



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 61, agosto 2008, pp. 157-177

Factores inductores de un comportamiento medioambientalmente sostenible: el caso de las cooperativas oleícolas giennenses

**Olga Senise Barrio
Francisco José Torres Ruiz
Manuel Parras Rosa
Eva María Murgado Armenteros**
Universidad de Jaén

Factores inductores de un comportamiento medioambientalmente sostenible: el caso de las cooperativas oleícolas giennenses

Olga Senise Barrio

Profesora Contratada Doctora

Francisco José Torres Ruiz

Profesor Titular de Universidad

Manuel Parras Rosa

Catedrático de Universidad

Eva María Murgado Armenteros

Profesora Colaboradora

Universidad de Jaén

RESUMEN

En los últimos años, cada vez es mayor la preocupación por el medio ambiente y el desarrollo sostenible, debido a las crecientes exigencias impuestas en la legislación. Sin embargo, hay empresas cuya preocupación se limita al cumplimiento de lo estrictamente establecido en la ley, mientras que otras están viendo en esta protección medioambiental una fuente de ventajas competitivas. En cada caso, los elementos que inducen a uno y otro tipo de empresas a desarrollar comportamientos medioambientalmente sostenibles, son sustancialmente diferentes.

En nuestro caso, analizamos la situación del sector cooperativo oleícola giennense para ver si están desarrollando una actitud reactiva o proactiva respecto al desarrollo sostenible, a partir del análisis de los principales factores que les llevan a implantar actuaciones y comportamientos más acordes con la sostenibilidad medioambiental. Asimismo, analizamos si el comportamiento del sector es homogéneo, o si por el contrario, es posible encontrar grupos más avanzados en términos de sostenibilidad medioambiental.

PALABRAS CLAVE: Desarrollo sostenible, medio ambiente, cooperativismo oleícola, ventaja competitiva.

CLAVES ECONLIT: O130, P130, Q010, Q130.

Facteurs instigateurs d'un comportement environnemental durable : le cas des coopératives oléicoles de Jaén

RÉSUMÉ : Au cours des dernières années, la préoccupation pour l'environnement et le développement durable a gagné de l'importance à cause des exigences croissantes imposées par la législation. Néanmoins, il existe encore des entreprises dont la préoccupation se limite au respect de ce qui est strictement établi par la loi, alors que d'autres voient dans cette protection environnementale une source d'avantages concurrentiels. Dans chaque cas, les éléments qui induisent l'un ou l'autre type d'entreprise à développer des comportements environnementaux durables sont substantiellement différents.

Dans notre cas, nous analysons la situation du secteur coopératif oléicole de Jaén afin de voir si celui-ci adopte une attitude réactive ou proactive vis-à-vis du développement durable, à partir de l'analyse des principaux facteurs qui l'entraînent à mettre en place des procédures et des comportements mieux adaptés à la durabilité environnementale. De la même manière, nous analysons si le comportement du secteur est homogène, ou si au contraire, il est possible de trouver certains groupes plus avancés en termes de durabilité environnementale.

MOTS CLÉ : Développement durable, environnement, coopératisme oléicole, avantage concurrentiel.

Factors that encourage environmentally sustainable behaviour: the case of olive oil cooperatives in the province of Jaén

ABSTRACT: In recent years the increasing demands imposed by legislation have led to growing concern about the environment and sustainable development. However, in some companies this concern goes no further than abiding by the law. Others, in contrast, have found a source of competitive advantage in environmental protection. The motivation behind the development of environmentally sustainable behaviour in these different types of companies differs greatly.

We analyse the situation of cooperatives in the olive oil sector in Jaén to see whether they are developing a reactive or proactive attitude towards sustainable development, bearing in mind the primary factors that lead them to implement more environmentally sustainable activities and behaviour. We also examine whether similar behaviour is found throughout the sector, or whether some groups are more advanced than others in terms of environmental sustainability.

KEY WORDS: Sustainable development, the environment, olive oil cooperatives, competitive advantage.

1.- Introducción

La nueva Política Agrícola Común (PAC) asigna al mundo rural nuevas funciones y responsabilidades, entre las que destaca promover el desarrollo sostenible, en el marco de la multifuncionalidad de la agricultura. En este sentido, Alburquerque (2007, p. 32) apunta que la Comisión Europea trata de impulsar un tipo diferente de intervención pública en el medio rural, que permite combinar la reducción gradual del proteccionismo agrario con el fomento de la multifuncionalidad de la actividad agraria y la diversificación productiva en los territorios rurales. Dicha estrategia comparte con otras políticas el mismo principio de abandono de los subsidios directos a la producción como eje central de las mismas, dando énfasis fundamental a las ayudas de carácter indirecto, orientadas a facilitar la construcción socio-institucional de los mercados de servicios estratégicos para el fomento del desarrollo económico local.

En este contexto, la PAC le demanda al sector agrario una mayor protección y preocupación medioambiental, en coherencia con las demandas de los consumidores de productos de calidad, sanos y producidos respetando el medio ambiente. Este nuevo enfoque más orientado al mercado, contrasta con el existente tiempo atrás, donde primaba el carácter productivista de la actividad agraria y en el que la protección medioambiental ocupaba un lugar muy secundario. Este cambio del entorno en el que han de operar las empresas agroalimentarias dibuja un nuevo escenario competitivo que les plantea nuevos retos.

Centrándonos en el caso del sector oleícola, hay que distinguir la situación de la fase de cultivo, en la que la condicionalidad juega un papel clave en la protección medioambiental, de la fase de transformación de la aceituna en aceites de oliva, donde las exigencias no son tan manifiestas, al no estar vinculado su cumplimiento a la percepción de ayudas comunitarias. Sin embargo, la realización de buenas prácticas medioambientales en las almazaras no es sólo conveniente y necesario por cuestiones de ahorro de costes y responsabilidad social, sino porque pueden ser fuentes de ventajas competitivas. Nos referimos a que las almazaras pueden adoptar una actitud de respeto y cumplimiento de la legislación existente –bastante laxa, por otra parte-, evitando, por tanto, multas y sanciones (actuación reactiva), o bien, intentando ir más allá de lo exigido legalmente, considerando el medio ambiente como una oportunidad para generar ventajas competitivas y obtener un rendimiento superior, al responder a nuevas necesidades de consumidores y distribuidores (actuación proactiva).

En el contexto descrito, con este trabajo, centrado en las almazaras cooperativas jiennenses, colectivo que aporta más del 70 por 100 de la producción provincial de aceites de oliva, pretendemos alcanzar tres objetivos. En primer lugar, conocer el comportamiento medioambiental y la actitud frente al desarrollo sostenible de las mismas, esto es, el grado de desarrollo de actividades de protección medio-

ambiental y actitud ante el desarrollo sostenible, información que nos permitirá inferir su mayor o menor preparación y disposición para implantar buenas prácticas medioambientales y, consecuentemente, la posibilidad de desarrollar nuevas ventajas competitivas a partir de este tipo de actuaciones. En segundo lugar, nos proponemos conocer cuáles son los principales motivos que llevan a las cooperativas oleícolas jiennenses a iniciar actuaciones empresariales medioambientalmente más respetuosas y sostenibles, desde la legislación existente, que sería indicativo de una actuación medioambiental de carácter más reactivo, hasta la predisposición de los líderes y directivos o la influencia de otros grupos de presión, que marcarían actuaciones más proactivas. Por último, pretendemos analizar si existe homogeneidad entre las cooperativas o, si por el contrario, es posible encontrar grupos de cooperativas con diferente desarrollo en su comportamiento medioambiental.

2.- Revisión de la literatura

Cada vez son más frecuentes los estudios que centran su análisis en el desarrollo rural, quedando justificada su proliferación por la necesidad de propiciar el desarrollo económico en las zonas rurales, y conseguir la fijación de la población. Así, el concepto de desarrollo rural se articula en torno a una serie de directrices, tales como, importancia de la diversificación productiva en el medio rural, decisivo papel del entorno local como impulsor de iniciativas emprendedoras en el medio rural, importancia de la calidad de los recursos humanos como condición de éxito de cualquier estrategia de desarrollo local, logro de la mayor articulación social a nivel local y disminución de disparidades territoriales, a fin de garantizar las condiciones para el mantenimiento de la población en el medio rural, respaldo a la identidad cultural de los diferentes ámbitos locales, y el despliegue de intervenciones favorables al medio ambiente (Alburquerque, 2007).

Este conjunto de orientaciones forma parte del enfoque más amplio del desarrollo sostenible, ya que éste no solamente debe ocuparse del medio rural, sino del desarrollo de cualquier actividad sectorial o en cualquier territorio, ya sea rural o urbano. Como concepto de desarrollo sostenible, sin entrar en grandes debates sobre una definición aceptada por unanimidad¹, consideraremos que es aquel capaz de satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras para atender a sus propias necesidades².

1.- A este respecto, resulta muy interesante el artículo de Nogales (2006) en el que aborda diferentes definiciones otorgadas al concepto de desarrollo sostenible, poniendo de manifiesto que se trata de un concepto polémico, desde su nacimiento hasta la actualidad. En este mismo sentido, Alburquerque (2007) efectúa un recorrido por la evolución del concepto de desarrollo sostenible desde principios de los setenta, y examina la intersección existente entre dicho concepto y los correspondientes al desarrollo local y al desarrollo rural. Este autor muestra también la importancia de la dimensión institucional en el avance de los procesos de desarrollo sostenible.

2.- Definición otorgada por la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas en el documento *Nuestro Futuro Común*, editado en 1986 y que también fue conocido como *Informe Brundtland*.

En este sentido, aunque la obligación de proteger el entorno que nos rodea corresponde a múltiples agentes³, es destacable la particular implicación de las empresas, al ser responsables, en gran medida, del desarrollo de actividades productivas que han dañado y siguen dañando nuestro medio ambiente, poniendo en peligro el desarrollo sostenible. Hart (1995) apunta que “se necesita un cambio en la actividad económica para evitar producir un daño irremediable para los sistemas ecológicos básicos del planeta. Se necesita un cambio en la perspectiva desde la cual se contempla la dirección y organización de empresas porque si mantenemos las prácticas organizacionales y económicas pasadas no se podrá asegurar la sostenibilidad ecológica”. Éste es el motivo fundamental que justifica la proliferación de trabajos que relacionan medio ambiente y empresa.

Asimismo, como Martín Tapia (2005, p. 8) afirma, para cuidar el medio ambiente necesitamos organizaciones implicadas en este objetivo. Muchas organizaciones utilizan hoy en día técnicas de gestión medioambientales como eco-eficiencia, prevención de la contaminación, sistemas de gestión medioambientales de calidad total, diseño para el medio ambiente, etc., que pueden llevar a la empresa a limitar el daño medioambiental que causan más allá de lo exigido legalmente. Las decisiones de sus directivos y las actuaciones, planteamientos y sensibilidad de los empleados de la empresa, en general, son claves en estos avances medioambientales. Esta última afirmación viene corroborada por el trabajo de Brío y Junquera (2001), en el que contrastan la hipótesis relativa a que las actitudes de los directivos respecto a las oportunidades que la gestión medioambiental puede aportar a la empresa y su valoración de los sistemas de gestión medioambiental evolucionan de forma paralela.

Habiendo destacado el preponderante papel de las empresas en la protección ambiental, es necesario dejar constancia de que la integración de las variables ambientales en la elaboración de las estrategias empresariales es una necesidad que las empresas españolas, en general, aún no tienen suficientemente resuelta. Así, Aulí (2002) considera que, hasta la fecha, las actuaciones ambientales han estado básicamente encaminadas a disminuir los costes y riesgos asociados a sanciones, inversiones no productivas, reparación económica de daños ambientales o incluso a procesos por delito ecológico; de ahí la imagen negativa que el medio ambiente tiene aún para muchas empresas españolas. Todas estas acciones, que evidentemente son positivas, son acciones reactivas, es decir, hay un factor ambiental que influye sobre la empresa y ésta actúa en consecuencia, pero no son propiamente actuaciones de estrategia empresarial. No obstante, Aulí (2002) considera que estamos en un proceso de cambio en el que el desarrollo sostenible se basa en el llamado *triple bottom*, es decir, en la visión conjunta e integrada de los factores económicos, sociales y ambientales que afectan a las actividades productivas. Parece evidente que las profundas modificaciones de estas variables reclamarán enfoques estratégicos por parte de las empresas.

3.- Según Schmidheiny (1992), se requiere que las consideraciones ecológicas pasen a formar parte de los procesos de decisión de todas las agencias gubernamentales, de todas las empresas y, naturalmente, de toda la población, en general, ya que los ciudadanos, consumidores, empresas, instituciones, etc., son los que toman decisiones a diario sobre el medio ambiente.

A pesar de las razones existentes para adoptar un desarrollo sostenible, pocas organizaciones realmente han comenzado la búsqueda hacia la sostenibilidad⁴, debido principalmente, según Starik y Rands (1995) a que: (1) los impactos medioambientales se han producido hace relativamente poco tiempo y no se comprende totalmente el alcance y la seriedad de los mismos; (2) no se aprecian los beneficios de la reducción del impacto medioambiental, al no ser éstos de carácter inmediato sino más bien lo contrario, bastante dilatados en el tiempo; (3) no hay un conocimiento público suficiente, ni entendimiento de los principios ecológicos, ni tampoco sobre la urgencia de adoptar estos principios; (4) el contrarrestar los impactos medioambientales y adoptar un desarrollo sostenible requiere un cambio radical con respecto a la mentalidad cortoplacista y del auto interés; y (5) tampoco parecen claras las prácticas a adoptar en cada nivel para conseguir este desarrollo sostenible.

Así, aunque no todas las organizaciones son completamente respetuosas con el medio ambiente, es necesario destacar que es creciente el número de empresas que operan cada vez de una forma más respetuosa y que tratan de reducir su impacto medioambiental, si bien, como a continuación profundizaremos, este propósito puede ser alcanzado de diversas formas.

En general, existen dos grandes maneras de abordar empresarialmente el cuidado medioambiental: de forma reactiva, esto es, tratando de resarcir el daño producido al medio ambiente y, de forma proactiva, o lo que es lo mismo, mejorar el medio ambiente y reducir su impacto medioambiental más allá de lo requerido legalmente.

Brío y Junquera (2001) establecen que esta diferente forma de actuar –reactiva frente a proactiva- se debe a las razones que impulsan a las empresas a comprometerse con el medio ambiente. Así, establecen que una actuación reactiva o de control, centrada en impedir que residuos y emanaciones ya producidos generen efectos negativos en el entorno, se produce debido a que las empresas están sujetas a una serie de factores de presión en materia medioambiental, algunos de ellos eminentemente restrictivos con las empresas cuya actividad productiva genera efectos negativos para con el medio natural. En este sentido, se refieren a la legislación medioambiental, que actualmente es la forma de control más utilizada en la mayoría de los países (Klassen y Angell, 1998; Henriques y Sadorsky, 1999). Dado su carácter restrictivo, la legislación medioambiental es el primer elemento de presión que perciben las empresas y que las incita a implantar prácticas ambientales (Peattie y Ringler, 1994; Klassen y Angell, 1998; Henriques y Sadorsky, 1999). A medida que se hace más estricta, provoca un mayor grado de conocimiento y de actuación medioambiental (King, 1995; Angell y Klassen, 1999). De hecho, Klassen (1995) y Sroufe et al., (2000) comprobaron que los sectores sujetos a una regulación más estricta presentan mayor tendencia a implantar actuaciones medioambientales, y especialmente sistemas de gestión medioambiental.

4.- Actualmente, la mayoría de los consejos de administración no disponen ni de la información ni de los mecanismos necesarios para efectuar el análisis estratégico de las variables ambientales. Aún hay pocos miembros de consejos de administración que estén suficientemente introducidos en el mundo ambiental y son muy pocos, igualmente, los expertos en medio ambiente que dispongan de una visión simultáneamente ambiental, empresarial y globalizadora y, por tanto, capaz de ser integrada en la dirección de las empresas (Aulí, 2002).

Pero, además de este factor de presión, establecen que actualmente existen otras razones que están impulsando a las empresas a comprometerse con el medio ambiente y que las llevan a actuar de una manera proactiva o preventiva, pudiendo suponer una fuente de oportunidades para aquellas que adoptan este tipo de comportamiento. Así, en primer lugar, existen razones de imagen y sociales (Jennings y Zandbergen, 1995; Chiesa et al., 1999), en función de las cuales la empresa trataría de evitar denuncias, cada día más frecuentes, que proceden de grupos ecologistas, ciudadanos preocupados por el estado de la naturaleza y organizaciones no gubernamentales (Ottman, 1991). En ocasiones, la motivación de la actuación empresarial no es evitar las posibles denuncias de los grupos sociales, sino mejorar su imagen dentro de su entorno, comunidad o sector industrial (Shen, 1995; Clements, 1996). Además, si se realiza con legítimas actuaciones de base y respaldo real, puede suponer un buen factor diferenciador que proporcione considerables ventajas competitivas. El segundo grupo de factores que incita a las empresas a iniciar prácticas medioambientales se refiere a las exigencias de mercado derivadas de la influencia de los consumidores ecológicos, aquellos que persiguen proteger el medio ambiente a través de sus decisiones de compra, para lo que seleccionan productos respetuosos con el medio ambiente (Ottman, 1991). La última de las razones por las que las empresas están comenzando a asumir un comportamiento medioambiental es la eficiencia, la cual puede mejorar de la mano de la gestión medioambiental. Ocurre cuando las empresas se dirigen hacia la ecoeficiencia o mejora en los costes mediante el uso más eficiente de los recursos que se pueden conseguir con una adecuada actuación medioambiental, partiendo del supuesto de que la generación de la contaminación por parte de la empresa provoca ineficiencias (Porter y Van der Linde, 1995). De hecho, McInerney y White (1995) comprobaron que polución e ineficiencia son idénticos problemas. Además, las prácticas limpias conllevan ahorros en demandas judiciales, multas, seguros, costes, en limpieza e imagen y responsabilidades civiles (Madu et al., 1995; Dooley y Fryxell, 1999; Hitchens, 1999). Como se ha comprobado, los factores de presión medioambiental (legislación, razones de imagen, exigencia de consumidores y razones de coste y financieras) están ejerciendo cada vez mayor influencia en las empresas para que modifiquen su comportamiento.

En suma, según la literatura existente, los principales factores que explican el inicio de un cambio en la gestión empresarial hacia un comportamiento más respetuoso con el medio ambiente son: la legislación medioambiental⁵, la existencia de líderes o directivos iniciadores de la adopción de planteamientos más medioambientales y, por último, la influencia de los diferentes grupos de presión o stakeholders de la empresa, que respecto al cuidado medioambiental, siguiendo a Fineman y Clarke (1996) pueden agruparse en: grupos ecologistas, normativa medioambiental, aquellos grupos con un interés directo en la protección medioambiental (accionistas, bancos, consumidores, proveedores, medios de comunicación, etc.) y grupos de interés internos (trabajadores y directivos de la empresa)⁶.

5.- En general, la legislación medioambiental como factor restrictivo, esto es, tratando de evitar posibles multas y sanciones, se considera una actuación reactiva, en cambio, a veces también puede ser un estímulo para la innovación y lleva a conseguir una ventaja competitiva para las empresas que aplican alguna innovación para cumplir con esta regulación medioambiental, considerándose esta actuación más proactiva.

6.- El poder de los stakeholders puede proceder, por un lado, de la amenaza que se desprende de los mismos por su capacidad de dañar o poner en tela de juicio a las empresas y, por otro, de la legitimación de sus peticiones (Fineman y Clarke, 1996). Además, existen evidencias de que esta influencia es de carácter dinámico, es decir, cambia con el tiempo.

2.1.- Las sociedades cooperativas y el desarrollo sostenible

Entre los estudios que relacionan medio ambiente y empresa, merecen ser destacados los centrados en las sociedades cooperativas, ya que han sido muchos los autores que han puesto de manifiesto la idoneidad de estas sociedades para promover el desarrollo económico en el ámbito rural -uno de los más recientes, Morales (2007). Estas entidades se pueden considerar, sin duda, agentes de desarrollo, puesto que crean empleo, fijan a la población en su territorio, provocan un crecimiento empresarial, mejoran el bienestar social de los ciudadanos, mejoran el nivel de renta y favorecen la mejora de las relaciones sociales, incentivan la cultura, la formación, etc.⁷ Sin las cooperativas en estos territorios, sería más difícil y complejo el surgimiento de iniciativas viables por faltarles el soporte de una organización o red empresarial, facilitando la realización de actividades de carácter complementario que suponen una fuente adicional de ingresos y empleo.

En un reciente trabajo, Ruiz, Hernández y García (2006) recopilan diferentes contribuciones sobre el papel de las sociedades cooperativas agrarias. Así, estas autoras destacan que son muchos los trabajos que ponen de manifiesto la importancia del cooperativismo desde un punto de vista económico en el sector agrario (Caballer, 1995; Simon y Alonso, 1995; Bel, 1997; Cervera y Bohórquez, 2000; Marí y Juliá, 2001; Bahamonde, 2003; Giner, 2003), debido a la cohesión del sector agrario y a que posibilitan a los agricultores a participar de mayores ingresos. Otros autores como Gómez (2004), Gómez-Limón, Casquet y Atance (2003) y Giner (2003) consideran las sociedades cooperativas agrarias como elementos clave del desarrollo económico en entornos cada vez más globalizados. Asimismo, Bel, Fernández y Miranda (2005) recogen la importancia del cooperativismo en el desarrollo rural y Fernández y Puig (2002) en el desarrollo local a partir de actividades turísticas.

En este sentido, es más abundante la literatura que se centra en cooperativismo y desarrollo rural que en cooperativismo y desarrollo sostenible. No obstante, también existen estudios que inciden en el papel del cooperativismo en el desarrollo medioambiental. Así, Gómez (2004) considera las cooperativas agrarias valencianas como agentes generadores de actividad, capaces de contribuir decisivamente al desarrollo sostenible de las zonas rurales, tanto desde la perspectiva económica como social y medioambiental. Por otro lado, Galdeano (2002) y Galdeano y Rodríguez (2000) determinan el impacto positivo de las prácticas medioambientales y la mejora de la calidad en las variables de competitividad empresarial -medido por la eficiencia, la rentabilidad o la cuota de mercado- en el sector cooperativo de frutas y hortalizas, señalando que las inversiones en calidad y medio ambiente inciden en una mayor eficiencia a través de la diferenciación de los productos.

Así, muchos investigadores coinciden en señalar que el sector cooperativo es el motor de desarrollo económico y social en el entorno rural. Un entorno que se ha visto fuertemente afectado por

7.- A modo de ejemplo, Argudo (2007) establece que las cooperativas constituyen un tipo de empresa muy asentado en el mundo rural y que presenta una serie de características que la convierten en la forma empresarial más adecuada para liderar el desarrollo de cualquier forma de actividad económica que en él se lleve a cabo, colaborando en el mantenimiento de la población y logrando una mayor integración y cohesión social.

los cambios comunitarios que se han ido produciendo en las últimas décadas. Por ello, conscientes del nuevo escenario en el que se desarrolla la actividad agraria, la literatura ha contribuido con un conjunto de recomendaciones necesarias para facilitar la recuperación de la ventaja competitiva de dicho sector -profesionalización, formación, mejora de la comercialización, etc. En la actualidad, como apuntábamos al principio de este trabajo, es necesario contemplar las posibilidades que presenta el desarrollo sostenible como fuente de ventajas competitivas, por lo que tanto los agricultores como sus agrupaciones han de implicarse en la búsqueda de soluciones para mejorar su posición competitiva. Éste es el enfoque bajo el que se desarrolla nuestro estudio, centrado en el sector oleícola, para el que no hemos encontrado ningún trabajo previo que analice la vinculación entre sociedades cooperativas y su comportamiento medioambiental.

3.- Método de investigación

Para conseguir los objetivos planteados relativos al análisis de la situación de las sociedades cooperativas oleícolas jiennenses en relación a su comportamiento medioambiental y de los factores que las llevan a desarrollar actividades medioambientalmente sostenibles, la metodología empleada ha combinado el método cualitativo de la entrevista en profundidad y el método cuantitativo de la encuesta.

Por ello, para la obtención de información acerca de los parámetros anteriores y teniendo en cuenta la ausencia de trabajos previos, en primer lugar, desarrollamos la metodología cualitativa llevando a cabo un conjunto de entrevistas en profundidad con directivos de las cooperativas oleícolas jiennenses para conocer su actitud y concienciación sobre el medio ambiente, la presión ejercida por la legislación -esto es, conocer la valoración de los actores del sector respecto a la normativa medioambiental y su cumplimiento- y también por otros grupos de presión. Posteriormente, con la encuesta obtuvimos información más detallada sobre las prácticas medioambientales que llevan a cabo las cooperativas oleícolas.

Para la elección de las personas a entrevistar realizamos un muestreo intencional, buscando la variedad del discurso. Así, seleccionamos a diversos tipos de personas que mantienen discursos diferenciados con respecto a nuestro objeto de estudio⁸. Con todo, la muestra de personas entrevistada

8.- En concreto, se consideraron las siguientes variables: 1) vinculación con la almazara: miembro de la Junta Rectora, técnico o trabajador de la almazara; 2) agricultor, olivicultor socio de cooperativa: en este caso nos interesa diferenciar a aquellos agricultores que realizan el cultivo de su olivar a título principal de los que la olivicultura constituye una actividad productiva complementaria; 3) almazaras provinciales que mantienen estrategias empresariales más dinámicas, frente a las que no lo hacen; y 4) nivel de producción de las almazaras.

Además, se tuvieron en cuenta otras variables que podrían condicionar los diferentes discursos: ubicación de la almazara (zona de sierra o zona de campiña) y diferencias personales de los actores en función de su edad, su titulación y ocupación, y su relación previa o actual con algún movimiento ecologista.

recopila la opinión de directivos, técnicos y agricultores miembros de almazaras cooperativas. Se han realizado un total de 13 entrevistas: 6 agricultores (4 dedicados a la olivicultura a título principal y 2 como actividad complementaria) -Agr.-, 3 presidentes de las cooperativas -Dircoope.- y 4 técnicos de cooperativas -Teccoope. Se ha conseguido una dispersión suficiente de edades y de nivel de formación y experiencia de los entrevistados, así como diversidad en las almazaras por sus aspectos organizativos, por su volumen de molturación, por su nivel de equipamiento y por sus estrategias comerciales. El trabajo de campo se realizó en diciembre de 2006 y enero de 2007.

La parte cuantitativa consistió en la realización de entrevistas personales a responsables de gestión en las cooperativas almazareras, a través de un cuestionario estructurado, durante septiembre y octubre de 2007. La muestra final está constituida por 114 empresas asociativas almazareras gienenses, distribuidas geográficamente por toda la provincia y en las que están suficientemente representadas tanto las sociedades cooperativas como las SAT y, dentro de las primeras, tanto las que operan de forma integrada -37 comercializan su aceite a través de cooperativas de segundo grado-, como independiente -77 cooperativas de primer grado-; lo que permite obtener una visión global del sector asociativo en la provincia.

En líneas generales, el error máximo aproximado -como m.a.s.- es de ± 5 por 100 para porcentajes globales, considerando un nivel de confianza del 95 por 100 ($p = q = 0.5$).

4.- Resultados

4.1.- Investigación cualitativa

Los resultados obtenidos se han categorizado y agrupado en bloques significativos de interés:

- Concepción y valoración del medio ambiente: existe una preocupación por parte de los agricultores, por las nuevas técnicas de cultivo en el olivar, por la aplicación de productos fitosanitarios y su influencia negativa en el medio. Esta preocupación se centra en especial en la falta de lluvia, que se relaciona directamente con los nuevos estilos y condiciones de vida, y su efecto nocivo sobre el planeta.

“Los agricultores no queremos darnos cuenta del daño que estamos haciendo a la fauna, interesados nada más en curar para obtener mejores cosechas” (Agr.2).

“Los agricultores no tienen mentalidad sobre medio ambiente y hacen un uso inadecuado de los productos fitosanitarios. Ellos se guían por lo que les dice el del almacén y ven que se cargan la hierba sin saber las consecuencias de después” (Dircoop.1).

En las almazaras hay un discurso predominante que concibe el medio ambiente desde el impacto ambiental, en especial sobre su nivel de contaminación, centrada en los ruidos, las emisiones a la atmósfera y los residuos⁹. No obstante, existe un discurso común al considerar las almazaras como empresas que tienen muy poca influencia sobre el medio ambiente.

- Conciencia y sensibilidad sobre el medio ambiente: en este apartado encontramos discursos diversos y opuestos. Algunas opiniones niegan que haya algún tipo de conciencia y sensibilidad medioambiental en el sector oleícola provincial, incluso ponen en duda que haya un conocimiento suficiente en las cooperativas sobre la normativa medioambiental. En cambio, otros afirman que existe suficiente conciencia y respeto medioambiental en la provincia.

Es destacable que todos los discursos coinciden en que los factores medioambientales no son primordiales en el funcionamiento y gestión de las almazaras, donde predominan los criterios de tipo económico y los resultados sociales, valorados por la calidad del producto, van tomando fuerza. En el funcionamiento de las cooperativas provinciales, las prácticas respetuosas con el medio ambiente son exclusivamente de tipo reactivo, ya que se realizan porque existe una normativa de obligado cumplimiento. Las personas entrevistadas no conocen ninguna cooperativa que utilice los temas medioambientales como ventaja competitiva, ni se conoce la existencia de otras empresas en la provincia que lo utilicen.

“Hemos podido informar y formar a los socios sobre la importancia del manejo del campo y de la aceituna para obtener aceite de buena calidad. Y nos llevamos la agradable sorpresa, después de varias catas, que una vez concienciados son ellos mismos los que se animan en el mejor camino” (Teccoop.1).

“Como no pongan normas y nos hagan cumplirlas a la fuerza, muy pocos harían las cosas bien” (Agr.2).

“Aquí desgraciadamente la Administración se ocupa de fiscalizar, de pedir y tramitar los papeles y ya está” (Agr.5).

- La normativa medioambiental: las personas entrevistadas dicen conocer adecuadamente la normativa medioambiental. En casi todas las almazaras este conocimiento se desprende de las visitas de inspección que se realizan por parte de la Administración (factor de presión). Los discursos con

9.- Esta concepción parcial podemos pensar que se ha conformado desde las exigencias de las normativas medioambientales.

respecto a la normativa medioambiental son, en la mayoría, muy críticos, sobre todo, por parte de personas de mayor edad. Esta posición crítica y de rechazo versa sobre la exigencia de comunicar a Medio Ambiente la posible corta de una pata del olivo; la restricción con respecto a la práctica de arar el campo; la exigencia de llevar cuaderno de campo -norma que se cree excesiva por cuanto hay muchos agricultores mayores que son analfabetos- y el tratamiento que da a algunas especies autóctonas, como tomillo y retama.

“Yo le daría un tractor y un tajo a esos listillos que desde los despachos hacen las normas, para que se viniesen a recoger la aceituna” (Agr.2).

“Algunas normas son tonterías que nada tienen que ver con la realidad. Lo razonable todos lo hacemos, las tonterías nos cuesta más trabajo cumplirlo” (Agr.6).

En las almazaras encontramos también discursos muy críticos con respecto a las normas medioambientales. Predomina un discurso común que considera que las normas no se adaptan a las necesidades reales de funcionamiento de las almazaras, al regular aspectos secundarios y desprestigiar aspectos fundamentales. En general, se considera la normativa como muy rígida, anticuada, contaminada de la minería, exagerada, no adaptada a la situación real y cargada de contradicciones.

Por tanto, del análisis de las entrevistas personales en profundidad, podemos destacar algunos resultados:

- El medio ambiente se concibe desde el impacto ambiental y se considera que las almazaras no son industrias con importantes niveles de contaminación.
- La normativa medioambiental se aplica reactivamente, no encontrando una conducta proactiva con relación al medio ambiente.
- La normativa medioambiental se conoce, se valora como necesaria, pero se considera alejada de la realidad y con importantes contradicciones internas.
- El sector opina que la Administración debe superar su función estrictamente reguladora y de fiscalización para asumir un papel más próximo a la realidad cotidiana del mismo.

4.2.- Investigación cuantitativa

En una primera etapa, se pidió a los entrevistados que valoraran la dificultad para cumplir la normativa medioambiental; valoración que depende no sólo de la dificultad intrínseca, sino también del conocimiento de la misma y de la implicación de los responsables de las almazaras en materia medioambiental. En la tabla 1 se muestran los resultados globales de estas valoraciones.

Tabla 1. Valoración de la dificultad de cumplir con la normativa medioambiental (1 fácil de cumplir, 5 difícil de cumplir)

ASPECTOS AMBIENTALES	Mediana
Emissiones atmosféricas (emisión de malos olores y cenizas de la caldera, sobre todo)	1
Generación y almacenamiento de los residuos (tierras, hojas, aceites usados, barros, etc.)	2
Vibraciones y ruidos	2
Aguas y balsas (consumo de aguas, envío a balsas, etc.)	3
Suelos (contaminación de suelos por los lodos, sobre todo)	2

Ya sea por una u otra razón, la primera conclusión que merece ser destacada es que, en líneas generales, se conoce la normativa y ningún problema medioambiental se considera muy difícil de cumplir. Sólo la gestión del agua y sus impactos medioambientales presenta cierto grado de dificultad, igualando la media de la escala, quizás debido a la sensibilidad que hay en el consumo de la misma en la sociedad y, sobre todo, al tratamiento de la misma después de su utilización. Nos referimos, especialmente, al agua de lavado, dada la problemática existente relacionada con su almacenamiento en las balsas, por la cantidad de agua que se genera.

Profundizando en el que consideran el problema medioambiental más complicado, analizamos las intenciones de los responsables de las almazaras en cuanto a su resolución. En nuestro caso, hemos utilizado una escala que intenta reflejar la posición de las opiniones de los responsables a este respecto -tabla 2-.

Tabla 2. Situación de la implantación de sistemas de ahorro, reciclado y reutilización del agua en las almazaras

(Porcentaje de almazaras que se identifican con cada situación)

En nuestra almazara	No lo hemos planteado 50,4	No está solucionado, pero está en vías de arreglo 38,1	Está solucionado 11,5
En mi opinión, en las demás almazaras	La mayoría no se lo plantean 64,3	La mayoría no lo han solucionado, pero están en vías de hacerlo 33,9	La mayoría lo han solucionado 1,8

En primer lugar, cabe destacar que más de la mitad de los responsables de las almazaras ni siquiera se han planteado la implantación de un sistema de ahorro, reciclado y que ayude a solucionar el problema del agua, lo que puede interpretarse como un indicador de la actitud pasiva ante este problema. Asimismo, este comportamiento se autojustifica y ampara en la percepción de que esta situación es genérica en el sector. En otras palabras, muchas almazaras no se plantean poner solución al problema, sencillamente, porque consideran que es una situación generalizada (no un problema suyo particular) en el sector. En este sentido, mientras no se arbitren soluciones técnico-económicas efectivas, no se endurezca la legislación o no se produzcan restricciones de agua, es difícil que la gestión eficiente de la misma constituya una práctica generalizada en el sector.

Al margen de lo anteriormente expuesto, más centrado en los problemas específicos de las almazaras, una gestión medioambiental responsable se suele traducir en la asunción de ciertas prácticas por parte de las organizaciones. En este sentido, en la primera columna de la tabla 3 se recogen las opiniones de los responsables de las cooperativas almazareras en relación al grado de implantación de estas prácticas. Destacamos, al respecto, que las puntuaciones medias en los ítems, salvo para el caso de la existencia de directrices y requisitos medioambientales para las compras, están en torno al 5 –puntuación media- o, por debajo. El hecho de no estar generalizados en las cooperativas ni siquiera comportamientos medioambientalmente sostenibles del tipo reciclado de papel, para los que no se requiere ninguna tecnología especial, nos impide considerar que la gestión de estas cooperativas se base en una cultura ecológica.

Especialmente bajas son las puntuaciones alcanzadas para ítems como “Patrocinio de actividades relacionadas con el medio ambiente” o “Uso de argumentos medioambientales en las actividades de comercialización o marketing” que serían los más indicativos de una utilización de las buenas prácticas medioambientales para crear una imagen favorable de la empresa.

Finalmente, una cuestión importante que merece ser analizada, como profundización a lo ya expuesto, es la relativa a si esta realidad mostrada es común a todo el sector o si, por el contrario, dentro de este grupo de entidades hay diferencias ostensibles. Esta cuestión no es baladí: un sector cooperativo homogéneo, con los resultados hasta ahora mostrados, sería indicador de una posible debilidad estructural en materia de concienciación y desarrollo medioambiental. Todo ello podría interpretarse como que las cooperativas, portadoras e implantadoras de principios y valores sociales, como la cooperación o la responsabilidad social, no bastan, sólo como fórmula societaria, para concienciar a su base social; al menos, en el sector de la producción de aceites de oliva vírgenes. Por el contrario, la identificación de grupos con realidades diferentes pondría de manifiesto que no es una debilidad estructural del cooperativismo oleícola, sino de los cuadros directivos y de la masa social de organizaciones concretas.

Para ello, hemos realizado un análisis cluster con 11 variables utilizadas para conocer el grado de desarrollo de determinadas actividades relacionadas con la gestión medioambiental, con el procedimiento de K-medias –tabla 3.

Tabla 3. Opinión de los responsables de las almazaras en relación al grado de desarrollo de prácticas medioambientales en su almazara

Media del sector y resultados del análisis cluster

(0 NADA DESARROLLADO, 10 TOTALMENTE)	Media del sector	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	F test ^a
Desarrollo de actividades medioambientales en el trabajo administrativo de la empresa (reciclado de papel, reciclaje de tóner, etc.)	5,00	5,48	5,00	4,69	0,541
Reciclaje de los residuos y basuras generales de la empresa	4,58	5,31	5,82	3,51	3,889*
Existencia de directrices y requisitos medioambientales para las compras (evitar compras excesivas y reducir la variedad de los materiales utilizados)	7,05	7,62	8,65	6,08	6,700**
Programas de formación medioambiental para los directivos de la empresa	2,21	1,74	8,41	0,41	84,628**
Programas de formación medioambiental para los trabajadores de la empresa	4,22	5,26	9,18	1,53	40,459**
Sistemas de prevención para cubrir posibles accidentes y emergencias medioambientales generadas por la empresa	5,03	7,88	8,35	1,43	76,211**
Manuales de gestión medioambiental para uso interno	4,00	7,38	5,59	0,61	58,398**
Patrocinio de actividades relacionadas con el medio ambiente	0,52	0,93	0,76	0,14	3,087*
Uso de argumentos medioambientales en las actividades de comercialización o marketing	1,33	2,33	2,24	0,29	7,505**
Utilización de envases/embalajes fabricados con material reciclado	1,48	1,48	3,82	0,73	7,403**
Uso de envases/embalajes retornables	2,12	2,33	3,06	1,80	0,726

^a Resultados del análisis de varianza en el que se contrasta, para cada ítem, la hipótesis de igualdad de medias entre grupos

* Nivel de sig.<0'05

** Nivel de sig.<0'01

Como criterio general para el establecimiento del número de grupos hemos considerado la disminución global de la distancia de todas las observaciones al centro de su grupo, partiendo de una configuración básica de dos grupos (más parsimoniosa) e incrementando paulatinamente el número de grupos, en un proceso iterativo en el que se va sacrificando simplicidad en aras a obtener un mayor poder descriptivo y explicativo en la solución final. Dado que para una solución de cuatro grupos la disminución de la distancia toma un valor decreciente, la solución final establecida es una configuración de tres grupos, formados por 42, 17 y 49 almazaras cooperativas, respectivamente, con comportamientos medioambientales diferentes.

En líneas generales, la configuración final de tres grupos muestra que los dos primeros presentan una mayor concienciación medioambiental -que se traduce en el desarrollo e implantación de prácticas- que en el tercero, en el que se destaca el bajo valor que arroja, con carácter genérico en todas las variables. Este grupo es un claro exponente de que en materia medioambiental las cooperativas almazareras operan, al menos, a dos velocidades diferentes. En este sentido, casi la mitad de las almazaras apenas muestran interés en esta materia.

Centrándonos en los dos grupos restantes, las únicas variables en las que existen diferencias estadísticamente significativas son en “Existencia de directrices y requisitos medioambientales para las compras”, “Programas de formación medioambiental para los directivos de la empresa” y “Programas de formación medioambiental para los trabajadores de la empresa”. En este sentido, el grupo 2 presenta una especial preocupación por las actividades de formación en materia medioambiental.

Tabla 4. Distribución de cooperativas integradas e independientes entre los grupos

		Cooperativas independientes	Cooperativas integradas	Total
Grupo 1	Número	22	20	42
	Porcentaje	52,4%	47,6%	100,0%
Grupo 2	Número	13	4	17
	Porcentaje	76,5%	23,5%	100,0%
Grupo 3	Número	38	11	49
	Porcentaje	77,6%	22,4%	100,0%
Total	Número	73	35	108
	Porcentaje	67,6%	32,4%	100,0%

Nota: se ha contrastado la hipótesis de independencia entre la pertenencia a un grupo y el carácter de cooperativa integrada o independiente. Los resultados muestran una relación significativa –aunque débil- entre ambas variables.

$\chi^2: 7,267$; 2 g.d.l.; $\alpha = 0,026$; V de Cramer: 0,259

Por último, volviendo a la interacción entre la transmisión de valores en el cooperativismo y el desarrollo y concienciación en la gestión medioambiental, una forma derivada y convergente de profundizar en la relación, es analizar la posible relación entre la integración cooperativa y los niveles de gestión medioambiental. Así, en la tabla 4 aparece el número de cooperativas integradas e independientes que componen cada uno de los grupos detectados en el análisis cluster realizado. Tal y como se refleja en las cifras el mayor porcentaje de cooperativas integradas se concentra en el grupo 1, uno de los más proactivos en materia medioambiental.

5.- Conclusiones

La principal conclusión que podemos obtener del análisis realizado es que en el sector cooperativo oleícola jiennense está poco generalizado un comportamiento medioambientalmente sostenible. En este sentido, es largo el camino que aún queda por recorrer en materia de gestión medioambiental en este sector, conclusión acorde a lo que ya apuntamos en la revisión de la literatura, respecto a que trabajos anteriores habían puesto de manifiesto que, en general, las empresas españolas no habían resuelto bien la necesidad de integración de las variables ambientales en sus estrategias empresariales.

Relacionado con lo anterior, podemos calificar como reactiva la actitud existente en el sector frente al desarrollo de actividades de sostenibilidad medioambiental. Así, esta actitud reactiva, caracterizada por el cumplimiento de lo estrictamente establecido por la normativa vigente, está provocando en el sector la pérdida de la oportunidad de desarrollar ventajas competitivas a partir de este tipo de actividades. Además, se pone de manifiesto una cierta pasividad en la resolución de los problemas medioambientales que no están regulados por ley, considerándolos no como vías a partir de las que mejorar la eficiencia y competitividad empresarial, sino como problemas de carácter sectorial, comunes a todas las empresas y, por tanto, éste puede ser el principal motivo por el que no se planteen su resolución. Por ello, a pesar de los nuevos retos que plantea la PAC a las empresas agrarias, las sociedades cooperativas oleícolas jiennenses no los están afrontando, probablemente demasiado condicionadas aún, de un lado, por una orientación productivista y, de otro, por la lógica de las subvenciones.

El principal motivo que lleva a estas sociedades cooperativas a implantar las actividades de protección medioambiental es el cumplimiento de la normativa. Así, la normativa medioambiental en el sector oleícola es conocida, no se considera especialmente difícil de cumplir y las actividades que están desarrollando son las que les impone la ley. De hecho, muchas de estas cooperativas consideran que el sector tiene un importante problema medioambiental relacionado con el ahorro y reciclado de aguas, pero son menos del 10 por 100 de las cooperativas las que disponen de contadores para controlar el consumo de agua y más de la mitad ni siquiera se han planteado la posibilidad de instalarlos. A este respecto, la normativa regula la prohibición de vertidos y la contaminación de acuíferos, etc., pero no regula cuestiones de consumo. Es evidente la posibilidad que plantea esta actividad como fuente de ahorro de costes, por tanto, de mejora de la eficiencia de la cooperativa que la lleve a cabo, e incluso, la posibilidad de utilizarla como fuente de ventaja competitiva, por ejemplo, si se emplea para fomentar la mejora de la imagen empresarial, pero que está siendo desaprovechada por parte de estas empresas. Así, el cumplimiento estricto de la normativa, sin implantar mecanismos originales para la resolución de problemas medioambientales, no genera posibilidades de desarrollo de ventajas competitivas.

De acuerdo con la literatura revisada, es habitual que el primer motivo que lleve al desarrollo de actividades de protección medioambiental sea la legislación, pero a medida que este tipo de actuaciones se van generalizando y las empresas son más proactivas, empiezan a adquirir importancia otros motivos como la predisposición de los directivos de la empresa y la presión ejercida por diferentes *stakeholders* como consumidores, grupos de ecologistas, etc. A este respecto, en el caso del sector cooperativo oleícola es poco importante la predisposición y orientación de estas organizaciones y sus directivos hacia la gestión medioambiental, y prueba de ello es el escaso desarrollo de las actividades relacionadas con la gestión medioambiental en las almazaras cooperativas. En suma, el movimiento cooperativo –al menos el oleícola-, como catalizador y difusor de principios y valores sociales, no se ha mostrado eficaz, para difundir y asimilar comportamientos medioambientales, y, en mucho menor grado, para utilizarlos como fuente de ventaja competitiva o diferenciación.

Las conclusiones anteriores se matizan un poco cuando consideramos que esta realidad no es homogénea, sino que existen diferentes grupos que marcan, al menos dos grandes formas de actuar en materia medioambiental. Así, en el sector cooperativo oleícola existe un grupo de empresas que no muestran preocupación en materia medioambiental y desarrollan una actitud meramente reactiva ante lo impuesto por ley. En cambio, el resto de cooperativas se comporta de una forma más proactiva, al ser capaces de implantar un mayor número de actividades que protejan el medio ambiente. Dentro de éstas, merece mención especial un grupo, el más pequeño en tamaño, que muestra una mayor predisposición y preocupación por las cuestiones relativas a la formación en materia medioambiental. Es destacable, asimismo, que la integración cooperativa parece estar más vinculada a las organizaciones de este segundo grupo, resultado coherente con el mayor desarrollo desde el punto de vista empresarial, comercial y social que presentan en el sector frente a las que actúan de forma independiente y que pone de manifiesto cómo la integración es un vehículo, un camino que puede facilitar la difusión de la conciencia medioambiental y la impregnación de la misma en los modelos y formas de gestión.

Bibliografía

- ALBURQUERQUE, F. (2007): "Desarrollo rural, desarrollo local y desarrollo sostenible". En SANZ CAÑADA, J. (ed.): *El futuro del mundo rural. sostenibilidad, innovación y puesta en valor de los recursos locales*, Editorial Síntesis, Madrid, pp. 25-52.
- ANGELL, L. C. y KLASSEN, R. D. (1999): "Integrating environmental issues into the mainstream: an agenda for research in operations management", *Journal of Operations Management*, nº 17, pp. 575-598.
- ARGUDO, J. L. (2007): "La multifuncionalidad de las instituciones jurídicas asociativas agrarias en las políticas de desarrollo rural y regional", *REVESCO*, nº 92, pp. 11-40.
- AULÍ, E. (2002): "Integración de los factores ambientales en las estrategias empresariales", *Información Comercial Española*, nº 800, junio-julio, pp. 139-148.
- BAHAMONDE, E. (2003): "Las cooperativas agrarias", *Ábaco*, nº 36, pp. 81-87.
- BARNEY, J. B. (1991): "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, vol. 17, pp. 99-120.
- BEL, P. (1997): "Análisis del marco socioeconómico e institucional de las sociedades cooperativas agrarias", *REVESCO*, nº 63, pp. 9-44.
- BEL, P.; FERNÁNDEZ, J. y MIRANDA, M. (2005): "La creación de puestos de trabajo en el ámbito rural para su desarrollo: las organizaciones de participación agrarias", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 52, pp. 335-360.
- BRÍO, J. A. y JUNQUERA, B. (2001): "Factores inductores del comportamiento medioambiental en las empresas industriales españolas", *Revista de Economía y Empresa*, nº 41, volumen XV, pp. 75-96.
- CABALLER, V. (1995): "El asociacionismo y la vertebración del sistema agroalimentario", *Revista Española de Economía Agraria*, nº 173, pp. 291-312.
- CERVERA, A. y BOHÓRQUEZ, M. (2000): "El asociacionismo como fuente de ventaja en el sector agroalimentario andaluz", *REVESCO*, nº 70, pp. 47-70.
- CHIESA, V.; MANZINI, R. y NOCI, G. (1999): "Towards a sustainable view of the competitive system", *Longe Range Planning*, vol. 32, nº 5, pp. 519-530.
- CLEMENTS, R. (1996): *Complete guide to ISO 14001*, Hardcover, USA. Versión en castellano: *Guía Completa de las Normas ISO 14000*, Gestión 2000, Barcelona, 1997.
- DOOLEY, R. y FRYXELL, G. (1999): "Are conglomerates less environmentally responsible? An empirical examination of diversification strategy and subsidiary pollution in the US chemical industry", *Journal of Business Ethics*, vol. 21, pp. 1-4.

- FERNÁNDEZ, M. y PUIG, A. (2002): "El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 41, pp. 183-212.
- FINEMAN, S. y CLARKE, K. (1996): "Green stakeholders: industry interpretations and response", *Journal of Management Studies*, vol. 33, nº 6, pp. 715-730.
- GALDEANO, E. (2002): "Competitividad de las cooperativas hortofrutícolas: análisis del impacto económico de las acciones de calidad y medioambientales en las OPFH andaluzas", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 41, pp. 53-84.
- GALDEANO, E. y RODRÍGUEZ, M. C. (2000): "Cambios de estrategia en las entidades asociativas de comercialización hortofrutícola", *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, nº 186, pp. 75-103.
- GINER, A. (2003): "Una agricultura posible y rentable: la cooperativa como sistema y estructura para la agricultura", *Torrens, Estudis i Investigacions de Torrent i Comarca*, nº 13, 111-125.
- GÓMEZ, J. D. (2004): "Las cooperativas agrarias de la Comunidad Valenciana frente al proceso de globalización", *Cuadernos de Geografía*, nº 75, pp. 1-15.
- GÓMEZ-LIMÓN, J. A.; CASQUET, E. y ATANCE, I. (2003): "Análisis económico-financiero de las cooperativas agrarias en Castilla y León", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 46, pp. 151-189.
- HART, S. L. (1995): "A natural resource based view of the firm", *Academy of Management Review*, vol. 20, nº 4, pp. 986-1014.
- HENRIQUES, I. y SADORSKY, P. (1999): "The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance", *Academy of Management Journal*, vol. 42, nº 1, pp. 87-99.
- HITCHENS, D. (1999): "The implications for competitiveness of environmental regulations for peripheral regions in the EU", *Omega. International Journal of Management Science*, nº 27, pp. 101-114.
- JENNINGS, P. D. y ZANDBERGEN, P. A. (1995): "Ecologically sustainable organizations: an institutional approach", *Academy of Management Review*, vol. 20, pp. 1015-1052.
- KING, A. (1995): "Innovation from differentiation: pollution control departments and innovation in the printed circuit industry", *IEEE Transactions on Engineering Management*, vol. 42, nº 3, pp. 270-277.
- KLASSEN, R. (1995): *The implications of environmental management strategy for manufacturing performance*, Doctoral Dissertation, University of North Carolina.
- KLASSEN, R. y ANGELL, L. (1998): "An international comparison of environmental management in operations: the impact of manufacturing flexibility in the US and Germany", *Journal of Operations Management*, nº 16, pp. 177-194.
- MADU, C. N.; KUEI, L. C. y WINOKUR, D. (1995): "Environmental quality planning: a strategic total quality management approach", *Futures*, nº 27, pp. 839-856.

- MARÍ, S. y JULIÁ, J. F. (2001): "Evolución del cooperativismo agrario en España. De los sindicatos agrícolas a la actualidad", *REVESCO*, nº 73, pp. 59-80.
- MARTÍN-TAPIA, I. (2005): *Recursos humanos y prácticas medioambientales en la empresa: las relaciones entre los sistemas de prácticas de recursos humanos de alto rendimiento, la gestión medioambiental preactiva y el desempeño exportador. La influencia moderadora de la incertidumbre del entorno*, Tesis Doctoral, Universidad de Granada.
- MCINERNEY, F. y WHITE, S. (1995): *The total quality corporation: how 10 major turned quality and environmental challenges to competitive advantage in the 1990s*, Turman Talley Books/Dutton, New York.
- MORALES, A. C. (2007): "Cooperativismo y desarrollo rural en Andalucía". En SANZ CAÑADA, J. (ed.): *El futuro del mundo rural. sostenibilidad, innovación y puesta en valor de los recursos locales*, pp. 125-150, Editorial Síntesis, Madrid.
- NOGALES, M. A. (2006): "Desarrollo rural y desarrollo sostenible", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 55, agosto, pp. 7-42.
- OTTOMAN, J. (1991): "Industry's response to green consumerism", *Journal of Business Strategy*, marzo-abril, pp. 2-7.
- PEATIE, K. y RINGLER, A. (1994): "Management and the environment in the UK and Germany: a comparison", *European Management Journal*, vol. 12, nº 2, pp. 216-225.
- PORTER, M. E. y VAN DER LINDE, C. (1995): "Green and competitive: ending the stalemate", *Harvard Business Review*, septiembre-octubre, pp. 120-133.
- RUIZ, M. C.; HERNÁNDEZ, M. J. y GARCÍA, E. (2006): "Estado actual de la investigación sobre cooperativas agrarias en España", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 56, noviembre, pp. 65-86.
- SCHMIDHEINY, S. (1992): *Cambiando de rumbo: Una perspectiva global del empresariado para el desarrollo y el medio ambiente*. Fondo de Cultura Económica, SA de CV, México. Traducción de *Changing course: A global perspective on development and the environment*, MIT Press. Tomado de Martín Tapia (2005).
- SHEN, T. (1995): *Industrial Pollution Prevention*, Springer-Verlag, Berlín.
- SIMON, K. y ALONSO, R. (1995): "La economía social en Navarra: un estudio empírico", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 20, pp. 143-170.
- SROUFE, R.; CURKOVIC, S.; MONTABON, F. y MELNYK, S. (2000): "The new product design process and design for environment", *International Journal of Operations and Production Management*, vol. 20, nº 2, pp. 267-291.
- STARIK, M. y RANDS, G. P. (1995): "Weaving an integrated web: Multilevel and multisystem perspectives of ecologically sustainable organizations", *Academy of Management Review*, vol. 20, nº 4, pp. 908-935.