

Coloquio Interdisciplinario de Posgrado UPAEP

El Check List de las Empresas Sustentablemente Exitosas

RESUMEN

Actualmente hay un número importante de empresas en quiebra que no florecieron, en contraste, están las empresas que son sustentables y exitosas; En base a esto surgió la iniciativa para desarrollar un estudio con el cual se pudieran detallar los puntos importantes que se encuentran en común denominador en las empresas que son “sustentablemente exitosas”. En este artículo se presentan las opiniones, críticas y estudios que hablan del ello; esto con el fin de identificar claramente lo que estas empresas hacen y así tener una mentalidad más consciente, ecológica y con responsabilidad social.

Los temas centrales son la sustentabilidad ambiental, la sustentabilidad organizacional y el factor humano, los cuales son temas clave, de suma importancia y la base fundamental de las empresas sustentablemente exitosas. En ellas también encontramos características especiales como son la innovación y la creatividad que van ligadas siempre a lo social y medioambiental. Algunas de estas empresas utilizan las tecnologías verdes con el fin de lograr menos contaminación, disminuir el consumo de recursos naturales, generar una cultura de reciclaje y de esta forma proteger el hábitat natural. Sin duda alguna todo esto es lo que las hace competitivas y sustentablemente exitosas.

Palabras clave: Sustentabilidad, Innovación y Tecnologías verdes.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

El Check List de las Empresas Sustentablemente Exitosas

Durante muchos años la mayoría de las empresas han ido desapareciendo, principalmente las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) y a la par han ido surgiendo otras tantas que igualmente la duración en el mercado es corta. Esto cuestiona ¿porqué muchas desaparecen y son muy pocas las que permanecen?. Este artículo pretende contestar estas preguntas, ¿qué es lo que han desarrollado y aplicado esas empresas que actualmente son sustentablemente exitosas?.

Partiendo de la necesidad imperante de encontrar respuestas, y de esta manera aplicarlas, a continuación se presentan los conceptos básicos e importantes encontrados en las empresas “Sustentablemente exitosas” y que son el común denominador en ellas; todo esto con el objetivo de dilucidar las bases para entender los resultados de la investigación.

1. Empresas Exitosas

Son pocas las empresas que han podido permanecer con éxito, y que al mismo tiempo se mantienen con características especiales y sobresalientes como ser innovadoras, preocupadas por el medio ambiente aplicando tecnologías ecológicas o tecnologías verdes, y enfocadas en el beneficio social, son estas las que se han dado cuenta de que el factor humano es sumamente importante y preponderante en el éxito tanto interno como externo de la empresa.

Por otro lado, los clientes son los que marcan la pauta para su desarrollo e innovación; ya no es suficiente el sólo ofrecer calidad y un buen servicio, sino estar pendientes de las tendencias del mercado y del constante cambio de las necesidades de éste; aplicando el sentido social y medioambiental (**Peters y Waterman, 2002**).

Sin embargo, a pesar de todos estos esfuerzos las empresas se han encontrado con éxitos y fracasos constantes. Las Empresas Sustentablemente exitosas saben que no siempre se gana y que de la innovación bien pensada y útil vienen las recompensas. No se puede dejar de lado lo importante que es ser sustentables involucrando todos los aspectos tanto ambientales, ecológicos y sociales. Este último cada vez toma más importancia; el ayudar y cooperar para mejorar la calidad de vida de personas vulnerables en la sociedad. Otra de las implicaciones importantes es la capacidad de lograr mantenerse siendo exitosas por muchos años. La responsabilidad social es una forma de gestión. Surge de un compromiso moral del empresario y todos los miembros que integran la empresa, se basa en la ética para poder cumplir con los objetivos, tanto internos como externos.

Son sustentables, estables financiera y socialmente; competitivas, innovadoras y preocupadas por lo social y el medio ambiente, con una atención imperante ante los cambios y solicitudes del mercado; finalmente todo esto se resume a lo que **Peters y Waterman, 2002** le he llamado una empresa sustentablemente exitosa.

2. Sustentabilidad

El tema de sustentabilidad ha ido cambiando y volviéndose importante para el desarrollo de las empresas en la actualidad, y así destacar en el ámbito competitivo como en el desarrollo social. Frecuentemente las empresas están haciendo partícipe a la sociedad para colaborar ya sea en un aspecto de medio ambiente o en lo social como apoyar a niños de escasos recursos para sus estudios o para darles una alimentación digna. Todo esto versa en demostrar una utilidad de la empresa más allá de la factibilidad interna, demostrando así la participación ciudadana y la aportación de la empresa a la sociedad y al planeta (**Iracheta, 2011**). Para ser congruente con la visión y misión que generalmente tienen las empresas Sustentablemente exitosas, esto tiene que ser constante y congruente en un proyecto benéfico ya sea en lo social o en lo ecológico, que brinde un atributo más al éxito de la empresa.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

La sustentabilidad es un tema virtuoso, que implica acciones altruistas, pro-ecológicas y equitativas las cuales son necesarias para alcanzar un desarrollo sustentable. Todo esto va de la mano con las conductas sustentables. Se dice que se deben conocer los tipos de sustentabilidad para saber entenderla y aplicarla; esto es algo en lo quizás las empresas sustentablemente exitosas no están conscientes, pero sí que tienen una clasificación y etapas dentro de las cuales se encuentran situadas, y que a su vez se convierte en un marco de desarrollo estratégico sustentable sin tenerlo muy claro (**Missimer, et al., 2010**).

El tener una mentalidad sustentable permite tener más conciencia y desarrollar acciones claras con este objetivo de ahorro, anticontaminación, apoyo social y ser efectivos en lo financiero, haría que al momento de ponerlo en práctica en la empresa estuviera clara la línea sobre la cual se trabaja, y esto se refiere a un mundo más limpio y sustentable, con éxito financiero derivado de estas políticas implantadas en la empresa.

Otro punto importante es la sustentabilidad que se centra en la gestión corporativa, que es importante ya que por esto una empresa sobrevive sus primeros años y se espera que la situación financiera positiva y exitosa prevalezcan y en su caso aumente en los años siguientes, esto concluye entonces en un equilibrio entre los aspectos sociales, ambientales y por supuesto financieros (**Rahardjo, et al., 2013**). Con base a lo anterior se puede resumir que existe la sustentabilidad social y a su vez la clasificamos en tres puntos que son la sustentabilidad en la etapa de desarrollo que es la que cubre las características y necesidades básicas de la empresa, la segunda es la sustentabilidad puente que ve los cambios de comportamiento y la sustentabilidad de mantenimiento la cual se refiere a la participación y aceptación social (**Vallance, et al., 2011**). Al momento de conjugar estas tres sustentabilidades, se tiene una visión más amplia de lo que se quiere de principio a fin, siendo así más fácil el lograr tener un desarrollo paso a paso dirigido al objetivo sustentable y exitoso. Algo sobresaliente es lo que las empresas están aplicando cada vez más como medida y aportación ecológica a la sociedad; hablamos del concepto de la logística inversa en la cual, el objetivo es hacer conciencia en la reutilización y reciclaje de sus materiales o insumos, con lo cual se tiene un doble beneficio en lo ecológico y una reducción en los costos (**Sarkis, et al., 2010**). Algunas empresas se están centrando en el tema del reciclaje, en el cual se tienen muchos beneficios, algunos de ellos son el ahorro, disminución en el consumo de recursos naturales y menor contaminación.

Además se debe tener control entre la gestión sustentable y el éxito económico, que se pueden controlar desarrollando ciertos analizadores y verificadores que den un parámetro de que las cosas se están haciendo bien sin descuidar ninguno de esos aspectos con base a **Schaltegger, 2011** se refuerza que el llevar un control minucioso de los temas importantes en la empresa hará que se conozca paso a paso la evolución para dar seguimiento o corrección a lo que esté mal o haga falta modificar para lograr el objetivo.

3. Sustentabilidad Ambiental

No todas las empresas son capaces de formar una cultura medioambiental de acuerdo a **Vargas, 2010**, ya que en esto hay intereses tanto públicos como privados, de los cuales se deriva el énfasis que se hace en las labores altruistas o sociales, así como las medioambientales dentro de la organización. Este es un tema milenario, cuidar el medio ambiente, la naturaleza en sí y contaminar lo menos posible es una cuestión que sigue tomando cada vez más fuerza; a pesar de esto, hasta el momento no se ha logrado conscientizar a la humanidad de la gran necesidad de proteger los recursos naturales y cuidar los desechos tóxicos que afectan el hábitat. Con base a lo anterior, el gobierno o autoridades en la educación, deben incluir y hacer de este tema ambiental algo preponderante en la educación; que se impartan materias en las cuales se pueda hacer conscientes a los niños y que poco a poco se vuelva algo “viral”, compartir esta educación a la familia y conocidos; el hecho de generar una cadena de protección a la biósfera hará trabajar en un fin común.

Asimismo, las universidades ofrecen licenciaturas en Ingeniería Ambiental con el propósito de participar en la prevención y solución de problemas ambientales y en el planteamiento de alternativas que propicien el desarrollo sustentable, las cuales se dediquen a cuidar nuestro planeta, a reciclar, a generar menos contaminación y a disminuir la inconsciencia social.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

El gobierno juega un papel muy importante en esta sociedad el cual debe crear regulaciones para las empresas las cuales se sigan al pie de la letra, consigan crear y mantener empresas mas cuidadosas y comprometidas con el medio ambiente (**Corral, et al., 2013**)

En el servicio público reciclar más, contaminar menos y ser mas eficientes en los servicios de limpia en los cuales también se imponga como sociedad, tener una cultura de separación de basura como lo es en orgánica, inorgánica y residuos sanitarios, sería de gran ayuda para crear una cultura sanitaria y de reciclaje; todo esto con el fin de tener un México más limpio y sobretodo organizado.

Con el uso adecuado de los recursos naturales tratar de garantizar el abastecimiento en el futuro. Al tener una cultura de sustentabilidad ambiental será más fácil integrarla y cristalizarla en una cultura de sustentabilidad organizacional.

4. Sustentabilidad Organizacional

La cultura organizacional no solo depende de alguna capacitación interna que al final se vuelve efímera, sino que depende directamente de la comunidad en sí, del desarrollo propio e iniciativa de evolución y supervivencia. Con esto se quiere decir que el desarrollo de una cultura medioambiental es la base para poder desarrollar verdaderamente la sustentabilidad organizacional (**Vargas, 2010**).

Debido al cambio climático que afecta al planeta, deriva en un cambio, lo que antes no se tomaba en cuenta o nadie lo veía, ahora es un tema que todo mundo toca; la reducción de la contaminación, preocupación por el futuro y mejor aún el de nuestros hijos, pensando en ¿qué mundo les vamos a dejar?. Con esto se crea poco a poco esa conciencia que tanto se necesita y que al final se verá reflejada en nuestra calidad de vida.

Una idea que se debe llevar al pie de la letra es el desarrollar proyectos de investigación ambiental, los cuales muestren a las organizaciones las prácticas sustentables por medio de una guía de inicio rápido como lo hizo **Yates (2014)** que desarrolló dos modelos de madurez para evaluar el nivel de sustentabilidad de los proyectos.

Es importante entender la sustentabilidad ambiental, para encontrar una sustentabilidad organizacional que lleve a ser a las empresas sustentablemente exitosas (**Cortina, 1994**). Esto es lo que hace diferentes a estas empresas, al empezar a trabajar en una comunidad más sustentable crean una característica distintiva y sobre todo competitiva y hasta comparativa que las distingue de las demás y de esta forma logran sobresalir del ambiente hostil y desajenado en cuestión de la sustentabilidad en todas sus formas. Este enfoque tan emotivo que se está dando hacia la sustentabilidad dará recompensas tanto a las empresas como a la sociedad.

Muy aparte de cuidar el tema ambiental en una organización, no se puede dejar de lado el punto en el cual como la organización debe cuidar la integración de las medidas del desempeño como es en lo financiero, por ejemplo una cartera de inversiones equilibrada óptima, teniendo en cuenta las prioridades de las personas interesadas. Esto con el fin de no descuidar lo financiero, social o ambiental; los cuales son pilares de la empresa. (**Turan, et al., 2013**).

El hecho de aplicar técnicas de investigación para detectar necesidades hace que los métodos sean más certeros al momento de integrar la planificación estratégica de negocios a la sustentabilidad ambiental, todo esto con una organización e investigación metódica como nos recomiendan **Barriga y Galindo (2014)**. En la actualidad se tienen distintas herramientas para recolectar información ya sea de primera mano o secundaria que puedan servir para encontrar los puntos débiles. La investigación de mercados y los focus group son técnicas que sirven para lograr conocer más a fondo el pensar tanto de los clientes internos como externos de las empresa y así coadyuvar a lograr un ambiente más sustentable.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

5. Innovación y Tecnologías verdes

La innovación en lo sustentable o medioambiental es un tema crítico ya que si no se innova con responsabilidad social y sustentable no se logrará un éxito duradero y finalmente terminará siendo una pérdida tanto de tiempo como de dinero, pues a final de cuentas no habrá sido redituable esa inversión de innovación ni estaremos a la vanguardia en temas sociales (**Noppers, et al., 2014**). Las innovaciones sustentables no dependen exclusivamente de sus atributos principales, sino que también se debe tener en cuenta los atributos ambientales y simbólicos positivos para darle un plus al producto o servicio que se ofrezca y tenga la aceptación que merece.

Es inevitable que se haga un comparativo en sus ventajas frente a otros productos; por esta razón se deben tener claros sus atributos innovadores y sobre todo sustentables. El tener una característica sustentable hace que se fortalezca su señal positiva que promueve el interés por las innovaciones sustentables. (**Noppers, et al., 2014**).

Las tecnologías verdes tienen el objetivo de proteger el medio ambiente y los recursos naturales; la minimización de residuos y la conservación de la energía. Utilizando fuentes alternativas de energía como lo son los huertos solares, turbinas de viento, mareas, la geotérmica y la energía de las olas entre otros, llevando a cabo todas estas acciones cada vez nos volvemos más sustentables. (**Day & Schoemaker, 2011**). Además de muchas otras formas de ayudar a la disminución de la contaminación desde la adquisición del producto o servicio que se ofrece hasta la reutilización de sus desechos.

En la actualidad una empresa que no aprovecha la tecnología, está obsoleta. Esta es una herramienta muy práctica, fácil y hasta puede ser de bajo costo con la cual se aumentan las posibilidades.

Un ejemplo claro son las empresas que han sido renuentes a innovar usando la tecnología y que están quedando obsoletas, ya que cada vez es más fácil poder adentrarnos a ella sin necesidad de invertir tanto en capacitaciones largas como era antes manejando sistemas operativos complicados; (**Davoli, et al., 2011**); un punto clave que están usando las grandes empresas es incluir a los empleados de todos los niveles de la empresa tanto bajos, medios y altos para usar la tecnología y por medio de ella ser creativos, y de esta manera incentivarlos a ser más innovadores y productivos desde su individualidad.

De esta forma también se desarrollan mejores proyectos en equipo por su interacción; todo esto concluye en una cultura organizacional y de colaboración social efectiva que hace la integración de todos los pensamientos positivos hacia este tema y que al final pueden ser concretados y cristalizados en la empresa. (**Guinan, et al., 2014**).

La Tecnología ecológica o tecnología verde es una de las características que las empresas Sustentablemente exitosas están desarrollando e invirtiendo fuertemente en ello. El simple hecho de estar en la tendencia de la innovación y en una revolución tecnológica hace que todos estemos a la expectativa de ¿qué es lo nuevo?, y ¿qué es lo que las empresas están haciendo para lograrlo? Esto con el fin de involucrar y motivar a la sociedad a ser más ecológicos.

Actualmente el planeta necesita un cuidado especial, contaminar menos es una prioridad, conservar nuestros recursos y detener la degradación de las capas de ozono, entre otros son importantes para no afectar a nuestras futuras generaciones (**Day and J.H. 2011**). A esto se refieren las empresas exitosas cuando hablan de una preocupación ecológica global.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

6. El Factor Humano

Los impactos ecológicos actuales, han hecho que el personal que se integre a las organizaciones debe estar cada vez más capacitado y concientizado en que no hay más que tener educación para el consumo sostenible, el cual se centra en varios aspectos de sociedad, el objetivo de esto es crear un sentido de responsabilidad individual y colectiva (**Gombert-Courvoisier, et al., 2014**). Como anteriormente se explicó el iniciar a tener una mente individual, más sustentable hace que se proyecte en las actividades laborales y empresariales.

El factor humano debe ser una disciplina y profesión de sistemas, en la cual existe una filosofía de enfoques; por esto mismo es importante ya que al estar en una empresa sustentable, tendrá que tener este pensamiento altruista y sobretodo sustentable (**R. y Wilson, 2014**). Si se logra tener un reclutamiento de gente que se preocupa por el medio ambiente en una empresa, se podrán lograr hacer mejores cosas por nuestro hábitat.

El factor humano de la empresa está directamente influido por el entorno cultural. Muchos empresarios no toman en cuenta que este es su principal activo, ya que diversos estudios demuestran que efectivamente se tiene que poner especial atención en los recursos y que estos están directamente influidos por cuestiones básicas como es la remuneración, los incentivos, el hacer partícipe a los empleados del nivel que sean en las políticas valoradas por los empleados, la cultura organizacional y el entorno cultural que hacen sustentable esta relación.

Todo esto lleva a que los empleados se sientan parte de, y por esto haya una mayor culturización y motivación que son claramente fundamentales para el éxito o fracaso de la empresa. (**Wagnery Garibaldi de Hilar, 2014**).

En las empresas sustentablemente exitosas, el factor humano es una característica sobresaliente, ya que para ellos siempre es importante tener a sus empleados satisfechos, capacitados, involucrados y sobretodo motivados a continuar haciendo su trabajo de una manera sobresaliente y participativa. El compromiso a las políticas de la empresa es un punto imperante en ellas.

7. Los clientes, la pauta para continuar innovando

En la actualidad las ventas ya no se rigen solo presentando los beneficios básicos de los productos o servicios, sino que ahora todo tiene un porqué más allá de solo cubrir la necesidad básica. Se está poniendo especial atención en el plus o el beneficio adicional. El consumidor ya está informado y a veces preparado para su próxima compra. El hecho de tener la tecnología a la mano ya los hace en general saber lo que quieren y cómo lo quieren.

Adicional a esto las empresas sustentablemente exitosas ofrecen ese plus que el Marketing social da a su producto o servicio (**Kotler, 2011**). En la actualidad el cliente lo es todo, ya que de él depende la aceptación o rechazo del producto y por ende del éxito o fracaso del mismo.

Es por eso que las compañías están haciendo énfasis en aportar algo más que solo una venta; es quedarse en la mente del consumidor al hacerlo sentir partícipe importante de una aportación social y ecológica.

Las innovaciones ecológicas son nuevas, y de estas se está echando mano para sobresalir porque es la tendencia de los consumidores. Cada vez más personas buscan productos que sean sustentables, ecológicos y anticontaminantes; aún así hace falta más difusión para este tipo de productos ya que las empresas dan mayor importancia al proceso de producción, investigación y desarrollo, además de las regulaciones, tecnología a utilizar y las políticas, cuando en lo que se deberían centrar es en la difusión de este producto o servicio innovador y sustentable. (**Karakaya, et al., 2014**)

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

8. La Competitividad en un mundo globalizado

Actualmente, toda empresa que no está preparada en diversos aspectos como en la innovación, en la sustentabilidad ya sea social o ambiental, en la vanguardia de lo que el mercado necesita, entonces esa empresa esta fuera de vanguardia y no es competitiva. Ya que en este mundo que cada vez se vuelve más globalizado con la ayuda de la tecnología que mejora las vías de comunicación y distribución, todo se vuelve más fácil para adquirir productos o servicios y si no se tiene un buen posicionamiento en la mente del consumidor que les haga sobresalir por algún atributo, entonces se deja de ser sustentables y al mismo tiempo se deja de ser competitivos.

Para lograr sobresalir en un mundo lleno de posibilidades al fracaso, se debe emplear una de las tres estrategias que las empresas utilizan comúnmente para responder a estos problemas de legitimidad.

- a. Adaptarse a las expectativas externas.
- b. Manipular la percepción de sus grupos de interés.
- c. Participar en un discurso en aquellos que cuestionan su legitimidad.

Se deben analizar estas tres situaciones para ver el panorama y elegir la más adecuada o integrar las más adecuadas en sí (**Scherer, et al., 2013**).

La ventaja competitiva es la creación de valor en una empresa que es difícilmente imitada o copiada por sus competidores. Por esta razón tiene que ser una característica que haga especial a la empresa o al producto, ya que el mercado está lleno de imitaciones que en algún momento logran su objetivo.

Unas de las características de las empresas que son sustentablemente exitosas es que se fijan una meta sustentable y empiezan a darle forma (**Barragán y París, 2014**). Tratan de enfocarse en los tres ámbitos importantes el económico, el social y el ambiental que hacen su ventaja competitiva. Por ejemplo, en lo social, mejoran las condiciones de los trabajadores y de las comunidades y al trabajar con proveedores y organizaciones no gubernamentales, bajan costos y obtienen más rendimientos.

9. REFLEXIONES FINALES

Para poder ser de las empresas sustentablemente exitosas, se debe conocer la cultura organizacional, una sustentabilidad ambiental y sobre todo una sustentabilidad organizacional, ya que estos son los puntos importantes por lo que se preocupan las empresas exitosas y duraderas.

Si bien falta mucho camino por recorrer para ser conscientes de los cambios climáticos, de la contaminación que se genera día a día, como sociedad es importante la unión y transmitir los conocimientos y actuar congruentemente con el desarrollo sustentable para hacer de la sociedad, una más limpia, reciclable, ecológica y ambientalista. Esto conllevará a tener mejores empresas, mejores empleados y mejores familias que trabajen por un bien común.

A pesar de tantos cambios, es importante tomar en cuenta que una empresa sustentablemente exitosa, no se hace solo aplicando políticas, sino trabajar fuerte en una cultura organizacional, sustentable y ambiental.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

REFERENCIAS:

Barragán Castillo, Fernando Paris (17 Febrero 2014). La sustentabilidad como ventaja competitiva. Universidad Autónoma de Querétaro, Repositorio Institucional.

Barriga Ramírez, Teresa de J.; Ortiz Galindo, José Luis (2014). Usuarios de la biblioteca del CICIMAR-IPN en México desde un enfoque organizacional. GECONTEC Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología. Vol. 2, núm. 1

Bolla, R.; Davoli, Franco ; Bruschi, R. ; Christensen, K., (August 2011). The potential impact of green technologies in next-generation wireline networks: Is there room for energy saving optimization? Communications Magazine, IEEE (Volume:49 , Issue: 8).

Corral-Verdugo, Víctor; Tapia-Fonllem, César; Ortiz-Valdez, Anais; Fraijo-Sing, Blanca (2013). Las virtudes de la humanidad, justicia y moderación y su relación con la conducta sustentable. Revista Latinoamericana de Psicología. Vol. 45, núm. 3 (2013).

Cortina, Adela (1994) Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Trotta.

Day, George S.; and Schoemaker, Paul J.H. (June 22, 2011). Innovating in uncertain Markets: 10 Lessons for Green Technologies. Magazine: Summer 2011 Research Feature.

Gombert-Courvoisier Sandrine, Sennes Vincent, Ricard Michel, Ribeyre Francis. (1 January 2014). Higher Education for Sustainable Consumption: case report on the Human Ecology Master's course (University of Bordeaux, France) Journal of Cleaner Production. Volume 62, Pages 82–88.

Guinan, Patricia J.; Parise, Salvatore; Rollag, Keith; (20 January 2014). Jumpstarting the use of social technologies in your organization. Publication Business Horizons. Publisher Elsevier.

Iracheta, Alfonso (2011) Planeación y desarrollo: una visión de futuro, México, D.F. Plaza y Valdés Editores, EURE Santiago, versión impresa ISSN 0250-7161,EURE v.26 n.77.

Karakaya, Emrah; Hidalgo, Antonio; Nuur, Cali. (May 2014). Renewable and Sustainable energy reviews, Diffusion of eco-innovations: A review, Volume 33, Pages 392–399.

Kliksberg, Bernardo (2012). Hacia una Economía con Rostro Humano. Segunda Edición. Ediciones Astra Data, S.A. Maracaibo, Venezuela.

Kotler, Philip (2011) Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. Journal of Marketing: July 2011, Vol. 75, No. 4, pp. 132-135.

Missimer, Merlina; Robèrt, Karl-Henrik; Broman, Göran; Sverdrup, Harald. July (2010). Exploring the possibility of a systematic and generic approach to social sustainability. Publication Journal of Cleaner Production, Publisher Elsevier,

Noppers Ernst H., Keizer Kees, Willem Bolderdijk Jan, Steg Linda. (March 2014) Global Environmental Change. The adoption of sustainable innovations: Driven by symbolic and environmental motives. Volume 25, Pages 52–62.

Peters, Tom; Waterman, Robert; (2002) In Search of Excellence, Editorial Warner Books. New York.

Julieta Juárez Tapia (UPAEP)
julieta.juarez@upaep.edu.mx

Elías Olivares Benítez (UPAEP)
elias.olivares@upaep.mx

Genoveva Rosano Ortega (UPAEP)
genoveva.rosano@upaep.mx

Rahardjo, Hartono; Idrus, MS; Hadiwidjojo, Djumilah; Aisjah, Siti. (Apr2013). The factors that determine the success of Corporate Sustainability Management. *Journal of Management Research* . , vol. 5 Número 2, p1 -16. 16p.

Sarkis, Joseph; Helms,, Marilyn Michelle Hervani, Aref A; (14 JAN 2010). Reverse logistics and social sustainability. Article first published online:, DOI: 10.1002/csr.220.

Schaltegger, Stefan; (2011) Sustentability as a driver for corporate economic success. *Society and Economy* 1, pp. 15–28.

Scherer, Andreas Georg; Palazzo, Guido and Seid, David. (March 2013). Managing Legitimacy in Complex and Heterogeneous Environments: Sustainable Development in a Globalized World. *Journal of Management Studies*. Volume 50, Issue 2, pages 259–284.

Turan, Fikret Korhan; Needy, Kim LaScola, (Mar2013). A Quantitative Decision Model Towards Maximizing Organizational Sustainability. Source: *Engineering Management Journal* . Vol. 25 Issue 1, p3-18. 16p. 1 Diagram, 2 Graphs.

Vallaey, Francois (2003). Orientaciones para la enseñanza de la ética, el capital social y el desarrollo en las universidades latinoamericanas. *Revista Venezolana de Gerencia*. Maracaibo-Venezuela. Año 8, No 21.

Vallance, Suzanne; Perkins, Harvey C.; Dixon, Jennifer E. (June 2011) What is social sustainability? A clarification of concepts *Geoforum*, Volume 42, Issue 3, Pages 342-348.

Vargas-Hernández, José G. Organizaciones sustentables. enero – (junio de 2010). El caso de micro empresas en San Sebastián del Sur. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, Vol. V, No. 1, pp. 29 – 46.

Vermeulen, Freek; (July 15, 2005). How Acquisitions Can Revitalize Companies, , Magazine: Summer 2005, Research Feature.

Wagner, Bruno; Garibaldi de Hilal, Adriana Victoria (2014). The human factor: a successful acquisition in Brazil. *Management Research Review*, Vol. 37 Iss: 3, pp.261 – 287

Welford, Richard 2012, Sustainable Development, Asian Institute of Technology, ISI Journal Citation Reports © Ranking:: (Planning & Development), Online ISSN: 1099-1719 pp 9/55.

Wilson, John R.; 1, (January 2014). *Applied Ergonomics*. Systems Ergonomics/Human Factors, Fundamentals of systems ergonomics/human factors, Volume 45, Issue Pages 5–13

Yates, J. (2014). "Diseño y Construcción para una Construcción Industrial Sustentable." *J. Constr. Eng. Manage.*, 140(4), C4014005.