

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

**PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL Y RENDIMIENTO EMPRESARIAL:
ANTECEDENTES E IMPLICACIONES**

**(ENVIRONMENTAL PROTECTION AND BUSINESS PERFORMANCE:
BACKGROUND AND IMPLICATIONS)**

Autor: D. Jalil Dueb Moujir

Tutora: D^a Yaiza del Mar Armas Cruz

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2014 / 2015

LUGAR Y FECHA

San Cristóbal de La Laguna, 2 de marzo de 2015

Dña. YAIZA ARMAS CRUZ del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas titulada **PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL Y RENDIMIENTO EMPRESARIAL: ANTECEDENTES E IMPLICACIONES** y presentada por el/la alumno/a Jalil Dueb Moujir, realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 2 de marzo de dos mil catorce

La tutora



Fdo: Dña. Yaiza Armas Cruz

La Laguna, 2 de marzo de 2015

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	5
1. Introducción	6
2. Marco Conceptual	8
2.1.Relación de estudios analizados	8
2.2.Análisis crítico de la investigación empírica precedente para delimitar los antecedentes e implicaciones de la relación entre protección medioambiental y rendimiento económico.	18
3. Análisis de la información.	24
3.1.Implicaciones gerenciales.	24
3.2.Caracterización de las empresas de acuerdo a su comportamiento medioambiental.	27
4. Conclusiones.	29
5. Bibliografía utilizada.	30

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

Tabla 1 Revisión bibliográfica.....	9
-------------------------------------	---

RESUMEN

En los últimos años ha aumentado de manera significativa la importancia del medio ambiente y su preservación hasta el punto de transformar el entorno en el que compiten las empresas por lo que éstas han tenido que adaptar sus estrategias al nuevo escenario. Ante este panorama, el presente estudio se marca como objetivos analizar la situación económico-financiera actual de las empresas que han tomado medidas de protección medioambiental, extraer conclusiones valiosas para la gerencia sobre cómo gestionar las consecuencias de adoptar una responsabilidad medioambiental y por último extraer un perfil de las empresas en relación a su nivel de compromiso medioambiental. Para ello, se analiza una relación exhaustiva de estudios de carácter empírico realizados en diferentes sectores. Entre las conclusiones alcanzadas se encuentran el signo de la relación entre protección medioambiental y rendimiento empresarial y propuestas para futuras investigaciones.

Palabras clave: medio ambiente, sostenibilidad, rendimiento ambiental, gestión empresarial.

ABSTRACT

In recent years the importance of environment and its preservation have grown to the point of transforming the environment in which the firms compete so they have been forced to adapt their strategy to match this new scenario. Against this background, the present research sets as its objectives to analyze the current economic and financial situation of companies that have taken environmental protection measures, draw relevant conclusions which are valuable for the managers on how to manage the consequences of adopting an environmental liability, and finally to draw a profile of the firms relating their level of environmental commitment. To meet these objectives, empirical studies carried out in different sectors are analyzed. Among the conclusions reached in this paper are the sign of the relationship between environmental protection and business performance, and suggestions for future research.

Keywords: environment, sustainability, environmental performance, business management.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años ha ido cobrando fuerza una corriente de protección medioambiental que, a pesar de haber estado siempre latente en un modo u otro, ha sido en tiempos recientes cuando ha irrumpido en el mundo empresarial con un mayor protagonismo tratando de ejercer una cierta presión ante el avance de la economía para tratar de concienciar de la necesidad de llevar a cabo políticas de protección medioambiental no sólo por parte de los gobiernos, sino también desde las empresas. Esta situación genera un nuevo escenario en el entorno competitivo de la empresa, cada vez más orientado hacia la sostenibilidad, en el que la implantación de políticas de protección medioambiental dentro de la estrategia empresarial se hace necesaria para competir con éxito en dicho entorno y preservar el mismo, pues es el medio en el que desarrollan su actividad las empresas. No obstante, al tratarse de un fenómeno relativamente reciente implica una incertidumbre respecto a las implicaciones que pueda conllevar tanto positivas como negativas.

No hay duda en que adoptar una estrategia sostenible pueda resultar beneficioso para la empresa y para su entorno, pero dicha estrategia tiene que compatibilizarse con los demás objetivos de la empresa y además habría que evaluar el impacto positivo o negativo que tendría sobre el rendimiento económico-financiero de la organización. No se trata de un proceso sin coste alguno y por ello resulta relevante conocer las implicaciones que pueda traer aparejadas para poder valorarlas objetivamente

En esta línea, el trabajo tiene fijados una serie de objetivos en base a un análisis de información secundaria con el estudio de la literatura existente sobre el tema. Como primer objetivo se marca realizar un análisis profundo sobre la situación actual, fundamentalmente respecto a sus resultados económicos-financieros, de las empresas cuya preocupación medioambiental se manifiesta en el desarrollo de medidas para la reducción de su impacto en el entorno. El segundo objetivo es extraer conclusiones aplicables a la gerencia empresarial sobre las ventajas e inconvenientes, principalmente desde el punto de vista de la relación coste-beneficio, derivados de asumir una responsabilidad medioambiental. El tercer y último objetivo es realizar una clasificación de las empresas atendiendo a su perfil organizativo y su nivel de compromiso con la protección medioambiental.

Para lograr estos objetivos, el trabajo queda estructurado de la siguiente forma. En primer lugar hay una relación con estudios analizados para la realización del mismo, a continuación, se realiza un repaso a los estudios empíricos realizados en los últimos años sobre la relación entre protección medioambiental de la empresa y su rendimiento económico-financiero y se hace un análisis crítico de dicha información. Tras ello, se extraen una serie de conclusiones aplicables a la gerencia sobre cómo gestionar la influencia que el compromiso medioambiental puede tener en sus resultados. El siguiente punto consiste en extraer un perfil o caracterización de las empresas de acuerdo a su compromiso medioambiental. Por último se exponen unas conclusiones extraídas de la investigación.

En lo que respecta a la metodología aplicada en este Trabajo de Fin de Grado, se trata de una revisión crítica y análisis de las investigaciones de carácter empírico previamente realizadas sobre muestras de empresas de diferentes sectores, tanto en un ámbito nacional como internacional, publicadas en revistas científicas de alto impacto entre los años 2000 y 2014.

A la hora de abordar la búsqueda de información para recopilar los estudios necesarios para la elaboración del trabajo se ha recurrido a bases de datos universitarias y de otras instituciones. Principalmente se hicieron búsquedas exhaustivas en el

buscador Punto Q, de la Biblioteca de la Universidad de La Laguna, y en el buscador Google Académico, de la empresa Google. Ambos son buscadores que como resultados a las búsquedas recopilan, entre otros, artículos de revistas científicas, publicaciones académicas y otros trabajos de investigación de diferentes ámbitos o disciplinas. También se ha recurrido a otras bases de datos como por ejemplo Science Research, el servicio Dialnet de la Universidad de La Rioja, o Research Gate entre otras. El sistema de búsqueda de información en estos recursos electrónicos ha sido mediante palabras clave fundamentalmente y a través del nombre de diversos autores en menor medida. Algunos de los términos, entre muchos otros, que se han utilizado a la hora de hacer la búsqueda han sido, tanto por separado como cruzándose entre sí: *sostenibilidad*, *protección medioambiental*, *rendimiento económico*, *rendimiento ambiental*, *gestión ambiental*, *responsabilidad social*, *certificación ambiental*, *environmental performance*, *environmental management*, *sustainability*, *green economy*, *EMAS*. Además, dentro de los resultados obtenidos se han seleccionado sólo estudios posteriores al año 2000 y dentro de estos se ha tenido preferencia atendiendo a la fecha de publicación buscando los más nuevos.

Al mismo tiempo, se ha revisado y estudiado la bibliografía de los trabajos utilizados para poder de este modo acceder a más información de calidad.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1 RELACIÓN DE ESTUDIOS ANALIZADOS

Los estudios analizados para la realización del presente trabajo que se recogen en la siguiente tabla 1 se remontan hasta el año 2000 y se extienden hasta 2014. Los trabajos se encuentran ordenados por año de publicación y a continuación por orden alfabético.

En la medida de lo posible se ha tratado de exponer una información básica sobre cada trabajo para intentar homogeneizar la información y facilitar un análisis comparativo entre ellos. Los datos que se han intentado extraer para poder realizar esta estructuración han sido el país y años estudiados, la muestra analizada y en la medida de lo posible la fuente de los datos, la metodología empleada por los autores o factores analizados y por último, los principales resultados obtenidos en cada trabajo de manera simplificada. En los casos en los que no se ha podido acceder a algún dato de la información esta situación se encuentra señalada con un asterisco (*).

Tabla 1: Revisión bibliográfica

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
Dowell et al. 2000	Estados Unidos 1994-1997	89 empresas multinacionales seleccionadas de la lista de Standard and Poor's 500.	Analiza los estándares medioambientales globales de las multinacionales en relación a su valor en bolsa.	La adopción de un estándar medioambiental más estricto está directamente relacionada con un mayor valor de la compañía.
De Burgos y Céspedes 2001	Estados Unidos 1992	170 empresas del directorio medioambiental mundial.	Realizan un análisis mediante un modelo de ecuaciones estructurales de las siguientes variables: - Cobertura funcional. - Recursos asignados a protección medioambiental. - Integración de las cuestiones ambientales en la planificación estratégica de la empresa. - Rendimiento ambiental. - Rendimiento financiero. - Tamaño.	- Resultados de la relación entre protección medioambiental y resultados económicos varía por sectores por variables propias de cada uno. - Mayoritariamente signo negativo en la relación entre gestión ambiental y resultado económico, pero signo positivo en la relación entre rendimiento ambiental y rendimiento económico.
King y Lenox 2001	Estados Unidos 1987-1996	652 empresas estadounidenses.	Construyen una versión simplificada de la Q de Tobin y la usan como medida del rendimiento económico y las emisiones tóxicas totales como medida del rendimiento medioambiental.	En general encuentran una relación positiva entre rendimiento medioambiental y rendimiento económico.
Konar y Cohen 2001	Estados Unidos 1989	Empresas manufactureras listadas en el índice Standard and Poor's 500	Analiza el valor de mercado de las empresas relacionándolo con medidas objetivas de su desempeño medioambiental.	Un desempeño medioambiental pobre tiene un efecto negativo en el valor de las empresas.
King y Lenox 2002	Estados Unidos 1992-1996	614 empresas manufactureras	Realizan un análisis de regresión de efectos fijos considerando variables como: - Q de Tobin. - Retorno sobre activos (ROA). - Emisiones totales. - Generación de residuos. - Prevención de residuos. - Transferencia de residuos. - Tamaño de la empresa. - Crecimiento. - Intensidad de capital. - Intensidad de I+D. - Apalancamiento.	Los gerentes infra-explotan prevención de residuos y sobreexplotan tratamiento de residuos. Empresas pueden mejorar su rendimiento económico mediante prevención de residuos.

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
			<ul style="list-style-type: none"> -Salarios. -Exigencia de la normativa. -Permisos. 	
Schaltegger y Synnestvedt 2002	Revisa otros trabajos.	Revisa otros trabajos.	Revisa otros trabajos.	Las cualidades gerenciales materializadas tanto por la elección del perfil medioambiental y como un determinado perfil puede ser económicamente alcanzado determina la conexión entre rendimiento económico y ambiental.
Aragón Correa y Sharma 2003	Revisa otros trabajos.	Revisa otros trabajos.	Revisa otros trabajos.	<ul style="list-style-type: none"> -La relación entre una estrategia ambiental proactiva y ventaja competitiva puede no ser siempre positiva dependiendo de la influencia de diferentes características del entorno de la empresa como incertidumbre, complejidad y munificencia. - Los gerentes deben comprender que adoptar unas pocas medidas medioambientales o un enfoque medioambiental proactivo por un tiempo limitado no necesariamente proporcionará ventaja competitiva, sino que hay que adoptar una estrategia consistente a largo plazo.
Klassen y Vachon 2003	Una docena de países, pero sólo usa datos de Canadá para contrastar las hipótesis. 2001	202 empresas manufactureras.	Desarrollan su estudio desde el punto de vista de la cadena de suministro.	Las empresas manufactureras pueden mejorar potencialmente su gestión ambiental tanto aumentando el nivel de inversión en tecnologías relacionadas como cambiando la inversión del control de polución a la prevención de la polución. Sin embargo, no deben considerar únicamente sus operaciones, sino la del resto de implicados en la cadena de suministro.
Murty y Kumar 2003	India 1996-1999	92 empresas del sector del azúcar.	Analiza la hipótesis de Porter (una estricta regulación ambiental incrementa la eficacia e innovación empresarial y con ello la competitividad) de tener oportunidades win-win las empresas sujetas a regulación.	La eficiencia de las empresas aumenta de acuerdo con la hipótesis Porter con el grado de cumplimiento de la regulación medioambiental y los esfuerzos por conservación del agua.
Pujari et al. 2003	Reino Unido *	151 empresas manufactureras.	Investiga el desarrollo de nuevos productos ecológicos.	<ul style="list-style-type: none"> -La recogida de información medioambiental y usarla efectivamente contribuye tanto al éxito en el mercado de los productos ecológicos como a la eficacia del rendimiento ambiental(en el sentido de reducir consumos, polución, residuos e impacto ambiental). -Los proyectos de desarrollo de nuevos productos ecológicos tiene también implicaciones en la gestión de la cadena de suministro aumentando la importancia del proveedor. Un error en la elección del proveedor puede arruinar la reputación de un

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
				producto ecológico exitoso y la empresa.
Wagner 2003	Alemania, Italia, Países Bajos y Gran Bretaña. *	Empresas de la industria papelera.	Estudia la relación entre rendimiento económico y ambiental de las empresas en la Unión Europea analizando la influencia de la estrategia ambiental elegida sobre la competitividad ambiental de las empresas.	-Las estrategias medioambientales de la empresa tienen una gran influencia en el rendimiento económico. -Las empresas que activamente persiguen una estrategia medioambiental tienden más a lograr una relación positiva entre rendimiento económico y ambiental. -Un factor clave para una relación positiva es la estrategia seguida por la empresa, mientras que un factor para una relación negativa puede ser el sector al que pertenece.
Anton et al. 2004	Estados Unidos 1994-1995	149 empresas en 1994 y 164 empresas en 1995. Empresas del índice Standard and Poor's 500.	Miden el impacto de las presiones del mercado y la regulación sobre el sistema de gestión medioambiental de las empresas.	-La creciente creencia en una política medioambiental basada en los incentivos del mercado ha llevado a las empresas a cambiar de enfoques de gestiones ambientales guiadas por la regulación a un enfoque más proactivo con la adopción voluntaria de sistemas de gestión medioambiental.
Brío y Junquera 2004	España 2003	123 fábricas certificadas con ISO14001 o con registro EMAS(Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría).	Se centra en analizar el grado de desarrollo de los objetivos ambientales.	-Aunque los centros productivos españoles certificados han superado un cierto grado de desarrollo medioambiental todavía deben mejorar esa posición. - Las fábricas españolas no parecen haber superado de forma generalizada el umbral de integración estratégica de sus acciones medioambientales por lo que no lo han podido aprovechar para obtener ventajas competitivas.
Filbeck y Gorman 2004	Estados Unidos 1996-1998	24 empresas eléctricas.	Analiza el papel que juega la regulación en la relación entre rendimiento financiero y medioambiental.	Se encuentra una relación negativa entre el rendimiento financiero y una medida proactiva del rendimiento medioambiental.
Bansal 2005	Canadá. 1986, 1989, 1992 y 1995	45 empresas del sector forestal, minero y petrolero.	Analiza mediante: -Modelo de regresión. -Análisis de series temporales.	Los factores institucionales y los basados en recursos influyen al desarrollo sostenible de la empresa. La presión de los medios de comunicación son importantes al principio pero las oportunidades basadas en recursos perduran.
Elsayed y Paton 2005	Gran Bretaña 1994-2000	227 empresas	Aplican un modelo econométrico con panel de datos estático y dinámico.	No hay un impacto significativo del rendimiento ambiental sobre el rendimiento financiero al considerar a todos los sectores juntos. En cambio varía al considerarlos separados siendo positivo en industrias químicas y de telecomunicaciones y negativo en las de textiles, metales y vehículos de motor.
Menguc y Ozanne 2005	Australia 1998-2000	140 empresas manufactureras grandes de diferentes sectores.	Modelo de ecuaciones estructurales con las variables: -Orientación al medio ambiente.	-Relación positiva entre rendimiento ambiental y rendimiento financiero. -Relación negativa entre Orientación al medio ambiente y

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
			-Cuota de mercado. -Crecimiento de las ventas. -Beneficios después de impuestos.	crecimiento de las ventas. -Responsabilidad Social Corporativa es el componente más importante de la Orientación al medio ambiente.
González-Benito y González-Benito 2005	España 2002	428 empresas. Siendo 156 del sector químico, 211 del sector de electrónica y equipamiento eléctrico y 61 del sector del mueble.	Aplica un análisis de regresión múltiple.	Relación positiva entre proactividad medioambiental y rendimiento empresarial.
Clemens 2006	Estados Unidos 2003	76 empresas del sector del metal.	Analiza cómo los incentivos favorecen el tener prácticas ecológicas.	-Mientras los incentivos económicos son más prevalentes, la relación positiva entre incentivos ecológicos y rendimiento financiero es más débil. -Las pequeñas empresas deberían buscar ventajas competitivas mejorando el rendimiento medioambiental.
Earnhart y Lizal 2006	República Checa 1993-1998	Panel de empresas con 2628 observaciones correspondientes a 438 empresas públicas y privadas de media. Datos financieros obtenidos de Prague Stock Exchange y datos medioambientales del Instituto de Meteorología Checo(REZZO).	-Modelo econométrico de regresión Mínimos Cuadrados Ordinarios. -Test de Haussman.	-Rendimiento financiero mejora el futuro rendimiento ambiental. -Propiedad estatal es más proclive a mejorar el rendimiento ambiental que otro tipo de propiedad a pesar que la forma de propiedad estatal suele estar más presente en las industrias más contaminantes.
Guenster et al. 2006	Internacional 1997-2004	Analiza estudios previos.	Analiza estudios previos.	Hay una relación positiva, aunque ligeramente asimétrica, entre ecoeficiencia y desempeño operativo de las empresas.
Murray et al. 2006	Gran Bretaña 1988-1997	100 mayores empresas del Reino Unido. Diferentes sectores. Datos medioambientales de la base de datos CSEAR y resultado financiero de The Times 1000.	Realizan 5 test distintos: -Asociación numérica lineal, Coeficiente de correlación de Pearson. -Modelo lineal análisis de regresión. -Análisis no lineal, test de Chi Cuadrado. -Modelo lineal general: coeficiente de correlación de Pearson y test Chi Cuadrado. -Empresas con alta(baja) rentabilidad durante un período tienden a emitir mayor(menor) cantidad de información social y ambiental en dicho período.	A priori no se aprecia relación directa entre dividendos y divulgación medioambiental o al menos la evidencia aportada por dichos test no es lo suficientemente fuerte para probarla.

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
Roome y Wijen 2006	*	*	*	*
Telle 2006	Noruega 1990-2001	85 plantas productivas de empresas de los sectores químico, metal, papel y minerales no metálicos. 898 observaciones para todo el período.	-Análisis de regresión simple (coeficiente de correlación de Pearson). -Análisis de regresión conjunta Mínimos Cuadrados Ordinarios. -Modelo de efectos variables.	-Efecto positivo del rendimiento ambiental sobre el rendimiento económico aunque varía según industria. -Es prematuro afirmar que compensa ser ecológico, pero también resulta prematuro negarlo. No hay un resultado firme.
Claver et al. 2007	España *	67 productores cooperativa agrícola con EMAS/ISO 14001. Datos: SABI.	Estudio de casos: -Estrategia medioambiental proactiva frente a Rentabilidad Económica. -Estrategia medioambiental proactiva frente a valor añadido.	-La gestión medioambiental orientada hacia la prevención tiene un efecto positivo sobre el rendimiento medioambiental. Además el orden en el que se adoptan las prácticas puede favorecer el desarrollo de nuevas capacidades organizativas y con ello ventajas competitivas. -Existe una correlación positiva entre que la cooperativa sea pionera en adoptar una estrategia proactiva y su desempeño respecto al resto del sector.
Darnall et al. 2007	Canadá, Alemania, Hungría y Estados Unidos 2003	4188 individuos que han trabajado como gerentes de empresas.	Analiza los motivos por los que las empresas adoptan sistemas de gestión medioambiental.	Las empresas que están más motivadas a adoptar sistemas de gestión medioambiental debido a recursos complementarios y capacidades observan en general un rendimiento superior de los mismos.
García y Armas 2007	España 2002	114 encuestas correspondientes a 80 establecimientos hoteleros de 3, 4 y 5 estrellas.	Análisis de regresión con: Variable dependiente: -Rendimiento relativo sobre el activo medio. Variable independiente: -Rendimiento medioambiental. Variables de control: -Tamaño. -Estrategia de producto de mercado de la empresa. -Variable dependiente retardada un año (rendimiento relativo sobre el activo medio en el año precedente).	Mayores niveles de responsabilidad social y medioambiental de la empresa hotelera provocan incrementos de sus niveles de rentabilidad.
Montabon et al. 2007	Internacional, pero principalmente Estados Unidos	45 empresas.	Analiza de modo empírico la relación entre las prácticas de gestión medioambiental y el desempeño de la empresa.	Se halla una relación positiva entre las prácticas de gestión medioambiental y el rendimiento de la empresa.

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
	*			
Wagner 2007	Bélgica, Alemania, Suiza, Francia, Holanda, Suecia, Noruega, Gran Bretaña 2001	Casi 2100 empresas de distintos sectores industriales.	Análisis de regresión con las variables: -Tamaño de empresa. -Forma jurídica de la empresa. -Edad de la empresa. -Sistema de gestión de la calidad.	Relación positiva del nivel de integración y los indicadores de desempeño. Es más fuerte para los relacionados con la imagen y el mercado y menos fuerte para los indicadores relacionados con la eficiencia y el riesgo. En general la relación entre rendimiento económico y ambiental es positiva, pero varía según el indicador.
Ziegler et al. 2007	Europa 1996-2001	Aproximadamente 300 empresas que cotizan en mercados de valores europeos.	Examinan el efecto del rendimiento medioambiental sobre su rendimiento en bolsa medido como el valor medio mensual de sus acciones.	En general el rendimiento medioambiental de la industria tiene una influencia positiva en el rendimiento en bolsa, mientras que en contraste el desempeño social de la industria tiene una influencia negativa.
Ambec y Lanoie 2008	Revisión literatura previa.	Revisión literatura previa.	Revisión literatura previa.	Los gastos destinados a una reducción de lo que se contamina pueden ser compensados mediante diferentes estrategias derivadas de la política medioambiental.
Cordeiro y Sarkis 2008	Estados Unidos 1996	207 empresas del índice Standard and Poor's 500	Hace un estudio empírico de la relación entre el rendimiento medioambiental y financiero de la empresa basándose en la teoría de que la retribución de los directivos debería estar conectada con el desempeño de la empresa para que se alineen los objetivos de éstos con los de la empresa.	Sólo en las empresas con una conexión explícita entre el rendimiento medioambiental y los contratos de sus ejecutivos hay evidencia de un impacto del rendimiento medioambiental sobre la compensación del directivo.
Garrigues Walker y Trullenque-San Juan 2008	No realiza análisis.	No realiza análisis.	No realiza análisis.	La responsabilidad social se ha convertido en un requisito para competir y debe utilizarse en los procesos de estrategia competitiva de cada empresa.
Lee 2008	*	*	Analiza la evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa.	*
Walls et al. 2008	Estados Unidos *	184 empresas del índice Standard and Poor's 500 de 23 industrias manufactureras y primarias diferentes.	Analiza la estrategia medioambiental desde el punto de vista de los recursos.	Cada una de las capacidades medioambientales de la empresa se convierte en un componente de su estrategia medioambiental de igual importancia.
Cañon-de-Francia y Garcés-	España 1996-2002	36 empresas que cotizan en la Bolsa de Madrid.	Estudio de eventos para analizar el impacto de obtener una certificación.	Las expectativas de beneficios que los inversores asocian con la certificación ISO14001 no compensan los costes de implementarla.

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
Ayerbe 2009				
Molina-Azorín et al, 2009a	Revisión literatura.	Revisión literatura.	Revisión Literatura.	Revisión literatura.
Molina-Azorín et al, 2009b	España 2005	301 establecimientos hoteleros desde 3 a 5 estrellas. Obtienen resultados económicos a través del SABI.	-Análisis Clúster. -Análisis de regresión.	Concluyen que la habilidad de las empresas para gestionar su rendimiento medioambiental es un asunto estratégico para muchas empresas alrededor de todo el mundo y que las estrategias medioambientales proactivas deben ser propuestas como maneras urgentes, beneficiosas y sostenibles de lidiar con el entorno natural.
Selvi et al. 2010	Turquía 2005-2006 y 2008-2009	25 empresas.	Examina conceptualmente la Responsabilidad Social Corporativa(RSC), los beneficios de implementarla y sus actividades en el tiempo de la crisis financiera. También explora el impacto de la RSC en la reputación de la empresa midiéndola antes y después de la crisis.	La evidencia recogida muestra que hay una relación positiva y significativa entre la RSC y la reputación en ambos períodos aunque la diferencia entre los mismos no es significativa.
Surroca et al. 2010	28 países 2002-2004	599 empresas industriales.	Analiza mediante contraste de hipótesis el efecto de los recursos intangibles de la empresa en mediar la relación entre Responsabilidad Social Corporativa y rendimiento financiero.	No hay relación directa entre Responsabilidad Social Corporativa y rendimiento financiero, simplemente una relación indirecta basada en el efecto mediador de los recursos intangibles.
Bosworth y Clemens 2011	Estados Unidos 2007	563 empresas.	Miden la relación entre rendimiento medioambiental y rendimiento financiero desde el punto de vista de las emisiones tóxicas.	Se halla una relación positiva entre el rendimiento financiero, medido por la Q de Tobin, y el rendimiento medioambiental, medido por la toxicidad de las emisiones químicas al aire, agua y el suelo.
Delmas et al. 2011	Alemania *	157 empresas químicas.	Desarrollan y prueban un modelo en el que la capacidad de absorción facilita el desarrollo de estrategias medioambientales proactivas que resultan en ventajas competitivas.	Los resultados confirman el modelo.
Fraj et al., 2011	España *	361 empresas de diferentes sectores.	*	-Las organizaciones que gozan de mayor visibilidad son más intensas en el desarrollo de actividades de marketing medioambiental. -El grado de implantación de modificaciones medioambientales en los procesos internos, relacionados con logística y el desarrollo del producto, es superior al de las acciones dirigidas al

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
				mercado orientadas a la comunicación y promoción de las decisiones medioambientales.
Gibson y Naquin 2011	Portugal *	*	*	En base a los datos recogidos, parece que la inversión portuguesa en el programa de la Red Empresarial de la Universidad Tecnológica(UTEN) ha conducido a rentabilidades más tempranas de la innovación para el país.
Jo y Harjoto 2011	Estados Unidos 1993-2004	2952 empresas.	Investiga los efectos de los mecanismos internos y externos de gobierno de la empresa y los mecanismos de seguimiento sobre la decisión de la empresa de adoptar una Responsabilidad Social Corporativa y el valor de la empresa.	El estudio halla que la adopción de una Responsabilidad Social Corporativa está relacionada de forma positiva con los mecanismos externos e internos de gobierno y los de seguimiento.
Lanoie et al. 2011	Canadá, Francia, Alemania, Hungría, Japón, Noruega y Estados Unidos *	4200 empresas.	Desarrollan una nueva visión de la Hipótesis de Porter.	-Políticas medioambientales más flexibles parecen conducir a resultados más deseados. -La Hipótesis de Porter no puede ser generalizada para toda la economía, pero quedan muchas oportunidades win-win por identificar.
Nakamura 2011	Japón *	3237 empresas japonesas.	Investiga el efecto de la inversión medioambiental sobre el rendimiento financiero de la empresa. Emplea el análisis de regresión de mínimos cuadrados ordinarios con los datos de las 3237 empresas.	-En el corto plazo la inversión medioambiental no afecta al rendimiento financiero de la empresa de forma significativa. - A largo plazo la inversión medioambiental aumenta el rendimiento financiero de la empresa significativamente.
Plaza Úbeda et al. 2011	España 2004	Empresas de más de 20 trabajadores dedicadas a la fabricación de cerámica, cemento, vidrio, piedra y hormigón. Datos obtenidos mediante encuesta a los directivos.	Contraste de hipótesis basado en las percepciones de los directivos y el seguimiento de los resultados obtenidos por las empresas en los años sucesivos a la realización de la encuesta.	Se obtienen evidencias significativas de que la integración de los grupos de interés modera positivamente la conexión entre protección ambiental y resultados de la empresa.
Amores-Salvado et al. 2012	Revisión de la literatura.	Revisión de la literatura.	Revisión de la literatura.	Se ve un descenso en la aplicación de innovaciones preventivas entre las empresas no certificadas, lo que pone de manifiesto la importancia de los sistemas de gestión certificados a la hora de aplicar esta clase de innovaciones.

Autor/Año publicación	País/Período análisis	Número de Empresas/Sector/Otra Información	Metodología empleada	Principales resultados
Carrascosa y Peiró 2012	España 2009	8038 empresas españolas. Datos obtenidos del Panel de Innovación Tecnológica PITEC.	Exploran la relación existente entre la voluntad gerencial de impulsar mejoras en la gestión medioambiental con la aplicación de la mejora continua dentro de una orientación innovadora.	Las empresas con mayor proactividad medioambiental muestran una relación directa con las actividades de innovación y mejora continua.
Vicente Molina et al. 2012	Revisión literatura (1972-2009).	Revisión literatura.	Revisión metodología.	-La revisión de la literatura denota la carencia de una base teórica y metodológica sólida para la interpretación de resultados sobre la relación entre actuación medioambiental y rendimiento económico. -En más del 60% de los casos estudiados se da una relación positiva.
Gallardo et al. 2013	España *	710 microempresas de Extremadura.	Analizan empíricamente la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las empresas incorporando como variable mediadora a la innovación y como variable de control al sector.	Se confirma que un enfoque de gestión responsable incide de forma determinante en la competitividad. Independientemente del sector y la dimensión, la responsabilidad social puede ser considerada fuente de ventaja competitiva en el mercado.
Martínez 2014	25 países y una región administrativa especial de la República Popular China(Hong Kong) 2006-2010	1757 empresas internacionales, cotizadas y no financieras	Realiza un contraste de hipótesis para clarificar el efecto que tienen las prácticas de sostenibilidad sobre el coste de capital y la reputación corporativa.	Las prácticas de sostenibilidad son valoradas positivamente por los inversores y otros stakeholders, generando un efecto positivo en la reputación empresarial y un menor coste de capital.

*: Dato no accesible.

Fuente: Elaboración propia.

2.2 ANÁLISIS CRÍTICO DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA PRECEDENTE PARA DELIMITAR LOS ANTECEDENTES E IMPLICACIONES DE LA RELACIÓN ENTRE PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL Y RENDIMIENTO ECONÓMICO

En el contexto actual, los asuntos relacionados con el medio ambiente cobran una importancia cada vez mayor desde el punto de vista de los consumidores, la legislación y las empresas hasta el punto de representar un cambio organizacional en las empresas (Wagner, 2007). En este escenario cada vez más “verde” se vuelve un aspecto clave la relación entre protección medioambiental de la empresa y su impacto en los beneficios económicos de la misma o la obtención de ventajas competitivas (Aragón Correa y Sharma, 2003; Bansal, 2005; Molina-Azorín et al., 2009a). Esta relación ha generado un amplio debate sobre las consecuencias que tienen las prácticas de protección medioambiental sobre el rendimiento económico-financiero de las empresas (Cordeiro y Sarkis, 2008).

Sin embargo, a la hora de hacer un análisis de la relación existente entre la actuación medioambiental y el rendimiento económico de la empresa el primer problema que surge es la falta de unanimidad, por un lado acerca de lo que debe entenderse por actuación medioambiental, y por otro, sobre la forma de medir dicha actuación y el rendimiento económico derivado de la misma (Vicente Molina et al., 2012).

La actuación medioambiental puede ser entendida como las acciones llevadas a cabo por la empresa, ya sea de manera voluntaria o por obligación para cumplir la legislación vigente, orientadas a reducir o prevenir el impacto ambiental de su actividad como por ejemplo, hacer un uso más eficiente de los recursos naturales. Por ello, la actuación medioambiental de la empresa puede tener una naturaleza muy variada, lo que obstaculiza el comparar los diferentes estudios empíricos (Molina-Azorín et al., 2009a), de modo que cobran importancia en dichas investigaciones los conceptos de gestión y rendimiento medioambiental. Ambos conceptos están íntimamente relacionados, ya que mientras la medida de la gestión medioambiental detecta el grado de aplicación de medidas relacionadas con la protección del medio ambiente, el rendimiento ambiental expresa en qué grado se logran los objetivos medioambientales (Burgos et al., 2000). A pesar de ello, en numerosas ocasiones la relación positiva o negativa (win-win o win-lose) entre el esfuerzo ambiental de la empresa y sus resultados se ha medido tomando a la gestión ambiental y al rendimiento ambiental como variables independientes y analizando su efecto sobre el resultado empresarial considerado variable dependiente (Dowell et al., 2000; Murty y Kumar, 2003). En relación a estos conceptos, Molina-Azorín et al (2009a) indican que la gestión medioambiental se ha consolidado en años recientes como un elemento importante para obtener tanto beneficios internos como la mejora de la eficiencia de la organización o ahorros en costes; como beneficios externos tales como una mejor imagen, competitividad o una mayor satisfacción de sus clientes. Por ello es que cada vez más empresas se esfuerzan por mejorar su gestión medioambiental y obtener certificados que den fe de ello.

Por su parte, el rendimiento económico puede ser entendido como el resultado económico obtenido como producto de la actuación de la empresa y se puede medir por la rentabilidad a corto y a largo plazo (Wagner, 2003), que son observables a través de ratios e indicadores de la rentabilidad financiera y económica y, aunque en el corto plazo puedan ser fácilmente calculables, su medición en el largo plazo está afectada por varios factores más que influyen sobre la competitividad de la empresa antes de ser observables sobre los resultados de la misma. Así, el rendimiento ambiental de la empresa puede servir como fuente de ventajas competitivas difícilmente imitables que

generen diferenciación y se puede apreciar en variables como la mejora de la reputación de la organización, el aumento de la satisfacción de los stakeholders o el valor de las acciones de la empresa (Wagner, 2003; Pujari et al., 2003; Molina-Azorín et al., 2009b). En esta línea, autores como Brío y Junquera (2004) han corroborado que algunas ventajas que se derivan de haber emprendido acciones medioambientales son una mejor imagen corporativa, una mejora en las relaciones con los stakeholders, mejores condiciones laborales y de la moral de los trabajadores e incluso mayores posibilidades de entrada en mercados internacionales.

Conviene analizar los determinantes o las causas internas y externas que explican qué lleva a las empresas a adoptar medidas de protección medioambiental y el desarrollo de estas estrategias. En este aspecto, la teoría de los “grupos de interés” tiene gran valor explicativo (Plaza Úbeda et al., 2010). La presión ejercida por los grupos de interés es para las organizaciones un aliciente para mejorar su rendimiento financiero, no sólo para asegurar su supervivencia, sino también para ser fuente de valor de otros grupos de interés como pueden ser los clientes, accionistas, proveedores, etc (Lee, 2008). Esto convierte a los grupos de interés en un factor tanto interno como externo que presiona a las empresas para llevar a cabo prácticas de protección medioambiental al mismo tiempo que pueden ser una fuente de ventaja competitiva. La literatura específica sobre grupos de interés arroja datos positivos sobre la implantación de sistemas de gestión medioambiental, iniciativas de colaboración con clientes, el aprendizaje y mejoras aportadas por los propios grupos de interés y permitiendo a la empresa participar en redes que mejoran su imagen y capacidades (Anton y Deltas, 2004; Klassen y Vachon, 2003; Roome y Wijten, 2006).

La relación entre rendimiento ambiental y rendimiento económico ha sido extensamente analizada en las últimas décadas y aun así todavía hoy no hay un consenso claro sobre el signo positivo o negativo de esta relación. Por un lado, cada vez más estudios empíricos concluyen que las prácticas de protección medioambiental de las empresas derivan en mejores resultados financieros (King y Lenox, 2001; Clemens, 2006; Guenster et al., 2006; Walls et al., 2008; Ambec y Lanoie, 2008; Molina-Azorín et al., 2009a), mientras que por otro, siguen surgiendo otros estudios empíricos que hallan una relación no significativa e incluso negativa entre ambas variables (Filbeck y Gorman, 2004; Telle, 2006; Ziegler et al., 2007; Cordeiro y Sarkis, 2008; Cañon-de-Francia y Garcés-Ayerbe, 2009). King y Lenox (2001) van incluso un paso más allá al plantear la posibilidad de ciertos atributos inherentes a la empresa que explican el símbolo positivo en la relación y que cuestionan la naturaleza de la relación entre resultados medioambientales y rentabilidad económica. Otros autores en cambio, simplemente coinciden en que resulta prematuro corroborar la existencia de relación positiva y concuerdan en la necesidad de profundizar en los causantes de ese signo positivo (Lanoie et al., 2011). A pesar de tanta literatura en contra, no es suficiente para hacer sombra a la abundante evidencia empírica que señala a la existencia de dicha relación positiva (Konar y Cohen, 2001; Telle, 2006; González-Benito y González-Benito, 2005a; Darnall et al., 2007; Bosworth y Clemens, 2011; Nakamura, 2011).

Autores como Vicente Molina et al., (2012) son menos radicales en su planteamiento y observan una estadística más igualada, pero en su estudio se da un predominio de la relación positiva (en más del 60% de los casos). A su vez, afirman que respecto a las relaciones negativas halladas en algunos estudios, ningún trabajo de la última década proporciona datos totalmente negativos, sino que son puntuales y se deben al tipo de variable económica analizada y otros factores. Al mismo tiempo, lanzan la idea de que es lógico que ser pionero en medidas medioambientales tenga una

relación negativa con una ventaja en costes, puesto que esto conlleva inversiones importantes que, aunque generen una diferenciación, muy difícilmente conduzcan a una ventaja competitiva en costes por lo que hay que observar los datos en un horizonte temporal de largo plazo en el que se amorticen los costes. Estos mismos autores consideran que la inversión medioambiental no es por sí sola garante de desarrollar ventajas competitivas o mejoras en el rendimiento económico, sino que influye enormemente el planteamiento estratégico de la empresa, aunque concuerdan con Schaltegger y Synnestvedt (2002) en que tampoco perjudica al rendimiento económico de la empresa en el largo plazo.

No obstante, los autores de la literatura existente son conscientes de este aparente desacuerdo en los resultados y tratan de justificarlo. Por ejemplo, encontramos autores como King y Lenox (2002) que afirman que los mecanismos proactivos o de prevención de la contaminación repercuten en mejoras en el rendimiento financiero, mientras que los basados en la corrección de la contaminación con medidas al final del proceso productivo no influyen en el resultado financiero, argumento que secunda Amores-Salvadó *et al.* (2012) y además lo relaciona con el hecho de poseer o no un estándar medioambiental certificado; o Filbeck y Gorman (2004) que concluyen que para la medición de la relación entre resultados medioambientales y resultados económicos cobra vital importancia el carácter más estricto o menos de los requerimientos ambientales. Por su parte, autores como Menguc y Ozanne (2005), De Burgos y Céspedes (2001) o García y Armas (2007) insisten en la importancia del período temporal del estudio puesto que hay que tener en cuenta el período de recuperación o el período de maduración de las inversiones realizadas en materia ambiental. La heterogeneidad de empresas y sectores dentro de la muestra analizada también influyen en la disparidad de resultados de los estudios dificultando obtener conclusiones aplicables a nivel general (Elsayed y Paton, 2005; Earnhart y Lizal, 2006; García y Armas, 2007). Otros autores como Murray *et al.* (2006), Telle (2006) o Claver *et al.* (2007) por su parte, atribuyen esta disparidad a las técnicas y metodologías empleadas para la recogida y procesamiento de la información.

Retomando la idea de la heterogeneidad entre empresas y sectores, ésta juega gran importancia a la hora de interpretar los resultados de los estudios. Como enunciaban Burgos y Céspedes (2001), las variables específicas que podemos encontrar en cada sector provocan que los resultados relativos a la relación entre resultados económicos y protección medioambiental varíen de manera significativa de un sector a otro. Esto es debido, señalan de manera acertada los autores, a que los objetivos ambientales de cada sector y sus motivaciones pueden ser muy distintas. Por ejemplo, en un sector altamente contaminante la regulación ambiental existente puede marcar unos objetivos de reducción de las emisiones en un determinado plazo, para lo que las empresas deberán sustituir la maquinaria o el equipamiento de su planta con los grandes costes que ello representa, influyendo así en que la relación tienda más hacia el signo negativo. En cambio, en otros sectores puede darse el caso que se sustituyan ciertos procesos o se desarrollen nuevos productos que protejan más el medio ambiente y ello repercuta en una mayor eficiencia por el ahorro de recursos disminuyendo los consumos o que esgrimiendo el argumento ecológico aumenten sus ventas, y así la relación se incline más hacia el signo positivo. Dentro de este planteamiento, el autor además considera que mientras en unos sectores las actividades destinadas a proteger el medio ambiente se deben a razones tácticas, en otros están adoptadas expresamente para proteger el medio.

De la revisión de la literatura existente que versa sobre el tema se desprende la necesidad de estandarizar indicadores ambientales para medir el desempeño medioambiental para poder comparar a las empresas y poder arrojar luz sobre la relación positiva o negativa entre resultados ambientales y resultados económicos.

Todas estas políticas de protección medioambiental y actuaciones de la empresa orientadas hacia la sostenibilidad se engloban dentro de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que ocupa un lugar cada vez más importante dentro de la estrategia de las empresas. De hecho, la Responsabilidad Social Corporativa conforma una de las partes más accesibles de la estrategia empresarial para los agentes externos, que cada vez demandan un mayor compromiso con la sociedad y una mayor transparencia por parte de las empresas. Tal es así que la Responsabilidad Social Corporativa llega a convertirse en un elemento estratégico elemental para el desempeño empresarial y un requisito básico previo para competir con las demás empresas (Garrigues Walkerr y Trullenque-San Juan, 2008; Jo y Harjoto, 2011).

Son muchas las empresas que integran la RSC dentro de su propia estrategia, pero como se pone de manifiesto en el trabajo de Selvi et al., (2010), es en los períodos de crisis o de recesión cuando esto se acentúa ya que gracias a los beneficios que de ella se derivan ayuda a minimizar los efectos de la recesión para la empresa. Sin embargo, Martínez (2014) señala a su vez que en situaciones de crisis, como la actual, numerosas empresas relegan a un segundo plano el compromiso de sostenibilidad porque la falta de recursos les impide desarrollar dichas prácticas. No obstante, si bien para llevar a cabo tales prácticas suele ser necesario destinar ciertos recursos y realizar determinadas inversiones, en ocasiones de considerable suma, como indican Gallardo et al., (2013), la RSC no es algo exclusivo de las grandes empresas, pero además tampoco es incompatible con la competitividad o innovación, por lo que también debe ser adoptada por las pequeñas empresas y éstas suelen representar un porcentaje bastante elevado del tejido empresarial por lo que afirman que “la consideración de la RSC contribuirá en gran medida a favorecer y estimular el desarrollo sostenible de las comunidades en las que se asientan las microempresas socialmente responsables”, es decir, la adopción de una estrategia comprometida por parte de las pequeñas empresas repercutirá en externalidades positivas para su entorno y por tanto contribuirán a su mayor aceptación social.

Retomando la idea de la compatibilidad de la RSC con la innovación, hay autores como Surroca et al., (2010) que insisten en el campo de la innovación al considerar por un lado a la RSC como una innovación en sí misma y por otro que a su vez las empresas implicadas en acciones de RSC son más propensas a innovar, creándose así un círculo virtuoso. Al mismo tiempo, la innovación se revela como un elemento clave para el éxito y que tiene una gran incidencia en la creación de ventajas competitivas para grandes y pequeñas empresas (Gibson y Naquin, 2011). Gallardo et al., (2013) resumen el planteamiento en que la innovación posee un papel mediador entre la RSC y el éxito competitivo, puesto que afirman que es de esperar que la innovación aumente en empresas responsables y que ese aumento de la innovación derive en un mayor éxito competitivo que intensifique el efecto que ya de por sí ejercía la RSC en la competitividad de la empresa. No obstante, estos últimos autores no plantean tal relación como un hecho rotundo, sino que plantean la incógnita de si tal relación de causalidad entre RSC y éxito competitivo dependerá del sector al que pertenezca la empresa.

En lo referente los determinantes de la protección medioambiental relacionados con la estructura o el diseño organizativo de la empresa, autores como Montabon et al.,

(2007) presentan la idea de que las prácticas de gestión ambiental encaminadas a reducir el impacto ambiental de la empresa se hallan tanto en el nivel estratégico, como en el táctico y el operativo de la misma y tienen repercusión en el funcionamiento de dichos niveles. Así, al igual que se desarrollan en estos tres niveles, han de desarrollarse de acuerdo al planteamiento de los mismos. En el nivel estratégico que es el más alto dentro de la empresa, las prácticas de gestión ambiental adquieren un enfoque externo y tratan de orientarse a los stakeholders externos de la organización proyectando la postura que adopta la misma en cuanto a cuestiones medioambientales a través de una serie de objetivos fijados y políticas. Siguiendo la escala dentro de la organización, en el nivel táctico, que es un nivel intermedio, las prácticas de gestión medioambiental tienen un tratamiento tanto externo como interno y se centran en aspectos como establecer las metas a corto plazo y tomar las medidas necesarias para cumplir con los objetivos fijados en el nivel estratégico. Por último, en el nivel operativo, el enfoque que se aplica a la gestión ambiental es interno aplicándolo a los procesos en si por ejemplo con una reducción de los consumos empleados y los residuos generados durante la producción. Esta gestión ambiental sirve también para impulsar mejoras en los productos y procesos de la empresa, innovar, lo que si se hace orientado a mejorar el rendimiento ambiental contribuirá al objetivo de mejorar la competitividad al implicar una reducción de costes y una creación de valor que aporta diferenciación (Delmas et al., 2011).

Puede entenderse también como una consecuencia del compromiso medioambiental la necesidad de integrarlo en diferentes aspectos de la gestión empresarial. Esta tarea implica la necesidad para la dirección de adoptar un liderazgo proactivo que mediante la innovación implique a todos los departamentos en los objetivos ambientales perseguidos. Carrascosa y Peiró (2012), insisten la necesidad de la innovación en asuntos ambientales, a lo que se refieren como ecoinnovación, ya que consideran que esto beneficia enormemente a la empresa al mejorar la productividad y reducir los costes de producción e implica una mejora continua o incremental para toda la organización mediante la cual se incrementaría la competitividad de la organización. Estos autores además se centran en la relación entre los conceptos de mejora continua, innovación y proactividad ambiental, basándose en que los tres coinciden en su meta de mejorar la competitividad de la empresa y hallan en su estudio que se confirma esta relación y se plantea que las empresas que logren mejorar su orientación ambiental garantizarán su viabilidad en el largo plazo y mejorarán su competitividad.

Continuando con las implicaciones de la cuestión medioambiental para la empresa, con la conciencia ecológica de los consumidores en su punto más alto, los productos ecológicos de cada sector se posicionan en el mercado como opción demandada por los clientes, por ello, la incidencia de la protección medioambiental se traslada también hasta el departamento comercial de las empresas y cobra cada vez una mayor importancia el incipiente márketing medioambiental. Este nuevo concepto de márketing surge como respuesta a las nuevas exigencias del escenario competitivo y puede llegar a representar un elemento diferenciador para las empresas que lo adopten sin ir en detrimento de la calidad previa del producto. Como indican Fraj et al., (2011), el márketing medioambiental se materializa en la forma que las empresas integran dentro de su toma de decisiones los aspectos ecológicos, desde el diseño del producto, hasta la fijación de su precio, la comunicación relacionada con el mismo o su distribución a los mercados. Mediante esta implicación en cada etapa del márketing, se trata de reducir el impacto o las externalidades negativas que pueda tener el producto, ya sea por su fabricación(alto consumo de recursos, composición de los materiales, etc), uso(por ejemplo consumo de combustible en el caso de los vehículos), o incluso en el

final de su vida útil (retorno del producto, tiempo de biodegradación, etc). En el caso del precio, trata de determinar el precio que el consumidor está dispuesto a pagar, aspecto en el que entra en juego también la estrategia de comunicación y promoción, mediante la cual el marketing medioambiental debe proyectar la imagen de responsabilidad ambiental de la empresa y educar al consumidor en el consumo responsable de productos en aras de la sostenibilidad. Al mismo tiempo, estos autores señalan que se pueden identificar 4 perfiles diferentes dentro de las actividades de marketing. En primer lugar, se encuentran empresas que mediante un falso reposicionamiento de sus productos tratan de hacer ver nuevos valores ecológicos de los mismos, pero realmente sigue siendo exactamente el mismo. En segundo lugar, otras empresas en reacción a las presiones de los stakeholders readaptan sus productos a las exigencias del mercado modificándolos. En tercero, otras empresas dan un paso más allá y reorientan toda su cultura para implementar la preocupación medioambiental en todas sus funciones llegando a asociarse con proveedores, distribuidores y hasta agencias estatales. Finalmente, en cuarto lugar, numerosas organizaciones en un planteamiento más radical crean nuevas empresas especializadas que satisfagan las demandas ecológicas de cada nicho de mercado.

Como se ha visto, la relación entre protección medioambiental y rendimiento económico de la empresa se traslada a todos los aspectos de la empresa llegando a incidir de diferente forma según las características propias de cada organización y trasladando su efecto a todas sus áreas para poder la empresa integrar el aspecto medioambiental en sus funciones sin llegar a perder de vista sus objetivos últimos.

3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.1 IMPLICACIONES GERENCIALES

Como se ha visto en el punto anterior, el compromiso medioambiental de las empresas, plasmado en sus políticas de protección medioambiental y sus actuaciones, tiene una repercusión en los resultados de la organización y está en manos de la gerencia y de los responsables de la toma de decisión el gestionarla para obtener el máximo beneficio posible de la situación.

Las empresas deben incluir las acciones de compromiso medioambiental dentro de su estrategia, no sólo al punto de desarrollar ciertas actividades, sino llegando a incluirlas dentro de su propia identidad de modo que se identifique a la empresa como una entidad socialmente responsable y comprometida con su entorno. Esta necesidad se desprende de la idea que el compromiso medioambiental de la empresa es percibido desde el exterior de la misma y le aporta un valor a su imagen haciendo, por ejemplo, que sea preferida por los clientes antes que otras empresas que no posean esta ética respetuosa con el medio ambiente como ya reseñaban autores como Selvi et al., (2010) o Martínez (2014). Esta diferenciación es un valor añadido que mejora enormemente la imagen de la empresa para todos sus stakeholders, con lo que además de mejorar la percepción de los clientes, refleja una transparencia que es apreciada por los inversores, que ven a la organización como una buena opción con opciones a competir con éxito en el nuevo escenario cada vez más “verde” y que además aumenta las posibilidades de la empresa para acceder a ciertas ayudas públicas destinadas a promover la sostenibilidad.

De este modo, se puede extraer que tal y como expresaban Plaza Úbeda et al., (2011), las cuestiones medioambientales se relacionan con las diferentes áreas de la empresa teniendo un impacto en éstas. Por ejemplo, entre otras, en el área comercial con el acceso a nuevos mercados y canales de distribución, con un producto diferenciado o con mejor publicidad; Con el área de finanzas al permitir el acceso a subvenciones o creando necesidades de financiación para la puesta en marcha de los proyectos; Con el área de operaciones al modificar los procesos, las tecnologías o rediseñando el producto; Con el área de recursos humanos al requerir en ocasiones una formación para adiestrar al personal o mejorando la motivación y la satisfacción en el trabajo; O con el área de aprovisionamiento por ejemplo al influir en los criterios de selección de proveedores o el contenido de las compras.

Por tanto, los gerentes deben ser capaces de llevar a cabo una serie de tareas dentro unas líneas de actuación adecuadas a cada empresa y a sus áreas funcionales o departamento marcándose metas que cumplir dentro de su horizonte táctico como parte de la estrategia empresarial. Tales tareas pueden conllevar acciones concretas, como por ejemplo una renovación de la maquinaria por otras más eficientes o ecológicas con menores consumos de recursos, o planes de actuación que conlleven varias tareas dentro de si como por ejemplo la creación, si es que no la tiene, de una guía con su Responsabilidad Social Corporativa y los ámbitos y acciones que abarca la misma.

No obstante, al mismo tiempo que las empresas se ven presionadas para implementar prácticas de protección medioambiental, también deben mantenerse pendientes de mejorar su rendimiento económico-financiero, así que la gerencia ha de ser cautelosa en el momento de establecer sus pautas de actuación, ya que el desarrollo de estas medidas puede llevar implícito un coste adicional que necesitará ser compensado.

Implantar la protección ambiental en la empresa requiere implementar ciertas prácticas o medidas en la estrategia de la misma y en sus procesos, por lo que la

gerencia se enfrenta a diversas barreras que debe superar para poder acceder posteriormente a los beneficios que éstas puedan conllevar. Muchas de estas barreras son de tipo económico, ya que se deben afrontar costes que deberán ser amortizados e inversiones que pueden no tener una rentabilidad inmediata para recuperarlas. Al mismo tiempo también pueden haber obstáculos o barreras impuestos por el factor humano de la empresa, ya que tanto los empleados como los directivos necesitarán ser formados en las nuevas medidas y conocer su importancia para tener una motivación respecto a las mismas y lograr el cumplimiento de los objetivos.

En mano de la gerencia está el plantearse ciertas líneas de acción o varias medidas concretas para gestionar los posibles beneficios derivados de llevar a cabo políticas de protección medioambiental y obtener el máximo provecho de ello, y también, minimizar el impacto de sus posibles inconvenientes para asimilarlos con el menor perjuicio posible a sus resultados. Relacionado con estas barreras que obstaculizan la puesta en marcha, una medida que puede llevar a cabo la gerencia es mantener una comunicación con los inversores o los propietarios de la empresa para lograr un cambio en su percepción y que conciban la protección medioambiental como una inversión con efectos positivos en la rentabilidad de la empresa más que como un coste. En consonancia con esta medida, también está realizar actividades de formación a los empleados para concienciarles sobre el medio ambiente e instruirles en las nuevas técnicas o formas de llevar a cabo los procesos para ser más respetuosos con el medio ambiente, además de formarles en el uso de los nuevos equipamientos requeridos para su trabajo cuando fuera necesario.

Una vez superadas las barreras previas, el compromiso medioambiental tiene tanto influencias positivas como negativas en las diferentes áreas funcionales de la empresa como se puede extraer de la literatura analizada por lo que en este trabajo se tratará de proponer algunas estrategias para gestionarlas desde los niveles estratégico y táctico, tanto en ellos como en el nivel operativo del organigrama.

Un ejemplo de este impacto positivo en el área comercial es la mejora de la imagen de la empresa, de su marca, que incluye una serie de valores con la que se identifica la misma, entre ellos el compromiso medioambiental. Esta mejora es percibida por los clientes, generando una ventaja competitiva por diferenciación por la que podrían llegar a estar dispuestos a pagar y por tanto los gerentes deben hacer llegar al público esta situación mediante una comunicación más transparente acerca de su responsabilidad social corporativa de modo que puedan influir en la política de precios para compensar los costes soportados. Otra medida en favor de explotar esta influencia beneficiosa es someterse a una auditoria de certificación para obtener un certificado reconocido que avale el sistema de gestión medioambiental de la empresa como puede ser por ejemplo el certificado ISO 14001, que aunque pueda llevar aparejado un coste, repercutirá positivamente en la imagen corporativa y como se observa en el estudio de Heras y Arana (2011), suele haber una relación positiva entre los resultados financieros y las empresas certificadas frente a las que no.

Otra área en la que se produce una influencia que debe ser gestionada es el área de producción. Si bien pueden haber implicados grandes costes como la renovación de la maquinaria, o incluso la instalación de medios para aprovechar fuentes de energía renovables, éstas son medidas que debe llevar a cabo la gerencia con vistas a ser recuperadas en el medio y largo plazo para poder beneficiarse del efecto en los costes, que se verán reducidos al producir de un modo más eficiente con menores consumos de electricidad, agua y otros suministros aunque el coste de las materias primas fueran más caros. El compromiso medioambiental potenciaría la innovación dentro del proceso

productivo para emplear métodos más productivos y con menores consumos, con lo que además de impulsar la renovación de los equipos, también ayuda a detectar ineficiencias que la gerencia deberá corregir.

Pueden observarse también efectos en el área de recursos humanos, para lo cual la gerencia debe tomar medidas como las actividades de formación anteriormente mencionadas, puesto que a pesar del coste que suponen, repercuten de manera muy positiva para la empresa, ya que además de aumentar la motivación de los empleados ya existentes al sentirse concienciados con los valores de la empresa avalados por su transparencia, esta imagen que proyecta al exterior influye de manera positiva en el proceso de reclutamiento de nuevo personal atrayendo así nuevos talentos.

No sólo se proyecta esta imagen positiva a los posibles nuevos empleados, sino que además los gerentes deberán esforzarse en dirigirla hacia los potenciales inversores mediante una estrategia dirigida a promover la transparencia para que repercuta positivamente en el área financiera de la empresa facilitando el conseguir financiación, ya que como sugerían autores como Robinson et al., (2008), Chen et al., (2009), Dhaliwal et al., (2011), Gregory et al., (2011) o El Ghoul et al., (2011), de ese modo se reduce el coste de capital porque al disponer los inversores de más información de calidad considerarán a la empresa como una inversión con menor riesgo aparejado y la rentabilidad que le exijan a la inversión será menor.

El objetivo para la gerencia debe ser el aplicar las medidas necesarias de manera proactiva, es decir, de manera voluntaria anticipándose a los acontecimientos para poder gestionar correctamente el impacto que su compromiso medioambiental pueda tener en la empresa para que sin perder de vista el coste que éstas puedan suponer, llegar a lograr una situación win-win en la que el entorno salga beneficiado, pero también la empresa obtenga el máximo beneficio posible de las influencias positivas que genere y minimice las negativas, de modo que se llegue a formar una sinergia entre ambos, entorno y empresa, con la que esta última al mismo tiempo que beneficia al entorno se vea beneficiada por el mismo, ya sea con el acceso a ayudas y subvenciones, una mejor situación competitiva, mejor valoración del público, etc.

3.2 CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE ACUERDO A SU COMPORTAMIENTO MEDIOAMBIENTAL

El compromiso medioambiental de las empresas no siempre es igual y difiere por sectores, tamaño y características organizativas de las mismas. Generalmente se tiende a pensar que a mayor tamaño de la empresa mayor será su compromiso medioambiental, ya que debido a su tamaño las inversiones requeridas para implementar las medidas necesarias son lógicamente mayores, sin embargo esta percepción puede conducir a error, puesto que ello sólo significa que son más visibles, no que su compromiso sea mayor. No obstante, esta idea no es concluyente de manera rotunda y no pretende negar el compromiso medioambiental de las grandes empresas, simplemente establecer que no existe una pauta consensuada que fije un perfil determinado de empresa con un nivel de responsabilidad medioambiental.

Los objetivos medioambientales pueden venir impuestos y regulados en muchos casos por la legislación vigente en cada país o en cada sector, por ejemplo aspectos como las emisiones de gases contaminantes, la gestión de los residuos o el consumo de materias primas; por lo que lograr tener un cumplimiento de los mismos no puede considerarse como un compromiso medioambiental de la empresa o un aspecto derivado de su ética empresarial, sino una obligación si quieren llevar a cabo su actividad. Por otro lado, no hay que olvidar que el tamaño de una empresa influye bastante en su poder negociador en el entorno y la existencia de ciertos lobbies poderosos en determinados sectores, por lo que a pesar de estar todas sometidas a la regulación vigente, mientras unas pueden tener influencia sobre ésta, otras simplemente pueden limitarse a acatar las normas. Al mismo tiempo, varía la presión que la sociedad, o más bien los clientes pueden ejercer sobre la empresa para exigirle un compromiso medioambiental que es grande frente a pequeñas empresas o en casos de competencia casi perfecta, mientras que es mínima frente a oligopolios y monopolios.

Del análisis de la literatura, se desprende la idea de que las pequeñas empresas, que conforman la mayor parte del tejido productivo de los países, a pesar de su menor capacidad para poner en marcha planes de protección medioambiental desde el punto de vista económico, tienen una tendencia mayor a desarrollar un compromiso medioambiental como presentan Berrone et al., (2009), centrándose en las empresas familiares, por ser más sensibles a la presión que ejerce la comunidad en el aspecto medioambiental para evitar la mala reputación de ser señaladas como desinteresadas en el tema o insensibles al respecto. Esta idea es respaldada por Garcés Ayerbe et al., (2014) aunque éstos consideran que el tipo de propiedad, familiar o no familiar, no influye en el caso de las empresas pequeñas a la hora de invertir en cuestiones de protección del medio ambiente, pero sí en las grandes.

Esta cuestión acerca del tamaño y el nivel de compromiso medioambiental ha generado un amplio debate en los últimos años, ya que sin llegar a haber un consenso claro entre los autores que sentencie la cuestión, sí que hay evidencia empírica aportada en diversos estudios como pueden ser por ejemplo los de Uhlaner et al., (2004), Huang et al., (2009), Wagner et al., (2010) o Bingham et al., (2011) que sostienen que las empresas familiares suelen ser las más comprometidas con el medio ambiente. Estos autores ponen énfasis en la relación con los stakeholders asegurando que los stakeholders internos suelen ejercer mayor presión en este tipo de empresas para la adopción de una Responsabilidad Social Corporativa más comprometida con los aspectos medioambientales y la innovación ambiental. Al mismo tiempo, mantienen una especial relación con los clientes, que son stakeholders externos, y tienden a desarrollar estrategias proactivas más adaptadas a sus exigencias y expectativas. No obstante,

resulta conveniente resaltar que por empresa familiar se alude única y exclusivamente al tipo de propiedad y existe una concepción errónea muy generalizada de asociar este tipo de propiedad a pequeñas empresas, pero realmente muchas de las grandes empresas existentes a nivel mundial son empresas familiares.

Resulta muy complejo poder obtener una caracterización clara de las empresas respecto a su perfil organizativo y nivel de compromiso medioambiental sin resultar subjetivo en cuanto a la clasificación, ya que por las diferencias sustanciales entre sectores de actividad, regulaciones del país o zona en la que desarrollan sus actividades, situación competitiva, etc., el comportamiento ambiental que adoptan o su nivel de compromiso parece estar relacionado más bien con aspectos éticos de su Responsabilidad Social Corporativa que varían de empresa a empresa, pudiendo así encontrarse dentro del mismo sector y clasificación de tamaño empresas que a pesar de cumplir los requisitos legales exigidos difieran mucho en su nivel de compromiso. Tal caracterización también podría no expresar con exactitud el comportamiento medioambiental de las empresas, puesto que por la naturaleza de su actividad pueden encontrarse empresas que aun llevando a cabo políticas de protección medioambiental tengan un mayor impacto en el entorno que empresas que no realicen ninguna actividad destinada a preservar el medio ambiente.

Por este motivo, ante la extensa variedad y diversidad de empresas, la única forma de obtener una clasificación realmente fiable sería comparando empresas de características similares entre sí mediante técnicas en las que se analicen puntos de referencia como puede ser por ejemplo el benchmarking.

4. CONCLUSIONES

Tras la realización del presente Trabajo de Fin de Grado, de la revisión realizada de los estudios previos que tratan la relación entre protección medioambiental y rendimiento económico de la empresa se desprende una visión general sobre el estado del arte en el que se encuentra esta materia actualmente. Si bien es posible identificar corrientes diferenciadas entre los distintos autores, que basados en sus investigaciones definen su postura hacia un lado u otro de la relación, sí se puede percibir la ausencia de un marco común para el trabajo investigador, unas bases que definan en torno a qué variables se podría llevar a cabo el análisis y una metodología generalmente aceptada para desarrollarlo, con criterios de medida del desempeño comunes. Estas carencias no impiden la comparación entre diferentes trabajos, pero sí son causa de la disparidad entre resultados, pues están medidos desde diferentes enfoques. No obstante, la diferencia entre los resultados obtenidos por unos y por otros no es debida en exclusiva a las diferencias metodológicas, sino que vienen dadas por la naturaleza de la muestra y sus circunstancias, es decir, de las empresas con sus características diferentes propias y del entorno. Bajo esta idea subyacen factores como las diferencias entre sectores, el período temporal analizado, el tamaño de las empresas, y una larga lista que influye en cómo las medidas de protección medioambiental pueden afectar al desempeño de la empresa.

A pesar de las limitaciones anteriormente mencionadas, independientemente de las posibilidades comparativas y tomando cada trabajo como un elemento individual, es posible determinar el signo de la relación, que en base a los estudios analizados es mayoritariamente, aunque no siempre, positivo. Esta relación positiva se intensifica si es considerada en el largo plazo. Al mismo tiempo, la relación tiende a tener un signo positivo sobre todo en casos en los que la empresa lleva a cabo una estrategia medioambiental proactiva, lo que no sólo afecta a dicha relación, sino que también ha demostrado ser la circunstancia en la que la empresa tiene más probabilidades de generar ventajas competitivas derivadas de su compromiso medioambiental.

Por otro lado, a pesar de las aparentes ventajas derivadas de adoptar un compromiso medioambiental, son muchas las empresas que se resisten a seguir la tendencia y entre los argumentos más frecuentemente aludidos se encuentra el de los costes asociados. El problema principal de dichos costes es que aun mejorando la competitividad de la empresa al revisar su proceso productivo en busca de ineficiencias y la aparente mejora del rendimiento económico, no todas las empresas disponen de la capacidad financiera para afrontar dichos costes de implementar las medidas necesarias o a veces incluso le dan prioridad a los resultados a corto plazo que se verían mermados sin considerar el futuro próximo. Sin embargo, dichas empresas podrían beneficiarse de las ventajas derivadas de adoptar una Responsabilidad Social Corporativa integrada en su estrategia y que cubra más aspectos no sólo de la protección medioambiental, sino de sus relaciones con el entorno.

Con vista al futuro, convendría por un lado, ampliar las futuras investigaciones hacia las nuevas tendencias en el mundo empresarial que cada vez más engloban sus prácticas medioambientales dentro de su Responsabilidad Social Corporativa, convirtiéndose ésta en un medidor de su compromiso junto con la proactividad para llevar a cabo las acciones de manera voluntaria en vez de limitarse al cumplimiento de los mínimos exigidos por la regulación; y por otro lado, reforzar la segmentación de las muestras analizadas para realizar los estudios con muestras más homogéneas que no perturben los resultados por las disparidades entre sus elementos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ambec, S. y Lanoie, P., (2008). “Does it pay to be green? A systematic overview.” *Academy of Management Perspectives* 22, pp. 45–62.
- Amores-Salvadó, J.; Navas-López, J. E.; Martín de Castro, G.; & Delgado-Verde, M. (Segundo Trimestre de 2012). “El paso del control a la prevención. ¿Importan los estándares medioambientales?” *Universia Business Review*, pp. 68-80.
- Anton, W. R.; Deltas, G.; & Khanna, M. (2004). “Incentives for environmental self-regulation and implications for environmental performance.” *Journal of Environmental Economics and Management*, 48, pp. 632-654.
- Aragón Correa, J.A. y Sharma, S., (2003). “A Contingent Resource-Based View of Proactive Corporate Environmental Strategy.” *Academy Of Management Review* 28, pp. 71–88.
- Bansal, P., (2005). “Evolving Sustainability: A Longitudinal Study of Corporate Sustainable Development.” *Strategic Management Journal* 26, pp. 197–218.
- Berrone, P.; Cruz, C.; Gomez Mejía, L; Larraza, M. (2009). “Governance and Environmental Performance in Family Controlled Public Corporations.” *Frontiers of Entrepreneurs Research*, 29(14), Article 2.
- Bingham, J.; Gibb Dyer, W.; Smith, I.; Adams, G. (2011). “A Stakeholder Identity Orientation Approach to Corporate Social Performance in Family Firms.” *Journal of Business Ethics*, 99, pp. 565-585.
- Bosworth, W. y Clemens, B. (2011). “Does It Pay to Be Environmentally Responsible?.Toxic Releases and Financial Performance.” *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(2), pp. 115-121.
- Brío, J. Á., y Junquera Cimadevilla, B. (Cuarto trimestre de 2004). “Competitividad y situación medioambiental de los centros productivos certificados en España.” *Universia Business Review*, pp. 64-77.
- Burgos, J. y Céspedes, J.J. (2001): “La conexión entre la protección ambiental y el rendimiento económico”. Comunicación presentada al *XIV Congreso Nacional - X Congreso Hispano-Francés AEDEM*, Jaén.
- Burgos, J.; Cano, C.J.; Céspedes, J.J. (2000): “La planificación y el control del rendimiento ambiental en los establecimientos turístico-hoteleros”. Comunicación presentada al *I Congreso Internacional sobre Turismo y Mediterráneo*, Almería.
- Cañón de Francia, J. y Garcés Ayerbe, C. (2009). “ISO 14001 Environmental Certification: A sign valued by the market?” *Environmental and Resource Economics*, 44, pp. 245-262.
- Carrascosa López, C. y Peiró Signes, Á. (2012). “Relación entre mejora continua, innovación y compromiso medioambiental de la gerencia, un estudio empírico.” *TEC empresarial*, 6(3), pp. 9-23.
- Chen, K.; Chen, Z.; Wei, K. (2009). “Agency costs of free cash flow and the effect of shareholder rights on the implied cost of equity capital.” *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 46(1), pp. 171–207.

- Claver, E.; López M.D.; Molina, J.F.; Tarí, J.J. (2007): “Environmental management and firm performance: a case study”, *Journal of Environmental Management*, Vol. 84, pp. 606–619.
- Clemens, B. (2006). “Economic Incentives and Small Firms: Does it Pay to be Green?” *Journal of Business Research*, 59(4), pp. 492-500.
- Cordeiro, J. y Sarkis, J., (2008). “Does explicit contracting effectively link CEO compensation to environmental performance?” *Business Strategy the Environment* 17, pp. 304–317.
- Darnall, N.; Henriques, I.; Sadorsky, P. (2007). “Do Environmental Systems Improve Business Performance in an International Setting?” *Journal of International Management*, 14(4), pp. 364-376.
- De Burgos, J. y Céspedes, J. (2001): “La Protección ambiental y el resultado. Un análisis crítico de su relación”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 7, núm. 2, pp. 93–108.
- Delmas, M.; Hoffmann, V.; Kuss, M. (2011). “Under the tip of the iceberg: absorptive capacity, environmental strategy, and competitive advantages”. *Business and Society*, 50(1), pp. 116-154.
- Dhaliwal, D.; Li, O.; Tsang, A.; Yang, Y. (2011). “Voluntary non-financial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting.” *The Accounting Review*, 86(1), pp. 59–100.
- Dowell, G.; Hart, S.; Yeung, B.,(2000). “Do Corporate Global Environmental Standards Create Or Destroy Market Value?” *Management Science* 46, pp. 1059–1074.
- Earnhart, D.; Lizal, L. (2006): “Effects of ownership and financial performance on corporate environmental performance”, *Journal of Comparative Economics*, Vol. 34, pp. 111–129.
- El Ghouli, S.; Guedhami, O.; Kwok, C. Y.; Mishra, D. (2011). “Does corporate social responsibility affect the cost of capital?” *Journal of Banking and Finance*, 35(9), pp. 2388–2406.
- Elsayed, K. y Paton, D. (2005): “The impact of environmental performance on firm performance: static and dynamic panel data evidence”, *Structural Change and Economic Dynamics*, Vol. 16, pp. 395–412.
- Filbeck, G. y Gorman, R.F. (2004). “The Relationship between the Environmental and Financial Performance of Public Utilities.” *Environmental and Resource Economics*, 29, pp. 137-157.
- Fraj, E.; Martínez, E.; Matute, J. (2011). “Márketing y medio ambiente: Una aproximación a la situación de la industria española.” *Universia Business Review*(31), pp. 156-183.
- Gallardo Vázquez. D. y Sánchez-Hernández. M. Isabel (2013). “Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación.” *Universia Business Review*. Segundo trimestre 2013.
- Garcés Ayerbe, C.; Rivera Torres, P.; Murillo Luna, J. L. (2014). “Inversión medioambiental y resultado financiero en las empresas familiares españolas.” *Revista de empresa familiar*, 4(1), pp. 59-71.
- García, F.J. y Armas, Y.M. (2007): “Aproximación a la incidencia de la responsabilidad social medioambiental en el rendimiento económico de la

- empresa hotelera española”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 16, núm. 1, pp. 47–66.
- Garrigues Walker, A. y Trullenque-San Juan, F. (2008). “Responsabilidad social corporativa: ¿papel mojado o necesidad estratégica?” *Harvard Deusto Business Review*, 164, pp. 18–36.
 - Gibson, D.V. y Naquin, H. (2011), “Investing in innovation to enable global competitiveness: The case of Portugal”, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol.78, núm.8, p.p. 1299-1309.
 - González Benito, J. y González Benito, O. (2005). “Environmental Proactivity and Business Performance: An Empirical Analysis.” *Omega. The International Journal of Management Science*, 33(1), pp. 1-15.
 - Gregory, A.; Tharyan, R.; Whittaker, J. (2011). “Corporate social responsibility and the valuation of firms.” University of Exeter UK: Xfi Centre for Finance and Investment.
 - Guenster, N.; Derwall, J.; Bauer, R.; Koedijk, K. (2006). “The Economic Value of Corporate Eco-Efficiency.” *European Financial Management*, 17(4), pp. 679-704.
 - Heras Saizarbitoria, I. y Arana Landín, G. (2011). “Impacto de la certificación ISO14001 en el rendimiento financiero empresarial: conclusiones de un estudio empírico.” *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas* (14), pp. 112-122.
 - Huang, Y.; Ding, H.; Kao, M. (2009). “Salient Stakeholder Voices Family Business And Green Innovation Adoption.” *Journal of Management and Organization*, 15(3), pp. 309-326.
 - Jo, H. y Harjoto, M. (2011). “Corporate governance and firm value: The impact of corporate social responsibility.” *Journal of Business Ethics*, 103, pp. 351–383.
 - King, A. y Lenox, M. (2001). “Does it Really Pay to be Green? An Empirical Study of Firm Environmental and Financial Performance.” *Journal of Industrial Ecology*, 5, pp. 105-116.
 - King, A. y Lenox, M. (2002). “Exploring the Locus of Profitable Pollution Reduction.” *Management Science*, 48, pp. 289-299.
 - Klassen, R. D. y Vachon, S. (2003). “Collaboration and evaluation in the supply chain: The impact on plant-level environmental investment.” *Production and operations management*, 12(3), pp. 336-352.
 - Konar, S. y Cohen, M.A. (2001). “Does the Market Value Environmental Performance.” *Review Economics and Statistics*, 83, pp. 281–289.
 - Lanoie, P.; Laurent Lucchetti, J. Johnstone, N.; Ambec, S. (2011). “Environmental Policy, Innovation and Performance: New Insights on the Porter Hypothesis.” *Journal of Economics and Management Strategy*, 20(3), pp. 803-842.
 - Lee, M., (2008). “A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead.” *International Journal of Management Reviews* 10, pp. 53–73.
 - Margolis, J.D. y Walsh, J.P. (2001). “Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business.” *Administrative Science Quarterly* 48, pp. 268–305.

- Margolish, J.D. y Walsh, J.P., (2001). “People and Profits? The Search for A Link Between A Company’s Social And Financial Performance”, *Lea Organization and Management Series*, Boston.
- Martínez Ferrero. J. (2014). “Consecuencias de las prácticas de sostenibilidad en el coste de capital y en la reputación corporativa.” *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review* 17 (2) (2014) pp. 153–162.
- Menguc, B. y Ozanne, L.K. (2005): “Challenges of the green imperative: a natural resource-based approach to the environmental orientation-business performance relationship”, *Journal of Business Research*, Vol. 58, núm. 4, pp. 430–438.
- Molina-Azorín, J.F.; Claver-Cortés, E.; Lopez-Gamero M.D.; Tarí, J.J. (2009a): “Green management and financial performance: a literature review”, *Management Decision*, Vol. 47, núm. 7, pp. 1080–1100.
- Molina-Azorín, J.F.; Claver-Cortés, E.; Pereira-Moliner, J.; Tarí J.J. (2009b): “Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 17, pp. 516–524.
- Montabon, F.; Sroufe, R.; Narasimhan, R. (2007). “An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance.” *Journal of Operations Management*, 25(5), pp. 998-1014.
- Murray, A.; Sinclair, D.; Power, D.; Gray, R. (2006): “Do financial markets care about social and environmental disclosure? Further evidence and exploration from the UK”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 19, núm. 2, pp. 228–255.
- Murty, M.N. y Kumar, S., (2003). “Win-Win Opportunities and Environmental Regulation Testing of Porter Hypothesis for Indian Manufacturing Industries.” *Journal of Environmental Management* 67, pp. 139–150.
- Nakamura, E. (2011). “Does Environmental Investment Really Contribute to Firm Performance?: An empirical Analysis Using Japanese Firms.” *Eurasian Business Review*, 1(2), pp. 91-111.
- Plaza Úbeda, J. A.; De Burgos Jiménez, J.; Belmonte Ureña, L. J. (2011). “Grupos de interés, gestión ambiental y resultado empresarial: una propuesta integradora.” *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 14, pp. 151-161.
- Pujari, D.; Wright, G.; Peattie, K. (2003): ”Green and competitive: influences on environmental new product development performance”, *Journal of Business Research*, Vol. 56, pp. 657–671.
- Robinson, M.; Kleffner, A.; Bertels, S.; Street, C. (2008). “The value of a reputation for corporate social responsibility: Empirical evidence.” Working Paper, University of Michigan.
- Roome, N. y Wijen F. (2006). “Stakeholder power and organizational learning in corporate environmental management.” *Organization Studies*, 27 (2), pp. 235–263.
- Schaltegger, S. y Synnestvedt, T. (2002): “The link between green and economic success: environmental management as the crucial trigger between environmental and economic performance”, *Journal of Environmental Management*, Vol. 65, núm. 4, pp. 339–346.

- Selvi, Y.; Wagner, E.; Turiel, A. (2010). “Corporate social responsibility in the time of financial crisis: Evidence from Turkey.” *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(1), pp. 281–290.
- Surroca, J.; Tribó, J.A.; Waddock, S. (2010), “Corporate Responsibility and financial performance: The role of intangible resources”, *Strategic Management Journal*, Vol.31, p.p. 463-490.
- Telle, K. (2006): “It pays to be green: a premature conclusion?”, *Environmental & Resource Economics*, Vol. 35, pp. 195–220.
- Uhlaner, L.M.; Van Goor-Balk, H.; Masurel, E. (2004). “Family Business and Corporate Social Responsibility in a Sample of Dutch Firms.” *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), pp. 186-194.
- Vicente Molina, M. A.; Tamayo Orbegozo, U.,; Izaguirre Olaizola, J. (2012). “Revisión de la metodología empleada y resultados alcanzados en la investigación sobre actuación medioambiental de la empresa y rendimiento económico (1972-2009).” *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 14, pp. 5-35.
- Wagner, M. (2003): “How does it pay to be green? An analysis of the relationship between environmental and economic performance at the firm level and the influence of corporate environmental strategy choice.” *Marbug: Tectum Verlag*.
- Wagner, M. (2010). “Corporate Social Performance and Innovation with High Social Benefits: a Quantitative Analysis.” *Journal of Business Ethics*, 94(4), pp. 581-594.
- Wagner, M., (2007). “Integration of Environmental Management with other Managerial Functions of the Firm Empirical Effects on Drivers of Economic Performance.” *Long Range Planning* 40, pp. 611–628.
- Walls, J.L.; Phan, P.; Berrone, P. (2008). “An Assessment of the Construct Validity of Environmental Strategy Measures.” *Ross School of Business Working Paper Series*, núm. 1105.
- Ziegler, A.; Schröder, M.; Rennings, K. (2007). “The Effect of Environmental and Social Performance on the Stock Performance of European Corporations. *Environmental Resource and Economics*”, 37, pp. 661-680.