarios y trabajadores), si no que la empresa debe ser entendida desde la pluralidad de «agentes» —los que afectan— que intervienen en ella y, por tanto la hacen posible, así como desde todos aquellos «pacientes» —los que son afectados— por la organización empresarial.
- Comprender que entre los distintos stakeholders que configuran la empresa se establece una serie de relaciones que pueden ser entendidas desde la perspectiva no sólo del contrato jurídico o del contrato social, sino del contrato moral; es decir, entre los distintos stakeholders que configuran la organización empresarial existen expectativas recíprocas de comportamiento, algunas de ellas con carácter legítimo que deberán ser satisfechas desde dentro del marco de las relaciones empresariales.
- Y derivado del anterior, facilitar la visión de la existencia de una responsabilidad social, entendida en sentido ético, de la organización empresarial.

Esta teoría ofrece un aspecto macro de la empresa, al permitir vislumbrar el panorama de la gestión empresarial desde los sistemas sociales, culturales,

políticos y económicos. Por una parte, la concepción de la empresa, como una institución social inscrita en un sistema abierto, dinámico y de interdependencias entre sus instituciones, muestra que ésta actúa dentro de sistemas sociales, político-administrativos y económicos que imponen límites o constricciones al actuar de la empresa pero que también se ven modificados por las políticas, estrategias y valores de la empresa. Por otra parte, la concepción de responsabilidad que conlleva el enfoque de stakeholders, como una co-responsabilidad, poniendo de manifiesto que la empresa no funciona en un vacío social y moral y, por tanto, que los sistemas en los que se inserta también deben ser revisados para que pueda la empresa acometer tal responsabilidad (Zhang, 2013).

Es por estas razones, que la teoría de los stakeholders, es quizás hoy en día una de las más utilizadas para tratar de desarrollar propuestas teórico-prácticas plausibles y reales de la Responsabilidad Social. Concretamente, la propuesta planteada por los autores Coetzee y van Staden (2011) consiste en que una corporación que quiera gestionar su responsabilidad debe tener presente que tal responsabilidad se define a partir del diálogo con todos sus stakeholders, tratando de averiguar en tal diálogo qué intereses y valores son comunes a todos ellos y por tanto universales; qué intereses y valores son propios de cada grupo o de alianzas grupales y cuáles son simplemente intereses y valores particulares.

En concordancia, Elisa Arraigo (2013) aduce que la evaluación del desempeño de una organización debe incluir la valoración de todos sus interesados, puesto que son ellos los jueces frente a las acciones empresariales; en consecuencia, la medición de la Responsabilidad Social es en términos de satisfacción de los grupos de interés. Se refiere a la capacidad de la empresa para cumplir con las expectativas de las partes interesadas en relación con los asuntos sociales. Desde

este punto de vista, la RS no es propiedad de los accionistas por sí solas, sino un compromiso ético por todas las partes interesadas; por lo tanto, la creación de valor compartido para todos los stakeholders es sin duda una forma de inversión de las empresas que en última instancia aumentará los beneficios económicos propios y contribuirá con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

De esta manera, la teoría de los stakeholders enfatiza en dar respuesta a la sociedad desde la gestión eficiente de la RS. Es decir, es parte esencial para el análisis de las empresas y su forma de interactuar con los grupos de interés; es la herramienta para el tránsito de la ética organizacional hacia la Responsabilidad Social, como una exigencia del pensamiento social, que permite la participación empresarial de todos los individuos como actores clave que pueden y deben exigir los derechos de un entorno económico, social, político y ambientalmente sostenible.

En el Anexo N se muestra la tabla que resume las definiciones encontradas sobre la teoría de los stakeholders; además de los autores relacionados con cada concepto.

4.2 TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social ha adquirido relevancia a nivel internacional y nacional como una gestión responsable de la organización que permite equilibrar el crecimiento económico y la competitividad de una empresa, con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad y la preservación del medio ambiente. Aunque existe un cierto nivel de incertidumbre por su conceptualización; son evidentes los

esfuerzos de autores y de las organizaciones sociales más representativas del mundo como la CEPAL^{***}, el PACTO MUNDIAL^{*} y la ANUE^{**}, por desarrollar la temática fundamentalmente principiando por su definición. De esta manera, este acápite presenta el acervo teórico relacionado con la RS, soportado en la revisión de la literatura científica de los 64 artículos objeto de estudio de la investigación, a partir de la aplicación del concepto y los enfoques existentes al interior de cada organización desde la perspectiva de diferentes investigadores.

4.2.1 Definición de Responsabilidad Social. La influencia de la organización desde finales del siglo XIX y su papel participativo en el crecimiento económico de los países durante todo el siglo XX, han hecho que hacia el siglo XXI, las miradas de la sociedad planeen su comportamiento productivo desde la articulación de lo económico, lo social y lo ambiental como una célula que garantiza la capacidad organizacional y el bienestar colectivo desde una nueva práctica empresarial con miras en acciones sociales, conocida como “Responsabilidad Social”. Esta gestión responsable de la organización se establece a partir de cuatro responsabilidades que permiten el rendimiento de una empresa con referencia al valor compartido (Arrigo, 2013) (ver Figura 30).

^{***} La misión de la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) en el área del Desarrollo Productivo y Empresarial es generar y difundir análisis y propuestas de políticas sobre la estructura y dinámica de los sistemas de producción e innovación a nivel microeconómico y sectorial y sus determinantes, prestando atención a sus impactos económicos, sociales y ambientales

^{*} El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar 10 principios universalmente aceptados para promover la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas

^{**} Conscientes de la importancia de apoyar, estimular y difundir el modelo de organización corporativa, la Asociación para las Naciones Unidas en España, como miembro fundador del Pacto Mundial en España, empezó a desarrollar el año 2005 el proyecto Territorio Socialmente Responsable (TSR), intentando aplicar los objetivos del Global Compact, incluyendo los ámbitos de Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), para el desarrollo de políticas de mejora de las empresas delante de la sociedad; y la Responsabilidad de la Administración Pública (RSA), dentro del sector público, para la cohesión social y el desarrollo de buenas prácticas.

Figura 30. Clasificación de definiciones sobre Responsabilidad Social



- **Responsabilidad económica:** al estudiar los diferentes aportes de los autores especialistas en Responsabilidad Social, es frecuente afirmar la finalidad del concepto en la dinámica económica. En este sentido, la RS desarrollada desde ésta perspectiva se fundamenta en dos concepciones: la primera hace referencia a la responsabilidad con ánimo de lucro que parte del interés financiero de la organización, y la segunda se relaciona con la responsabilidad del beneficio mutuo (empresa y stakeholders), es decir en la optimización del rendimiento de la empresa y los impactos sobre su entorno y las partes interesadas.

En relación a la perspectiva con ánimo de lucro, Friedman^{***} (1970) afirma que la definición de la RS es el argumento para diluir el propósito principal de la

^{***} Milton Friedman (Nueva York, 31 de julio de 1912 - San Francisco, 16 de noviembre de 2006) fue un estadístico, economista e intelectual estadounidense de origen judío que se desempeñó como profesor de la Universidad de Chicago. Liberal y defensor de su doctrina sobre el libre mercado, Friedman realizó

organización, imponiendo costos adicionales que reducen la eficiencia económica, la competitividad y la rentabilidad de la empresa; por tanto, si se considera la Responsabilidad Social como un objetivo organizacional, ésta debe referirse a la gestión eficaz y eficiente vinculada directamente con el beneficio económico y la maximización de la producción como un interés propiamente capitalista de la organización (Alniacik, Alniacik y Genc, 2011).

De acuerdo con lo expuesto por Friedman, los autores Cheng, Ioannou y Serafeim (2014) en su estudio "Corporate social responsibility and access to Finance", precisan que la Responsabilidad Social se establece como la misión organizacional que garantiza impactos positivos en la empresa mediante el mejoramiento del acceso a recursos valiosos, el aumento de la demanda, calidad y comercialización de los productos y servicios y en el fomento de la legitimidad social a partir de la imagen corporativa y financiera.

De esta manera, las empresas se alinean con la afirmación de Friedman en la medida que la adopción y la práctica de "Responsabilidad Social Corporativa" desde la participación de la comunidad es una distracción de su obligación principal que es la de actuar con sus accionistas con intereses económicos; es decir, la RS debe ser dirigida a maximizar el valor de estos y a acrecentar los beneficios de la organización hacia un negocio sostenible. Sí existe el propósito de los gerentes de trabajar hacia el mejoramiento de la sociedad, debe hacerse por cuenta propia como persona privada y no por medio de sus directores y a expensas de las ganancias de la empresa (Ingley, Mueller, y Cocks, 2011).

En cuanto a la Responsabilidad Social orientada al beneficio mutuo, Porter y Kramer (2011) definen la RS de una forma integrada, en la cual el beneficio más representativo de una organización se relaciona con la articulación de los impactos sociales y las utilidades de la empresa a largo plazo; ellos prevén el uso de las competencias básicas para crear valor social y un nuevo capitalismo empresarial. Se enfatiza en la coherencia del crecimiento económico organizacional con la teoría de las partes interesadas (Blodgett, Hoitash y Markelevich, 2014).

Los autores Ofori y Hinson (2007) afirman que una empresa es socialmente responsable cuando trasciende la maximización del beneficio económico para incluir las responsabilidades de la empresa a una amplia gama de partes interesadas, incluidos los empleados, clientes, la comunidad y el medio ambiente. Asimismo, Elkington (2001) explica que al hablar de RS se enfatiza en la capacidad de autorregulación de las empresas al ofrecer un mecanismo para mejorar el desempeño social y ambiental de la organización, y representa el instrumento por excelencia para la gestión de relaciones con los interesados (Gao, 2011).

De modo que la RS se convierte en el compromiso organizacional para prevenir, mitigar y minimizar los impactos que permean el beneficio de los stakeholders; además de prever por el rendimiento administrativo y financiero de la empresa hacia una gestión sostenible de la producción (Alniacik et al., 2011). La reputación empresarial no se mide por sus relaciones públicas, sino por la responsabilidad de crear beneficio mutuo tanto para la comunidad como para la organización, teniendo como base la dinámica de sus stakeholders y su deber está en dar permanencia a los recursos físicos, humanos y financieros de la organización.

- **Responsabilidad ética:** la inclusión de elementos éticos en el concepto de Responsabilidad Social ha evolucionado de manera que se entiende la gestión empresarial desde las acciones éticas y morales para el cumplimiento del compromiso de brindar a la sociedad los beneficios que sus principios misionales les ha encomendado. Esta perspectiva conceptual implica un cambio de la función comercial del marketing al desarrollo de actividades empresariales estrechamente ligadas con la dimensión humana de la organización.

La tesis integradora de lo ético y del mundo de la empresa, aparece como una propuesta para conseguir desarrollar una teoría de stakeholders, en donde la RS se concibe como la gestión de las acciones empresariales encaminadas a garantizar que la organización realice lo que la sociedad y el capital humano de ésta, consideran correcto para el desarrollo colectivo; tal como lo afirma Freeman (2008), la idea de responsabilidad puede ayudar a integrar ambos mundos, el de la ética y el de la empresa al vincular en su misión organizacional los hábitos, valores y actitudes comunes que legitiman su actuar empresarial con su entorno social (Iborra, 2014).

Estas acepciones del término RS con la ética son coherentes con algunas de las perspectivas de los autores Canto-Mila y Lozano (2009), los cuales defienden que la responsabilidad debe ser entendida como un compromiso ético de la empresa; compromiso en el que deciden y optan por ser responsables, por responsabilizarse de algo (un interés) o de alguien (una persona o un grupo) y por actuar frente a estrategias que prevengan y minimicen los daños ocasionados. En otras palabras, la organización como sujeto activo de responsabilidad, reconoce, valora y acepta las consecuencias de sus decisiones bajo los lineamientos de sus principios éticos empresariales (Iborra, 2014).

Es relevante aclarar que Hutchins y Sutherland (2008), coinciden en este sentido, en la medida que aducen que la Responsabilidad Social no tiende a consolidarse sólo como el respeto al medio ambiente y el uso de sistemas de producción limpia, sino que también sus líneas de acción incluyen conductas éticas articuladas con el bienestar de los grupos de interés (clientes, proveedores, empleados, autoridades públicas y el público en general) y la rentabilidad de la empresa (Agudo Valiente, Gárces Ayerbe, y Salvador Figueras, 2012).

Por lo anteriormente expuesto, el concepto ético de RS de una empresa implica comportarse de manera justa y responsable para asegurar el beneficio de la sociedad desde acciones morales establecidas en sus valores y principios organizacionales, sin desconocer que su planeación estratégica vele por la maximización de sus intereses a corto, mediano y largo plazo.

- **Responsabilidad legal:** el carácter de obligatoriedad de la RS se refiere al cumplimiento de normas y leyes establecidas en la regulación de las acciones empresariales y su influencia en las dimensiones económicas, sociales y ambientales. Desde esta óptica, la noción de responsabilidad no sólo debe acatar a las leyes impuestas por el sistema gubernamental donde opera la organización, sino también garantizar que las actividades empresariales cumplan con las expectativas y necesidades de sus stakeholders.

En efecto Canto-Mila y Lozano (2009), señalan que la concepción y práctica de la Responsabilidad Social además de explorar las expresiones teóricas desde la ética, la voluntariedad y la economía, fundamentan su entendimiento conceptual en las apreciaciones obligatorias exigibles, puesto que las empresas son

responsables de los impactos y consecuencias de sus acciones. En ese sentido no sólo puede basarse en una opción voluntaria o una estrategia empresarial para el crecimiento económico o marketing social, sino debería entenderse como algo que se debe (del deber) reparar y satisfacer (Iborra, 2014).

La obligación de la empresa para gestionar medidas que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad y el interés de las organizaciones permiten adoptar un modelo de gobierno corporativo dirigido a reconciliar los intereses de los diversos stakeholders desde un enfoque de calidad y viabilidad de sus productos; por esto, se considera una organización socialmente responsable cuando garantiza legalmente la consecución de sus acciones con el equilibrio entre las necesidades de generar lucro y las necesidades de las partes interesadas (Alniacik et al., 2011). Entonces, la legitimidad de la RS en la organización pasa a expresarse en dos dimensiones: como libertad y como función social, puesto que las decisiones empresariales no pueden juzgarse únicamente a través del prisma de la autonomía organizacional, sino desde la subjetividad de la sociedad como actor clave e influyente en el progreso de la misma.

- **Responsabilidad filantrópica y/o voluntaria:** algunos autores han destacado como relevante el carácter voluntario de las acciones en Responsabilidad Social de las organizaciones. Esto implica la realización de la actividad empresarial a partir de comportamientos voluntarios que van más allá de los intereses económicos y la presión de entes gubernamentales u otras organizaciones, para asumir expectativas concertadas en el desarrollo humano, el crecimiento económico, el cambio social y el equilibrio ambiental. Parafraseando a Carroll (1979), la voluntariedad del actuar socialmente responsable de la empresa se soporta en comprender las expectativas económicas, éticas, legales y discrecionales que la sociedad tiene respecto a las organizaciones en un

momento dado, por encima y más allá de lo requerido por la ley (Bai y Chang, 2015).

Asimismo, el Libro Verde de la Unión Europea (2001), manifiesta que la RS es el concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medioambiente, mediante estrategias que incluyen la adopción de programas avanzados de gestión de recursos humanos, la reducción de sustancias peligrosas para el medio ambiente, las actividades filantrópicas, la producción de productos que integran atributos sociales, y el apoyo a las empresas locales (Garde, Rodríguez, y López, 2013).

En consecuencia, la RS se puntualiza en la constitución de un compromiso voluntario que excede las obligaciones impuestas a la empresa por las expectativas de la sociedad, en el cual se integran los acuerdos provenientes de marcos normativos y convenciones sociales, descartando que se trate de hacer el bien de forma altruista, por cuanto imposibilita el desarrollo de un plan de acción a largo plazo. Un buen gobierno empresarial cuenta con herramientas que permiten concretar puentes de relación con sus stakeholders de manera que sus acciones no correspondan exclusivamente a los intereses económicos de sus propietarios, sino que tengan la capacidad de dirigir y establecer procesos estratégicos para el beneficio colectivo desde comportamientos autónomos y voluntarios, al margen de las presiones legales y sociales (Preciado Hoyos, 2015).

La organización es responsable con la sociedad cuando es eficiente en lo económico, lo social y lo medioambiental, cuando cumple sus obligaciones y compromisos legales, así como otros compromisos acordados con sus stakeholders, a la vez que hace aportes al desarrollo y a la calidad de vida de los

ciudadanos a partir de acciones voluntarias que la organización planifica en un horizonte de largo plazo (Preciado Hoyos, 2015). Esto sólo es posible, si la empresa es consciente que de esta manera impacta y genera cambios en la sociedad; además de garantizar sostenibilidad para las generaciones futuras.

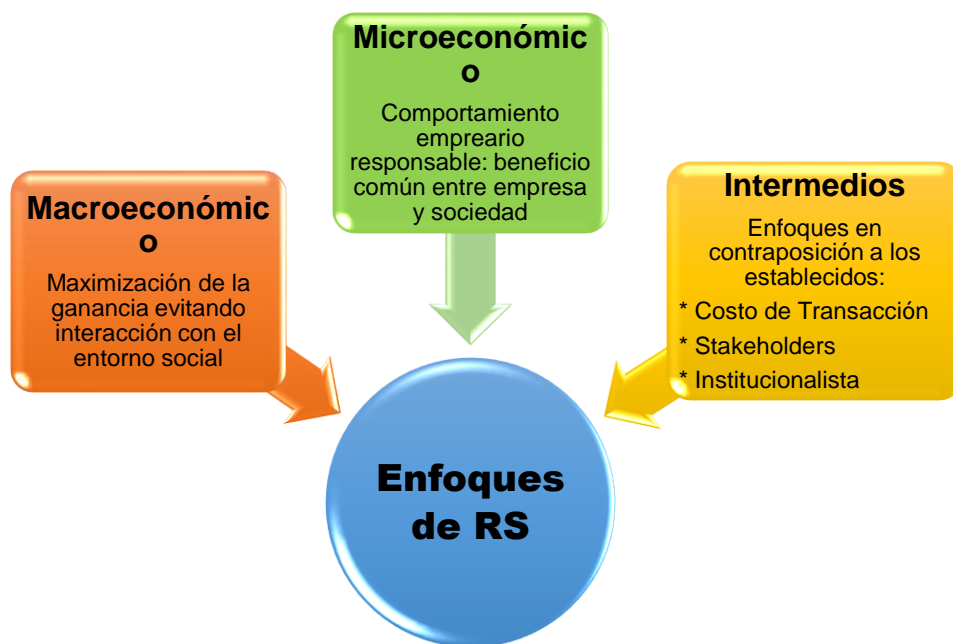
La RS que promueva las prácticas que se extienden más allá de los intereses puramente económicos de las empresas para incluir acciones destinadas a producir beneficios sociales, se centra en un sistema de gestión con base a criterios éticos de justicia y sostenibilidad para lograr un desarrollo social y ambientalmente sostenible en la tierra, encargándose de reducir los impactos internos y externos que la organización produce (Arrigo, 2013). De esta manera, el actuar filantrópico y/o voluntario de la empresa implica diagnosticar su quehacer organizacional, acatar estándares internacionales de buenas prácticas laborales y ambientales, generar espacios de participación de las partes afectadas por las decisiones de la empresa (stakeholders), rendir públicamente cuentas en todos los aspectos de la organización (la triple línea: económico, social y ambiental) y velar por la construcción de un sistema global en función de las necesidades de la sociedad de la cual forman parte y de la cual son corresponsables.

En sí, la definición de la Responsabilidad Social sigue ligada en cómo las empresas deben ejercer sus acciones aún con límites poco claros y legitimidad discutible. En la actualidad, no existe una definición universal del concepto de RS, sólo es concurrente su arraigo con los valores éticos corporativos, su vínculo entre los intereses económicos, el contexto ambiental y social, y el desarrollo de procesos para el ahorro de costos y reducción de riesgos (Stiglbauer, Kühn y Häußinge, 2014), lo cual conduce a una situación de ganancia para el medio ambiente, la sociedad y las empresas. No obstante, persisten impactos indirectos que las empresa no pueden controlar lo cual genera consecuencias relacionadas

con afectaciones negativas hacia los clientes, la imagen pública organizacional, el flujo de información sobre los canales de medios sociales y las necesidades - preocupaciones de la sociedad. El establecimiento de la Responsabilidad en las empresas busca establecer normas éticas más elevadas y ayudar a construir una mejor sociedad; además de obtener beneficios, pagar impuestos, crear puestos de trabajo, y obedecer la ley.

4.2.2 Enfoques de la Responsabilidad Social. Los argumentos que se han generado a favor de la RS sostienen que el poder de la empresa en su entorno, se basa en el equilibrio entre la responsabilidad que tiene como ente social al prevenir y corregir las problemáticas sociales influenciadas por la organización y al promover la generación de rendimientos a largo plazo que mejoran su reputación empresarial y por ende, aumentan el valor del negocio, asegurando su permanencia en el mercado.

Figura 31. Enfoques de Responsabilidad Social



Tradicionalmente, se consideran dos enfoques de la Responsabilidad Social que corresponden en primer lugar, a la posición macroeconómica (Liberal) relacionada con el incremento de las ganancias desde una libre y abierta competencia, sin interacción con los individuos externos y el entorno; y en segundo lugar, la posición microeconómica (Social) que exige un comportamiento organizacional más responsable. No obstante, con el transcurrir del tiempo, otros enfoques intermedios han surgido en contraposición a los establecidos, destacando aspectos que permiten congregar un enfoque integrado y de aplicación respecto al desempeño actual de las empresas en el ámbito relativo a las prácticas responsables (ver Figura 31).

- **Macroeconómico:** surge entre 1969 y 1970, en defensa del economista y estadístico Milton Friedman, quien postula que la Responsabilidad Social de una empresa debe usarse hacia acciones y prácticas enfocadas a incrementar los beneficios económicos de la misma, siempre y cuando cumpla con una competencia transparente sin transgredir a un fraude que afecte la rentabilidad y administración organizacional. Este postulado se apoya en la teoría de Adam Smith “Mano Invisible”, en la cual se establece que la interacción de los individuos en el mercado, guiados por sus propios intereses conducirán al bienestar general de la manera más efectiva y eficiente que si cualquier otra entidad o institución quisiera intervenir en esta dinámica (Ingley et al., 2011). En otras palabras, la doctrina de la RS orientada al servicio de la sociedad se considera desde la óptica macro, fundamentalmente subversiva, pues distorsiona el funcionamiento del mercado generando ineficiencias en la asignación de los recursos disponibles.

En teoría, el punto de vista económico neo-clasista sugiere una relación negativa entre la Responsabilidad Social y el fundamentalismo del mercado (Gingrich,

1995; Walley y Whitehead, 1994). Los defensores de este enfoque, sostienen que la incorporación de RS como una estrategia corporativa para satisfacer las demandas de los diversos grupos de interesados impone restricciones adicionales sobre la búsqueda empresarial de éxito por incurrir en mayores costos en términos de tiempo de administración, inversión de capital y costos operativos. Sólo es posible generar armonía económica, social, colectiva, individual y empresarial, si la maximización de recursos permite el libre desarrollo del mercado y evita cualquier intervención del Estado y la sociedad en éste (Li, Puumalainen, y Toppinen, 2014).

La tesis central de este enfoque macroeconómico o liberal, la resume Friedman al definir que los empresarios tienen una y sólo una RS: usar los recursos e involucrarse en actividades que incrementen sus propios beneficios, de tal modo, que se lleven a cabo negocios de acuerdo a los deseos de los propietarios de las empresas (por lo general será el de hacer tanto dinero como sea posible), mientras que conforme a las reglas básicas de la sociedad tanto los consagrados en la ley y los encarnados en las costumbres éticas, la organización debería dedicarse a generar ganancias sin pretender asumir responsabilidades que no les compete. Asimismo, los autores Ingley, Mueller y Cocks (2011) afirman que una empresa socialmente responsable es la que utiliza sus recursos y participa en actividades diseñadas para aumentar sus utilidades como un bien común que persigue ventajas competitivas en un sistema económico que deja realizar el libre mercado.

Es la libertad en los sistemas económicos lo que propicia el orden y el equilibrio en la sociedad y el entorno, puesto que la búsqueda de condiciones de bienestar por iniciativa del individuo, dinamiza una expansión de voluntades hacia el bienestar

colectivo, sin la necesidad de invertir recursos empresariales para el logro de este beneficio.

- **Microeconómico:** bajo bajo este enfoque la RS asume una estrategia de mercadeo para lograr el éxito empresarial y los beneficios económicos, además de concertar iniciativas que vinculen y mejoren las condiciones del entorno social y ambiental. De ahí, que la organización socialmente es más responsable cuando enfatiza su estabilidad económica respecto a su ética empresarial de contribuir con el beneficio de la sociedad. Estudios de casos realizados por Cheng, Ioannou, y Serafeim (2014) en su artículo “Corporate social responsibility and access to Finance”, postulan que las empresas que desempeñan con eficacia y eficiencia la Responsabilidad Social se favorecen en: 1) la reducción de los costos de inversión y pérdida, 2) es potencial y efectiva la participación de los interesados, 3) la reducción de la asimetría de información en las prácticas de divulgación de RSE se convierten en una herramienta prolongada, creíble y transparente, y 4) la ampliación de objetivos empresariales a componentes sociales. Es decir, este argumento sugiere que el compromiso con las iniciativas responsables promueve no sólo un mejor desempeño en la práctica empresarial, sino también permite perder el sesgo altruista de las actividades empresa-sociedad.

Dada las características de este enfoque, se pone en relieve el papel que asumen las organizaciones en la construcción de valor compartido; los mercados evalúan el potencial de los productos y servicios, y la sociedad valora las prácticas responsables frente a las necesidades y problemáticas sociales, como un logro ético empresarial del beneficio mutuo. Este artículo mencionado anteriormente, confirma dentro de sus estudios de casos, que la RS tiene un impacto significativo en el crecimiento económico de una empresa y por ende de un territorio, puesto

que sus accionistas están más dispuestos a asignar recursos de capital a empresas que promuevan estrategias de Responsabilidad Social, y la sociedad está motivada a la compra de productos de organizaciones que se visualizan como socialmente responsables.

La Responsabilidad Social pasa de ser una concepción de equilibrio económico a un enfoque microeconómico que permite desarrollar un proceso de mayor alcance que no sólo considera el capital de la economía como único recurso de crecimiento de una empresa, sino el trabajo sobre el capital humano, capital social, la cultura, la defensa de la vida en todas sus manifestaciones y la recuperación del ecosistema. Se considera que la RS deja de ser un beneficio exclusivo de los accionistas a un compromiso real con los actores sociales (Deng, koo Kang, y Low, 2013).

Según Chung, Lin y Yang (2012), el panorama de una organización que orienta sus acciones desde el enfoque microeconómico se puede evidenciar mediante la emisión de informes de sostenibilidad que propician: (1) el aumento de la transparencia en relación con el impacto social y ambiental de las empresas y su estructura de gobierno; y (2) puede dar lugar a cambios en el sistema de control interno que mejoran aún más el cumplimiento de la normativa y la confiabilidad de la información.

La evidencia documental del rendimiento sostenible de una empresa, tiene una influencia directa en cómo se perciben las actividades organizacionales en su entorno; además de legitimar su imagen corporativa. Esto permite aseverar que la RS desde la microeconomía se perfila como un factor determinante para la perdurabilidad empresarial en concertación para brindar alternativas innovadoras

de desarrollo productivo y la posibilidad de promover nuevos escenarios de transformación social.

- **Intermedios:** comprende a su vez los siguientes enfoques:

a) Costos de transacción: el enfoque de costos de transacción sostiene que la economía requiere de un contexto social jurídico y normativo adecuado para generar seguridad en los intercambios económicos que se producen y facilitan el desarrollo de las empresas, minimizando los costos de transacción. Esto implica que existe una participación de la empresa en causas sociales y ambientales que, de no atenderse oportunamente, son susceptibles de elevar los costos de transacción y de reducir así su margen de ganancia. Los autores Brower y Mahajan (2013) argumentan que la adopción e implementación de estrategias de RS, conducen al resultado de un rendimiento superior de la organización, en cuanto genera compromiso organizacional sobre la base de la confianza mutua y la cooperación; producto de ello, se experimenta una reducción de costos de agencia, costos de transacción y los costos asociados con la producción en equipo; tales costes mejoran las ganancias, evita pérdidas residuales y promueve acciones sociales.

Bajo los lineamientos de este enfoque, el comportamiento responsable de la empresa puede explicarse por su necesidad de reducir costos a través del mejoramiento de la relación que tiene con los agentes internos y externos de la organización. Es decir, el mejoramiento y alcance de la eficiencia en los procesos organizacionales otorgados por la gestión responsable, apoya la reducción de costos: un ambiente laboral adecuado, productos y servicios de calidad que cumplen sus necesidades, control de desechos de materiales, conductas éticas en

sus contratos, disponibilidad de información a accionistas, establecimiento de redes de cooperación, cumplimiento de normas y regulaciones, por mencionar algunas prácticas responsables (Cheng et al., 2014).

b) Stakeholders: el enfoque de los stakeholders se ha convertido en el paradigma con mayor centralidad en la Responsabilidad Social. En las últimas décadas el progreso desde los márgenes tradicionales a la corriente principal de la gestión empresarial, pensamiento y práctica, ha permitido en el debate sobre la RS, que el concepto de capitalismo anglosajón accionista, el cual sostiene que las empresas deben dirigir exclusivamente sus intereses a los de los accionistas; en oposición la noción de capitalismo de los interesados, que reconoce que las empresas también son responsables de sus trabajadores y las comunidades locales (Ingley et al., 2011).

La dirección de la empresa asume la obligación de gestionar con base en los intereses de los grupos que se ven afectados por las actividades de la empresa como accionistas, empleados, socios, clientes y comunidades. Mientras que otros modelos visualizan a estos entes como “medios instrumentales para alcanzar los objetivos organizacionales o como amenazas a sus intereses”. Este enfoque reconoce la necesidad de respetar los intereses de todos los grupos participantes logrando un equilibrio en los resultados; es decir, concilia los intereses y presiones de todos los grupos.

Los autores Ingley, Mueller y Cocks (2011) en su artículo “The financial crisis, investor activists and corporate strategy: will this mean shareholders in the boardroom?” manifiestan que la RS ha evocado desde las organizaciones una variedad de respuestas que a menudo son coherentes con sus operaciones de

negocio y la estrategia de legitimidad en las diversas reclamaciones de sus interesados. La noción de participación empresarial implica un modelo relacional que se consolida cuando se empieza a apreciar la inseparabilidad de las partes que conforman la comunidad y que integran el sistema corporativo; además de tener en cuenta que la toma de decisiones trae impactos en los aspectos internos y externos de la organización.

Por tanto, el sistema complejo organizacional debe generar un equilibrio constante entre los stakeholders, es decir la administración empresarial tiene la obligación de equilibrar los intereses de los accionistas con los intereses de otros grupos de interés, puesto que para la búsqueda de rentabilidad económica y bienestar para sus miembros, implica que el rendimiento se evalúe en términos económicos, ambientales y sociales con base en las necesidades de todos los stakeholders de la organización.

Edward Freeman*, mayor expositor del enfoque stakeholders aduce que estudios realizados desde 1984, confirman que la ventaja competitiva de una empresa se basa en la reputación y la capacidad de atraer a sus grupos de interés con acciones de calidad. El efecto positivo de la práctica de la Responsabilidad Social de los stakeholders resulta en una eficiencia superior de las operaciones de la organización y la calidad de los productos / servicios (rendimiento financiero), que en el largo plazo conducen al mejoramiento de su nivel de satisfacción y la creación de un sentido de pertenencia empresarial. De esta manera, mediante la RS se crea el compromiso de una empresa para operar de una manera económica y ambientalmente sostenible mediante el cumplimiento de los intereses de sus grupos de interés (Nejati, Amran, y Hazlina Ahmad, 2014).

* R. Edward Freeman (nacido el 18 de diciembre de 1951) es un americano filósofo y profesor de administración de empresas en la Darden School de la Universidad de Virginia, especialmente conocido por su trabajo en la teoría de las partes interesadas (1984) y en las obras de negocio

En concordancia con Freeman, los autores Agudo Valiente, Garcés Ayerbe, y Salvador Figueras (2015) enfatizan la idea de proactividad de la RS, al afirmar que se convierte en una herramienta estratégica que permite a las empresas la satisfacción de las necesidades y expectativas de los interesados; además de posicionarse en el sector económico, al desarrollar políticas empresariales basadas en canales de comunicación con sus stakeholders: acciones empresariales acordes con la realidad social de sus partes interesadas.

Siendo la organización, una institución al servicio de la sociedad, esta debe satisfacer las exigencias y necesidades no sólo de los accionistas, sino también el de los trabajadores y todos aquellos grupos sociales que se encuentren en constante interacción con la misma, salvaguardando los intereses económicos propios y la sostenibilidad en el futuro, con el fin de seguir cumpliendo con todas sus responsabilidades económicas, éticas, legales y filantrópicas estipuladas en sus principios y objetivos organizacionales y soportada en su planeación estratégica.

c) Institucionalista: de acuerdo a este enfoque, la empresa tiende a comportarse de manera oportunista para lograr obtener mayores beneficios en el corto plazo, a menos que las instituciones intervengan para mitigar ese comportamiento. Una revisión de literatura realizada por los autores Michelin, Boesso y Kumar (2013) señala que estudios prevaecientes ratifican que los esfuerzos de RS bajo estos lineamientos institucionalistas se enfocan en la generación de ganancias y mayores oportunidades para que las empresas obtengan beneficios de la sociedad; las empresas utilizan sobre todo las inversiones corporativas en causas sociales como una estrategia a corto plazo para superar una reputación negativa asumiendo una postura de impuesto o licencia para

hacer negocios rentables y sostenibles. No obstante, sobresalen críticas a este enfoque puesto que se destaca la tensión ente la empresa y la sociedad que crea el mismo, además de sobreponer la idea que “cuando las empresas se acercan a la RS adecuada puede ser mucho más que un coste, una restricción o una obra de caridad, puede ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva”.

En el Anexo O se muestra la tabla que resume las definiciones y enfoques existentes; además de los autores relacionados en cada definición.

4.3 VALORACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

En consonancia con el surgimiento de los nodos, a partir del análisis de la literatura científica de los 64 artículos objeto de estudio, en este capítulo se describen las diversas modalidades de valorar los stakeholders desde la Responsabilidad Social. Precisamente, la Figura 32 visualiza los principales conceptos de valoración de los grupos de interés según varios investigadores, evidenciándose seis enfoques: 1) activos y pasivos, 2) modelo cuatripartito, 3) presión ejercida por los stakeholders, 4) comunicación con los stakeholders, 5) primarios y secundarios; y 6) identificación a través de atributos.

Figura 32. Conceptos de valoración de los stakeholders



4.3.1 Stakeholders activos y pasivos. Desde la perspectiva de la Responsabilidad Social, la teoría de los stakeholders es un compromiso entre la organización y sus públicos activos (Gruning y Hunt, 1994) con el fin de aumentar su legitimidad, su credibilidad, la confianza y desarrollar una comprensión mutua entre sí (Adhepeau, 2013). Por ello, los autores Gruning y Hunt proponen que los stakeholders pueden ser activos y pasivos; los primeros son aquéllos con los cuales la organización mantiene algún tipo de intercambio, transacción u obligación legal, mientras que los pasivos son quienes han sido afectados o pueden serlo, están relacionados con la organización pero no tienen por qué ser conscientes de ello ni realizar nada al respecto (Míguez González, 2007) (Lahouel, Peretti, y Autissier, 2014).

4.3.2 Modelo cuatripartito. Agudo Valiente, Gárces Ayerbe, y Salvador Figueras, proponen en su estudio titulado “Social responsibility practices and evaluation of corporate social performance” llenar algunas de las lagunas que identificó Wood (2010) mediante el desarrollo de una herramienta que permite explicar el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, teniendo en cuenta la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en relación con sus aspectos multidisciplinarios, evitando al mismo tiempo su compartimentación (Agudo Valiente, Gárces Ayerbe, y Salvador Figueras, 2012). Los autores desarrollaron una metodología de medición de RSE basado en el modelo propuesto por Carroll (1979), lo que permite obtener la posición global de las organizaciones estudiadas en relación con la RSE.

El modelo cuatripartito propuesto por Carroll en 1991**, clasificó la RSE en cuatro aspectos, en relación con las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas. La Responsabilidad económica se refiere a la producción de bienes y servicios de acuerdo con las necesidades de una sociedad, y se venden para obtener un beneficio, siendo esta la principal responsabilidad de la empresa. La responsabilidad legal se refiere a las leyes y reglamentos que la organización debe cumplir. La responsabilidad ética sugiere que la sociedad espera que las empresas cumplan su misión económica en el marco de las normas sociales, las actividades éticas no son necesariamente códigos de ley. La responsabilidad filantrópica se refiere a actividades voluntarias, donde la sociedad no recibe ningún mensaje claro con relación a los negocios (Y. Wang y Berens, 2014) (L. Wang y Juslin, 2013) (Mahon y Wartick, 2012) (Bai y Chang, 2015) (Arrigo, 2013).

4.3.3 Presión ejercida por los stakeholders. Los autores Silberhorn y Warren (2007) realizan un análisis cualitativo de las estrategias de RSE implementadas

** Este modelo se deriva del modelo tridimensional de la RSE propuesto por el mismo autor en 1979

por empresas alemanas y británicas, encontrando que la presión ejercida por los stakeholders es una de las principales razones de su aplicación (Agudo Valiente et al., 2015). Las organizaciones son más propensas a revelar información sobre su desempeño, en razón a las enormes presiones ejercidas por su partes interesadas (Herbohn, Walker, y Loo, 2014). En este sentido, Clarkson sostiene que un agente externo puede ver las prácticas de RSE como socialmente responsables; sin embargo, en realidad son impulsados por la presión del mercado y decididas por los gerentes o administradores en función de los rendimientos a obtener (Clarkson, 1995).

Asimismo, Papasolomou-Doukakis, Krambia-Kapardis, y Katsioloudes en 2005, realizaron un estudio a partir de la información obtenida a través de 40 cuestionarios diligenciados por gerentes en la Republica de Chipre, concluyeron que las organizaciones realizan prácticas de RSE, esencialmente para cumplir con las obligaciones frente a sus empleados y clientes. Knox, Maklan, y French en 2005, analizaron la RSE desde las relaciones establecidas con stakeholders, a través de un estudio exploratorio con 150 empresas en la bolsa de valores de Londres (Inglaterra), llegaron a la conclusión que a pesar de que las organizaciones identifican los principales grupos de interés, les resulta difícil establecer relaciones con más de uno o dos de ellos (Agudo Valiente et al., 2015).

En esta misma línea, Chang, Kim, y Li, (2014) tienen como principal contribución agregar diferentes dimensiones de las prácticas de RSE siguiendo el marco de los stakeholders propuesto por Clarkson, (1995); los autores presentan evidencia consistente acerca de que las fortalezas en RS que se dirigen a diferentes stakeholders tienen un impacto único en el riesgo empresarial y en el rendimiento financiero.

4.3.4 Comunicación con los stakeholders. La legislación y los mecanismos del mercado también conducen a las empresas a actuar de manera responsable, pero ignoran las necesidades particulares de los diferentes grupos de interés, lo que impide una comunicación bidireccional (S. Gao y Zhang, 2006). Gao y Zhang en 2006, proponen cuatro niveles de participación de los stakeholders: el nivel pasivo (partes interesadas solo reciben información), el nivel de escucha (que son consultados), el nivel de proceso de dos vías (que participan en el diálogo con la organización) y el nivel proactivo (la gestión es impulsada por las partes interesadas).

En efecto Agudo Valiente y demás autores, proponen evaluar el impacto en el Grado de Comunicación con los Stakeholders de una organización (GCS) en su Desempeño Socialmente Responsable (DSR). Ellos establecen un modelo de medición separado mediante el uso de la información proporcionada por un conjunto de indicadores o variables manifiestas. Además, se especifica un modelo de regresión estructural que lleva el GCS como una variable independiente y el DSR como una variable dependiente y permite evaluar el impacto de GCS en el DSR; construyeron un “modelo de ecuaciones estructurales que puede estimar simultáneamente los parámetros de las dos mediciones y los modelos de regresión; es una herramienta válida para el estudio de este tipo de relaciones” (Bollen, 1989).

4.3.5 Stakeholders primarios y secundarios. Bai y Chang distinguen los stakeholders entre primarios y secundarios según lo propuesto en la teoría de los stakeholders de Freeman en 1984 y en el marco sobre stakeholders propuesto por Clarkson en 1995. Los stakeholders primarios son aquellos que participan directa y frecuentemente en las operaciones de la organización y la supervivencia de la empresa depende en gran medida de su participación. Los clientes y los

empleados son considerados como los principales stakeholders porque estos dos grupos son los que más contribuyen al rendimiento de una empresa; mientras que los stakeholders secundarios, como miembros de la comunidad u organizaciones sin ánimo de lucro, no participan directamente en las transacciones con la organización, pero están siendo influenciados por la misma de manera indirecta (Clarkson, 1995) (Bai y Chang, 2015) (L. Wang y Juslin, 2013).

Los stakeholders primarios reclaman legítimamente sobre la empresa y sus directivos, y tienen el poder y la urgencia de hacer cumplir estas demandas. Las prácticas de RSE dirigidas a los stakeholders primarios son propensas a resultar en cambios de capital. Con su poder, los stakeholders primarios pueden exigir un rendimiento financiero y social superior, y su demanda es probable que reciba una atención inmediata. A pesar de que la teoría y la evidencia empírica para el enlace de rendimiento financiero y RSE no es concluyente (Margolis y Walsh 2003; McWilliams y Siegel, 2000), se esperan observar resultados más inmediatos y observables de los gerentes al tratar con sus stakeholders primarios a través de las prácticas de RSE. Los stakeholders secundarios, por el contrario, tienen poco poder y urgencia en ejercer presión en sus demandas legítimas sobre la empresa y sus gerentes (Chang et al., 2014).

Clarkson señala que existe una diferenciación de las actividades de RSE en los stakeholders primarios y secundarios, esto debido al interés captado por los gerentes y se observa en sus resultados al tomar decisiones socialmente responsables (Clarkson, 1995). A pesar de que las definiciones varían ligeramente, los interesados primarios dominan las partes interesadas secundarias en los tres atributos clave que describen las partes interesadas: prominencia, poder, la legitimidad y urgencia como lo expone Mitchell, Agle, y Wood en 1997 (Chang et al., 2014).

4.3.6 Identificación de stakeholders a través de atributos. Entre los trabajos sobre Stakeholders y Responsabilidad Social se destaca por su difusión y aceptación el manuscrito que publicaron hace 15 años Mitchell, Agle, y Wood en 1997. Los autores desarrollaron de forma sistemática una teoría descriptiva con una doble finalidad, la identificación de los grupos de interés y la jerarquización de los mismos (Iborra, 2014).

Mitchell, Agle y Woods propusieron una teoría de identificación de stakeholders que permite operacionalizar el concepto basándose en su énfasis o preponderancia, en función de la presencia simultánea de ciertos atributos en actores que afectan o son afectados por los objetivos o resultados de una organización determinada, en diferentes grados, en la medida en que poseen entre uno y tres atributos básicos: poder, legitimidad y urgencia (Rodríguez y Malaver Rojas, 2011).

El poder se refiere a los recursos físicos de la fuerza, la violencia o la restricción (llamado poder coercitivo), los materiales o recursos financieros (fortaleza utilitaria); o puede ser simbólico (el poder normativo); la legitimidad es una percepción generalizada o suposición de que las acciones de una entidad son deseables, adecuadas o apropiadas dentro de un sistema socialmente construido de normas, valores, y creencias; a su vez, la urgencia se basa en dos atributos: la sensibilidad y criticidad del tiempo (el primero se entiende como el grado inaceptable en que se retrasa la gestión en la atención a la demanda o la relación con los stakeholders, mientras que el segundo se refiere a la importancia de la reclamación o de la relación) (Mitchell et al., 1997) (Looser y Wehrmeyer, 2015).

La combinación de poder, legitimidad y urgencia da como resultado siete categorías de stakeholders: definitivo, dependiente, peligroso, dominante, exigente, discrecional y adormecido (Mitchell et al., 1997) (Looser y Wehrmeyer, 2015). En la Figura 33 se aprecian los tres atributos propuestos por Mitchell y demás autores para la identificación de stakeholders, así como todas las categorías que surgen de la combinación de atributos explicadas en la Tabla 14.

Figura 33. Identificación de los stakeholders de acuerdo a los atributos de poder, legitimidad y urgencia



Fuente: Rodríguez y Malaver Rojas, 2011 tomado de Mitchell et al., 1997

Tabla 14. Categorías de stakeholders de acuerdo a Mitchell, Agle y Wood.

Categoría	Característica	Efecto sobre la organización
Adormecido	Poder	El poder por sí solo no llega a causar efecto.

Categoría	Característica	Efecto sobre la organización
Exigente	Urgencia	Suelen demandar o realizar reclamos constantemente pero sin llegar a conseguir algo más.
Discrecional	Legitimidad	Dependen del reconocimiento de la organización sobre bases filantrópicas.
Dominante	Poder y Legitimidad	Sus intereses marcan una diferencia en la organización.
Peligroso	Poder y Urgencia	Tienen la capacidad de utilizar la coerción.
Dependiente	Legitimidad y Urgencia	Dependen del poder de otros para ser atendidos.
Definitivo	Poder, Legitimidad y Urgencia	Son prioritarios sobre cualquier otro grupo de interés.

Fuente: Carrión-Carrasco, 2014

4.3.7 Indicadores KLD. Sobre la base del marco de stakeholders propuesto por Clarkson, estudios posteriores se han dedicado a medir el desempeño socialmente responsable utilizando los datos de Kinder, Lydenburg, Domini (KLD)^{***} que reflejan la atención empresarial en diferentes temas de interés de los stakeholders (Inoue y Lee, 2011).

En particular, las siguientes cinco categorías de los datos KLD se han utilizado comúnmente en los estudios relacionados con stakeholders: 1) relaciones con los

^{***} KLD Research and Analytics es una compañía que proporciona clasificaciones anuales de Responsabilidad Social para más de 3.000 empresas, que contraten más de 60 empleados, y es ampliamente considerada como líder en la investigación de la inversión social. Los índices KLD se utilizan en la industria para ayudar a los gerentes en la toma de decisiones de inversión basadas en un amplio espectro de criterios sociales. Las calificaciones también se han convertido en estándar para la investigación académica sobre los impactos del desempeño social de las empresas, a partir de su desempeño financiero y su capacidad para atraer a empleados de alta calidad

empleados, 2) calidad del producto, 3) relaciones comunitarias, 4), aspectos medioambientales, y 5) cuestiones de diversidad (Weber y Gladstone, 2014) (Blodgett, Hoitash, y Markelevich, 2014) (Ayuso, Rodriguez, Garcia-Castro, y Arino, 2014) (Inoue y Lee, 2011) (Michelon, Boesso, y Kumar, 2013) (Brower y Mahajan, 2013).

Los indicadores KLD clasifican puntuaciones en los siguientes aspectos (Inoue y Lee, 2011):

- Relaciones con los empleados basadas en el nivel de participación en temas relacionados con sus intereses (garantía de salud de los trabajadores y seguridad, provisión de los beneficios de jubilación, y relaciones sindicales favorables).
- La calidad de los productos se evalúa en términos de cómo una empresa se ocupa de las relaciones de consumo, ofreciendo productos de calidad y/o innovadores, garantizando la seguridad de los mismos.
- Las relaciones comunitarias tienen en cuenta si la compañía apoya a las comunidades a través de la implementación de donaciones caritativas, iniciativas educativas y programas de voluntarios.
- En el medioambiente se representa el nivel de apoyo de la empresa para el medio ambiente natural (como el uso de energías limpias, la provisión de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente y programas de reciclaje).
- Por último, la diversidad se clasifica en la medida en que una empresa integra grupos minoritarios en su gestión y operaciones a través de la designación, promoción y contratación de mujeres y trabajadores de etnias, minorías y personas con discapacidad.

En el Anexo P se muestra la tabla que resume los conceptos encontrados y sus respectivos autores, luego de realizar lectura exhaustiva a los 64 artículos considerados en la presente investigación.

5. CONCLUSIONES

- Sin duda alguna, la teoría de los stakeholders trajo consigo cambios significativos para el sistema económico. A través de su historia, ha permeado intrínsecamente su concepto en las interacciones que la organización debe establecer con sus agentes primarios o económicos más directos y más cercanos, tales como empleados, inversores, clientes o proveedores. No obstante, tras el desarrollo de los modelos de producción y las relaciones económico-productivas establecidas a lo largo de la era industrial, ésta ha ido variando sustancialmente definiendo mecanismos de relación con los grupos de interés clave para el desarrollo de las operaciones de la empresa, como una necesidad para la consecución de sus fines. De esta manera, la teoría se basa en ir más allá de las expectativas y demandas de aquellos grupos, inversores, accionistas o propietarios, que controlan la organización, sino que también es necesario tener en cuenta las necesidades, realidades y problemáticas de otros grupos que coexisten en su medio; es decir, es la creación de valor compartido para todos los stakeholders que aumentará los beneficios económicos propios y contribuirá con el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.
- Aunque la Responsabilidad Social nace como una práctica inherente a la empresa, en las últimas décadas se ha convertido en una nueva forma de gestión para la realización de negocios, en la cual la organización acata normas y asume compromisos que evidencian la actuación armónica de sus operaciones con las condiciones económicas, sociales y ambientales, reconociendo los intereses y las necesidades de sus stakeholders y preservando el entorno para la sostenibilidad actual y el de las futuras generaciones. Si bien ha evolucionado su conceptualización y enfoques desde una postura macroeconómica o beneficio propio al desarrollo de objetivos

empresariales en concordancia con la realidad de sus grupos de interés, en la actualidad aún persisten prácticas responsables con límites poco claros y legitimidad discutible.

- De esta manera, es fundamental que las empresas redirijan sus comportamientos para alinearse con mercados inclusivos, encargándose de reducir los impactos internos y externos que la organización produce, lo que implica que debe regular el quehacer de la misma, acatar estándares internacionales de buenas prácticas laborales y ambientales, crear escenarios de participación de las partes interesadas, establecer relaciones con otras organizaciones para mitigar impactos negativos y maximizar impactos positivos (cadenas de valores, proveedores) además de constituir alianzas para el desarrollo humano sostenible.
- La identificación de los stakeholders es una obligación de las organizaciones con el propósito de conseguir, entre otras cosas, credibilidad y reputación en el marco de la Responsabilidad Social. Un conflicto de intereses entre los objetivos de la organización y las expectativas de los stakeholders, generalmente obedece a la presión que estos ejercen esperando un desempeño socialmente responsable. Con el ánimo de mantener altos niveles de competitividad, las empresas deben incluir las expectativas que tienen sus grupos de interés dentro de sus estrategias organizacionales, de allí radica la importancia de identificarlos y categorizarlos, de modo que permita canalizar los esfuerzos a aquellos que tengan un efecto relevante en el desempeño empresarial. Existen diferentes modalidades para valorar a los grupos de interés desde la responsabilidad social, en este estudio se identificaron ocho enfoques que permiten generar categorías o utilizar modelos que sirvan para establecer relaciones entre los stakeholders y la organización en el marco de la

RSE.

- La bibliometría como herramienta de apoyo en la toma de decisiones constituye un instrumento fundamental en el proceso de identificación de tendencias y caracterización de la investigación. Los indicadores bibliométricos de producción tienen utilidad para medir los niveles de producción científica, permitiendo comparar las producciones científicas entre grupos similares, aunque no posibilitan una evaluación de su calidad. Los resultados bibliométricos destacan la relevancia de la relación existente entre los stakeholders y la Responsabilidad Social. De ahí que la dinámica de publicaciones muestra un ascenso vertiginoso entre 2011 y 2015, de 88 publicaciones en los dos primeros años en promedio, se asciende a 157 artículos científicos. Los autores que presentan un mayor número de productos pertenecen a Reino Unido seguido de España.
- A nivel mundial sobresale Estados Unidos con un elevado número de publicaciones, seguido con una diferencia notable por España y China. España a su vez posee los cuatro primeros autores con mayor número de publicaciones. Además la base de datos analizada, SCOPUS®, identifica que la mayoría de los artículos corresponden a unos pocos países desarrollados y emplean el inglés como idioma principal de publicación. En cuanto a los términos relevantes o palabras clave encontradas en este estudio, se concluye que los stakeholders y la Responsabilidad Social presentan una relación estrecha y significativa, dado que no se puede hablar de desempeño socialmente responsable sin considerar el impacto que este genera en los diferentes grupos de interés, es por ello que estas relaciones deben ser consideradas en las estrategias y el entorno de las organizaciones en la medida que afecta su desempeño económico, financiero, medioambiental y social.

- En cuanto a la dinámica de las revistas, “Journal of Business Ethics” de países bajos es la que lidera las publicaciones. Asimismo, aún son incipientes las alianzas que se han generado entre autores y por ende entre países en cuanto al tema de los stakeholders y su interacción con la Responsabilidad Social. Los países que han establecido relaciones entre si son Estados Unidos, España, Reino Unido, Australia y China; aún cuando se encontró una colaboración en un artículo entre España y Colombia.
- En la construcción del estado del arte se propuso la metodología de revisión sistemática para sintetizar información de acuerdo a un protocolo de búsqueda previamente definido. El protocolo precisó la ruta a trabajar en la búsqueda de documentos relevantes sobre el tópico de stakeholders y Responsabilidad Social. Asimismo, permitió identificar la base de datos a utilizar, facilitando el diseño de la ecuación de búsqueda, la definición de los criterios y el alcance para evaluar la pertinencia de la literatura revisada.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la línea de Responsabilidad e Innovación Social del grupo INNOTEC desarrollar una propuesta innovadora de metodología para la valoración de los Stakeholders desde el marco de la Responsabilidad Social, a partir de los hallazgos obtenidos en los artículos encontrados en la revisión sistemática. De tal forma que se constituya en insumo para implementarla en diferentes organizaciones o corporaciones. Y así cumplir con una política socialmente responsable desde la UIS, dirigida al entorno desde una visión sostenible en los aspectos económicos, sociales y ambientales.
- Para la Universidad Industrial de Santander es pertinente que planee, ejecute y evalúe una propuesta de Innovación Social destinada a la caracterización y valoración de sus grupos de interés, a partir de los hallazgos obtenidos en el presente estudio. Esta sería una alternativa válida para la búsqueda del bien común, por cuanto beneficiaría la participación de la comunidad. La adopción de tal proceso implica aplicar los lineamientos expuestos por el Modelo Tridimensional para una Gestión Integral y Sostenible (METIS), el cual comprende tres aspectos dentro de la Responsabilidad Social: sostenibilidad, ambiental, administración y sociedad. Esta sería una gran oportunidad para aplicar la Estrategia de Participación Ciudadana tal como lo aduce la Ley 489 de 1998 y a su vez es una forma de promover un comportamiento socialmente responsable por parte de la UIS

BIBLIOGRAFÍA

Adhepeau, J. L. M. Responsabilidad social corporativa (RSC) y teoría de los stakeholders en el sector del petróleo de costa de marfil. *Prisma Social. Revista de Ciencias Sociales*, 3, 303–331. 2013. Tomado de: <http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/10/secciones/tematica/09-rsc-costademarfil.html>

Agudo Valiente, J. M., Garcés Ayerbe, C., y Salvador Figueras, M. Corporate social performance and stakeholder dialogue management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(1), 13–31. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/csr.1324>

Agudo Valiente, J. M., Gárce Ayerbe, C., y Salvador Figueras, M. Social responsibility practices and evaluation of corporate social performance. *Journal of Cleaner Production*, 35, 25–38. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.05.002>

Aguinis, H., y Glavas, A. What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1177/0149206311436079>

Alniacik, U., Alniacik, E., y Genc, N. How Corporate Social Responsibility Information Influences Stakeholders' Intentions. *Corporate Social Responsibility*

and Environmental Management, 18, 234–245. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/csr>

Alsos, G. A., Hytti, U., y Ljunggren, E. Stakeholder theory approach to technology incubators. International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research, 17(6), 607–625. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/13552551111174693>

Angelopoulos, G., Parnell, J. A., y Scott, G. J. Performance satisfaction, shareholder and stakeholder orientations: managers' perceptions in three countries across continents. South African Journal of Economic and Management Sciences, 16(2), 199–215. 2013. Tomado de: http://www.scielo.org.za/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2222-34362013000200007

Arena, M., Azzone, G., y Bengo, I. Performance measurement for social enterprises. VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 26(2), 649–672. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s11266-013-9436-8>

Argandoña, A., y Isea, R. ISO 26000 una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. In Cuadernos de la Cátedra La Caixa de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo (Vol. 11, p. 33). España: IESE Business School - Universidad de Navarra. 2011. Tomado de: http://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_Final_tcm5-66526.pdf

Arrigo, E. Corporate responsibility management in fast fashion companies: the Gap Inc. case. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(2), 175–189. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/JFMM-10-2011-0074>

Ayuso, S., Rodriguez, M. A., Garcia-Castro, R., y Arino, M. A. Maximizing stakeholders' interests: an empirical analysis of the stakeholder approach to corporate governance. *Business y Society*, 53(3), 414–439. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1177/0007650311433122>

Bai, X., y Chang, J. Corporate social responsibility and firm performance: The mediating role of marketing competence and the moderating role of market environment. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(2), 505–530. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10490-015-9409-0>

Barbosa Chacón, J. W., Barbosa Herrera, J. C., y Rodríguez Villabona, M. Revisión y análisis documental para estado del arte: Una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas. *Investigacion Bibliotecologica*, 27(61), 83–105. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1177/0075424211415834>

Blodgett, M. S., Hoitash, R., y Markelevich, A. Sustaining the financial value of global CSR: Reconciling corporate and stakeholder interests in a less regulated environment. *Business and Society Review*, 119(1), 95–124. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1111/basr.12026>

Bollen, K. A. *Structural Equations with Latent Variables*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc. 1989. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/9781118619179>

Brower, J., y Mahajan, V. Driven to be good: a stakeholder theory perspective on the drivers of corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 117(2), 313–331. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10551-012-1523-z>

Camilleri, M. Valuing stakeholder engagement and sustainability reporting. *Corporate Reputation Review*, 18(3), 210–222. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1057/crr.2015.9>

Carrión-Carrasco, R. Impacto de los stakeholders en el desarrollo competitivo del sector industrial de la provincia de El Oro. Universidad del Azuay. 2014. Tomado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3729/1/10398.pdf>

Chang, K., Kim, I., y Li, Y. The heterogeneous impact of corporate social responsibility activities that target different stakeholders. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 211–234. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10551-013-1895-8>

Cheng, B., Ioannou, I., y Serafeim, G. Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1–23. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/smj.2131>

Chung, H., Lin, J. R., y Yang, Y. S. How do entrenched managers handle stakeholders interests? *Journal of Multinational Financial Management*, 22(5), 263–277. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.mulfin.2012.10.002>

Clarkson, M. E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92–117. 1995. Tomado de: <http://doi.org/10.5465/AMR.1995.9503271994>

Coetzee, C. M., y van Staden, C. J. Disclosure responses to mining accidents: South African evidence. *Accounting Forum*, 35(4), 232–246. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.acffor.2011.06.001>

Cordeiro, J. J., y Tewari, M. Firm characteristics, industry context, and investor reactions to environmental CSR: a stakeholder theory approach. *Journal of Business Ethics*, 130(4), 833–849. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2115-x>

Crilly, D., y Sloan, P. Enterprise logic: explaining corporate attention to stakeholders from the “inside-out.” *Strategic Management Journal*, 33(10), 1174–1193. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/smj.1964>

Deng, X., Kang, J. koo, y Low, B. S. Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: evidence from mergers. *Journal of Financial Economics*, 110(1), 87–109. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.04.014>

ELSEVIER. SCOPUS. Retrieved April 25, 2016, Tomado de: <http://www.americalatina.elsevier.com/corporate/es/scopus.php>

Epstein, M. J., y Widener, S. K. Facilitating sustainable development decisions: measuring stakeholder reactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(2), 107–123. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/bse.680>

Escorcia, T. A. El análisis bibliométrico como herramienta para el seguimiento de publicaciones científicas, tesis y trabajos de grado. *Microbiología Industrial*. Pontificia Universidad Javeriana. 2008. Tomado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ciencias/tesis209.pdf>

Fernández, J. L., y Bajo, A. La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 6(6), 130–143. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.7263/ADRESIC.006.06>

Ferreira González, I., Urrútia, G., y Alonso-Coello, P. Systematic reviews and meta-analysis: scientific rationale and interpretation. *Revista Española de Cardiología*, 64(8), 688–96. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.recesp.2011.03.029>

Ferreira Mainardi, C., y Morán Suárez, M. A. La responsabilidad social corporativa (RSC) en las bases de datos Scopus y Wos (estudio bibliométrico). *Edicic*, 1(4), 141–160. 2011. Tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3866973&info=resumen&idioma=ENG>

Ferrero, I. Social and limited responsibility in Milton Friedman. From a shareholder to a stakeholder model. *Revista de Ciencias Sociales*, XX(4), 633–643. 2014. Tomado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28032820002>

Freeman, R. E. E. *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. Boston: Pitman Press. 1984

Fuoli, M. Assessing social responsibility: A quantitative analysis of Appraisal in BP's and IKEA's social reports. *Discourse & Communication*, 6(1), 55–81. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1177/1750481311427788>

Gaete Quezada, R. Identificación de los stakeholders de las universidades. *Revista de Ciencias Sociales*, XVII(3), 486–499. 2011

Gao, S., y Zhang, J. Stakeholder engagement, social auditing and corporate sustainability. *Business Process Management Journal*, 12(6), 722–740. 2006. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/14637150610710891>

Gao, Y. CSR in an emerging country: a content analysis of CSR reports of listed companies. *Baltic Journal of Management*, 6(2), 263–291. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/17465261111131848>

Garde, R., Rodríguez, M. P., y López, A. M. Divulgación online de información de responsabilidad social en las universidades españolas. *Revista de Educación*,

(Número extraordinario), 177–209. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2013-EXT-246>

Gomes, R. C., y Miranda Gomes, L. de O. Performance measurement and stakeholder perceptions: assessing performance through the dimensions of stakeholder expectations. *BAR - Brazilian Administration Review*, 8(2), 133–149. 2011. Tomado de: <http://www.anpad.org.br/bar>

Harjoto, M., Laksmana, I., y Lee, R. Board diversity and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 641–660. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2343-0>

Herbohn, K., Walker, J., y Loo, H. Y. M. Corporate social responsibility: the link between sustainability disclosure and sustainability performance. *Abacus*, 50(4), 422–459. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1111/abac.12036>

Iborra, M. Hacia una teoría ética de identificación y relevancia de los grupos de interés: responsabilidad, intencionalidad y previsión, poder y dependencia, urgencia y vulnerabilidad. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 8(2), 87–101. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.3232/GCG.2014.V8.N2.05>

Ingley, C., Mueller, J., y Cocks, G. The financial crisis, investor activists and corporate strategy: will this mean shareholders in the boardroom? *Journal of*

Management and Governance, 15(4), 557–587. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10997-010-9130-9>

Inoue, Y., y Lee, S. Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*, 32(4), 790–804. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.019>

Kang, J. S., Chiang, C. F., Huangthanapan, K., y Downing, S. Corporate social responsibility and sustainability balanced scorecard: the case study of family-owned hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 124–134. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.05.001>

Knox, S., Maklan, S., y French, P. Corporate social responsibility: Exploring stakeholder relationships and programme reporting across leading FTSE companies. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 7–28. 2005. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10551-005-0303-4>

Lahouel, B. Ben, Peretti, J.-M., y Autissier, D. Stakeholder power and corporate social performance: the ownership effect. *Corporate Governance*, 14(3), 363–381. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/CG-07-2012-0056>

Larrán-Jorge, M., y Andrades-Peña, F.-J. Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos. *Revista Iberoamericana de*

Educación Superior, 6(15), 91–107. 2015. Tomado de: [http://doi.org/10.1016/S2007-2872\(15\)30005-6](http://doi.org/10.1016/S2007-2872(15)30005-6)

Li, N., Puumalainen, K., y Toppinen, A. Managerial perceptions of corporate social and financial performance in the global forest industry. *International Forestry Review*, 16(3), 319–338. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1505/146554814812572476>

Looser, S., y Wehrmeyer, W. Stakeholder mapping of CSR in Switzerland. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 780–830. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/SRJ-06-2014-0071>

Lu, Y., y Abeysekera, I. Stakeholders' power, corporate characteristics, and social and environmental disclosure: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 64, 426–436. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.10.005>

Madueño, J. H., Jorge, M. L., y Martínez-Martínez, D. Relationship between social responsibility and performance in small and medium enterprises: Literature review. *Cuadernos de Gestión*, 13(2), 39–65. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.5295/cdg.l20360jh>

Mahon, J., y Wartick, S. L. Corporate social performance profiling: using multiple stakeholder perceptions to assess a corporate reputation. *Journal of Public Affairs*, 12(1), 12–28. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/pa.433>

Maignan, I., Gonzalez-Padron, T. L., Hult, G. T. M., y Ferrell, O. C. Stakeholder orientation: development and testing of a framework for socially responsible marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 19(4), 313–338. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1080/0965254X.2011.581384>

Margolis, J. D., y Walsh, J. P. Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268. 2003. Tomado de: <http://doi.org/10.2307/3556659>

Martínez, H., Bravo, E., y Becerra Ardila, L. E. Gestión de la tecnología: estructura intelectual de las investigaciones de la última década. *Revista Tecnura*, 17(35), 90. 2013. Tomado de: <http://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/Tecnura/article/view/6887/8482><http://doi.org/10.14483/udistrital.jour.tecnura.2013.1.a08>

McWilliams, A., y Siegel, D. Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21(5), 603–609. 2000. Tomado de: [http://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3](http://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3)

Michelon, G., Boesso, G., y Kumar, K. Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 81–94. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/csr.1278>

Míguez González, M. I. Análisis del uso de los conceptos de público, stakeholder" y constituent en el marco teórico de las relaciones públicas. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*, 12(23), 183–197. 2007. Tomado de: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3654>

Mitchell, R. K., Agle, B. R., y Wood, D. J. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853–886. 1997. Tomado de: <http://doi.org/10.5465/AMR.1997.9711022105>

Momin, M. A. Social and environmental NGOs' perceptions of corporate social disclosures: the case of Bangladesh. *Accounting Forum*, 37(2), 150–161. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.accfor.2013.04.005>

Moura-Leite, R. C., Padgett, R. C., y Galan, J. I. Stakeholder management and nonparticipation in controversial business. *Business & Society*, 53(1), 45–70. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1177/0007650310395547>

Müller, S., Stawinoga, M., y Velte, P. Stakeholder expectations on csr management and current regulatory developments in europe and Germany. *Corporate Ownership and Control*, 12(4), 506–513. 2015. Tomado de: <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84937858472&partnerID=40&md5=48eccf07f4ee723b3f287ac760ecbcb>

Muyot, M., Peloza, J., Cerruti, J., y Loock, M. Sustainability: how stakeholder perceptions differ from corporate reality. *California Management Review*, 55(1), 74–97. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1525/cm.2012.55.1.74>

Nejati, M., Amran, A., y Hazlina Ahmad, N. Examining stakeholders' influence on environmental responsibility of micro, small and medium-sized enterprises and its outcomes. *Management Decision*, 52(10), 2021–2043. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/MD-02-2014-0109>

Neumann, B. R., Roberts, M. L., y Cauvin, E. Stakeholder value disclosures: anchoring on primacy and importance of financial and nonfinancial performance measures. *Review of Managerial Science*, 5(2), 195–212. 2011. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s11846-010-0054-1>

Núñez Gudás, M. Criterios para la evaluación de la calidad de las fuentes de información sobre salud en Internet. 2002. Retrieved May 20, 2016, Tomado de: http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol10_5_02/aci05502.htm

Oswaldo Suárez, J. Análisis bibliométrico de la revista *Infectio*, 1995 a 2011. *Infectio*, 16(3), 166–172. 2012. Tomado de: [http://doi.org/10.1016/S0123-9392\(12\)70007-3](http://doi.org/10.1016/S0123-9392(12)70007-3)

Papasolomou-Doukakis, I., Krambia-Kapardis, M., y Katsioloudes, M. Corporate social responsibility: the way forward? Maybe not! *European Business Review*, 17(3), 263–279. 2005. Tomado de: <http://doi.org/10.1108/09555340510596661>

Pereira Pavão, Y. M., y Rossetto, C. R. Stakeholder management capability and performance in brazilian cooperatives. *Review of Business Management*, 17(55), 870–889. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.7819/rbgn.v17i55.2125>

Pérez Rave, J. I. Revisión Sistemática de Literatura en Ingeniería. *Formación Universitaria*, 6(3). 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.4067/S0718-50062013000300001>

Preciado Hoyos, Á. El análisis del entorno como función estratégica de la comunicación en programas de responsabilidad social de un grupo de empresas del sector eléctrico colombiano. *Innovar*, 25(55), 11–22. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.15446/innovar.v25n55.47193>

QSR, I. NVIVO 10 for Windows Primeros Pasos. 2014. Tomado de: <http://www.qsrinternational.com/>

Reimann, F., Ehrgott, M., Kaufmann, L., y Carter, C. R. Local stakeholders and local legitimacy: MNEs' social strategies in emerging economies. *Journal of International Management*, 18(1), 1–17. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.intman.2011.06.002>

Rodríguez, R. H. A., y Malaver Rojas, M. N. La organización : los stakeholders y la responsabilidad social. *Documentos de Investigación*, 97(97). 2011. Tomado de: <http://doi.org/0124-8219>

Roh, J. A., Whipple, J. M., y Boyer, K. K. The effect of single rater bias in multi-stakeholder research: a methodological evaluation of buyer-supplier relationships. *Production and Operations Management*, 22(3), 711–725. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2012.01371.x>

Rueda-Clausen Gómez, C. F., Villa-Roel Gutiérrez, C., y Rueda-Clausen Pinzón, C. E. Indicadores bibliométricos: origen, aplicación, contradicción y nuevas propuestas. *Med UNAB*, 8(1), 29–36. 2010. Tomado de: [http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=medunab&page=article&op=viewArticle&path\[\]=208](http://revistas.unab.edu.co/index.php?journal=medunab&page=article&op=viewArticle&path[]=208)

Santos, G. Aproximaciones a un análisis bibliométrico de la Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría 2000-2012. *Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría*, 184–226. 2012. Tomado de: http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/ECONOMICAS_6/Administracion_de_Empresas/93.pdf

SCOPUS. Analysis Tools. Analyze thousands of search results in less than a minute. Revisado el 17 de mayo de 2016, 2015. Tomado de: <https://blog.scopus.com/topics/analysis-tools>

Search Technology, I. *VantagePoint User's Guide*. United States. 2011. Tomado de: www.TheVantagePoint.com

Seguí Alcaraz, A. Los grupos de interés en las entidades de crédito españolas. *Investigaciones Europeas de Dirección Y Economía de La Empresa*, 18(1), 33–51. 2012. Tomado de: [http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60059-8](http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60059-8)

Sesma, J., Husted, B., y Banks, J. La medición del desempeño social empresarial a través de las redes sociales. *Contaduría y Administración*, 59(2), 121–143. 2014. Tomado de: [http://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)71257-4](http://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)71257-4)

Souza, M. S. La centralidad del estado del arte en la construcción del objeto de estudio. *Políticas Científicas de La Investigación En Comunicación. Estrategias, Sensaciones y Diálogos Sobre Los Estudio Comunicacionales*, 27–31. 2007

Stiglbauer, M., Kühn, A. L., y Häußinge, C. Semantic social media analytics of CSR image: The benefit to know stakeholders' perspective. *Problems and Perspectives in Management*, 12(2), 34–42. 2014. Tomado de: http://businessperspectives.org/journals_free/ppm/2014/PPM_2014_02_Stiglbauer.pdf

Tang, Z., y Tang, J. The influence of stakeholder-firm power difference on corporate social responsibility of Chinese small and medium-sized enterprises. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11(4), 414–428. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1504/WREMSD.2015.072068>

Tashman, P., y Raelin, J. Who and what really matters to the firm: moving stakeholder salience beyond managerial perceptions. *Business Ethics Quarterly*, 23(4), 591–616. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.5840/beq201323441>

Tranfield, D., Denyer, D., y Smart, P. Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review *. *British Journal of Management*, 14, 207–222. 2003. Tomado de: <http://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Túñez López, M., & Pablos Coello, J. M. De. El “índice h” en las estrategias de visibilidad, posicionamiento y medición de impacto de artículos y revistas de investigación. In *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológica*. 2o Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación (pp. 133–150). 2013. Tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4227310&info=resumen&idioma=ENG>

Vasi, I. B., y King, B. G. Social movements, risk perceptions, and economic outcomes: the effect of primary and secondary stakeholder activism on firms’ perceived environmental risk and financial performance. *American Sociological Review*, 77(4), 573–596. 2012. Tomado de: <http://doi.org/10.1177/0003122412448796>

Wang, L., y Juslin, H. Corporate social responsibility in the chinese forest industry: understanding multiple stakeholder perceptions. *Corporate Social Responsibility*

and *Environmental Management*, 20(3), 129–145. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/csr.286>

Wang, Y., y Berens, G. The impact of four types of corporate social performance on reputation and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 131(2), 337–359. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1007/s10551-014-2280-y>

Weber, J., y Gladstone, J. Rethinking the corporate financial-social performance relationship: examining the complex, multistakeholder notion of corporate social performance. *Business and Society Review*, 119(3), 297–336. 2014. Tomado de: <http://doi.org/10.1111/basr.12035>

Wu, C.-L., Fang, D.-P., Liao, P.-C., Xue, J.-W., Li, Y., y Wang, T. Perception of corporate social responsibility: the case of chinese international contractors. *Journal of Cleaner Production*, 107, 185–194. 2015. Tomado de: <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.143>

Xun, J. Corporate social responsibility in China: a preferential stakeholder model and effects. *Business Strategy and the Environment*, 22(7), 471–483. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.1002/bse.1757>

Zhang, Y. K. Relation between Social Responsibility and Enterprise Long-term Competitiveness. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 8(5), 21–26. 2013. Tomado de: <http://doi.org/10.3991/ijet.v8i5.2994>

ANEXOS

ANEXO A. Listado definitivo de artículos a revisar

Artículos		Autores
1	Analysis of social responsibility of universities from different theoretical stances	(Larrán-Jorge y Andrades-Peña, 2015)
2	Analysis of the environment as a strategic communications function in social responsibility programs of a group of companies in the Colombian electricity sector	(Preciado Hoyos, 2015)
3	Assessing social responsibility: A quantitative analysis of appraisal in BP's and IKEA's social reports	(Fuoli, 2012)
4	Board Diversity and Corporate Social Responsibility	(Harjoto, Laksmana, y Lee, 2015)
5	Corporate responsibility management in fast fashion companies: The Gap Inc. Case	(Arrigo, 2013)
6	Corporate social performance and stakeholder dialogue management	(Agudo Valiente et al., 2015)
7	Corporate social performance profiling: Using multiple stakeholder perceptions to assess a corporate reputation	(Mahon y Wartick, 2012)
8	Corporate social responsibility (CSR) and the stakeholders's theory in the oil sector of Ivory Coast	(Adhepeau, 2013)
9	Corporate social responsibility and access to finance	(Cheng, Ioannou, y Serafeim, 2014)
10	Corporate social responsibility and firm performance: The mediating role of marketing competence and the moderating role of market environment	(Bai y Chang, 2015)
11	Corporate social responsibility and stakeholder value maximization: Evidence from mergers	(Deng et al., 2013)
12	Corporate social responsibility and sustainability balanced scorecard: The case study of family-owned hotels	(Kang, Chiang, Huangthanapan, y Downing, 2015)
13	Corporate social responsibility in China: A preferential stakeholder model and	(Xun, 2013)

Artículos		Autores
	effects	
14	Corporate Social Responsibility in the Chinese Forest Industry: Understanding Multiple Stakeholder Perceptions	(L. Wang y Juslin, 2013)
15	Corporate Social Responsibility: The Link Between Sustainability Disclosure and Sustainability Performance	(Herbohn et al., 2014)
16	CSR in an emerging country: A content analysis of CSR reports of listed companies	(Y. Gao, 2011)
17	Disclosure responses to mining accidents: South African evidence	(Coetzee y van Staden, 2011)
18	Divulgación online de información de responsabilidad social en las universidades españolas	(Garde, Rodríguez, y López, 2013)
19	Driven to Be Good: A Stakeholder Theory Perspective on the Drivers of Corporate Social Performance	(Brower y Mahajan, 2013)
20	Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries	(Inoue y Lee, 2011)
21	Enterprise logic: Explaining corporate attention to stakeholders from the 'inside-out'	(Crilly y Sloan, 2012)
22	Examining stakeholders' influence on environmental responsibility of micro, small and medium-sized enterprises and its outcomes	(Nejati, Amran, y Hazlina Ahmad, 2014)
23	Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens	(Michelon et al., 2013)
24	Facilitating sustainable development decisions: Measuring stakeholder reactions	(Epstein y Widener, 2011)
25	Firm Characteristics, Industry Context, and Investor Reactions to Environmental CSR: A Stakeholder Theory Approach	(Cordeiro y Tewari, 2014)
26	How corporate social responsibility information influences stakeholders' intentions	(Alniacik et al., 2011)
27	How do entrenched managers handle stakeholders interests?	(Chung, Lin, y Yang, 2012)
28	Local stakeholders and local legitimacy: MNEs' social strategies in emerging economies	(Reimann, Ehrgott, Kaufmann, y Carter, 2012)

Artículos		Autores
29	Managerial perceptions of corporate social and financial performance in the global forest industry	(Li, Puumalainen, y Toppinen, 2014)
30	Maximizing Stakeholders' Interests: An Empirical Analysis of the Stakeholder Approach to Corporate Governance	(Ayuso et al., 2014)
31	Measuring corporate social performance through social media	(Sesma, Husted, y Banks, 2014)
32	Perception of corporate social responsibility: The case of Chinese international contractors	(Wu et al., 2015)
33	Performance measurement and stakeholder perceptions: Assessing performance through the dimensions of stakeholder expectations	(Gomes y Miranda Gomes, 2011)
34	Performance Measurement for Social Enterprises	(Arena, Azzone, y Bengo, 2015)
35	Performance satisfaction, shareholder and stakeholder orientations: Managers' perceptions in three countries across continents	(Angelopoulos, Parnell, y Scott, 2013)
36	Relation between social responsibility and enterprise long-term competitiveness	(Zhang, 2013)
37	Relationship between social responsibility and performance in small and medium enterprises: Literature review	(Madueño, Jorge, y Martínez-Martínez, 2013)
38	Rethinking the corporate financial-social performance relationship: Examining the complex, multistakeholder notion of corporate social performance	(Weber y Gladstone, 2014)
39	Semantic social media analytics of CSR image: The benefit to know stakeholders' perspective	(Stiglbauer, Kühn, y Häußinge, 2014)
40	Social and environmental NGOs' perceptions of Corporate Social Disclosures: The Case of Bangladesh	(Momin, 2013)
41	Social and limited responsibility in Milton Friedman. From a shareholder to a stakeholder model	(Ferrero, 2014)
42	Social Movements, Risk Perceptions, and Economic Outcomes: The Effect of Primary and Secondary Stakeholder Activism on Firms' Perceived Environmental Risk and Financial Performance	(Vasi y King, 2012)
43	Social responsibility practices and evaluation of corporate social performance	(Agudo Valiente et al., 2012)
44	Stakeholder expectations on CSR management and current regulatory	(Müller, Stawinoga, y Velte,

Artículos		Autores
	developments in Europe and Germany	2015)
45	Stakeholder Management and Nonparticipation in Controversial Business	(Moura-Leite, Padgett, y Galan, 2014)
46	Stakeholder management capability and performance in Brazilian cooperatives	(Pereira Pavão y Rossetto, 2015)
47	Stakeholder mapping of CSR in Switzerland	(Looser y Wehrmeyer, 2015)
48	Stakeholder orientation: Development and testing of a framework for socially responsible marketing	(Maignan, Gonzalez-Padron, Hult, y Ferrell, 2011)
49	Stakeholder power and corporate social performance: The ownership effect	(Lahouel et al., 2014)
50	Stakeholder theory approach to technology incubators	(Alsos, Hytti, y Ljunggren, 2011)
51	Stakeholder value disclosures: Anchoring on primacy and importance of financial and nonfinancial performance measures	(Neumann, Roberts, y Cauvin, 2011)
52	Stakeholders In Spanish Credit Institutions	(Seguí Alcaraz, 2012)
53	Stakeholders' power, corporate characteristics, and social and environmental disclosure: Evidence from China	(Lu y Abeysekera, 2014)
54	Sustainability: How stakeholder perceptions differ from corporate reality	(Muyot, Peloza, Cerruti, y Loock, 2012)
55	Sustaining the financial value of global CSR: Reconciling corporate and stakeholder interests in a less regulated environment	(Blodgett et al., 2014)
56	The effect of single rater bias in multi-stakeholder research: A methodological evaluation of buyer-supplier relationships	(Roh, Whipple, y Boyer, 2013)
57	The financial crisis, investor activists and corporate strategy: Will this mean shareholders in the boardroom?	(Ingley, Mueller, y Cocks, 2011)
58	The Heterogeneous Impact of Corporate Social Responsibility Activities That Target Different Stakeholders	(Chang et al., 2014)
59	The Impact of Four Types of Corporate Social Performance on Reputation and Financial Performance	(Y. Wang y Berens, 2014)
60	The influence of stakeholder-firm power difference on corporate social responsibility of Chinese small and medium-sized enterprises	(Tang y Tang, 2015)

Artículos		Autores
61	Towards and ethical theory of stakeholders identification and salience: Responsibility, intentionality and prevision, power and dependency, urgency and vulnerability	(Iborra, 2014)
62	Valuing Stakeholder Engagement and Sustainability Reporting	(Camilleri, 2015)
63	What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda	(Aguinis y Glavas, 2012)
64	Who and what really matters to the firm: Moving stakeholder salience beyond managerial perceptions	(Tashman y Raelin, 2013)

ANEXO B. Listado de autores encontrados en la revisión sistemática de la literatura

Autores		No. Artículos
1	Agudo Valiente, J.M.	2
2	Garcés-Ayerbe, C.	2
3	Larrán-Jorge, M.	2
4	Salvador-Figueras, M.	2
5	Abeyssekera, I.	1
6	Adhepeau, J.L.M.	1
7	Aguinis, H.	1
8	Ahmad, N.H.	1
9	Alniacik, E.	1
10	Alniacik, U.	1
11	Alsos, G.A.	1
12	Amran, A.	1
13	Andrades-Peña, F.-J.	1
14	Angelopoulos, G.	1
15	Antoni, S.A.	1
16	Arena, M.	1
17	Ariño, M.A.	1
18	Arrigo, E.	1
19	Autissier, D.	1
20	Ayuso, S.	1
21	Azzone, G.	1
22	Bai, X.	1
23	Banks, J.	1
24	Bengo, I.	1
25	Berens, G.	1
26	Blodgett, M.S.	1
27	Boesso, G.	1
28	Boyer, K.K.	1
29	Brower, J.	1
30	Camilleri, M.A.	1

Autores		No. Artículos
31	Carter, C.R.	1
32	Cauvin, E.	1
33	Cerruti, J.	1
34	Chang, J.	1
35	Chang, K.	1
36	Cheng, B.	1
37	Chiang, C.-F.	1
38	Chung, H.	1
39	Cocks, G.	1
40	Coetzee, C.M.	1
41	Cordeiro, J.J.	1
42	Crilly, D.	1
43	Deng, X.	1
44	Downing, S.	1
45	Ehrgott, M.	1
46	Epstein, M.J.	1
47	Fang, D.-P.	1
48	Ferrell, O.C.	1
49	Ferrero, I.	1
50	Fuoli, M.	1
51	Galán, J.I.	1
52	Gao, Y.	1
53	García-Castro, R.	1
54	Garde-Sánchez, R.	1
55	Genc, N.	1
56	Gladstone, J.	1
57	Glavas, A.	1
58	Gomes, L.O.M.	1
59	Gomes, R.C.	1
60	Gonzalez-Padron, T.L.	1
61	Harjoto, M.	1
62	Herbohn, K.	1
63	Hoitash, R.	1

Autores		No. Artículos
64	Hoyos, Á.P.	1
65	Huangthanapan, K.	1
66	Hult, G.T.M.	1
67	Husted, B.	1
68	Hytti, U.	1
69	Häußinger, C.	1
70	Iborra, M.	1
71	Ingley, C.	1
72	Inoue, Y.	1
73	Ioannou, I.	1
74	Juslin, H.	1
75	Kang, J.-K.	1
76	Kang, J.-S.	1
77	Kaufmann, L.	1
78	Kim, I.	1
79	King, B.G.	1
80	Kumar, K.	1
81	Kühn, A.L.	1
82	Lahouel, B.B.	1
83	Laksmana, I.	1
84	Lee, R.	1
85	Lee, S.	1
86	Li, N.	1
87	Li, Ying	1
88	Li Yan	1
89	Liao, P.-C.	1
90	Lin, J.R.	1
91	Ljunggren, E.	1
92	Loo, H.Y.M.	1
93	Loock, M.	1
94	Looser, S.	1
95	Low, B.S.	1
96	Lu, Y.	1

Autores		No. Artículos
97	López-Hernández, A.M.	1
98	Madueño, J.H.	1
99	Mahajan, V.	1
100	Mahon, J.	1
101	Maignan, I.	1
102	Markelevich, A.	1
103	Martínez-Martínez, D.	1
104	Michelon, G.	1
105	Momin, M.A.	1
106	Moura-Leite, R.C.	1
107	Mueller, J.	1
108	Muyot, M.	1
109	Müller, S.	1
110	Nejati, M.	1
111	Neumann, B.R.	1
112	Padgett, R.C.	1
113	Parnell, J.A.	1
114	Pavão, Y.M.P.	1
115	Pedro Rodríguez-Bolívar, M.	1
116	Peloza, J.	1
117	Peretti, J.-M.	1
118	Puumalainen, K.	1
119	Raelin, J.	1
120	Reimann, F.	1
121	Roberts, M.L.	1
122	Rodríguez, M.A.	1
123	Roh, J.A.	1
124	Rossetto, C.R.	1
125	Scott, G.J.	1
126	Serafeim, G.	1
127	Sesma, J.	1
128	Sloan, P.	1
129	Stawinoga, M.	1

Autores		No. Artículos
130	Stiglbauer, M.	1
131	Tang, J.	1
132	Tang, Z.	1
133	Tashman, P.	1
134	Tewari, M.	1
135	Toppinen, A.	1
136	van Staden, C.J.	1
137	Vasi, I.B.	1
138	Walker, J.	1
139	Wang, L.	1
140	Wang, T.	1
141	Wang, Y.	1
142	Wartick, S.L.	1
143	Weber, J.	1
144	Wehrmeyer, W.	1
145	Whipple, J.M.	1
146	Widener, S.K.	1
147	Wu, C.-L.	1
148	Xue, J.-W.	1
149	Xun, J.	1
150	Yang, Y.S.	1
151	Zhang, Y.K.	1

ANEXO C. Listado de instituciones encontradas en la revisión sistemática de la literatura

Instituciones		No. Artículos
1	Auckland University of Technology, Private Bag 92006, Auckland 1142, New Zealand	2
2	London Business School, London, United Kingdom	2
3	Michigan State University, East Lansing 48824-1121, United States	2
4	National Chiao Tung University, HsinChu, Taiwan	2
5	Universidad de Cádiz, Avenida Duque de Nájera, no8, 11002 Cádiz, Spain	2
6	Universidad de Navarra, Spain	2
7	Universidad de Valencia, Facultad de Economía, Valencia, Spain	2
8	University of Helsinki, PO Box 27 (Latokartanonkaari 7), FIN-00014, Finland	2
9	University of Zaragoza, Spain	2
10	Anglo American Metallurgical Coal, United States	1
11	Arizona State University, W. P. Carey School of Business, P. O. Box 874-706, Tempe, AZ, United States	1
12	Bentley University, Waltham, MA, United States	1
13	Brandlogic Corporation., United States	1
14	Central University of Finance and Economics, Beijing, China	1
15	Centre for Environmental Strategy, CES, University of Surrey, Guildford, Surrey, United Kingdom	1
16	CERCOM (Centre d'Études et de Recherche en Communication), Departamento de Ciencias de la Comunicación, UFR. Information, Communication et Art (UFRICA), Abidjan, Cote d'Ivoire	1
17	Chinese Culture University, Taipei, Taiwan	1
18	City University of Hong Kong, Tat Chee Avenue, Kowloon, Hong Kong	1
19	Columbia University, 420 West 118th Street, 1407 IAB, New York, NY 10027, United States	1
20	CRD Analytics, United States	1
21	Duquesne University, Pittsburgh, PA, United States	1
22	Erasmus University, P.O. Box 1738, Rotterdam, Netherlands	1

Instituciones		No. Artículos
23	Euromed Management, Marseille, France	1
24	Florida State University, United States	1
25	George Washington University, United States	1
26	Germany	1
27	Harvard Business School, Harvard University, Boston, MA 02163, United States	1
28	HEC Montréal, Montréal, Canada	1
29	Helmut Schmidt University, University of the Federal Armed Forces Hamburg, Holstenhofweg 85, Hamburg, Germany	1
30	Huazhong University of Science and Technology, Wuhan City, China	1
31	Indiana University, 1309 East 10th Street, Bloomington, IN 47405-170, United States	1
32	International Business and Supply Management, WHU - Otto Beisheim School of Management, Burgplatz 2, 56179 Vallendar, Germany	1
33	Kent State University, Kent, United States	1
34	Kocaeli University, Izmit, Kocaeli, Turkey	1
35	Lappeenranta University of Technology, P. O. Box 20, FI-53851 Lappeenranta, Finland	1
36	Leuphana University in Lüneburg, Scharnhorststr. 1, Lüneburg, Germany	1
37	Melbourne Business School, 200 Leicester St, Carlton, VIC 3053, Australia	1
38	Nanyang Technological University, Singapore 639798, Singapore	1
39	Nordland Research Institute, Norway	1
40	Northwestern University, United States	1
41	Ohio State University, Columbus, OH 43210, United States	1
42	Pepperdine University, Malibu, United States	1
43	Politecnico di Milano, Via Lambruschini 4, Milan, Italy	1
44	Pompeu Fabra University, Barcelona, Spain	1
45	Pontificia Universidad Católica del Perú, Peru	1
46	Portland State University, United States	1
47	Queen's University, Goodes Hall, 143 Union St., Kingston, ON, K7L 3N6, Canada	1
48	Responsabilidad y Sostenibilidad, Barcelona, Spain	1

Instituciones		No. Artículos
49	Rice University, Jesse H. Jones Graduate School of Business, Houston, TX, United States	1
50	Rochester Institute of Technology, Max Lowenthal Building, 107 Lomb Memorial Dr., Rochester, NY, United States	1
51	Saint Louis University, 3674 Lindell Blvd., St. Louis, MO, United States	1
52	Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China	1
53	Shanghai University of International Business and Economics, China	1
54	Sinohydro Resources Ltd., Beijing, China	1
55	Southwestern University of Finance and Economics, No.555, Liutai Road, Wenjiang District, Chengdu, Sichuan, China	1
56	State University of New York, Brockport, 115C Hartwell Hall, 350 New Campus Drive, Brockport, NY, United States	1
57	Suffolk University, Boston, MA, United States	1
58	Tecnológico de Monterrey, Mexico	1
59	Temple University, School of Tourism and Hospitality Management, Speakman Hall, 1810 N. 13th Street, Philadelphia, PA 19122, United States	1
60	Texas Christian University, Fort Worth, TX 76109, United States	1
61	The University of New Mexico, Albuquerque, 87131, United States	1
62	The University of Pretoria, South Africa	1
63	Tilburg University, P.O. Box 90153, Tilburg, Netherlands	1
64	Tsinghua University, Beijing, China	1
65	Univ of Maine, Orono, ME, United States	1
66	Universidad de Granada, Granada, Spain	1
67	Universidad de La Sabana, Colombia	1
68	Universidade de Brasília - PPGA/UnB, Brasília, DF, Brazil	1
69	Universidade do Vale do ItajaíSC, Brazil	1
70	Universidade Estadual do ParanáPR, Brazil	1
71	Universiti Sains Malaysia (USM)Penang, Malaysia	1
72	University of Canterbury, Christchurch, New Zealand	1
73	University of Colorado at Colorado Springs, Colorado, Springs 80933-7150, United States	1
74	University of Colorado Denver, Denver, CO, United States	1

Instituciones		No. Artículos
75	University of Malta, Msida, Malta	1
76	University of Michigan, Dearborn, MI, United States	1
77	University of Milan-Bicocca, Milan, Italy	1
78	University of New Orleans, New Orleans, LA, United States	1
79	University of Northern Iowa, Cedar Falls, IA, United States	1
80	University of Notre Dame, United States	1
81	University of Padova, Padova, Italy	1
82	University of Queensland Business School, Canada	1
83	University of Salamanca, Salamanca, Spain	1
84	University of South Florida Sarasota-Manatee, Sarasota, FL, United States	1
85	University of St. Gallen, Switzerland	1
86	University of Texas, Austin, TX, 78712, United States	1
87	University of Trento, Italy	1
88	University of Turku, Finland	1
89	University of Washington, Bothell, WA, United States	1
90	University of Wollongong, Wollongong, Australia	1
91	University Paul Cézanne Aix-Marseille III, Aix en Provence, France	1
92	Université de Paris Est Créteil and Executive Director of ESSEC Chair of Change, France	1
93	Vrije Universiteit, 1081 HV, Amsterdam, Netherlands	1
94	Waikato Management School, Hamilton, New Zealand	1
95	Xi'an Jiaotong-Liverpool University, China	1
96	Xiamen University, Xiamen, 361005, China	1
97	York University, Schulich School of Business, Tecnológico de Monterrey, United Kingdom	1

ANEXO D. Listado de revistas encontradas en la revisión sistemática de la literatura

Revistas - Fuentes		No. Artículos
1	Journal of Business Ethics	5
2	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	4
3	Journal of Cleaner Production	3
4	Accounting Forum	2
5	Business and Society	2
6	Business and Society Review	2
7	Business Strategy and the Environment	2
8	Strategic Management Journal	2
9	American Sociological Review	1
10	Asia Pacific Journal of Management	1
11	Baltic Journal of Management	1
12	BAR - Brazilian Administration Review	1
13	Business Ethics Quarterly	1
14	California Management Review	1
15	Contaduria y Administracion	1
16	Corporate Governance (Bingley	1
17	Corporate Ownership and Control	1
18	Corporate Reputation Review	1
19	Cuadernos de Gestión	1
20	Discourse and Communication	1
21	Innovar	1
22	International Forestry Review	1
23	International Journal of Emerging Technologies in Learning	1
24	International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research	1
25	International Journal of Hospitality Management	1

Revistas - Fuentes		No. Artículos
26	Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa	1
27	Journal Globalization, Competitiveness and Governability	1
28	Journal of Fashion Marketing and Management	1
29	Journal of Financial Economics	1
30	Journal of International Management	1
31	Journal of Management	1
32	Journal of Management and Governance	1
33	Journal of Multinational Financial Management	1
34	Journal of Public Affairs	1
35	Journal of Strategic Marketing	1
36	Management Decision	1
37	Prisma Social	1
38	Problems and Perspectives in Management	1
39	Production and Operations Management	1
40	Review of Managerial Science	1
41	Revista Brasileira de Gestao de Negocios	1
42	Revista de Ciencias Sociales	1
43	Revista de Educacion, (EXTRA	1
44	Revista Iberoamericana de Educacion Superior	1
45	Social Responsibility Journal	1
46	South African Journal of Economic and Management Sciences	1
47	Tourism Management	1
48	Voluntas	1
49	World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development	1

ANEXO E. Listado inicial de palabras clave (antes del proceso de limpieza)

Palabras Clave		No. Artículos
1	Corporate social responsibility	26
2	Stakeholder theory	10
3	Social responsibility	8
4	Stakeholders	8
5	financial performance	7
6	corporate social performance	6
7	Stakeholder	5
8	China	4
9	CSR	4
10	Legitimacy	4
11	Stakeholder management	4
12	Sustainability	4
13	corporate governance	3
14	Performance	3
15	Stakeholder analysis	3
16	Stakeholder engagement	3
17	Board of Directors	2
18	Corporate reputation	2
19	Corporate social responsibility (CSR)	2
20	CSP	2
21	Emerging economies	2
22	Environmental responsibility	2
23	Perception	2
24	Performance measurement	2
25	Shareholder	2
26	Social media	2
27	Social performance	2
28	Stakeholder dialogue	2
29	Stakeholder orientation	2
30	Stakeholder relations	2

Palabras Clave		No. Artículos
31	Sustainable development	2
32	Universities	2
33	Africa	1
34	Agency	1
35	Analysis of the environment	1
36	Announcement return	1
37	Anti-takeover provisions	1
38	Appraisal	1
39	Balanced scorecard	1
40	Bangladesh	1
41	Bayesian inference	1
42	Benchmarking analysis	1
43	Bibliometrics	1
44	Brand management	1
45	Business ethics	1
46	Business performance	1
47	buyer-supplier relationships	1
48	capital constraints	1
49	Case study	1
50	Chinese SMEs	1
51	Colombian electricity sector	1
52	Communication channels	1
53	Competitive intensity	1
54	Consumer	1
55	Convergent stakeholder theory	1
56	Cooperatives	1
57	corporate citizenship	1
58	Corporate disclosure	1
59	corporate financial performance	1
60	corporate identity	1
61	Corporate image	1
62	Corporate performance	1
63	Corporate responsibility and sustainability	1

Palabras Clave		No. Artículos
64	Corporate social disclosure	1
65	Corporate social performance (CSP)	1
66	corporate social reports	1
67	Corporate social responsibility management	1
68	Corporate strategy	1
69	Corporate sustainability	1
70	corpus-based approaches to evaluation	1
71	creating shared value	1
72	Credit Institutions	1
73	cross-prediction	1
74	CSP-CFP link	1
75	CSR regulatory guidelines	1
76	CSR reporting	1
77	Data mining	1
78	Decision-making	1
79	Dependency	1
80	discourse analysis	1
81	Diversity	1
82	dominant logic	1
83	dyadic data	1
84	Employment intentions	1
85	Entrepreneurship policy	1
86	environment	1
87	Environmental stakeholder	1
88	ESG (environmental, social, governance)	1
89	Ethics	1
90	evaluation	1
91	Event study	1
92	Experimental study	1
93	Extractive industries	1
94	Factor analysis	1
95	Family-owned hotels	1
96	Fashion	1

Palabras Clave		No. Artículos
97	Fast fashion	1
98	Financial crisis	1
99	Financial measures bias	1
100	Financial reporting	1
101	Firm performance	1
102	Firm reputation	1
103	Firm risk	1
104	Firm value	1
105	Forest industry	1
106	Forest-based industry	1
107	Friedman	1
108	Gap Inc. case	1
109	Government	1
110	Influence	1
111	Information asymmetry	1
112	Innovation	1
113	Innovation policy	1
114	Institutional	1
115	Institutional CSR	1
116	Institutional theory	1
117	Intentions	1
118	International contractor	1
119	Internet	1
120	Investment intentions	1
121	Key performance indicators	1
122	KLD database	1
123	legitimacy theory	1
124	Limited responsibility	1
125	Local legitimacy	1
126	Long-term competitiveness	1
127	Malaysia	1
128	managerial cognition	1
129	Managerial entrenchment	1

Palabras Clave		No. Artículos
130	Market frictions	1
131	Market orientation	1
132	Market turbulence	1
133	Marketing competence	1
134	measurement error	1
135	Merger	1
136	Micro	1
137	microfoundations of corporate social responsibility	1
138	Mining accidents	1
139	multi-stakeholder constructs	1
140	Multinational companies	1
141	Multinational enterprise (MNE)	1
142	Network analysis	1
143	New businesses	1
144	New Zealand	1
145	Newsweek Green Rankings	1
146	Nexus of contract	1
147	Non-Governmental organisations	1
148	nonparticipation in controversial business	1
149	Oil companies	1
150	Online information disclosure	1
151	organizational attention	1
152	organizations	1
153	Ownership structure	1
154	Performance dimensions	1
155	Performance evaluation	1
156	Performance measurement system	1
157	Performance measures	1
158	Peru	1
159	Preferential stakeholder model	1
160	Presentation order effects	1
161	PRESOR	1
162	primary stakeholder management	1

Palabras Clave		No. Artículos
163	Prioritization and strategic CSR	1
164	Private sector organizations	1
165	Professional roles of communicators	1
166	Public Relations	1
167	Public services	1
168	Purchase intentions	1
169	Resource-based view	1
170	Resources and capacities	1
171	Responsibility	1
172	Retail	1
173	risk	1
174	Safety disclosure	1
175	Saliency	1
176	Sentiment analysis	1
177	Shareholder activism	1
178	single rater bias	1
179	Small and medium enterprises	1
180	Small and medium-sized enterprises	1
181	Small firms	1
182	Smalls and medium-sized enterprises	1
183	Social and environmental disclosure	1
184	Social and environmental disclosure index	1
185	social capital	1
186	Social Corporate Responsibility	1
187	Social enterprises	1
188	social movements	1
189	South Africa	1
190	Spain	1
191	Stakeholder involvement	1
192	Stakeholder management capability	1
193	Stakeholder posture	1
194	Stakeholder power	1
195	Stakeholder reactions	1

Palabras Clave		No. Artículos
196	Stakeholder salience	1
197	Stakeholder values	1
198	Stakeholder-agency theory	1
199	Stakeholder-firm power difference	1
200	Stakeholders' influence	1
201	stance	1
202	Stock market performance	1
203	Stockholder	1
204	Strategic communication	1
205	Sustainability disclosure	1
206	Sustainability performance	1
207	sustainability reporting	1
208	Sustainable balanced scorecard	1
209	Switzerland	1
210	Technical CSR	1
211	Technology incubators	1
212	Tourism industry	1
213	United States	1
214	US companies	1
215	Values	1
216	Vulnerability	1

ANEXO F. Limpieza de palabras clave (agrupación de términos)

Cleanup Confirm

Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Agency	1
Analysis of the environment	1
Announcement return	1
Anti-takeover provisions	1
Appraisal	1
Bangladesh	1
Bayesian inference	1
Benchmarking analysis	1
Bibliometrics	1
Board of Directors	2
Brand management	1
Business ethics	2
Business ethics	1
Ethics	1
Business performance	2
Business performance	1
Firm performance	1
buyer-supplier relationships	1
capital constraints	1
Case study	1
China	5
China	4
Chinese SMEs	1
Colombian electricity sector	1
Communication channels	1
Competitive intensity	1
Consumer	1
Cooperatives	1
corporate citizenship	1
Corporate disclosure	1
Corporate Financial Performance	11
corporate financial performance	1
Corporate performance	1
CSP-CFP link	1
financial performance	7

Display: All Items
 Combined Items
 Custom Set of Items

Custom Set of Items: Add Close Matches (50%)
 Remove All Invert Set

Find:
 Regular Expression
 Add Remove

Save as Thesaurus
 Accept
 Cancel

Cleanup Confirm

Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Corporate Financial Performance	11
corporate financial performance	1
Corporate performance	1
CSP-CFP link	1
financial performance	7
Financial reporting	1
corporate governance	3
corporate identity	1
Corporate reputation	4
Corporate image	1
Corporate reputation	2
Firm reputation	1
Corporate responsibility and sustainability	2
Corporate responsibility and sustainability	1
Corporate sustainability	1
Corporate social performance (CSP)	12
Corporate social disclosure	1
corporate social performance	6
Corporate social performance (CSP)	1
corporate social reports	1
CSP	2
Social performance	2
Corporate social responsibility (CSR)	42
Corporate social responsibility	26
Corporate social responsibility (CSR)	2
Corporate social responsibility management	1
CSR	4
CSR regulatory guidelines	1
CSR reporting	1
Prioritization and strategic CSR	1
Social Corporate Responsibility	1
Social responsibility	8
Technical CSR	1
Corporate strategy	1
criticism-based approaches to evaluation	1

Display: All Items
 Combined Items
 Custom Set of Items

Custom Set of Items: Add Close Matches (50%)
 Remove All Invert Set

Find:
 Regular Expression
 Add Remove

Save as Thesaurus
 Accept
 Cancel

Cleanup Confirm
Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
corpus-based approaches to evaluation	1
Credit Institutions	1
cross-prediction	1
Data mining	1
Decision-making	1
Dependency	1
discourse analysis	1
Diversity	1
dominant logic	1
dyadic data	1
Emerging economies	2
Employment intentions	1
Entrepreneurship policy	1
ESG (environmental, social, governance)	5
environment	1
Environmental responsibility	2
Environmental stakeholder	1
ESG (environmental, social, governance)	1
Event study	1
Experimental study	1
Extractive industries	1
Factor analysis	1
Family-owned hotels	1
Fast fashion	1
Fashion	1
Fast fashion	1
Financial crisis	1
Financial measures bias	1
Firm risk	2
Firm risk	1
risk	1
Firm value	2
creating shared value	1
Firm value	1
Forest-based industry	2

Display
 All Items
 Combined Items
 Custom Set of Items
 Custom Set of Items
 Add Close Matches (50%)
 Remove All Invert Set
 Find
 Regular Expression
 Add Remove
 Save as Thesaurus
 Accept
 Cancel

Cleanup Confirm
Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Forest-based industry	2
Forest industry	1
Forest-based industry	1
Friedman	1
Gap Inc. case	1
Government	1
Information asymmetry	1
Innovation policy	1
Innovation	1
Innovation policy	1
Institutional CSR	1
Institutional theory	2
Institutional	1
Institutional theory	1
International contractor	1
Internet	1
Investment intentions	1
Key performance indicators	1
KLD database	1
legitimacy theory	1
Limited responsibility	2
Limited responsibility	1
Responsibility	1
Local legitimacy	5
Legitimacy	4
Local legitimacy	1
Long-term competitiveness	1
Malaysia	1
managerial cognition	1
Managerial entrenchment	1
Market frictions	1
Market orientation	1
Market turbulence	1
Marketing competence	1
measurement error	1

Display
 All Items
 Combined Items
 Custom Set of Items
 Custom Set of Items
 Add Close Matches (50%)
 Remove All Invert Set
 Find
 Regular Expression
 Add Remove
 Save as Thesaurus
 Accept
 Cancel

Cleanup Confirm

Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Marketing competence	1
measurement error	1
Merger	1
Micro	1
microfoundations of corporate social responsibility	1
Mining accidents	1
multi-stakeholder constructs	1
Multinational enterprise (MNE)	2
Multinational companies	1
Multinational enterprise (MNE)	1
Network analysis	1
New businesses	1
New Zealand	1
Newsweek Green Rankings	1
Nexus of contract	1
Non-Governmental organisations	1
nonparticipation in controversial business	1
Oil companies	1
Online information disclosure	1
organizational alteration	1
organizations	1
Ownership structure	1
Perception	2
Performance dimensions	1
Performance evaluation	2
evaluation	1
Performance evaluation	1
Performance measurement system	4
Performance measurement	2
Performance measurement system	1
Performance measures	1
Peru	1
Preferential stakeholder model	1
Presentation order effects	1
PRESOR	1

Display

All Items

Combined Items

Custom Set of Items

Custom Set of Items

Add Close Matches (50%)

Remove All Invert Set

Find

Regular Expression

Add Remove

Save as Thesaurus

Accept

Cancel

Cleanup Confirm

Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Private sector organizations	1
Professional roles of communicators	1
Public Relations	1
Public services	1
Purchase intentions	2
Intentions	1
Purchase intentions	1
Resource-based view	1
Resources and capacities	1
Retail	1
Safety disclosure	1
Salience	1
Sentiment analysis	1
Shareholder activism	3
Shareholder	2
Shareholder activism	1
single rater bias	1
Small and medium-sized enterprises	3
Small and medium enterprises	1
Small and medium-sized enterprises	1
Small firms	1
Small and medium-sized enterprises	1
Social and environmental disclosure index	1
Social and environmental disclosure	1
Social and environmental disclosure index	1
social capital	1
Social enterprises	1
Social media	2
social movements	1
South Africa	2
Africa	1
South Africa	1
Spain	1
Stakeholder management capability	6
minimax stakeholder management	1

Display

All Items

Combined Items

Custom Set of Items

Custom Set of Items

Add Close Matches (50%)

Remove All Invert Set

Find

Regular Expression

Add Remove

Save as Thesaurus

Accept

Cancel

Cleanup Confirm

Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Stakeholder management capability	6
primary stakeholder management	1
Stakeholder management	4
Stakeholder management capability	1
Stakeholder posture	7
Stakeholder engagement	3
Stakeholder involvement	1
Stakeholder orientation	2
Stakeholder posture	1
Stakeholder	14
Stakeholder	5
Stakeholder analysis	3
Stakeholder dialogue	2
Stakeholder reactions	1
Stakeholder relations	2
Stakeholder salience	1
Stakeholder values	1
Values	1
Stakeholder theory	11
Convergent stakeholder theory	1
Stakeholder theory	10
Stakeholder-agency theory	1
Stakeholder-firm power difference	2
Stakeholder power	1
Stakeholder-firm power difference	1
Stakeholders' influence	10
Influence	1
Stakeholders	8
Stakeholders' influence	1
stance	1
Stock market performance	1
Stockholder	1
Strategic communication	1
Sustainability performance	9
Performance	3

Display

All Items

Combined Items

Custom Set of Items

Custom Set of Items

Add Close Matches (50%)

Remove All Invert Set

Find

Regular Expression

Add Remove

Save as Thesaurus

Accept

Cancel

Cleanup Confirm

Cleanup Sets Detail Window

Item Name	Num Records
Values	1
Stakeholder theory	11
Convergent stakeholder theory	1
Stakeholder theory	10
Stakeholder-agency theory	1
Stakeholder-firm power difference	2
Stakeholder power	1
Stakeholder-firm power difference	1
Stakeholders' influence	10
Influence	1
Stakeholders	8
Stakeholders' influence	1
stance	1
Stock market performance	1
Stockholder	1
Strategic communication	1
Sustainability performance	9
Performance	3
Sustainability	4
Sustainability disclosure	1
Sustainability performance	1
sustainability reporting	1
Sustainable development	2
Sustainable balanced scorecard	1
Balanced scorecard	1
Sustainable balanced scorecard	1
Switzerland	1
Technology incubators	1
Tourism industry	1
United States	2
United States	1
US companies	1
Universities	2
Vulnerability	1

Display

All Items

Combined Items

Custom Set of Items

Custom Set of Items

Add Close Matches (50%)

Remove All Invert Set

Find

Regular Expression

Add Remove

Save as Thesaurus

Accept

Cancel

ANEXO G. Listado de palabras clave después del proceso de limpieza, con una frecuencia mínima de dos veces

Palabras Clave		No. Frecuencia
1	Corporate social responsibility (CSR)	42
2	Stakeholder	14
3	Corporate social performance (CSP)	12
4	Corporate Financial Performance	11
5	Stakeholder theory	11
6	Stakeholders' influence	10
7	Sustainability performance	9
8	Stakeholder posture	7
9	Stakeholder management capability	6
10	China	5
11	ESG (environmental, social, governance)	5
12	Local legitimacy	5
13	Corporate reputation	4
14	Performance measurement system	4
15	corporate governance	3
16	Shareholder activism	3
17	Smalls and medium-sized enterprises	3
18	Board of Directors	2
19	Business ethics	2
20	Business performance	2
21	Corporate responsibility and sustainability	2
22	Emerging economies	2
23	Firm risk	2
24	Firm value	2
25	Forest-based industry	2
26	Institutional theory	2
27	Limited responsibility	2
28	Multinational enterprise (MNE)	2
29	Perception	2

Palabras Clave		No. Frecuencia
30	Performance evaluation	2
31	Purchase intentions	2
32	Social media	2
33	South Africa	2
34	Stakeholder-firm power difference	2
35	United States	2
36	Universities	2

**ANEXO H. Informe generado por Nvivo® con el porcentaje de información
aportada por cada artículo a la codificación en los nodos**

Listado de autores por artículo	Nodo 1	Nodo 2	Nodo 3	Nodo 4	Sub-nodo 4.1	Sub-nodo 4.2	Nodo 5	Sub-nodo 5.1
1 : Adhepeau, Julien Laurent Michel (2013)	6,00%	7,20%	2,91%	4,08%	0,00%	2,11%	2,34%	1,59%
2 : Agudo Valiente, José M.; Gárces Ayerbe, Concepción; Salvador Figueras, Manuel	4,00%	3,20%	5,83%	10,20%	4,00%	6,34%	5,47%	31,75%
3 : Aguinis, Herman; Glavas, Ante (2012)	0,00%	2,40%	0,97%	2,04%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%
4 : Alniacik, Umit; Alniacik, Esra; Genc, Nurullah (2011)	2,00%	12,80%	2,91%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
5 : Alsos, Gry Agnete; Hytti, Ulla; Ljunggren, Elisabet (2011)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%	0,00%	0,00%
6 : Angelopoulos, Georgios; Parnell, John A; Scott, Gregory J (2013)	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	1,59%
7 : Arena, Marika; Azzone, Giovanni; Bengo, Irene (2015)	0,00%	0,00%	0,49%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00%
8 : Arrigo, Elisa (2013)	2,00%	4,00%	0,49%	0,00%	1,33%	1,41%	1,56%	0,00%
9 : Ayuso, Silvia; Rodriguez, Miguel Angel; Garcia-Castro, Roberto; Arino, Miguel Angel (2014)	2,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%	4,23%	0,78%	1,59%
10 : Bai, Xuan; Chang, Jeanine (2015)	4,00%	4,00%	2,91%	0,00%	1,33%	1,41%	2,34%	0,00%
11 : Blodgett, Mark S.; Hoitash, Rani; Markelevich, Ariel (2014)	0,00%	4,80%	0,49%	10,2%	0,00%	0,00%	0,00%	4,76%
12 : Brower, Jacob; Mahajan, Vijay (2013)	2,00%	0,00%	3,88%	0,00%	1,33%	2,82%	0,78%	6,35%
13 : Camilleri, Mark (2015)	2,00%	1,60%	0,97%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Listado de autores por artículo	Nodo 1	Nodo 2	Nodo 3	Nodo 4	Sub-nodo 4.1	Sub-nodo 4.2	Nodo 5	Sub-nodo 5.1
14 : Chang, Kiyoung; Kim, Incheol; Li, Ying (2014)	4,00%	0,00%	0,49%	4,08%	0,00%	1,41%	3,13%	1,59%
15 : Cheng, Beiting; Ioannou, Ioannis; Serafeim, George (2014)	0,00%	1,60%	1,94%	0,00%	14,67%	2,82%	0,78%	0,00%
16 : Chung, Huimin; Lin, Jane Raung; Yang, Ying Sui (2012)	2,00%	0,80%	1,94%	18,37%	1,33%	1,41%	0,00%	1,59%
17 : Coetzee, Charmaine M.; van Staden, Chris J. (2011)	0,00%	0,00%	0,00%	4,08%	1,33%	2,82%	0,00%	0,00%
18 : Cordeiro, James J.; Tewari, Manish (2014)	0,00%	0,00%	4,37%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00%
19 : Crilly, Donal; Sloan, Pamela (2012)	8,00%	0,00%	1,94%	2,04%	0,00%	1,41%	3,91%	1,59%
20 : Deng, Xin; Kang, Jun koo; Low, Buen Sin (2013)	0,00%	0,80%	1,46%	0,00%	1,33%	2,82%	1,56%	1,59%
21 : Epstein, Marc J.; Widener, Sally K. (2011)	0,00%	0,00%	0,97%	0,00%	0,00%	0,70%	2,34%	0,00%
22 : Ferrero, Ignacio (2014)	0,00%	4,00%	0,49%	6,12%	0,00%	4,93%	0,00%	0,00%
23 : Fuoli, Matteo (2012)	0,00%	0,00%	0,00%	2,04%	0,00%	0,00%	0,78%	0,00%
24 : Gao, Yongqiang (2011)	0,00%	3,20%	0,97%	2,04%	1,33%	0,00%	1,56%	0,00%
25 : Garde, Raquel; Rodríguez, Manuel Pedro; López, Antonio M (2013)	0,00%	0,80%	2,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,17%
26 : Gomes, Ricardo Correa; Miranda Gomes, Luciana de Oliveira (2011)	2,00%	0,00%	0,49%	10,20%	0,00%	0,00%	1,56%	0,00%
27 : Harjoto, Maretno; Laksmana, Indrarini; Lee, Robert (2015)	4,00%	1,60%	2,91%	0,00%	5,33%	5,63%	0,00%	3,17%
28 : Herbohn, Kathleen; Walker, Julie; Loo, Huay Yien Monica (2014)	0,00%	0,00%	1,46%	0,00%	0,00%	0,00%	1,56%	0,00%

Listado de autores por artículo	Nodo 1	Nodo 2	Nodo 3	Nodo 4	Sub-nodo 4.1	Sub-nodo 4.2	Nodo 5	Sub-nodo 5.1
29 : Iborra, María (2014)	0,00%	2,40%	2,43%	0,00%	2,67%	6,34%	7,81%	0,00%
30 : Ingley, Coral; Mueller, Jens; Cocks, Graeme (2011)	4,00%	3,20%	3,40%	0,00%	8,00%	0,70%	0,78%	0,00%
31 : Inoue, Yuhei; Lee, Seoki (2011)	0,00%	1,60%	0,97%	0,00%	8,00%	0,00%	7,03%	0,00%
32 : Kang, Jin Su; Chiang, Chun Fang; Huangthanapan, Kitipop; Downing, Stephen (2015)	0,00%	0,80%	0,49%	0,00%	0,00%	1,41%	0,00%	0,00%
33 : Lahouel, Béchir Ben; Peretti, Jean-Marie; Autissier, David (2014)	0,00%	1,60%	3,40%	0,00%	0,00%	2,82%	4,69%	0,00%
34 : Larrán-Jorge, Manuel; Andrades-Peña, Francisco-Javier (2015)	2,00%	0,80%	1,94%	12,24%	1,33%	2,82%	1,56%	0,00%
35 : Li, N; Puumalainen, K; Toppinen, A (2014)	4,00%	4,00%	1,94%	0,00%	5,33%	2,11%	3,13%	4,76%
36 : Looser, Stéphanie; Wehrmeyer, Walter (2015)	0,00%	0,80%	0,49%	0,00%	5,33%	0,00%	7,81%	0,00%
37 : Lu, Yingjun; Abeysekera, Indra (2014)	0,00%	0,00%	0,97%	0,00%	2,67%	0,00%	0,00%	0,00%
38 : Looser, Stéphanie; Wehrmeyer, Walter (2015)	0,00%	1,60%	0,49%	0,00%	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%
39 : Mahon, John; Wartick, Steven L. (2012)	0,00%	1,60%	1,94%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,17%
40 : Maignan, Isabelle; Gonzalez-Padron, Tracy L.; Hult, G. Tomas M.; Ferrell, O. C. (2011)	8,00%	0,80%	1,46%	0,00%	0,00%	2,11%	0,78%	0,00%
41 : Michelin, Giovanna; Boesso, Giacomo; Kumar, Kamallesh (2013)	0,00%	0,80%	2,43%	0,00%	4,00%	0,00%	0,78%	9,52%
42 : Momin, Mahmood Ahmed (2013)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,11%	0,00%	0,00%

Listado de autores por artículo	Nodo 1	Nodo 2	Nodo 3	Nodo 4	Sub-nodo 4.1	Sub-nodo 4.2	Nodo 5	Sub-nodo 5.1
43 : Moura-Leite, R. C.; Padgett, R. C.; Galan, J. I. (2014)	4,00%	0,00%	0,00%	2,04%	2,67%	2,82%	0,00%	0,00%
44 : Müller, Stefan; Stawinoga, Martin; Velte, Patrick (2015)	0,00%	0,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
45 : Muyot, Michael; Peloza, Jhon; Cerruti, James; Loock, Moritz (2012)	0,00%	1,60%	0,97%	2,04%	0,00%	0,00%	0,00%	1,59%
46 : Nejati, Mehran; Amran, Azlan; Hazlina Ahmad, Noor (2014)	0,00%	0,80%	2,43%	0,00%	2,67%	2,11%	0,00%	6,35%
47 : Neumann, Bruce R.; Roberts, Michael L.; Cauvin, Eric (2011)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,78%	0,00%
48 : Pereira Pavão, Yeda Maria; Rossetto, Carlos Ricardo (2015)	2,00%	0,00%	1,46%	0,00%	0,00%	7,04%	0,00%	0,00%
49 : Preciado Hoyos, Ángela (2015)	2,00%	3,20%	1,46%	0,00%	2,67%	0,00%	0,00%	0,00%
50 : Reimann, Felix; Ehr Gott, Matthias; Kaufmann, Lutz; Carter, Craig R. (2012)	0,00%	0,80%	5,83%	0,00%	0,00%	1,41%	0,00%	0,00%
51 : Roh, Joseph A.; Whipple, Judith M.; Boyer, Kenneth K. (2013)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
52 : Seguí Alcaraz, Antoni (2012)	12,00%	0,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,34%	0,00%
53 : Sesma, Julio; Husted, Bryan; Banks, Jerry (2014)	4,00%	0,80%	0,97%	0,00%	1,33%	2,11%	0,00%	3,17%
54 : Stiglbauer, Markus; Kühn, Anna Lena; Häußinge, Christian (2014)	0,00%	2,40%	1,94%	0,00%	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%
55 : Tang, Zhi; Tang, Jintong (2015)	4,00%	0,80%	1,46%	2,04%	0,00%	0,70%	2,34%	0,00%
56 : Tashman, Pete; Raelin, Jonathan (2013)	4,00%	0,00%	0,97%	0,00%	0,00%	2,11%	3,91%	0,00%

Listado de autores por artículo	Nodo 1	Nodo 2	Nodo 3	Nodo 4	Sub-nodo 4.1	Sub-nodo 4.2	Nodo 5	Sub-nodo 5.1
57 : Vasi, I. B.; King, B. G. (2012)	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	1,41%	0,00%	0,00%
58 : Wang, Lei; Juslin, Heikki (2013)	4,00%	0,80%	3,88%	4,08%	0,00%	4,93%	7,81%	0,00%
59 : Wang, Yijing; Berens, Guido (2014)	0,00%	3,20%	4,37%	2,04%	0,00%	1,41%	6,25%	0,00%
60 : Weber, James; Gladstone, Jeffrey (2014)	2,00%	0,00%	3,88%	0,00%	2,67%	2,82%	4,69%	0,00%
61 : Wu, Chun-Lin; Fang, Dong-Ping; Liao, Pin-Chao; Xue, Jia-Wei; Li, Yan; Wang, Tao (2015)	0,00%	3,20%	0,97%	0,00%	4,00%	1,41%	0,00%	0,00%
62 : Xun, Jiyao (2013)	0,00%	2,40%	1,94%	0,00%	0,00%	0,00%	7,03%	0,00%
63 : Zhang, Y K (2013)	0,00%	2,40%	1,46%	0,00%	1,33%	2,11%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

ANEXO I. Informe generado por Nvivo® de las 100 palabras que más se repiten en los 64 artículos revisados utilizando la función de agrupación de palabras similares

Palabra		Longitud	Conteo	Palabras similares
1	stakeholding	12	6.978	stakehold, stakeholder, stakeholder', stakeholder'', stakeholder'sevaluating, stakeholder'sperceptions, stakeholders, stakeholders', stakeholders', stakeholders'', stakeholding
2	social'	7	5.285	social, social', sociale, sociales, socialism, socialism', sociality, socialization, socialize, socially
3	corporations'	13	4.404	corporate, corporation, corporations, corporations', corporations'', corporative
4	csr'	4	4.318	csr, csr', csr'
5	performs	8	4.212	perform, performance, performance', performances, performances'', performed, performer, performers, performing, performs
6	managing	8	3.692	manag, manage', manageable, managed, management, management', manager, managers, managers', managers'', manages, managing, managing'
7	responsiveness	14	2.754	responsability, responsible, responsables, response'', responsibilities, responsibilities', responsibility, responsibility', responsibility'', responsible, responsibleness, responsibly, responsive, responsiveness, responsiveness'
8	business'	9	2.577	busi, business, 'business, business', business'', businesses, businesses', businesses'
9	firms'	6	2.191	firm, firm'sbrand, firm'sinvestment, firm'sproduct, firm'sreturn, firme, firmed, firmly, firms, firms', firms'
10	company	7	2.184	companies, companies', companies'', company, company', company'scsr, company'sperformance
11	measuring	9	2.054	measurable, measure, measureable, measured, measurement, measurements, measures, measures'', measuring
12	environmentally	15	2.020	environmental, environmentalism, environmentally
13	studying	8	1.907	studie, studied, studies, studies'', study, study'sleaders, studying
14	valuing	7	1.790	value, value', valued, values, values', values'', valuing

Palabra		Longitud	Conteo	Palabras similares
15	firm'	4	1.668	firm, firm', firm'sbusinessoperation, firm'sefficiency, firm'sopera, firm'sstakeholdershavebeenidentified
16	markets	7	1.636	market, market", marketer, marketers, marketing, markets
17	researching	11	1.635	research, research', researched, researcher, researchers, researchers', researches, researching
18	industry	8	1.530	industri, industrial, industrialized, industrials, industries, industries', industry, industry'
19	sustaining	10	1.525	sustain, sustainability, sustainability', sustainable, sustainably, sustained, sustaining, sustains
20	reports'	8	1.498	report, reporte, reported, reportes, reporting, reporting', reports, reports'
21	relationships	13	1.460	relationship, relationship", relationships, relationships'
22	firms'	5	1.450	firms, firms', firms', firms"
23	relatively	10	1.408	relat, relate, related, relatedly, relates, relating, relation, relational, relations, relations', relatively
24	differs	7	1.375	differ, differed, difference, difference', differences, different, differently, differing, differs
25	model'	6	1.361	model, model', model", modeled, modeling, modell, modelled, modelling, models, models', models"
26	effect'	7	1.329	effect, effect', effect", effective, effectively, effectively', effectiveness, effects
27	variables	9	1.316	variability, variable, variables
28	ethics	6	1.311	ethic, ethical, ethicality, ethically, ethics, ethics'
29	results	7	1.278	resulted, resulting, results
30	employees'	10	1.253	employee, employees, employees', employees'
31	develops	8	1.248	develop, developed, developer, developing, development, development', development", developments, develops
32	csp"	5	1.243	csp, csp"
33	theory'	7	1.153	theories, theory, theory'
34	governments'	12	1.133	govern, governance, governance', governance", governed, governing, government, government', governments, governments', governments', governs
35	activity	8	1.116	activ, activated, active, actively, activism, activities, activity, activity"

Palabra		Longitud	Conteo	Palabras similares
36	financials	9	1.114	financial, financially, financials
37	community	9	1.102	communalities, communicate, communicated, communicates, communicating, communication, communication', communications, communicative, communicator, communicators, communities, communities', community, community''
38	disclosure'	11	1.055	disclosure, disclosure', disclosures, disclosures'
39	groups'	7	1.028	group, groupe, grouped, groupes, grouping, groups, groups', groups', groups''
40	reviews	7	1.020	review, reviewed, reviewer, reviewers, reviewing, reviews
41	financial	9	1.017	financial, financial', financially
42	environments	12	1.004	environ, environics, environment, environment'', environments
43	informs	7	992	inform, informal, informality, informally, informant, informants, informants', information, information', informational, informationally, informations, informative, informativeness, informe, informed, informed'', informes, informing, informs
44	2009	4	972	2009, 2009#pg1, 2009'
45	2007	4	933	2007
46	publics	7	930	public, public', public'sdispleasure, publically, publication, publications, publicity, publicize, publicized, publicizing, publicly, publics
47	2008	4	924	2008
48	data	4	875	data, data'
49	strategizing	12	870	strateg, strategic, strategic', strategically, strategization, strategize, strategizing
50	economics	9	867	economic, economical, economically, economics
51	indices	7	865	indicate, indicated, indicates, indicating, indication, indications, indicative, indicatively, indicator, indicators, indices
52	accounts	8	863	account, accountability, accountability', accountable, accountancy, accountants, accounted, accounting, accounting', accountings, accounts
53	interests	9	860	interest, interested, interesting, interestingly, interests
54	organizing	10	851	organ, organic, organism, organisms, organization, organizations, organizations', organizations', organize, organized, organizing
55	2006	4	848	2006

Palabra		Longitud	Conteo	Palabras similares
56	importantly	11	825	import, importance, importance', important, important', important'', importantly, imported, importer, importers, imports
57	2011	4	819	2011
58	shareholdings	13	815	shareholder, shareholder', shareholders, shareholders', shareholders'', shareholding, shareholdings
59	products'	9	811	product, product', production, productions, productive, productively, productivity, products, products'
60	customs	7	807	custom, custom'', customer, customers, customers', customers'', customization, customs
61	2010	4	792	2010
62	impacts	7	762	impact, impacted, impacting, impacts
63	2003	4	761	2003
64	internationally	15	739	internal, internalization, internalize, internalizes, internally, international, internationally
65	2012	4	735	2012
66	tests	5	732	test, tested, testing, tests, tests', tests''
67	boards	6	729	board, board'', boards, boards'
68	society'	8	728	societies, society, society'
69	strategy'	9	719	strategi, strategie, strategies, strategies', strategy, strategy'
70	concerns	8	708	concern, concern', concern'', concerned, concerning, concerns, concerns''
71	perceptions'	12	700	percept, perception, perceptions, perceptions', perceptiveness
72	supports	8	682	support, supported, supporter, supporting, supportive, supports
73	2005	4	681	2005, 2005'
74	2013	4	660	2013
75	powers	6	649	power, power', powerful, powers
76	approach'	9	641	approach, approach', approached, approaches, approaches', approaching
77	reputed	7	625	reputable, reputation, reputation', reputational, reputations, reputed
78	consuming	9	620	consum, consumables, consume, consumed, consumer, consumers, consumers', consumers'', consumes, consuming
79	constructs	10	619	construct, constructed, constructed', constructing, construction, constructions, constructive, constructively, constructs

Palabra		Longitud	Conteo	Palabras similares
80	risks	5	619	risk, risk', risk'', risks
81	operators	9	599	oper, operable, operate, operate', operate'', operated, operates, operating, operation, operational, operationally, operations, operative, operator, operators
82	diversity	9	597	diverse, diversely, diversities, diversity
83	2001	4	592	2001
84	associations	12	590	associ, associate, associated, associates, association, associations
85	factors	7	583	factor, factored, factores, factors, factors'
86	engagement	10	581	engage, engaged, engagement, engagement'', engagements, engages, engaging
87	organising	10	581	organisation, organisational, organisations, organisations', organisations', organise, organised, organises, organising
88	institutions'	13	577	institut, institute, institutes, institution, institutional, institutionalism, institutionalisms, institutions, institutions'
89	resources'	10	568	resource, resources, resources'
90	2004	4	563	2004
91	perspectives	12	552	perspect, perspective, perspective', perspectives, perspectives'
92	organizational	14	550	organizational
93	capitalize	10	549	capit, capital, capital'', capitalism, capitalism'', capitalization, capitalizations, capitalize, capitalized
94	1999	4	542	1999
95	controls	8	540	control, controllable, controlled, controller, controlling, controls
96	dimensions	10	540	dimension, dimensions
97	indexes	7	539	index, indexed, indexes
98	2000	4	537	2000
99	process	7	537	process, processed, processes, processing
100	university	10	528	universal, universalism, universality, universally, universals, universe, universes, universiti, universities, universities', university

ANEXO J. Certificación como ponente en el evento Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations



Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations

University of Hawaii at Manoa
Honolulu, USA
19-20 April 2016
www.organization-studies.com

Juan Sebastian Bautista of Universidad Industrial de Santander (UIS), Colombia, attended the Sixteenth International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations as an in-person participant. Juan Sebastian Bautista presented the paper, *Social Responsibility of Stakeholders and the Business Success*.

Juan Sebastian Bautista played an important role in the International Conference on Knowledge, Culture, and Change in Organizations. The conference offers a comprehensive overview of current thinking in the area broadly described as knowledge management. Its perspectives range from big picture analyses in keynote addresses by internationally recognized experts in the field of management, to detailed case studies of management practice. It traverses a broad terrain, from theory and analysis to practical strategies for action.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Philip'.

Dr. Philip Kalantzis-Cope, Director
Common Ground Publishing



ANEXO K. Comunicación de aprobación de la ponencia presentada a COGESTEC 2016



Dear Ruth, Silvia and Juan,

On behalf of the Review Committee for 5th International Congress on Technology and Innovation Management, COGESTEC 2016, I am pleased to inform you that your proposal for paper presentation in a parallel session, "Conceptual synthesis of the role of "Stakeholders" in the context of Social Responsibility", has been **accepted**. Moreover, you are welcome to be a member of the COGESTEC Official Network which we will be founded at the congress.

We advise you to regularly check the congress website, www.cogestec2016.com, for updates on conference speakers, activities and travel information.



Kenneth
Morse

Barack Obama's
Innovation adviser

GLOBAL SALES



Craig
Cooper

Global Strategy Fund
Manager, AO Foundation

SOCIAL INNOVATION



Alfonso
Vegara

Founder & Honorary President
of the Fundación Metropoli

SMART PLACES

Remember the deadline for full paper submission on Easy Chair platform is July 28th, 2016. For more information, please download specific instructions on our website: <http://www.cogestec2016.com/#!call-for-papers/w1i2i>

Yours sincerely,

EDNA BRAVO, PHD. BUSINESS ADMINISTRATION; TECHNICAL UNIVERSITY OF CATALONIA

Presidenta de COGESTEC 2016

**ANEXO L. Comunicación enviada por Common Ground Publishing
informando que el artículo ha sido aprobado con observaciones para ser
publicado**

17/7/2016

Gmail - The Organization Collection - Refereeing Complete - Bibliometrics of Social Responsibility from Stakeholders



**The Organization Collection - Refereeing Complete - Bibliometrics of Social
Responsibility from Stakeholders**

CGPublisher <cgpublisher@cgpublisher.com>

15 de julio de 2016, 10:13

Responder a: CGPublisher <cgpublisher@cgpublisher.com>

THE ORGANIZATION COLLECTION

Dear Juan Sebastian Bautista, Ruth Zarate Rueda, Silvia Lizeth Quiroz
Ramírez,

The Organization Collection has received the final referee report for your
paper 'Bibliometrics of Social Responsibility from Stakeholders'. You may
view the reports at:
http://cgpublisher.com/works/56717/actions/1/2/manage_workspace. It is our
policy not to vet or alter the referees comments.

Your paper "Bibliometrics of Social Responsibility from Stakeholders" has
been Accepted With Revisions for publication in The Organization
Collection. Please use the change note available at
<http://commongroundpublishing.com/support/final-submission-downloads-and-guides>
to detail the changes you have made to your paper as a result of reviewer
comments and feedback. In some circumstances we may return this change note
to reviewers. Please include the change note as the first page of your
resubmitted paper. If we do not receive the change note with your revised
submission, your paper may be withdrawn.

Your paper has been accepted for publication, pending revisions, on the
basis that at least one of the referees' reports has recommended
publication. When one of the reports recommends against publication, or
recommends revisions, we suggest you take this referee's comments
particularly seriously, and address their concerns within the bounds of
reasonable revision (rather than having to write a substantially different
paper).

The Organization Collection is a fully peer-refereed Journal. Only those
papers that are accepted by independent referees will be published in the
Journal. Our refereeing process is rigorous, consistent, fair, and
objective. Each paper is sent to a minimum of two referees for review.

Common Ground journals are internationally recognized and indexed in major
databases around the world. Please visit the Journal website at
<http://ijm.cgpublisher.com> for further information.

You will soon be offered a Publishing Agreement. Once the Publishing
Agreement has been accepted you will be requested to upload a final revised
version of your paper for typesetting and publication. If we do not
receive a change note with your revised submission, your paper will not
proceed and may be withdrawn.

We look forward to receiving your final submission.

Yours Sincerely,

Dominique Moore
The Organization Collection
<http://ijm.cgpublisher.com>

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=bc677e5114&view=pt&search=inbox&msg=150ef1f1daa4836a&siml=150ef1f1daa4836a>

ANEXO M. Artículo de carácter publicable con resultados de la investigación

Bibliometrics of Social Responsibility from Stakeholders

Ruth Zárate Rueda, Universidad Industrial de Santander, Colombia

Juan Sebastián Bautista Zárate, Universidad Industrial de Santander, Colombia

Silvia Lizeth Quiroz Ramírez, Universidad Industrial de Santander, Colombia

Abstract: This paper aims to share the results of the assessment of scientific production related to the role of stakeholders in the framework of social responsibility; based on data mining from documents published in internationally recognized databases. The methodology consists of four stages: the first one is the selection of databases; the second one, prototyping the "search equation," by entering different combinations of keywords, as well as the definition of selection criteria in an observation window from 2011 to 2015. The third stage is the selection of items according to its relevance and timing, applying selection criteria previously defined in the study, and finally, the fourth stage is the analysis of information performed in the specialized software VantagePoint®. The results highlight the importance of the relationship between stakeholders and social responsibility. Hence, the dynamics of publication points a parameter of rapid growth between 2012 and 2014; United States stands out as a leading country with a large number of publications, followed by a significant difference by Spain and the UK.

Keywords: Stakeholders, Social Responsibility, Bibliometry.

Introduction

Social responsibility is the need to build a self-responsible society from a joint responsibility of social actors (private and public), it means that an institution that wants to be socially responsible should act from relationships with individuals, groups or other institutions, whose interactions depend on their organizational mission. Therefore, there should be a coordination among interest groups, or the so-called "stakeholders", in order to fulfill this responsibility and to find out mutually beneficial solutions.

Currently, the common good is perhaps one of the greatest goals concerning large companies; understanding the common good as "the act, or surplus and separated perfection, from which a group of people with diverse characteristics take part, benefiting from such participation and forming a community together" (Rodríguez and Malaver Rojas 2011). So, from the point of view of Social Responsibility, an organization must create conditions that achieve the common good of their "stakeholders"; also the lack of any of them "could affect the common good of the society", as Rodríguez and Malaver stated in their research document (Rodríguez and Malaver Rojas 2011). Therefore, there is an imperative need to address the concept "stakeholder" in the literature, which provides the ability to infer its relevance from the perspective of the "stakeholders" in the context of social responsibility.

In fact, this document seeks to socialize the results of the assessment of scientific production related to the role of stakeholders in the framework of social responsibility; based on data mining from documents published in internationally recognized databases.

Theoretical background

Social responsibility

There is no unified Social Responsibility concept, however in general terms, it can be defined as the voluntary implementation of management systems, measurement and information of socially responsible behavior of an organization, considering the interest groups or stakeholders (Ferreira Mainardi and Morán Suárez 2011). Another influential definition is from Mohr, Webb, and Harris

(2001) who affirm that "Social responsibility is the commitment of the company to minimize or eliminate any harmful effects and maximize long term impact on benefit to society".

It is interesting to note the detractors of the theory of social responsibility in the organizations, such as Andrew Hacker, who in 1963 published in The New York Times Magazine that "the sole responsibility of corporations is profit, contributing towards a prosperous economic system". In turn, Reavis Cox, stated in the Wall Street Journal in 1969 that the role of the businessman is to meet the material needs of man, and that is what society should expect from him. It should be noted that the conceptual reference of Cox, Levitt and Hacker, is Friedman, who in Capitalism and Freedom (1962) affirms that the doctrine of social responsibility is a "fundamentally subversive doctrine" since the Social Responsibility of business is only one: use the projected resources and engage in activities to increase profits, while remaining within the rules of the game. For Friedman, a shareholder is the economic man interested only in short term maximum benefit with minimal consideration of legal and ethical restrictions (Rodríguez and Malaver Rojas 2011).

Friedman and his followers are opposed to the broader definition of Corporate Social Responsibility with the argument that the pursuit of social objectives dilutes the principal purpose of the corporation, imposes additional costs and reduces economic efficiency, competitiveness and profitability. According to Friedman, shareholder value is the only value that should be maximized. If managers want to work towards the betterment of society, they should make people do individually and on their own, not as agents of their directors and/or at their expense (Alniacik, Alniacik, and Genc 2011).

In response to criticism and concerns about Social Responsibility, Porter and Kramer (2006) stated that the economic objectives of the company, and the objectives of the initiatives of Corporate Social Responsibility (CSR) do not have to be separate and distinct. Instead of focusing on the "tension between the company and society", companies must understand the interdependence between the two and include their CSR initiatives in their strategies and specific activities of the company. When companies approach CSR this way, they discover that it can become much more than a cost, constraint or charity, but a source of opportunity, innovation and advantage competitiveness. (Michelon, Boesso, and Kumar 2013).

Academic researchers have recognized and demonstrated the importance of corporate social responsibility and social performance of companies in the results related to the dividends of a company. Studies show that CSR has a strong influence on various intangible assets of the company (Brower and Mahajan 2013); specifically leading to:

- Higher levels of customer identification with a company;
- Improved reviews of the company;
- Increased differentiation of competition;
- The development of a deposit of "goodwill" or "moral capital" that generates a protection "insurance-like" against the negative information;
- Increased likelihood of purchase, loyalty, advocacy and behavior;
- And, increased customer satisfaction.

Stakeholders or interest groups

The term stakeholders was coined by Freeman, who established a relationship between stakeholder theory and strategic planning, pointing that the mission or purpose of the company should consider the stakeholders. For Freeman a stakeholder is any group or individual who can affect, or be affected, by the achievement of the objectives of the company (Freeman and McVea 2001). It was from his approach that the consideration of the stakeholders began to have a dimension in organizational life (Rodríguez and Malaver Rojas 2011).

But it was not until the nineteen eighties when the concept of stakeholder began to have relevance in the "management" literature because of Freeman, who in 1984 published his book "Strategic Management: A Stakeholder Approach", from which the concept of stakeholder started to

spread. In its broadest sense, the definition of interest group opens a space for any individual and, therefore, the possibility of infinite stakeholders. The fundamental ideas of the stakeholder theory has the following characteristics (Caballero-Fernández, García-Vázquez, and Quintás-Corredoira 2007):

- A stakeholder is defined as any individual or interest group that somehow concerns on the progress of the company; and if, on one hand, are conditioned, more or less directly, by its activity, can, in turn, condition it;
- The strategic direction of the company should address not only the achievement of the shareholders own objectives, but of the whole wide range of stakeholders;
- The objective of management, and the profound *raison d'être* of the company, from an ethical point of view is to maximize long term welfare of all stakeholders, fulfilling the condition to allow the pursuit of an economic and financial result, able to sufficiently meet their expectations;
- There is a constant and dynamic interrelationship between the company, the management, the moral dimension of business, and the management action;
- The company must be understood and conceptualized as a whole of networked stakeholders, interacting with each other constantly and dynamically;
- The management theory of "stakeholders" studies the business management and is neither a socioeconomic or political theory, nor a complete ethical theory.

Mitchell, Agle, and Wood (1997) formulated a theory of "stakeholders" identification that allows to operationalize the concept based on its emphasis or preponderance, according the simultaneous presence of certain attributes in actors who affect, or are affected, by the objectives or results of a particular organization. For these authors, the "stakeholders" are actors (internal or external) that affect, or are affected, by the objectives or results of a given company, to varying degrees, to the extent that they possess one to three basic attributes organization: power, legitimacy and urgency (Rodríguez and Malaver Rojas 2011), as it is shown in Figure 1.

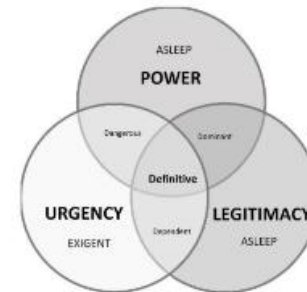


Figure 1: Typology of stakeholders by attributes

Source: (Mitchell et al., 1997) adapted by (Rodríguez & Malaver Rojas, 2011)

The power has to do with the existence or the possibility of obtaining by a "stakeholder" of resources in order to impose their will on others. The degree of actors' power can be classified according to resource availability. Legitimacy is the perception that the actions of an actor are appropriate within certain systems of norms, values or beliefs. Urgency is the clamor for immediate attention (Rodríguez and Malaver Rojas 2011).

The relationship between stakeholders and Social Responsibility

Deng, Kang, and Low (2013) study two opposing views (i.e., maximizing the value for "stakeholders" and the point of view at the expense of the shareholders) on the effect of the social activities of a company in its performance. The approach of maximizing value for the "stakeholders" predicts that organizations with a high commitment to CSR that benefits other stakeholders lead to an increased stakeholder satisfaction that ultimately benefits shareholders. On the contrary, the "at the expense of shareholders" approach suggests that managers engage in socially responsible activities to help other interested parties at the expense of the shareholders, the prediction is that managers of companies compromise shareholder wealth by reducing it. In general, they suggest that companies that integrate diverse interests and stakeholders in its operation are engaged in investment activities that improve their long term profitability and efficiency, which ultimately increases shareholder wealth and company value, supporting the view of maximizing value for the "stakeholders" (Deng, Kang, and Low 2013).

The relationship between social responsibility and success is based on the notion that SR generates positive effects among all stakeholders, internal and external, where, certainly, the customers or consumers have a greater role (Ferreira Mainardi and Morán Suárez 2011). In this regard, several studies show that the SR has a direct and positive influence on the assessment made by the consumer of the company; and as for the "stakeholders" it has been found that the relationship between the initiatives and results of CSR is stronger as stakeholders increase the preponderance defined as those actors who have power, legitimacy and urgency (Aguinis and Glavas 2012).

Methodology

The scientific work and the production of research results is currently conditioned to an environment characterized by the measurement of productivity, and the need to establish the degree of relevance of what is being researched by different scientific communities, as well as what is published. Therefore, the methodology was based on bibliometrics, which is known as the application of mathematical methods to scientific literature based in statistics and bibliometric indicators (Oswaldo Suárez 2012). In this regard, the bibliometric analysis consists of the application of methods, tools and indicators, in order to analyze large data sets and related information with the scientific and technological production (Ordoñez et al. 2009) in addition to some instruments capable of highlight how far the scientific and academic communities or the people influence their peers with their developments in the environment in which they operate their science, technology and innovation activities (Santos 2012).

Based on the arguments of Pritchard (1969), it is understood by bibliometrics as the science that studies the nature and trajectory of a discipline through the systematization and analysis of the various aspects of written communication; and the bibliometric methodology deals with the quantitative analysis of certain variables present in a publication, in order to approach the situation of a scientific field in a given time (Escorcía 2008). The following describes the different stages developed in the process:

Methodological process

1. Database selection

The first stage consisted in selecting the Scopus database, in which the document search was conducted; the decision to opt for this database lies on the presence of a larger amount of documents assessing the Social Responsibility topic in comparison with the ISI Web of Science database (Ferreira Mainardi and Morán Suárez 2011), as evidenced in Table 1.

Table 1: Comparison of documents assessing Social Responsibility, published in the ISI WoS database versus the Scopus database.

Typology	ISI WoS		SCOPUS	
	No. Documents	%	No. Documents	%
Article	1126	76,0	1429	72,5
Book review	177	11,9	0	0,0
Reviews	80	5,4	288	14,6
Editorials	46	3,1	18	0,9
Conference proceedings	36	2,4	185	9,4
Letters	11	0,7	7	0,4
Science magazines	6	0,4	0	0,0
Reports	0	0,0	28	1,4
Notes	0	0,0	15	0,8
TOTAL	1482	100,0	1970	100,0

Source: Ferreira Mainardi & Morán Suárez, 2011.

2. Exploratory Search

The second stage consisted of an exploratory search in the previously selected database, for which the prototype of the search equation was constructed by entering different combinations of keywords; the selection criteria and the time window were determined for the literature review; i.e. an exploratory search protocol was proposed, as shown in Table 2 .

Table 2: Exploratory search protocol

Language	English-Spanish
Time's window	2011-2015
Key words	Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Business Social Responsibility, organizational social responsibility, University Social Responsibility, Social Performance, Business Social Performance, Corporate Social Performance, Stakeholder, Interest Group.
Document type	Article
Database	SCOPUS
Search Field	Abstract, Title, Keywords.
Selection criteria (exclusion or inclusion)	<ul style="list-style-type: none"> • Publications containing as its central theme the subject of this investigation • Recent publications (last five years) • Publications that are defined in the two languages (English and Spanish)

Source: Own, 2016

3. Selection of documents

The selection of items depended on their relevance and temporality, as well as the established guidelines of the search protocol in order to ensure the selection of relevant information related to the topic.

The prototyping consisted of profiling the search equation, in this case, seven equations were obtained. In the first one (without using any selection criteria) a total of 93,944 items were obtained; as key terms were combined and the criteria stated in the search protocol were applied, the seventh final equation was reached with a total of 591 items, as shown in Table 3.

Table 3: Search equation

```
TITLE-ABS-KEY ((( sr* OR organi* OR corporat* OR business* OR universit* )
AND ( social responsibilit* OR social performance ) ) OR ( social responsibili*
AND ( stakeholder* OR "interest group*" ) ) AND ( LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2016 )
OR LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2015 ) OR LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2014 ) OR
LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2013 ) OR LIMIT-TO ( PUBYEAR , 2012 ) OR LIMIT-TO
( PUBYEAR , 2011 ) ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE , "ar" ) ) AND ( EXCLUDE (
PUBYEAR , 2016 ) ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , "BUSI" ) OR LIMIT-TO (
SUBJAREA , "SOCI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA , "ECON" ) ) AND ( LIMIT-TO
( LANGUAGE , "English" ) OR LIMIT-TO ( LANGUAGE , "Spanish" ) )
```

Source: Own, 2016

4. Data synthesis

The information collected by extracting data from the previously selected items was processed through the text mining software Vantage Point and the Analyze Results Tool contained in the SciVerse Scopus web platform. From this group of documents, aspects such as productivity per year within the previously defined observation window, the main authors, leading countries according to the number of publications, the institutions that support the largest number of publications, the h index, articles most cited, and the Aduna Cluster Maps of keywords, authors, and countries were reviewed.

Results

The bibliometric analysis applied to 591 items obtained from applying the final search equation in the SCOPUS database is described below:

Documents published per year

The dynamics of the articles published in the defined time window shows a growth, as seen in Figure 2, in this regard 88 publications were obtained for 2011, 84 publications for 2012, a notorious rise of 119 publications for 2013, and continues its growth during 2014 with a total of 157 products. However it's important to note the slight decrease in the number of publications in 2015 with 143 publications.

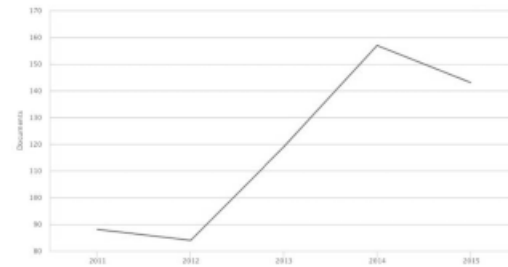


Figure 2: Dynamics of publications between 2011 and 2015. Source: Own, 2016

Top authors

The authors who present a greater number of publications on this subject are shown in Figure 3, being Giovanna Michelon of the University of Exeter in the UK, the lead author with the highest number of products, with seven papers; followed by Igor Alvarez of the University of the Basque Country in Spain, Eduardo Ortas of the University of Zaragoza in Spain and Chris A. Mallin of the Norwich Business School in the UK; each with four papers published respectively. Likewise, each of the remaining six featured authors that lead the number of publications have a total of 3 articles related to the studied topic.

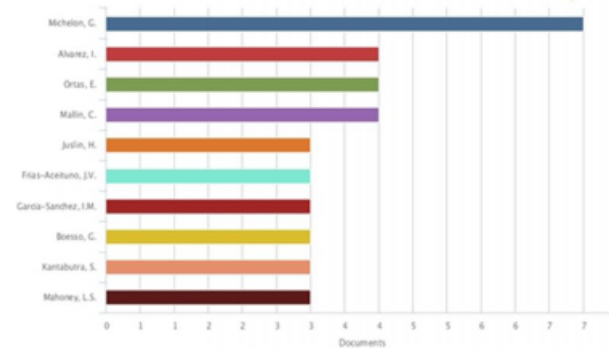


Figure 3: Dynamics of publications by author between 2011 and 2015. Source: Own, 2016

Leading countries

Figure 4 shows the leadership of the United States in the production of scientific papers related to Social Responsibility and "stakeholders" with a total of 130 publications, and a significant difference from the following countries. Spain is second with a production of 75 papers, which is in line

with the results in Figure 3, since the two leading authors on the subject are Spanish. Following in the ranking, there is the United Kingdom with 66 items, Australia with 56, China with 37, Italy with 35, Canada with 33, Germany with 23, the Netherlands with 21, Malaysia with 19 and France with 19 publications.

Map of Country Fields



Figure 4: Countries with most scientific publications in the 2011-2015 time span. Source: Own, 2016

It's important to emphasize that both in America and Europe there is a higher level of depth on the subject of Social Responsibility and its relationship with "stakeholders"; on the contrary the African continent has an incipient production in the subject because its participation is comparatively low compared to other continents.

Institutions with more publications

According to Figure 5, the institutions that have published more documents about the Social Responsibility and "stakeholders" are all located in Spain, particularly the University of Zaragoza and the University of Salamanca with a total of 10 and 8 items respectively, which is consistent with the results shown in Figures 2 and 3, where Spain was found to be the second leading country and the two main authors on the subject they are of this nationality.

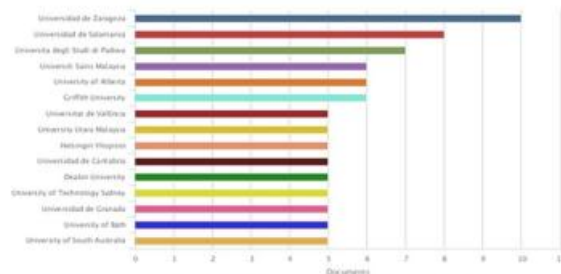


Figure 5: Institutions with the highest number of publications between 2011 and 2015 Source: Own, 2016

H-index

American physicist Jorge E. Hirsch proposed in 2005 a new bibliometric way to measure the impact of publications and scientific journals creating the "h-index" or the digit that quantitatively equates the publication of a journal or an author, and the citations that they have obtained; It is represented by the "h" number of publications that have received a minimum number of "h" citations (Hirsch 2005)(Túñez López and Pablos Coello 2013).

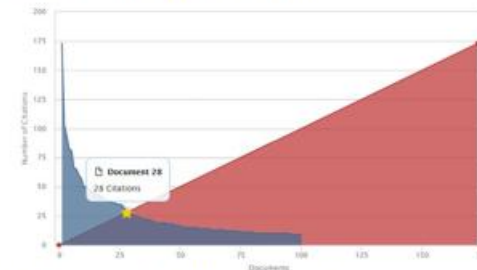


Figure 6: H-index of documents obtained from the search equation Source: Own, 2016

According to the mentioned above, the SCOPUS database has a built-in function that calculates the h-index; for this particular case, an h-index of 28 was found, as shown in Figure 6, indicating that in the total of items (591), at least 28 of them have been cited at least 28 times for a total of 784 citations.

Most cited articles

Table 4 contains a list of the "Hot Papers" or the ten most cited articles of the performed search, it should be noted that between the first and second article there is a difference of 70 citations, the first one with a frequency of 173 and the second one with 103. It is important to point that the article "what we know and do not know about social corporate responsibility: a review and research agenda" by Herman Aguinis and Ante Glavas of the University of Notre Dame in the United States, is the document that features the highest number of citations; this document is a meta-analysis where literature on Corporate Social Responsibility (CSR) was reviewed in 588 books and 102 articles and book chapters.

Table 4: The ten most cited articles between 2011 and 2016.

ARTICLES	Year of publication	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL of citations
What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda (Aguinis and Glavas 2012)	2012		4	34	48	79	8	173

ARTICLES	Year of publication	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TO-TAL of citations
From green to sustainability: Information Technology and an integrated sustainability framework (Dao, Langella, and Carbo 2011)	2011	4	15	26	30	26	2	103
A strategy for human factors/ergonomics: Developing the discipline and profession (Dul et al. 2012)	2012		16	20	31	26	1	94
Family and Lone Founder Ownership and Strategic Behaviour: Social Context, Identity, and Institutional Logics (Miller, Le Breton-Miller, and Lester 2011)	2011	6	5	25	22	24		82
A comparative literature analysis of definitions for green and sustainable supply chain management (Ahi and Searcy 2013)	2013			2	21	51	7	81
The structure of sustainability research in marketing, 1958-2008: A basis for future research opportunities (Chabowski, Mena, and Gonzalez-Padron 2011)	2011	3	7	7	22	22	5	66
Stewardship or agency? A social embeddedness reconciliation of conduct and performance in public family business (Le Breton-Miller, Miller, and Lester 2011)	2011	4	6	9	17	29		65
Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial	2011	2	6	15	20	17		60

ARTICLES	Year of publication	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TO-TAL of citations
performance in tourism-related industries (Inoue and Lee 2011)								
Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure (Dhaliwal et al. 2012)	2012		3	6	15	33		57
Does it pay to be really good? addressing the shape of the relationship between social and financial performance (Barnett and Salomon 2012)	2012		2	6	23	17	2	50

Source: Own, 2016

Aduna Cluster Map of Keywords

Vantage Point is a powerful tool of text mining for the discovery of knowledge in text databases that helps to understand and navigate quickly through large volumes of information, allowing a better preview of the information and thus turn it into knowledge. The software allows a significant visualization of relationships and find critical patterns in the collected data. VantagePoint makes it possible to import data from hundreds of databases of the leading online providers, and works with flexible tools, such as data cleansing and a synonyms dictionary managed by the user and provides automated and assisted data standardization (Search Technology 2011).

First, a keywords Aduna was generated (with a repetition of at least twice per word), obtained by introducing the information downloaded from the SCOPUS database (591 results obtained by applying the search equation defined in this research) in the specialized data mining software VantagePoint. When performing aduna, it presented a high degree of dispersion of the terms which hampered its interpretation, therefore, the data cleansing tool of the software was used in order to obtain the real keywords and thus determine the relationship between them.

Figure 7 shows the keywords Aduna after the cleansing process, this image displays the words that have an appearance frequency of at least ten times in the 591 records entered in the software. This aduna allows to perceive the relationship of terms between them, and its goal is to visualize the groups or clusters that are created from these relationships or hierarchies. In this case, the main and higher hierarchy term is "Corporate Social Responsibility" which is strongly related to the terms "Stakeholder", "Sustainable development / performance", "Governance", "Social responsibility", "Financial performance", "Economic and social effects", "Environmental management" and "Strategy". Hence, it's deduced that social responsibility holds a strong relationship with stakeholders being subject of importance in the entrepreneurial sector as it is immersed in the strategies of companies as long as it affects their economic, financial, environmental and social performance.

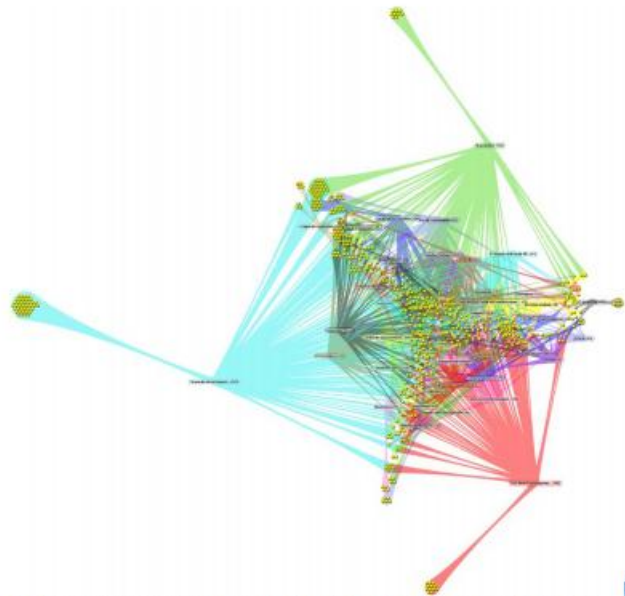


Figure 7: Aduna of keywords that are repeated at least ten times (after the cleaning process). Source: Own, 2016

Aduna Cluster Map of authors.

In Figure 8 displays the authors Aduna (with at least two publications on the subject), obtained from entering the information downloaded from the SCOPUS database in specialized data mining software VantagePoint. It is clear that the Social Responsibility issue and its interaction with the "stakeholders" is a topic that has not generated many collaborations between authors, only in some cases, such as Giovanna Michelon, Eduardo Alvarez and Igor Ortas who have made enormous efforts for cooperation.

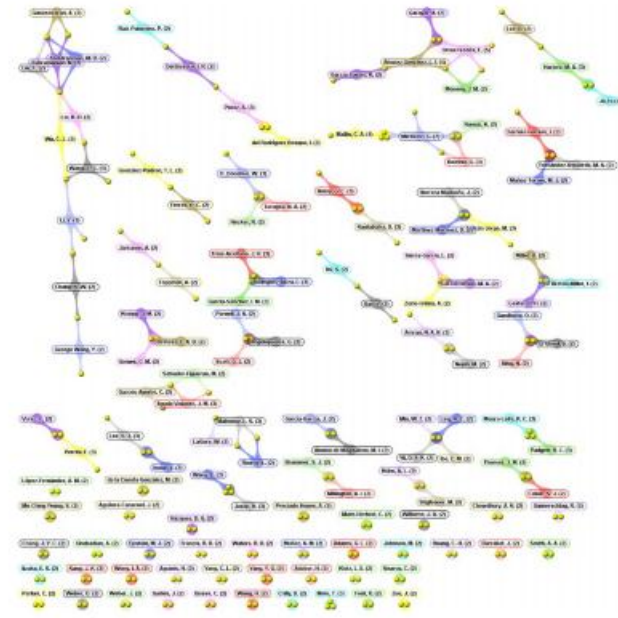


Figure 8: Aduna of authors who have at least two publications. Source: Own, 2016

Aduna Cluster Map of countries

Figure 9 displays the countries Aduna featuring the concentration of publications in the research subject; it shows the relationships that have been forged between nations like the United States, Spain, United Kingdom, Australia and China (adding the production of Hong Kong). These territories represent the leadership in the number of publications; in turn they stand out because they promote the production of articles in cooperation with other developing countries; specifically, it was found that Colombia has collaborations with Spain in the paper entitled "The practice of Corporate Social Responsibility. Case study in the tourism sector," developed by the University of Magdalena (Colombia) and the University of the Balearic Islands (Spain).

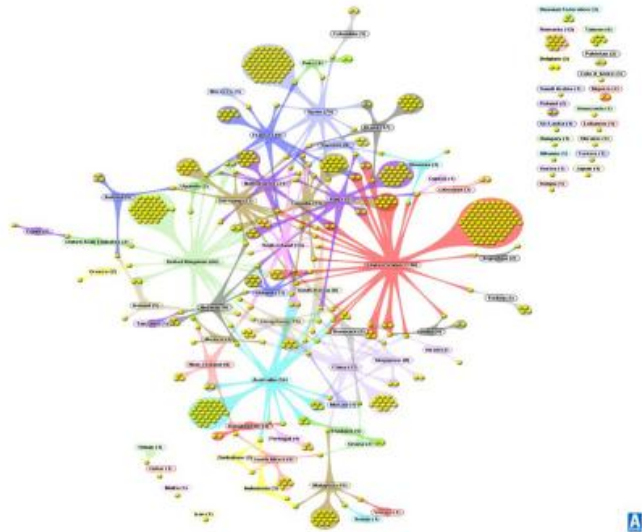


Figure 9: Aduna of countries with publications on the subject between 2011 and 2015
Source: Own, 2016

Conclusions

Bibliometry as a support tool in decision making, is a key instrument in the process of identifying trends and research characterization. Production bibliometric indicators are useful for measuring scientific production levels although they can be influenced by many situations, allow to compare scientific production between similar groups, although they do not enable an assessment of its quality.

The results highlight the relevance of the relationship between stakeholders and social responsibility. Hence, the dynamics of publication signals a parameter of rapid growth between 2012 and 2014. United States stands out with a large number of publications, followed by a noticeable difference by Spain and the United Kingdom. Spain has the first two authors with more publications. In addition, the database analyzed (Scopus) identifies that the most papers correspond to a few developed countries and use English as the main language of publication. When performing a comparative analysis of regions or countries, an idiomatic bias should be recognized with a strong influence of English accepting that not all scientific production has the same opportunities for publication and not all publications have the same possibilities of integrate the existing databases.

Latin América is in a secondary position regarding productivity, with Brasil being the first country with 17 publications, followed by Peru, with 4, and Colombia with 3. Therefore, it's argued that this region is barely starting to apply socially responsible procedures regarding stakeholders

The results show great cooperation among countries in the scientific production activities, specifically spotting notorious relationships between developed countries; those with a low number of publications seek to associate with countries that have a high production number. The cooperation among authors has been minimal, as the relationships between them are sporadic; there is a low joint productivity with a few exceptions.

The indicators used in this study should support the development of further research to measure socially responsible processes applied in different countries.

References

- Aguinis, Herman, and Ante Glavas. 2012. "What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda." *Journal of Management* 38 (4): 932–68. doi:10.1177/0149206311436079.
- Ahi, Payman, and Cory Searcy. 2013. "A Comparative Literature Analysis of Definitions for Green and Sustainable Supply Chain Management." *Journal of Cleaner Production* 52 (August): 329–41. doi:10.1016/j.jclepro.2013.02.018.
- Alniacik, Umit, Esra Alniacik, and Nurullah Gene. 2011. "How Corporate Social Responsibility Information Influences Stakeholders' Intentions." *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 18: 234–45. doi:10.1002/csr.
- Barnett, Michael L., and Robert M. Salomon. 2012. "Does It Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance." *Strategic Management Journal* 33 (11): 1304–20. doi:10.1002/smj.1980.
- Brower, Jacob, and Vijay Mahajan. 2013. "Driven to Be Good: A Stakeholder Theory Perspective on the Drivers of Corporate Social Performance." *Journal of Business Ethics* 117 (2): 313–31. doi:10.1007/s10551-012-1523-z.
- Caballero-Fernández, G., J.M. García-Vázquez, and M.a. Quintás-Corredoira. 2007. "La Importancia de Los Stakeholders de La Organización: Un Análisis Empírico Aplicado a La Empleabilidad Del Alumnado de La Universidad." *Investigaciones Europeas de Dirección Y Economía de La Empresa* 13 (2): 13–32.
- Chabowski, Brian R., Jeannette A. Mena, and Tracy L. Gonzalez-Padron. 2011. "The Structure of Sustainability Research in Marketing, 1958–2008: A Basis for Future Research Opportunities." *Journal of the Academy of Marketing Science* 39 (1): 55–70. doi:10.1007/s11747-010-0212-7.
- Dao, Viet, Ian Langella, and Jerry Carbo. 2011. "From Green to Sustainability: Information Technology and an Integrated Sustainability Framework." *Journal of Strategic Information Systems* 20 (1). Elsevier B.V.: 63–79. doi:10.1016/j.jsis.2011.01.002.
- Deng, Xin, Jun koo Kang, and Buen Sin Low. 2013. "Corporate Social Responsibility and Stakeholder Value Maximization: Evidence from Mergers." *Journal of Financial Economics* 110 (1). Elsevier: 87–109. doi:10.1016/j.jfineco.2013.04.014.
- Dhaliwal, Dan S., Suresh Radhakrishnan, Albert Tsang, and Yong George Yang. 2012. "Nonfinancial Disclosure and Analyst Forecast Accuracy: International Evidence on Corporate Social Responsibility Disclosure." *The Accounting Review* 87 (3): 723–59. doi:10.2308/accr-10218.
- Dul, Jan, Ralph Bruder, Peter Buckle, Pascale Carayon, Pierre Falzon, William S. Marras, John R. Wilson, and Bas van der Doelen. 2012. "A Strategy for Human Factors/ergonomics: Developing the Discipline and Profession." *Ergonomics* 55 (4): 377–95. doi:10.1080/00140139.2012.661087.

- Escorcía, Tatiana Alexandra. 2008. "El Análisis Bibliométrico Como Herramienta Para El Seguimiento de Publicaciones Científicas, Tesis Y Trabajos de Grado." *Microbiología Industrial*. Pontificia Universidad Javeriana. <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ciencias/tesis209.pdf>.
- Ferreira Mainardi, Caroline, and María Antonia Morán Suárez. 2011. "La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) En Las Bases de Datos Scopus Y Wos (Estudio Bibliométrico)." *Edicic* 1 (4): 141-60. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3866973&info=resumen&idioma=ENG>.
- Freeman, R. Edward, and John McVea. 2001. "A Stakeholder Approach to Strategic Management." *SSRN Electronic Journal* 1 (01): 276. doi:10.2139/ssrn.263511.
- Hirsch, Jorge E. 2005. "An Index to Quantify an Individual's Scientific Research Output." *Proc Natl Acad Sci U S A* 102 (46): 16569-72. doi:10.1073/pnas.0507655102.
- Inoue, Yuhci, and Seoki Lee. 2011. "Effects of Different Dimensions of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance in Tourism-Related Industries." *Tourism Management* 32 (4). Elsevier Ltd: 790-804. doi:10.1016/j.tourman.2010.06.019.
- Le Breton-Miller, Isabelle, Danny Miller, and Richard H. Lester. 2011. "Stewardship or Agency? A Social Embeddedness Reconciliation of Conduct and Performance in Public Family Businesses." *Organization Science* 22 (3): 704-21. doi:10.1287/orsc.1100.0541.
- Michelon, Giovanna, Giacomo Boesso, and Kamalish Kumar. 2013. "Examining the Link between Strategic Corporate Social Responsibility and Company Performance: An Analysis of the Best Corporate Citizens." *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 20 (2): 81-94. doi:10.1002/csr.1278.
- Miller, Danny, Isabelle Le Breton-Miller, and Richard H. Lester. 2011. "Family and Lone Founder Ownership and Strategic Behaviour: Social Context, Identity, and Institutional Logics." *Journal of Management Studies* 48 (1): 1-25. doi:10.1111/j.1467-6486.2009.00896.x.
- Mitchell, Ronald K, Bradley R Agle, and Donna J Wood. 1997. "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really." *The Academy of Management Review* 22 (4): 853-86. doi:10.5465/AMR.1997.9711022105.
- Mohr, La, Dj Webb, and Kc Harris. 2001. "Do Consumers Expect Companies to Be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior." *Journal of Consumer Affairs* 35 (1): 45-72. doi:10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x.
- Ordoñez, G., A. Hernández, C. Hernández, and C. Méndez. 2009. "Análisis Bibliométrico de La Revista de Economía Institucional." *Revista de Economía Institucional* 20: 309-53.
- Oswaldo Suárez, Jorge. 2012. "Análisis Bibliométrico de La Revista Infectio, 1995 a 2011." *Infectio* 16 (3). Elsevier: 166-72. doi:10.1016/S0123-9392(12)70007-3.
- Porter, Michael E., and Mark R. Kramer. 2006. "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility." *Harvard Business Review* 84 (12): 77-92. <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>.
- Rodríguez, Riviera Hugo Alberto, and Marleny Natalia Malaver Rojas. 2011. "La Organización: Los Stakeholders Y La Responsabilidad Social." *Documentos de Investigación* 97 (97). doi:0124-8219.
- Santos, G. 2012. "Aproximaciones a Un Análisis Bibliométrico de La Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría 2000-2012." *Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría*. http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/ECONOMICAS_6/Administracion_de_Empresas/93.pdf.
- Search Technology, Inc. 2011. *VantagePoint User's Guide*. United States. www.TheVantagePoint.com.
- Túñez López, Miguel, and José Manuel De Pablos Coello. 2013. "El 'índice H' En Las Estrategias de Visibilidad, Posicionamiento Y Medición de Impacto de Artículos Y Revistas de Investigación." In *Investigar La Comunicación Hoy. Revisión de Políticas Científicas Y Aportaciones Metodológica. 2º Congreso Nacional Sobre Metodología de La Investigación En Comunicación*, 133-50. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4227310&info=resumen&idioma=ENG>.

ANEXO N. Definiciones sobre la Teoría de Stakeholders

Autores	Definiciones (encontrados en los 64 artículos revisados)
<p>Freeman, Edward (1983) Seguí Alcaraz (2012) Alniacik, Alniacik y Genc, (2011). Ayuso, Rodriguez, Garcia-Castro y Arino (2014). Gomes y Miranda Gomes, (2011). Chung, Lin y Yang, (2012) Agudo Valiente, Garcés Ayerbe, y Salvador Figueras (2015)</p>	<p>Cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectados por el propósito de una empresa. De acuerdo con esta teoría, las empresas deben responder a los diferentes grupos que tienen o pueden tener demandas legítimas y que podrían afectar sus resultados.</p>
<p>(Moura-Leite, Padgett y Galan, 2014) Ferrero (2014)</p>	<p>Los stakeholders se catalogan como <i>primarios</i>, al referirse a las personas que sin su participación continua en la empresa, no puede sobrevivir como negocio en marcha.</p> <p>Los <i>secundarios</i>, por el contrario, son aquellos que influyen o afectan, o están influidos por la empresa, pero no realizan operaciones directas y no son esenciales para su supervivencia. Esta definición “amplia” de los grupos de interés secundarios da paso a los medios de comunicación y las organizaciones no gubernamentales, puesto que tienen capacidad de movilizar a la opinión pública en apoyo o en contraposición al rendimiento de una empresa</p>
<p>Harjoto, Laksmana y Lee, (2015) Maria Iborra (2014) Zhang (2013) Coetzee y van Staden (2011) Elisa Arraigo (2013)</p>	<p>“los stakeholders son todos los involucrados con el funcionamiento, desarrollo, gestión y éxito económico de la empresa. De esta manera, la empresa se convierte en la unidad que produce bienes y servicios a satisfacción de la sociedad; se mueve dentro de un movimiento regido por normas que debe cumplir y promueve la ética para el desarrollo humano”</p>
<p>Weber y Gladstone (2014).</p>	<p>los stakeholders se articula cuatro dimensiones: (1) se basa en lo <i>descriptivo</i>, porque representa lo que los gerentes realmente hacen respecto a las relaciones comerciales de la organización; (2) es</p>

Autores	Definiciones (encontrados en los 64 artículos revisados)
	<p><i>instrumental</i> al definir los resultados o consecuencias de las acciones específicas realizadas por los administradores en nombre de sus organizaciones; (3) se fundamenta en lo <i>normativo</i> en respuesta a la cuestión ética que deben hacer los gerentes u organizaciones; y (4) permite la <i>gestión</i> en la búsqueda de la ayuda de los profesionales en el aprendizaje de cómo manejar mejor la compleja red de relaciones con los interesados</p>

ANEXO O. Clasificación de las definiciones sobre la Teoría de Responsabilidad Social

Autores	Tipos de RS	Definiciones (encontrados en los 64 artículos revisados)
<p>Aguinis, Herman; Glavas, Ante (2012).</p> <p>Alniacik, Alniacik, y Genc, (2011).</p> <p>Blodgett, Mark; Hoitash, Rani; Markelevich, Ariel (2014).</p> <p>Cheng, Beiting; Ioannou, Ioannis; Serafeim, George (2014).</p> <p>Ferrero, Ignacio (2014).</p> <p>Gao, Yongqiang (2011).</p> <p>Ingle, Coral; Mueller, Jens; Cocks, Graeme (2011).</p> <p>Looser, Stéphanie; Wehrmeyer, Walter (2015).</p>	<p>Económica</p>	<p>La RS desarrollada desde ésta perspectiva se fundamenta en dos concepciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Con ánimo de lucro</i>, referida a la gestión eficiente y eficaz vinculada directamente con el beneficio económico y la maximización de la producción como un interés propiamente capitalista de la organización. • <i>Beneficio mutuo</i>, relacionada con el compromiso organizacional para prevenir, mitigar y minimizar los impactos que permean el beneficio de los stakeholders; además de prever por el rendimiento administrativo y financiero de la empresa hacia una gestión sostenible de la producción.
<p>Agudo, José; Gárces Concepción; Salvador, Manuel (2012).</p> <p>Arrigo, Elisa (2013)</p> <p>Iborra, María (2014)</p>	<p>Ética</p>	<p>El concepto ético y moral de las actividades empresariales está estrechamente ligado a la formulación de valores corporativos que determina los comportamientos organizacionales frente a la toma de decisiones, guiadas por la búsqueda del equilibrio en la generación de ganancias y la promoción del desarrollo humano, mitigando los impactos negativos ocasionados a la sociedad e incrementando las condiciones de vida de las personas y comunidades.</p>

Autores	Tipos de RS	Definiciones (encontrados en los 64 artículos revisados)
Iborra, María (2014) Alniacik, Alniacik, y Genc, (2011).	Legal	Las obligaciones legales de la RS en las organizaciones están referidas al cumplimiento de las normas y leyes que la sociedad y el Estado ha establecido para el mantenimiento del orden social. En este sentido, la Responsabilidad Social es una obligación de las empresas frente a los actores sociales que se lleva a la práctica a partir del acatamiento de normas establecidas sobre las dimensiones económicas, sociales y ambientales.
Adhepeau, Julien (2013). Arrigo, Elisa (2013) Bai, Xuan; Chang, Jeanine (2015). Garde, Raquel; Rodríguez, Manuel; López, Antonio (2013). Inoue, Yuhei; Lee, Seoki (2011). Preciado Hoyos, Ángela (2015). Stiglbauer, Kühn, y Häußinge (2014).	Filantropía o Voluntaria	Compromiso voluntario de las organizaciones con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde una esencia social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales. Dentro de este concepto la Responsabilidad Social va más allá del mero cumplimiento de la norma legal y la obtención de resultados netamente económicos.

Enfoques de Responsabilidad Social		
Autores	Enfoques	Definiciones (encontrados en los 64 artículos revisados)
<p>Ingley, Coral; Mueller, Jens; Cocks, Graeme (2011).</p> <p>Li, N; Puumalainen, K; Toppinen, A (2014)</p>	Macroeconómico	<p>La Responsabilidad Social de una empresa debe usarse hacia acciones y actividades enfocadas a incrementar los beneficios económicos de la misma, siempre y cuando cumpla con una competencia transparente sin transgredir a un fraude que afecte la rentabilidad y administración organizacional; es decir, hablar de una empresa socialmente responsable es la que utiliza sus recursos y participa en actividades diseñadas para aumentar sus utilidades como un bien común que persigue ventajas competitivas en un sistema económico que deja realizar el libre mercado.</p>
<p>Brower, Jacob; Mahajan, Vijay (2013).</p> <p>Cheng, Beiting; Ioannou, Ioannis; Serafeim, George (2014).</p> <p>Chung, Huimin; Lin, Jane Raung; Yang, Ying Sui (2012).</p> <p>Wu, Chun-Lin; Fang, Dong-Ping; Liao, Pin-Chao; Xue, Jia-Wei; Li, Yan; Wang, Tao (2015).</p>	Microeconómico	<p>La RS asume una estrategia de mercadeo para lograr el éxito empresarial y los beneficios económicos, además de concertar iniciativas que vinculen y mejoren las condiciones del entorno social y ambiental. Es así que, la organización socialmente es más responsable cuando enfatiza su estabilidad económica respecto a su ética empresarial de contribuir con el beneficio de la sociedad.</p>
<p>Cheng, Beiting; Ioannou, Ioannis; Serafeim, George (2014).</p>	Intermedio	<p>Costos de Transacción, la adopción e implementación de estrategias de RS, conducen al resultado de un rendimiento superior de la organización, en cuanto genera compromiso organizacional en la base de la confianza mutua y la cooperación; producto de ello, se experimenta una reducción de costos de transacción que mejoran las ganancias, evita pérdidas residuales y promueve acciones sociales.</p>

<p>Agudo Valiente, José M.; Garcés Ayerbe, Concepción; Salvador Figueras, Manuel (2015).</p> <p>Ayuso, Silvia; Rodriguez, Miguel Angel; Garcia-Castro, Roberto; Arino, Miguel Angel (2014).</p> <p>Harjoto, Maretno; Laksmana, Indrarini; Lee, Robert (2015).</p> <p>Iborra, María (2014).</p> <p>Ingley, Coral; Mueller, Jens; Cocks, Graeme (2011).</p> <p>Nejati, Mehran; Amran, Azlan; Hazlina Ahmad, Noor (2014)</p>		<p>Stakeholders, El efecto positivo de la práctica de la Responsabilidad Social desde este enfoque resulta en una eficiencia superior de las operaciones de la organización y la calidad de los productos / servicios (rendimiento financiero), que en el largo plazo conducen al mejoramiento de su nivel de satisfacción y la creación de un sentido de pertenencia empresarial. De esta manera, mediante la RS se crea el compromiso de una empresa para operar de una manera económica y ambientalmente sostenible mediante el cumplimiento de los intereses de sus grupos de interés.</p>
<p>Michelon, Giovanna; Boesso, Giacomo; Kumar, Kamallesh (2013).</p>		<p>Institucionalista, los esfuerzos de RS bajo este lineamiento se enfoca en la generación de ganancias y mayores oportunidades para que las empresas obtenga beneficio de la sociedad; las empresas utilizan sobre todo las inversiones corporativas en causas sociales como una estrategia a corto plazo para superar una reputación negativa asumiendo una postura de impuesto o licencia para hacer negocios rentables y sostenibles.</p>

ANEXO P. Conceptos encontrados sobre valoración de los Stakeholders

Autores	Conceptos (encontrados en los 64 artículos revisados)
<p>Míguez González; 2007 Lahouel, Béchir Ben; Peretti, Jean-Marie; Autissier, David; 2014</p>	<p>Stakeholders activos: son aquéllos con los cuales la organización mantiene algún tipo de intercambio, transacción u obligación legal.</p> <p>Stakeholders pasivos: son quienes han sido afectados o pueden serlo, están relacionados con la organización pero no tienen por qué ser conscientes de ello ni realizar nada al respecto.</p>
<p>Wang, Lei; Juslin, Heikki; 2013 Agudo Valiente, Gárces Ayerbe, y Salvador Figueras; 2012 Wang, Yijing; Berens, Guido; 2014 Mahon, John; Wartick, Steven L; 2012 Bai, Xuan; Chang, Jeanine; 2015 Arrigo, Elisa; 2013</p>	<p>Modelo tridimensional de la RSE propuesto por Carrol en 1979: "La Responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo".</p> <p>Modelo cuatripartito, la piramide de la RSE propuesto por Carroll 1991, compuesto por cuatro tipos de responsabilidades: económica, jurídica, ética y filantrópica.</p>
<p>Agudo Valiente; Garcés Ayerbe; Salvador Figueras; 2015 Chang, Kiyoung; Kim, Incheol; Li, Ying; 2014 Herbohn, Kathleen; Walker, Julie; Loo, Huay Yien Monica; 2014 Lahouel, Béchir Ben; Peretti, Jean-Marie; Autissier, David; 2014</p>	<p>La presión que ejercen los Stakholders es una de las principales razones para realizar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, básicamente para cumplir obligaciones con uno o dos de sus grupos de interés.</p>

Autores	Conceptos (encontrados en los 64 artículos revisados)
(Gao y Zhang 2006). (Agudo Valiente, Garcés Ayerbe, y Salvador Figueras, 2015)	Cuatro niveles de participación de los Stakeholder: Pasivo (solo reciben información) De escucha (son consultados), De proceso de doble vía (participan en el diálogo con la organización) Proactivo (la gestión es impulsada por las partes interesadas)
(Agudo Valiente, Garcés Ayerbe, y Salvador Figueras, 2015 Iborra, María (2014)> Fuoli, Matteo (2012) Herbohn, Kathleen; Walker, Julie; Loo, Huay Yien Monica (2014 Preciado Hoyos, Ángela, 2015 (Stiglbauer, Kühn, y Häußinge, 2014)	Con el objetivo de evaluar el impacto en el grado de comunicación con los stakeholders de una organización en su desempeño socialmente responsable. Se establecen modelos de medición separadas mediante el uso de la información proporcionada por un conjunto de indicadores o variables manifiestas.
Freeman; 1984 Clarkson; 1995 Bai; Chang; 2015 Chang, Kiyoung; Kim, Incheol; Li, Ying; 2014	Stakeholders primarios: son aquellos que participan directa y frecuentemente en las operaciones de la organización Stakeholders secundarios: no participan directamente en las transacciones con la organización, pero están siendo influenciados por la misma de manera indirecta
Mitchell, Agle; Woods; 1997 Iborra; 2014 Brower, Jacob; Mahajan, Vijay; 2013 Rodríguez; Malaver Rojas; 2011 Chang, Kiyoung; Kim, Incheol; Li, Ying; 2014 Crilly, Donal; Sloan, Pamela; 2012 Lahouel, Béchir Ben; Peretti, Jean-Marie; Autissier, David;	Teoría de identificación de stakeholders partiendo de tres atributos básicos: poder, legitimidad y urgencia. La combinación de los tres atributos da como resultados ocho categorías de stakeholders: definitivo, dependiente, peligroso, dominante, exigente, discrecional y adormecido.

Autores	Conceptos (encontrados en los 64 artículos revisados)
2014 Li, N; Puumalainen, K; Toppinen, A; 2014 Looser, Stéphanie; Wehrmeyer, Walter; 2015 Tashman, Pete; Raelin, Jonathan; 2013 Wang, Lei; Juslin, Heikki; 2013	
Weber; Gladstone; 2014 Blodgett, Hoitash; Markelevich; 2014 Ayuso, Rodriguez; Garcia- Castro; Arino; 2014 Inoue; Lee; 2011 Michelin; Boesso; Kumar, 2013 Brower; Mahajan; 2013	Medición del desempeño socialmente responsable utilizando los indicadores de Kinder, Lydenburg, Domini (KLD) que reflejan la atención empresarial a diferentes temas de interés de los stakeholders. En particular, las siguientes cinco categorías de los datos KLD se han utilizado comúnmente en los estudios relacionados con stakeholders: 1) relaciones con los empleados, 2) calidad del producto, 3) relaciones comunitarias, 4), aspectos medioambientales, y 5) cuestiones de diversidad.