

Relación entre Responsabilidad Social Corporativa, capacidad de innovación y resultados en la empresa. Un estudio de caso en República Dominicana

Relationship between Corporate Social Responsibility, innovation capacity and results in the business. A case study in the Dominican Republic

RAMOS CEPEDA, Víctor M. ¹
MORAL-CUADRA, S. ²

Resumen

Esta investigación busca arrojar luz sobre la relación entre la capacidad de innovación, los resultados de la empresa y las dimensiones de la RSC, especialmente, la social y el medioambiente. Este estudio, desarrollado en las PYMES de República Dominicana, pone de manifiesto que la RSC enfocada a la comunidad local (social) y el medioambiente influye sobre la capacidad de innovación de la empresa. También indica que la capacidad de innovación de la empresa también influye en los resultados empresariales.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa, medio ambiente, innovación, empresa

Abstract

This research seeks to shed light on the relationship between the capacity for innovation, the results of the company and the dimensions of CSR, especially the social and the environment. This study, carried out in SMEs in the Dominican Republic, shows that CSR focused on the local (social) community and the environment influences the company's capacity for innovation. It also indicates that the company's innovation capacity also influences business results.

Key words: Corporate social responsibility, environment, innovation, business

1. Introducción

Los conceptos relacionados con la sostenibilidad corporativa, Responsabilidad Social Corporativa (en adelante, RSC) y la gestión ambiental han recibido, en los últimos años, la atención de cada vez más académicos, investigadores y profesionales del mundo de la empresa (Martínez-Conesa, *et al.*, 2017). Estos conceptos engloban las dimensiones de medioambiente, social y económico (Domínguez *et al.*, 2019; Domínguez-Valerio *et al.*, 2019). De esta manera, se ha demostrado que la planificación y el desarrollo de estrategias y acciones de sostenibilidad forma parte de la ventaja competitiva de una empresa (Lloret, 2016), implementándose actividades relacionadas con el desarrollo socioeconómico, la protección medioambiental y el respeto hacia la

¹ Profesor de la Universidad Tecnológica de Santiago, UTESA, Recinto Mao. Universidad Tecnológica de Santiago, República Dominicana. Correo electrónico de contacto: vimaram1@yahoo.com

² Profesor de la Universidad de Córdoba. Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada. Universidad de Córdoba, España. Correo electrónico de contacto: salvador.moral@uco.es

naturaleza (White, 2009). Por tanto, la RSC nace como una respuesta a los principales problemas socio-económicos y ambientales que envuelven una empresa (Saltzman *et al.*, 2005).

La sostenibilidad económica abarca aspectos generales de una organización que deben ser respetados para permanecer en el mercado por mucho tiempo (Martínez-Conesa, *et al.*, 2017). Estos aspectos incluyen innovación y tecnología (Baumgartner y Ebner, 2010). Así, la RSC generalmente se asocia como un enfoque para integrar los aspectos sociales y ambientales en las actividades corporativas y, como consecuencia, conseguir los resultados de la empresa (Baumgartner, 2014). El papel de las innovaciones en la mejora de la sostenibilidad es cada vez más relevante, ya que las empresas contribuyen al desarrollo sostenible con sus prácticas de innovación impulsadas por la sostenibilidad (Martínez-Conesa, *et al.*, 2017). Así, las innovaciones orientadas a la sostenibilidad son la integración de aspectos sociales en productos, procesos y estructuras organizacionales (Hansen *et al.*, 2009).

Aunque la evidencia parece sugerir que tanto la innovación como la RSC deben considerarse determinantes importantes de los indicadores de resultados de una empresa, los estudios que abordan empíricamente sus efectos conjuntos son limitados (Mahmoud y Hinson, 2012); Gonzalez-Ramos *et al.*, (2014). Por lo tanto, este artículo propone y prueba un modelo de la relación entre las dimensiones comunidad local y medio ambiente de la sostenibilidad, la capacidad de innovación de la empresa y los resultados de esta. Así, se pretende comprender mejor los vínculos que pueden existir entre la RSC (ámbito socioeconómico y ambiental) en el contexto de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), y resaltar el valor agregado que puede tener para mejorar los resultados empresariales.

2. Revisión de la literatura

Algunos autores intentan identificar que tipo de estrategia de RSC favorece la innovación Mahmoud y Hinson, (2012); Gonzalez-Ramos *et al.*, (2014); Martínez-Conesa, *et al.*, (2017). Utilizando la teoría de la oferta y la demanda como marco, McWilliams y Siegel (2000) muestran que la adopción de prácticas ambientales, más allá de los requisitos legales, puede promover inversiones en investigación y desarrollo, que a su vez pueden producir tanto procesos como productos. Mediante el uso de una metodología de estudio de caso, MacGregor y Fontrodona (2008) analizan la relación RSC-innovación para empresas de España, Italia y el Reino Unido. Sus hallazgos subrayan que la innovación impulsada por la RSC está dirigida a productos y servicios que tienen algún tipo de propósito social, mientras que la RSC impulsada por la innovación puede estar más alineada con la creación de procesos sociales y está impulsada por el valor.

Wagner (2010) reveló que la RSC, conceptualizada como una evaluación multidimensional del desempeño responsable de una empresa, conduce a la innovación y a fuertes beneficios sociales. Sin embargo, Gallego-Alvarez *et al.* (2011), analizando la relación bidireccional entre la RSC y la innovación, ofrecieron evidencia de que las prácticas sostenibles no siempre conducen a la creación de valor y la innovación. En el campo de las PYMES, Battaglia *et al.* (2014) llevaron a cabo una encuesta en empresas del sector de la moda en dos países de la UE (Italia y Francia) y los resultados mostraron una fuerte y positiva correlación entre varias variables relacionadas con la RSC y la competitividad en términos de dos de sus facetas: innovación y desempeño intangible.

La innovación también media la relación entre la RSC y el desempeño organizacional (Reverte *et al.*, 2016). La importancia de la innovación como un medio que conduce a una ventaja competitiva y una rentabilidad superior ha sido discutida por la literatura (Reverte *et al.*, 2016). Se encuentra que las actividades de innovación en general tienen un impacto positivo y significativo en el desempeño y resultados del negocio. Por ejemplo, la I+D se considera una forma de inversión en capital técnico, lo que resulta en la mejora del conocimiento, lo que conduce a la innovación de productos y procesos. Esta actividad innovadora permite a las empresas mejorar su

productividad, aumentar su participación en el mercado e ingresar a nuevos mercados McWilliams y Siegel, (2000). Por lo tanto, la innovación y los resultados de la empresa tienen una relación positiva Reverte *et al.*, (2016).

Tradicionalmente, la innovación en productos y/o procesos ha recibido más atención en la literatura de innovación (Otero-Neyra *et al.*, 2009). La innovación de productos es una de las fuentes más importantes de ventaja competitiva para la empresa (Camisón y López, 2010). Con la innovación, se podría mejorar la calidad de los productos, lo que a su vez contribuye al rendimiento de la empresa y, en última instancia, a la ventaja competitiva de una empresa (Reverte *et al.*, 2016). En cuanto a la innovación de procesos, una empresa debería enfatizarlo como su principal competencia distintiva para la ventaja competitiva (Otero-Neyra *et al.*, 2009). Dicha innovación se asocia positivamente con el crecimiento de la empresa y el rendimiento (Reverte *et al.*, 2016).

Por lo tanto, y en base a lo redactado en los párrafos anteriores, este estudio expone las siguientes hipótesis:

H₁: La RSC enfocada a la comunidad local incluye en la capacidad de innovación de la empresa.

H₂: La RSC enfocada al medio ambiente incluye en la capacidad de innovación de la empresa.

H₃: La capacidad de innovación de la empresa influye en los resultados de la empresa.

3. Metodología

El universo de esta investigación está compuesto por las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la región noroeste de la República Dominicana. Esta región está compuesta por cuatro provincias: Dajabón, Mao, Santiago Rodríguez y Montecristi. El instrumento ha consistido en un cuestionario estructurado, diseñado en escala de Likert de 5 puntos, donde 1 correspondía a “Nada de acuerdo”, 3 a “Ni en desacuerdo ni de acuerdo” y 5 a “Muy de acuerdo”. Los ítems del cuestionario se muestran en el cuadro 1.

Para la elaboración del cuestionario se ha realizado el siguiente proceso: en primer lugar, se determinaron los constructos del cuestionario; en segundo lugar, se adaptaron, a partir de la literatura, los ítems correspondientes a cada constructo; en tercer lugar, se tradujeron los ítems al idioma español; en cuarto lugar, se realizó un pre-test de 20 encuestas, con la finalidad de detectar posibles problemas. Todos los ítems fueron construidos en base a ítems de otros estudios (Cegarra-Navarro *et al.*, 2016; Martínez-Conesa, *et al.*, 2017).

El cuestionario está formado por cuatro secciones: 1) Responsabilidad Social Corporativa basada en la comunidad local; 2) Responsabilidad Social Corporativa basada en el medio ambiente; 3) Capacidad de innovación de la empresa; y 4) Resultados de la empresa. La totalidad de ítems fue de 28. Se aplicaron 540 encuestas.

El cuestionario fue aplicado durante los meses de agosto a diciembre de 2019 (ambos inclusive) en las cuatro provincias. Para el estudio descriptivo de los ítems, los datos tabulados se analizaron mediante el programa IBM SPSS v.24. Para la validación del modelo estructural, los datos tabulados se analizaron mediante el programa Smart-PLS v.3.2.8.

4. Resultados

Los resultados de la investigación se han dividido en dos partes: 1) validez y fiabilidad del modelo de medida y 2) modelo estructural.

4.1. Validez y fiabilidad del modelo de medida

La fiabilidad individual es medida a través de las cargas factoriales (Compuestos Modo A), implicando valores superiores a 0,707 que la varianza compartida entre el constructo y sus indicadores es mayor que la varianza del

error (Ali *et al.*, 2018). Han sido incluidas cargas inferiores a 0,707, las cuales son aceptadas en etapas iniciales de investigaciones (Chin, 1998). Por otro lado, los Compuestos Modo B son medidos a través de los pesos. En este sentido, todos los constructos de esta investigación son Modo A.

La fiabilidad del compuesto es validad y medida a través de la fiabilidad compuesta de Dillon-Goldstein (ρ_C) y la fiabilidad compuesta de Dijkstra-Henseler (ρ_A) (Dijkstra y Henseler, 2015), siendo ambos mejores instrumentos que el alfa de Cronbach debido a que estas no tienen en cuenta el número de ítems que puede tener la escala (Hair *et al.*, 2014). La fiabilidad compuesta acepta valores que van desde 0,6 (Diamantopoulos y Siguaw, 2000) a 0,8 (Koufteros, 1999). Todos los compuestos presentes en el modelo presentaron valores superiores a 0,7, incluso algunos superaron la barrera de 0,9 (cuadro 1).

La validez convergente y la validez discriminante es calculada para valorar la validez global de los compuestos. Para ello, se acude a la AVE para estimar la validez convergente, debiéndose obtener valores superiores a 0,5 para la existencia de validez convergente (Fornell y Larcker, 1992). Por otro lado, se acude a la ratio Heterotrait-Monotrait (HT-MT, en adelante) para la validación de la validez discriminante, siendo este método el mejor indicado (Henseler *et al.*, 2015). Valores inferiores a 0,85 (Kline, 2011) indicaría existencia de validez discriminante) (cuadro 2).

Cuadro 1
Análisis de fiabilidad individual y consistencia interna

	Cargas	Cronbach	ρ_C	ρ_A	AVE
RSC Comunidad Local – Compuesto Modo A		0,782	0,851	0,787	0,535
La empresa participa en los proyectos sociales de la comunidad	0,779				
La empresa desarrolla proyectos sociales para la comunidad	0,806				
La empresa toma en cuenta los intereses de la comunidad local para la toma de decisiones	0,687				
La empresa apoya actividades culturales y deportivas de la región	0,686				
La empresa realiza proyectos para apoyar a grupos desfavorecidos	0,689				
RSC Medio Ambiente – Compuesto Modo A		0,903	0,923	0,926	0,633
La empresa ofrece productos y empaques para ser reutilizados, reparados o reciclados	0,773				
La empresa cumple con las leyes medioambientales del país	0,675				
La empresa invierte en el ahorro de energía	0,750				
La empresa ofrece productos o servicios ecológicos	0,835				
La empresa implementa programas para reducir el consumo de agua	0,846				
La empresa implementa programas para reducir el consumo de energía	0,843				
La empresa implementa programas de reciclaje y reutilización	0,832				
Capacidad de innovación de la empresa – Compuesto Modo A		0,894	0,912	0,894	0,511
Nuestra empresa ha introducido o mejorado algunos productos o servicios en el último año	0,634				
Nuestra empresa ha introducido o mejorado la logística y distribución en el último año	0,717				
Nuestra empresa ha introducido o mejorado los sistemas de tecnología en el último año	0,739				
Nuestra empresa ha introducido innovaciones en gestión laboral en los últimos años	0,758				
Nuestra empresa ha introducido innovaciones en la estructura organizacional en los últimos años	0,663				

	Cargas	Cronbach	ρ_C	ρ_A	AVE
Nuestra empresa tiene capacidad para ofrecer nuevos productos o servicios	0,673				
Nuestra empresa tiene capacidad para explotar nuevos modelos de negocio	0,763				
Nuestra empresa tiene capacidad para la comercialización rápida de ideas de negocio	0,755				
Nuestra empresa tiene capacidad para lanzar con éxito nuevos productos o servicios	0,704				
La alta dirección hace hincapié en la investigación y el desarrollo de nuevos productos o servicios	0,733				
Resultados de la empresa – Compuesto Modo A		0,921	0,939	0,922	0,720
En los últimos 3 años, nuestra empresa ha mejorado sus beneficios	0,728				
En los últimos 3 años, nuestra empresa ha mejorado el servicio al cliente	0,889				
En los últimos 3 años, nuestra empresa ha mejorado las relaciones con los clientes	0,889				
En los últimos 3 años, nuestra empresa ha mejorado la lealtad hacia el cliente	0,873				
En los últimos 3 años, nuestra empresa ha mejorado la lealtad y moral de los empleados	0,860				
En los últimos 3 años, nuestra empresa ha mejorado el entorno laboral	0,841				

Fuente: elaboración propia

Cuadro 2

Validez discriminante. Ratio Heterotrait-Monotrait

	(1)	(2)	(3)	(4)
(1) Capacidad de innovación de la empresa				
(2) RSC Comunidad Local	(0,414)			
(3) RSC Medio Ambiente	(0,338)	(0,599)		
(4) Resultados de la empresa	(0,436)	(0,474)	(0,396)	

Fuente: elaboración propia.

4.2. Modelo estructural

El modelo estructural fue examinado a través del coeficiente de determinación y la varianza explicada de las variables dependientes, poniendo esto de manifiesto la fuerza de las relaciones entre los constructos. Además, se llevó a cabo un bootstrapping para contrastar las hipótesis planteadas en el modelo. El cuadro 3 indica la cantidad de varianza explicada. Así, la variable capacidad de innovación de la empresa explica un 16,65% de la varianza de la variable resultado de la empresa.

Cuadro 3
Efecto en las variables endógenas

	R ²	Q ²	β	Correlación	Varianza Explicada (%)
Capacidad de innovación de la empresa	0,155	0,071			
H1: RSC Comunidad Local			0,264	0,359	9,47%
H2: RSC Medio Ambiente			0,187	0,321	6%
Resultado de la empresa	0,166	0,108			
H3: Capacidad de innovación de la empresa			0,408	0,408	16,65%

Fuente: elaboración propia

En relación con el contraste de hipótesis, se llevó a cabo un bootstrapping de 10000 submuestras (Streukens y Leroi-Werelds, 2016) para la obtención de los intervalos de confianza (vía no paramétrica), así como la significancia estadística de los coeficientes a través de la *t* de *student* (vía paramétrica) (Henseler *et al.*, 2009).

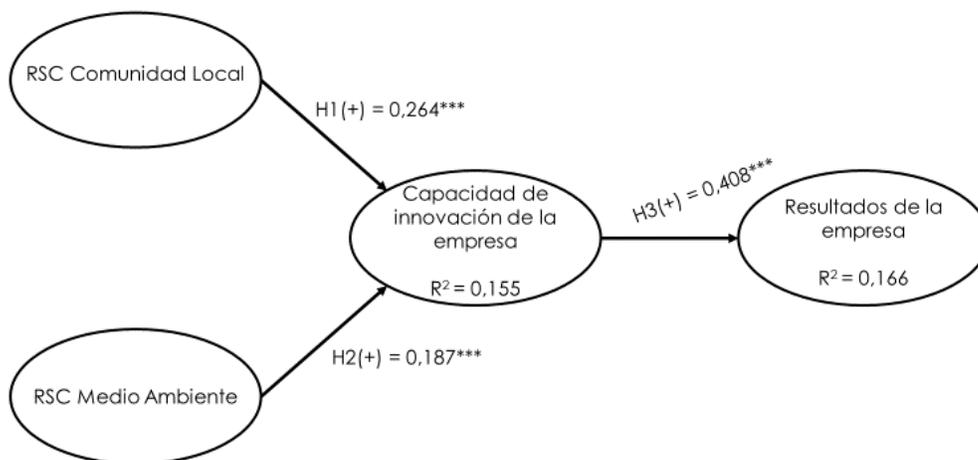
La primera de las hipótesis queda soportada, existiendo una influencia de la RSC enfocada a la comunidad local sobre la capacidad de innovación de la empresa ($\beta_{H1}=0,264$; $p=0,000$). La segunda de las hipótesis también confirman la influencia de la RSC enfocada al medio ambiente sobre la capacidad de innovación de la empresa ($\beta_{H2}=0,187$ $p=0,000$). La capacidad de innovación de la empresa también influye en los resultados de la empresa ($\beta_{H3}=0,408$; $p=0,000$) (cuadro 4 y figura 1).

Cuadro 4
Hipótesis

Hipótesis	Muestra Original	t	Intervalo de Confianza (95%)		¿Soportada?
			5%	95%	
H1: CL → IN	0,264***	5,821	0,195	0,343	Sí
H2: CV → IN	0,187***	4,157	0,115	0,263	Sí
H3: IN → FP	0,408***	6,869	0,308	0,501	Sí

Fuente: elaboración propia

Figura 1
Modelo propuesto



Fuente: elaboración propia

4. Discusión y conclusiones

La primera contribución de esta investigación es arrojar algo de luz sobre la relación entre la existencia de innovación, los resultados de la empresa y las dimensiones de la RSC, especialmente, aquellas relacionadas con la comunidad local (social) y el medio ambiente. Investigaciones anteriores han documentado que la relación entre RSC e innovación es bidireccional en el sentido de que, por un lado, la existencia de una innovación dentro de una organización desencadena el desarrollo de iniciativas de RSC y, por otro lado, iniciativas de RSC pueden conducir a la creación de innovaciones mediante el uso de impulsores sociales y de sostenibilidad para crear nuevas formas de hacer las cosas.

La segunda contribución de esta investigación se deriva de los resultados de la prueba empírica de las hipótesis. Con respecto a H_1 y H_2 , los resultados demuestran que la RSC enfocada a la comunidad local (social) y el medio ambiente influye sobre la capacidad de innovación de la empresa. La H_3 , también indica que la capacidad de innovación de la empresa también influye en los resultados de la empresa. En base a estos resultados, la innovación es un desencadenante importante de las actividades sociales y, como parte de la capacidad innovadora, las empresas pueden intentar rediseñar los objetivos sociales en curso y al mismo tiempo prestar atención a otros objetivos económicos (Rasoulzadeh et al., 2013).

Estas consideraciones también implican que los resultados innovadores podrían reducir el efecto de la inercia de la empresa y los grupos de presión (partes interesadas), lo que da como resultado el desarrollo equilibrado de nuevas metas económicas y sociales y la atención de las expectativas de otras partes interesadas. Esto podría dar como resultado formas nuevas o más asequibles de lograr los objetivos de RSC y obtener la confianza de los *stakeholders*, resolver un problema o satisfacer una necesidad que, en el mejor de los casos, estaba insuficientemente satisfecha en el pasado.

Hay una escasez de estudios empíricos sobre la relación entre el apoyo a la innovación en las PYMES, el equilibrio de los objetivos económicos y sociales y los resultados de la empresa. Este estudio destaca la importancia de las políticas de RSC sociales y ambientales como paso previo a la capacidad de la empresa para innovar, lo que a su vez ayuda para lograr mejores resultados en la empresa. Este hallazgo es importante en el debate actual sobre la importancia de la RSC y su relación con la innovación y el logro de las metas y objetivos de la empresa.

Los resultados de este estudio son útiles para el gobierno, específicamente para el Ministerio de Industria y Comercio, que es la institución que gestionan el funcionamiento y normativa de las PYMES. Esta institución debe apostar por políticas y estrategias que impusen, por un lado, el desarrollo sostenible en las empresas y en su entorno y, por otro lado, la innovación de productos y servicios. También, estos resultados pueden ayudar a las PYMES a reformular sus estrategias de innovación y de RSC, sabiendo que son necesarias para conseguir los objetivos de la empresa. Así, la región noroeste de la República Dominicana conoce como pueden mejorar la relación entre la comunidad local, el medio ambiente y el sector de la pequeña y mediana empresa y, sobre todo, conocen que todos ellos están relacionados entre sí y necesitan de un funcionamiento adecuado y rodeado de sinergias.

Como futura línea de investigación, sería interesante conocer el papel mediador o moderador de algunas de las variables del modelo o de otras que se propongan. Por ejemplo, el tipo de PYME pueden moderar algunas de las hipótesis planteadas sobre la RSC o la capacidad de innovación.

Referencias bibliográficas

- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C., y Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514–538.
- Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., & Frey, M., (2014). Corporate social responsibility and competitiveness within SMEs of the fashion industry: evidence from Italy and France. *Sustainability*, 6(2), 872-893.
- Baumgartner, R. J. (2014). Managing corporate sustainability and CSR: A conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(5), 258-271.
- Baumgartner, R. J., & Ebner, D. (2010). Corporate sustainability strategies: sustainability profiles and maturity levels. *Sustainable Development*, 18(2), 76-89.
- Camison, C., & López, A. V. (2010). An examination of the relationship between manufacturing flexibility and firm performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 30(8), 853-878.
- Cegarra-Navarro, J. G., Reverte, C., Gómez-Melero, E., & Wensley, A. K. (2016). Linking social and economic responsibilities with financial performance: The role of innovation. *European Management Journal*, 34(5), 530-539.
- Chin, W. W. (1998). The partial last squares approach to structural equation modeling. En G. A. Marcoulides (Ed.). *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- Diamantopoulos, A., y Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL*. London, SAGE Publications.
- Dijkstra, T. K., y Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS Quarterly*, 39(2), 297–316.
- Domínguez Valerio, C.M., Moral Cuadra, S., Medina Viruel, M.J., & Orgaz-Agüera, F. (2019). Actitud hacia el desarrollo sostenible en estudiantes de secundaria. Un estudio de caso. *Espacios*, 40(33), 11. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n33/19403311.html>
- Domínguez-Valerio, C.M., Moral-Cuadra, S., Medina-Viruel, M.J., & Orgaz-Agüera, F. (2019). Attitude as a mediator between sustainable behaviour and sustainable knowledge: an approximation throught a case study in the Dominican Republic. *Social Sciences*, 8, 288-302.
- Fornell, C., y Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18,39–50.
- Gallego-Álvarez, I., Prado-Lorenzo, J. M., & García-Sánchez, I. M. (2011). Corporate social responsibility and innovation: A resource-based theory. *Management Decision*, 49(10), 1709-1727.
- González-Ramos, M. I., Donate, M. J., & Guadamillas, F. (2014). Technological posture and corporate social responsibility: effects on innovation performance. *Environmental Engineering & Management Journal (EEMJ)*, 13(10), 2497-2505.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., y Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares structural equation modeling (PLS-SEM). An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.

- Hansen, E. G., Grosse-Dunker, F., & Reichwald, R. (2009). Sustainability innovation cube—a framework to evaluate sustainability-oriented innovations. *International Journal of Innovation Management*, 13(04), 683-713.
- Henseler, J., Ringle, C.M. y Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43 (1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C., y Sinkovics, R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Kline, R. (2011). *Principles and practice of structural equation modelling* (3rd ed.). New York, USA, Guilford Press.
- Koufteros, X. A. (1999). Testing a model of pull production: A paradigm for manufacturing research using structural equation modeling. *Journal of Operations Management*, 17(4), 467–488.
- Lloret, A. (2016). Modeling corporate sustainability strategy. *Journal of Business Research*, 69(2), 418-425.
- MacGregor, S.P., & Fontrodona, J., (2008). *Exploring the Fit between CSR and Innovation*. University of Navarra, IESE Business School.
- Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374-2383.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. *Strategic Management Journal*, 21(5), 603-609.
- Otero-Neira, C., Lindman, M. T., & Fernández, M. J. (2009). Innovation and performance in SME furniture industries. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(2), 216-232.
- Reverte, C., Gomez-Melero, E., & Cegarra-Navarro, J. G. (2016). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: evidence from Eco-Responsible Spanish firms. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2870-2884.
- Rasoulzadeh, H., Hosseinipour, S. J., Yusof, N. A. M., Soltani, M., & Hashemi, S. (2013). Effect of dimensions of corporate social responsibility on organization performance. *International Journal of Innovative Ideas*, 13(2), 37-47.
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A., & Steger, U. (2005). The business case for corporate sustainability:: literature review and research options. *European Management Journal*, 23(1), 27-36.
- Streukens, S., y Leroi-Werelds, S. (2016). Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results. *European Management Journal*, 34, 618-632.
- Wagner, M. (2010). Corporate social performance and innovation with high social benefits: A quantitative analysis. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 581-594.
- White, P. (2009). Building a sustainability strategy into the business. *Corporate Governance: International Journal of Business in Society*, 9(4), 386-394.