



Grupo eumed.net / Universidad de Málaga y  
Red Académica Iberoamericana Local-Global  
Indexada en IN-Recs (95 de 136), en LATINDEX (33 DE 36), reconocida por el DICE, incorporada a la  
base de datos bibliográfica ISOC, en RePec, resumida en DIALNET y encuadrada en el Grupo C de la  
Clasificación Integrada de Revistas Científicas de España.  
Vol 9. N° 27  
Octubre 2016  
[www.eumed.net/rev/delos/27](http://www.eumed.net/rev/delos/27)

## **LA IMPORTANCIA DE LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL Y LA GENERACIÓN DE PROCESOS VERDES EN LOS AGENTES ECONÓMICOS**

Econ. Marcelo Abad V. , M.B.A. <sup>1</sup>  
[marcelo.abadva@ug.edu.ec](mailto:marcelo.abadva@ug.edu.ec)  
Ecuador

### **CONTENIDO**

Resumen .....	2
Abstract .....	3
1    Introducción.....	4
2.    Desarrollo .....	4
2.1    Contexto y Necesidad de Estudio de la Sustentabilidad Ambiental .....	5
2.2    Modelos de Negocios Verdes .....	7
3.    Conclusiones.....	10
4.    Bibliografía .....	10

---

<sup>1</sup> Economista de la Universidad Católica de Guayaquil, master en Administración de Empresas Universidad Tecnológica Ecotec, Diplomado en Diseño Curricular por Competencias Universidad de Guayaquil. Estudiante de un programa doctoral en Administración de Empresas. Docente de la Universidad de Guayaquil. Profesional a cargo de posiciones laborales de Contraloría y Auditoría. Experiencia docente en Universidades del Ecuador.

## RESUMEN

El enfoque del presente trabajo está orientado a determinar la importancia de las buenas prácticas ambientales en los procesos productivos. La responsabilidad por el medio ambiente es un tema de alta importancia que ha sido acogido por agentes económicos, políticos y sociales del mundo entero. El ser humano contemporáneo reconoce la relevancia de los recursos naturales y del medio ambiente para su subsistencia; existe una franja de temperatura ambiental en la que el ser humano y el mundo en general puede desarrollar sus labores cotidianas, sin embargo existen evidencias de grandes desequilibrios en el clima, que están generando quiebres en las temperaturas en las que el ser humano puede subsistir. La relevancia de los polos norte, sur y zonas gélidas han ganado importancia y su efecto sobre el nivel del mar. Evidencia suficiente para que el ser humano y las organizaciones que este compone, evidencien que los cambios climáticos no son un mito, y que los efectos pueden llegar a ser devastadores con la humanidad, incluso con la generación contemporánea. La responsabilidad por la sostenibilidad ambiental no recae exclusivamente en los gobiernos, ni representantes de los Estados. Empero de que estos disponen de un poder de decisión importante, los ejecutores y veedores de las políticas públicas son los ciudadanos, quienes deben de impulsar y aplicar medidas, que potencien la sustentabilidad del medio ambiente y con ello de la humanidad. El medio ambiente es el entorno en el que se desenvuelve la vida, no es indestructible, por lo que es necesario la acción conjunta de los seres humanos para que el medio ambiente persista y genere las condiciones para que la vida pueda desarrollarse. La carencia de un medio ambiente adecuado implica la ausencia o contracción de la calidad de vida de la humanidad, circunstancia que puede implicar la aniquilación de los seres que habitan el mundo. Tanto las organizaciones productivas como sus clientes debe impulsar acciones sustentables con el medio ambiente, debe ser un asunto que supere las perspectivas económicas, que establezca una producción y comercio justo, no solo entre oferta y demanda, sino con todos los seres vivos que forman parte de la tierra y con las generaciones futuras que tienen el derecho de disfrutar de las bondades del medio ambiente, tanto como las presentes. Los procesos productivos sustentables con el medio ambiente implican una buena práctica, que en algunos casos ha sido impulsada por los consumidores y organismos estatales, aunado a la buena voluntad ambiental de ciertas organizaciones. La sustentabilidad ambiental implica la incorporación de nuevos procesos en las empresas. El presente trabajo corresponde a una revisión de la literatura inherente a hechos generadores y perspectivas del cuidado ambiental, la administración de nuevas terminologías y la evaluación de una relación ganar-ganar en relaciones de largo plazo. La exposición de valores agregados ambientales por parte de las organizaciones, a sus consumidores o las exigencias del mercado sobre asuntos ambientales a las empresas, han implicado la generación de una revolución verde, cuyo argumento principal es el bienestar presente y futuro de las diferentes formas de vida que habitan el mundo.

**Palabras claves:** Sustentabilidad ambiental, negocios verdes, logística inversa, agentes económicos, mercados, seres vivos.

**Clasificación JEL:** O30, O31, O33, M11, M21, I30

## ABSTRACT

The focus of this work is aimed at determining the importance of good environmental practices in production processes. Responsibility for the environment is an issue of high importance that has been embraced by economic, political and social agents worldwide. The contemporary human being recognizes the importance of natural resources and the environment for their livelihood; There is a strip of ambient temperature in which the human being and the world in general can develop their daily work, however there is evidence of major imbalances in the climate that are generating breaks in the temperatures at which the human being can survive. The relevance of the north pole, south and icy areas have gained importance and its effect on sea level. Evidence enough for humans and organizations this up, evidencing that climate change is not a myth, and that the effects can be devastating to humanity, even with the contemporary generation. The responsibility for environmental sustainability is not solely governments, and representatives of States. But that these have an important decision power, implementers and overseers of public policies is the citizens who must promote and implement measures that enhance the sustainability of the environment and thus of humanity. The environment is the environment in which life unfolds, it is not indestructible, so that joint action of human beings is necessary for the environment persists and create the conditions for life to develop. The lack of an adequate environment implies the absence or contraction of the quality of life of mankind, which may entail the annihilation of the beings that inhabit the world. Both productive organizations and their customers should promote sustainable actions to the environment, it should be a matter that goes beyond economic prospects, to establish a production and fair trade, not only between supply and demand, but to all living beings that are part earth and future generations have the right to enjoy the benefits of the environment, as well as the present. The sustainable production processes involve environmental good practice, which in some cases by consumers and state agencies, coupled with the good will of certain environmental organizations has been driven. Environmental sustainability involves the incorporation of new processes in companies. This work corresponds to a review of the literature inherent operative events and perspectives of environmental care, administration of new terminologies and evaluation of a win-win long-term relationships. Exposure values aggregated environmental by the organizations, consumers and market requirements on environmental business issues, have involved the generation of a green revolution, whose main argument is the present and future welfare of the different forms of life that inhabit the world.

**Key Word:** environmental sustainability, green business, reverse logistics, economic agents, markets, living beings.

**JEL Classification:** O30, O31, O33, M11, M21, I30

## 1 INTRODUCCIÓN.

El propósito del presente documento es efectuar una revisión de la literatura que revele la trascendencia económica, operativa y comercial del cuidado del medio ambiente por parte de las organizaciones a nivel global. La visión e iniciativa de ciertas organizaciones y agentes particulares dentro de los mercados sobre la relevancia del medio ambiente ha trascendido fronteras, por lo que varios segmentos de la población y algunos gobiernos han aportado y generado mayor fuerza, para que la producción se apalanque en gestiones que sean sustentables con el medio ambiente. Los evidentes cambios climáticos, los niveles de desperdicios y la cobertura mediática sobre los impactos de las actividades productivas en el medio ambiente, han aportado a que una parte importante de la población mundial, impulse el cuidado por el medio ambiente; la demanda es una de las dos fuerzas del mercado, bajo ciertas circunstancias de mayor influencia que la oferta. La industria debe convergir su valor agregado con lo esperado por la demanda, por lo que las perspectivas y aspiraciones de los consumidores sobre el impacto ambiental ejercen presiones para que la oferta, incorpore en sus procesos buenas prácticas y perspectivas ambientales favorables. Uno de los problemas relevantes para las organizaciones es el crear e implementar procesos con un nulo, escaso o mínimo impacto ambiental que implique que sus operaciones sean sustentables con el medio ambiente y en sí con la humanidad. Hecho percibido en ciertos mercados, como procesos de alto valor agregado, cuya implementación acarreará gastos en investigación, desarrollo y comercialización para las organizaciones que implementen medidas para cuidar el medio ambiente, que muy posiblemente potenciarán su vigencia comercial y retorno financiero, además de generar expectativas favorables para el desarrollo de futuras generaciones.

## 2. DESARROLLO

En el cuerpo del trabajo se expone el contexto de mercado y los requerimientos de sus agentes por la sustentabilidad ambiental, que implica la materialización de relaciones ganar-ganar entre las partes aunado a la materialización de procesos, que implican una inversión necesaria e imprescindible para las organizaciones. Se considera adicionalmente la generación de modelos de negocios verdes, en lo que los agentes económicos modelan sus operaciones en función de la sustentabilidad ambiental, considerando los requerimientos inherentes de sus funcionarios, del mercados y agentes de control, regulación.

## 2.1 Contexto y Necesidad de Estudio de la Sustentabilidad Ambiental

Uno de los factores, para el cambio en la perspectiva del ser humano sobre la importancia de medio ambiente, corresponde a las variaciones en la dinámica de las organizaciones. Las transiciones aplican a variaciones en los precios materias primas, reconocimiento de la industria sobre el calentamiento global e innovaciones tecnológicas sobre en el campo energético. El cambio en la perspectiva sobre la relevancia del medio ambiente ha motivado a las organizaciones a variar sus modelos de negocios orientándose hacia procesos amigables con el entorno ambiental (Naira & Paulose, 2014). Naira & Paulose (2014) refirieron que los gobiernos y las organizaciones requieren balancear cuatro componentes para potenciar las prácticas responsables con el medio ambiente, para ser referidos como empresas verdes-innovadores. Los referidos componentes son: (a) Desarrollo de sistemas tecnológicos, (b) modelos de negocios adaptativos e innovadores, (c) adopción de estrategias que adopten un punto de apoyo y (d) políticas públicas favorables.

Christensen & Bower (1996) plantearon que, para las organizaciones es sumamente conveniente la adopción de nuevas tecnologías e innovación de procesos. El valor agregado percibido por el mercado es esencial durante la toma de decisiones, por lo que el apalancarse en tecnologías y procesos amigables por el medio ambiente es congruente con las necesidades vigentes, en función de un desarrollo industrial que no perjudique a la sociedad y que oferte un producto que cubra las necesidades de sus clientes. La cobertura de las necesidades de los clientes dispone de varias aristas, es factible de ser cubierta por circunstancias inherentes al marketing mix, aunado a conceptos de alta gerencia inherentes a la ventajas competitivas y la estructura del mercado, sin embargo hay factores claves como la percepción de ciertos mercados sobre el cuidado de medio ambiente. El cuidado por el medio ambiente es percibido en algunos mercado como un valor agregado de alta valía, es factor para la determinación de la compra. La importancia que otorgan los agentes económicos al medio ambiente se encuentra ampliamente comunicado en los portales web de las compañías, hecho que genera una orientación de recursos hacia el diseño de prácticas responsables con el medio ambiente. La perspectiva de nuevas prácticas industriales amparadas en la consigna de preservación del medio ambiente, ha generado campo para la creatividad y diferenciación en la generación de valor por parte de las organizaciones, potenciando así la opción de generación de un nuevo nicho organizacional, percibido por el mercado como organizaciones verdes, lo que implica amigables con el medio ambiente (Montiel & Ceballos, 2014).

Los procesos de innovación son relevantes para que las organizaciones permanezcan en sus mercados. Christensen & Bower (1996) refirieron que una de las claves para permanecer en los mercado es también la innovación, sin embargo la innovación requiere estar vinculada con realidades del mercado, que faculten y potencien su uso. Existen retrocesos y pérdidas significativas cuando la innovación no está vinculada con la realidad del mercado en el que se

desenvuelve la organización. Richter (2013) coincidió con lo que plantearon Christensen & Bower (1996) con respecto a la congruencia de las organizaciones con las tendencias de mercado, para tomar ventaja de la tecnología y de la innovación las empresas deben generar modelos de negocios que sean apreciados y diferenciados. El cuidado por el medio ambiente es una tendencia global, inherente al ser humano por lo que la combinación de tecnología, innovación y responsabilidad ambiental potencian las probabilidades de éxito de un producto o servicio. El ser humano contemporáneo percibe el cuidado del medio ambiente como un rubro fundamental para la humanidad, dado que el descuido histórico que ha existido, ha generado efectos que son fácilmente percibidos, de carácter indiscutible y que por su avance implican un riesgo para la supervivencia de futuras generaciones. Las organizaciones deben de cubrir las expectativas de sus consumidores, por lo que la consideración del medio ambiente en sus procesos es transcendental tanto para el entorno de la sociedad, así como para la vigencia comercial de las organizaciones.

Hart & Dowell (2011) plantearon que existen tres estrategias claves sobre la perspectiva de recursos naturales: (a) Desarrollo sustentable, (b) prevención de la polución, y (c) administración de productos. Las referidas estrategias evolucionaron en dos áreas distintas, tecnologías limpias y la base de piramidal de estrategias. Estrategias planteadas con el enfoque de que un desarrollo sustentable, que no solo se enfoca en un menor daño ambiental sino más bien en gestionar, de forma tal que la producción pueda ser mantenida indefinidamente en el futuro, bajo el supuesto de demanda constante. El enfoque productivo de las organizaciones debe de considerar enfoques de cuidado ambiental, económico y social. Montiel & Ceballos (2014) refirieron 10 dimensiones para evaluar las referidas tres estrategias claves planteadas por Hart & Dowell (2011), desarrollo sustentable, prevención de la polución, y administración de productos. Las 10 dimensiones son: Crecimiento económico, valor de los accionistas, prestigio, reputación corporativa, relaciones con clientes, calidad de productos, prácticas éticas, creación sustentable de trabajo, creación de valor para los accionistas, atención y protección para los desatendidos.

Valente (2012) planteó el concepto de sustancéntrico, lo que implica una orientación proactiva orientada a la sustentabilidad del medio ambiente por parte de las organizaciones. Las empresas requieren la forma de interconectarse social, económica y ecológicamente, en base a acercamientos coordinados para desarrollar las capacidades cognitivas y operacionales de los miembros de una organización. El desarrollo sustentable como eje central del desarrollo de las operaciones en las organizaciones facultará su percepción adecuada por parte del mercado y de las futuras generaciones.

El concepto de sustentabilidad ha sido considerado de la alta relevancia por las organizaciones durante los últimos 25 años. La perspectiva de sustentabilidad se ha esparcido a lo largo del mundo entero, generando inquietudes tanto en las organizaciones como en los académicos. No existe una definición universal de sustentabilidad corporativa, los precursores relacionan el concepto con desarrollo sustentable que implica, a la satisfacción de las necesidades

de las presentes generaciones sin comprometer la disponibilidad de recursos de las próximas generaciones. El primer constructo fue publicado en el año 2005, amparado en prosperidad económica, equidad social e integridad ambiental. La revisión de la literatura faculta la consideración de dos teorías para estudiar la sustentabilidad, la tendencia de teorías institucionales y la tendencia de teoría de los involucrados organizacionales. La teoría de tendencia institucional explica la institucionalización de los procesos por lo que la adopción de prácticas de sustentabilidad ambiental se adscriben a la naturaleza organizacional de las empresas. La teoría que referencia a los involucrados organizacionales, implica que se debe mantener el interés de los accionistas y tomadores de decisiones, ante lo que el perfil de los accionistas y principales funcionarios de la organización orientarían las decisiones con respecto a la sustentabilidad (Montiel & Ceballos, 2014). La incorporación de la perspectiva en entorno medioambiental en el enfoque teórico fue propuesta en 1995 por Hart, en la que se vinculó y estableció la necesidad básica de la relación directa entre ser humano-organización y la naturaleza (Hart S. L., 1995).

Montiel & Ceballos (2014) plantearon que el desarrollo de las investigación sobre sustentabilidad ha implicado la generación de nuevos constructos, que en algunos casos han implicado ambigüedades, empero de que el constructo debe ser tridimensional, perspectiva económica, social y ambiental o bidimensional, social y ambiental. Aunado a la perspectiva bi y tridimensional existen otros autores que refieren al constructo bajo otras perspectivas inherentes a temas sociales y corporativos, sin embargo una alta proporción de investigadores coinciden, con la perspectiva de que el constructo debe considerar perspectivas económicas, sociales y ambientales. El hecho de que existan inquietudes sobre la variabilidad de los constructos es referido como una ventaja por ciertos investigadores, dado que se potencian los enfoques y estudios con el objetivo de establecer criterios convergentes sobre sustentabilidad.

## **2.2 Modelos de Negocios Verdes**

La inclusión del cuidado del medio ambiente en los procesos de las organizaciones contemporáneas, ha generado un nuevo esquema denominado: Modelo de negocio verde. Organizaciones que se desempeñan en base al referido modelo buscan mecanismos para reducir desperdicios, costos e impactos ambientales, mientras crean valor con productos y servicios superiores. Las organizaciones que implementan modelos de negocios verdes redefinen en conjuntos sus procesos inherentes a esquemas de producción, logística, marketing y administración. La explotación de nuevos mercados en base a modelos de negocios verdes, genera una percepción positiva en el mercado, al relacionar la práctica comercial como hecho en el que varios entes obtienen beneficios directos, esto es una relación ganar ganar, con perspectiva de largo plazo, dado que uno de los mayores ganadores bajo modelos de negocios verdes, es el medio ambiente (Haden, Oyler, & Humphreys, 2009).



Los modelos de negocios representan el conjunto de estrategias subyacentes aplicadas por las organizaciones, para poder competir en sus diferentes mercados, bajo la visión de sustentabilidad ambiental. Un modelo de negocio apropiado permite la exploración del mercado y la generación de innovaciones, inherentes a nuevos productos, emprendimientos y conexiones que soportaran las gestiones de la organización, aunado al bajo impacto sobre su ecosistema. Los nuevos modelos de negocios deben tomar ventaja de los mecanismos tecnológicos vigentes, que facultan a las organizaciones, incrementar su posicionamiento ambiental. Los modelos de negocios deben emerger en función de las ventajas de mecanismos nuevos de mercado aunado con el debido cumplimiento de las normativas públicas. Los modelos de negocios están sometidos a ciertas regularidades y tendencias cíclicas de mercado, en los que se experimentan incrementos y declives en las operaciones y penetración de mercado. Es de considerar incluso que el desarrollo industrial a lo largo de la historia se ha concentrado en un sector específico a la vez, del cual emigra a otro más funcional y acorde con las necesidades vigentes. Los modelos de negocios deben ser congruentes con los principios de crecimiento poblacional y de escasez de recursos, la tendencia a reducir los niveles de polución, eliminar los excesivos y dañinos desperdicios-residuos industriales y a luchar por evitar cambios climáticos extremos (Naira & Paulose, 2014).

El crecimiento con un consumo eficiente de recursos implica un punto de quiebre en el desarrollo de modelos de negocios en las organizaciones. Es un esquema necesario para el entorno en el que se desenvuelven los seres humanos, quienes en contrapartida frente a un modelo de negocio eficiente y verde, facultarán y potenciarán el consumo del bien – servicios, responsable con el medio ambiente. La crisis económica mundial ha influenciado en el diseño de modelos de negocios amparados en el uso eficiente de recurso, que implican procesos de maximización que permiten estructurar un producto – bien con el menor uso de recursos, pero manteniendo la vigencia y atractivo del modelo de negocio. La falta de consideración de modelos de negocios verdes por parte de las organizaciones puede implicar problemas comerciales en ciertos mercados, lo que potencialmente derivarán en problemas financieros para la organización, esto ante la falta de reacción del consumidor, debido en proporción relevante a la falta de perspectiva de un modelo de negocio verde inherente al producto – servicio consumido (Naira & Paulose, 2014).

Montiel & Ceballos (2014) expusieron que las estrategias de sustentabilidad aplicadas por la organizaciones corresponden a una tendencia que se ha expandido en los últimos años. La relevancia de la sustentabilidad ambiental organizacional ha sido considerada de alta relevancia para el ser humano contemporáneo, despertando inquietudes en diversos campos tales como el académico y el industrial. La relevancia referida por la sociedad moderna, al ecosistema se ampara en la preocupación por las fuentes de vida, la seguridad alimentaria, y los principios de economía sustentable. Los nuevos modelos de negocios deben emerger para tomar aprovechar las oportunidades de los mercados, los cuales están amparados en cambios tecnológicos y perspectivas de cuidado del medio ambiente. El marco para la evolución de los modelos de



negocios verdes implica la consideración de tecnología, operaciones, infraestructura y esquemas adicionales orientados a la sustentabilidad ambiental.

Brandenburg, Govidan, Sarkis, & Seuring (2013) refirieron que la integración del medio ambiente, aspectos sociales y consideraciones económicas han generado un concepto denominado la línea base triple, implicando dimensiones de la sustentabilidad organizacional. Las organizaciones han redefinido el concepto de administración de operaciones en función de la perspectiva de cadena abastecimiento, tradicionalmente referida como física, financiera sobre la que se añade valor para la materialización de perspectivas comerciales y operativas. Las perspectivas actuales consideran la incorporación de objetivos ambientales y sociales dentro la concepción de cadena de abastecimiento. Existe una marcada tendencia en las organizaciones por identificar productos verdes, amigables con el medio ambiente, y procesos que faculden su generación, bajo el concepto de integrar las necesidades del planeta y de las personas. Los procesos productivos responsables con el medio ambiente deben de generar una nueva perspectiva en el manejo de recursos acuíferos, desechos sólidos, y calidad del aire. El planteamiento de esquemas que generen un bajo impacto en el ambiente es menester de las organizaciones modernas, ante lo que las perspectivas de logística inversa, y administración del desperdicio tienden a ser factores relevantes en la administración de organizaciones modernas. La perspectiva de cuidado ambiental no es una tarea unipersonal, implica las acciones mancomunadas del Estado, empresarios y mercado en general,

La perspectiva de actividades categorizadas como *verdes*, amigables con el medio ambiente, gana terreno, no solo a nivel de productos sino también a nivel de procesos. La expansión de la perspectiva verde es parte del ambiente competitivo en el que se desempeñan las organizaciones, en función de perspectivas de generación de trabajo sustentable y de generación de valor agregado. La logística verde es una actividad que está ganando interés a nivel global, incluso es un concepto que comenzó a estudiarse en los 90's, en función de su relevancia social y económica, Los consumidores y el mercado forma un papel fundamental en el impulso que esta tendencia (Beskea et al. 2014) Un ejemplo del impacto ambiental sobre el perfil de las organizaciones y sus productos corresponde a la industria de alimentos, la que ha enfrentado tendencias ambientales importantes, que han generado diversificación de la oferta y generación de nuevos nichos, tal como el de alimentos orgánicos. La industria de alimentos corresponde a la cobertura de una de las necesidades básicas de la humanidad, por lo que la incorporación de perspectivas de sostenibilidad ambiental son importantes para minimizar el efecto de la huella ambiental y al ser el alimento una necesidad básica, revelan la importancia impregnada en el ser humano contemporáneo de ciertos mercados.

Las políticas públicas de control ambiental y las presiones de los consumidores potenciaron han motivado a varias compañías a re-estructurar su cadena de abastecimiento y efectuar inversiones y cambios en sus procesos logísticos. En periodos pasados previos a la perspectiva de logística verde, las organizaciones evidenciaban ciertas buenas prácticas

ambientales, que sin embargo estaban dispersas en sus procesos, diseños, operaciones, mercadeo y administración de desperdicios. Sin embargo las tendencias actuales proponen la integración de buenas prácticas ambientales, que implican una adecuada sustentabilidad, circunstancia que empero de incrementar la complejidad la cadena operativa genera una evaluación del equilibrio entre los intereses económicos y ecológicos (Wu & Dunn, 1995).

La logística inversa implica evaluar y desarrollar procesos para que las organizaciones generen efectos positivos en el medio ambiente en función de ciertos cambios en sus procesos logísticos (Ubeda, Arcelus, & J.Faulin, 2011). Wu & Dunn (1995) plantearon que los asuntos ambientales pueden impactar en numerosas decisiones logísticas, tales como la ubicación, las fuentes de materias primas, planeación de transportes. Las decisiones de logística verde son estratégicas, de alta relevancia para las organizaciones y aporte al sustento de generaciones futuras. Beskea, Landb, & Seuring (2014) plantearon que las tendencias globales han generado efectos importantes en las organizaciones, las que se han adaptado a las necesidades de sus diversos mercados, aunado a las exigencias que afrontan por el grado de conocimiento de su clientes, quien en un proporción relevante plantean la necesidad de incluir consideraciones sobre la sostenibilidad del medio ambiente. Los consumidores se vuelven cada vez más involucrados con los productos que consumen, considerando diversos aspectos tales como su origen, inputs del proceso productivo, el cumplimiento de normas laborales, y con un impacto significativo la huella ambiental.

### 3. CONCLUSIONES

La sostenibilidad ambiental debe ser promovida por las fuerzas del mercado, oferta y demanda. El cuidado por el medio ambiente es un proceso necesario para el flujo circular de la economía y de la vida, es un tema que trasciende las barreras de lo económico y que se vuelve vital para las actuales generaciones y en mayor proporción para las futuras. El crecimiento de la población mundial, la globalización, el consumismo y el egoísmo han generado cambios titánicos en el medio ambiente, en algunos casos irreparables. Sin embargo aún se pueden realizar esfuerzos para que en el mercado se produzca una oferta responsable por el medio ambiente y para que la demanda exija el cuidado de la naturaleza a la organización de la que adquiere bienes y servicios.

### 4. BIBLIOGRAFÍA

Beskea, P., Landb, A., & Seuring, S. (2014). Sustainable supply chain management practices and dynamic capabilities in the food industry: A critical analysis of the literature[Administración de la cadena de valor en la industria de alimentos : Un análisis crítico de la literatura]. *Int. J Production Economics*, 152, 131-143.

- Brandenburg, M., Govidan, K., Sarkis, J., & Seuring, S. (2013). Quantitative Model for Sustainable Supply Chain Management: Developments and Directions. *European Journal of Operational Research*, 233, 299-312.
- Christensen, C. M., & Bower, J. L. (1996). Customer Power , Strategic Investment, and the Failure of Leading Firms [ Poder del cliente, Estrategias de Inversión y las Fallas de las Empresas Líderes]. *Strategic Management Journal*, 197-218.
- Haden, S. S., Oyler, J. D., & Humphreys, J. H. (2009). Historical, Practical, and Theoretical Perspectives on Green Management: An Exploratory Analysis[ Perspectiva Histórica, Práctica y Teórica de la Administración Verde: Análisis Exploratorio]. *Journal of Management History*, 47(7), 1041-1055.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm [ Un Enfoque Organizacional de los Recursos Naturales]. *Academy of Management*, 986-1014.
- Hart, S., & Dowell, G. (2011). A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after [ Enfoque Organizacional de Recursos Naturales: Quince Años Después]. *Journal of Management*, 37, 1464-1479.
- Johnson, M., & Suskewicz, J. (2009). *INNOSIGHT*. Obtenido de <http://www.innosight.com/innovation-resources/how-to-jump-start-the-clean-tech-economy.cfm>
- Montiel, I., & Ceballos, J. D. (2014). Defining and Measuring Corporate Sustainability: Are We There Yet? [ Definición y Medida de la Sustentabilidad Corporativa: ¿Está Definida? *Organizational & Environment*, 27(2), 113-139.
- Naira, S., & Paulose, H. (2014). Emergence of Green Business Models: The Case of Algae Biofuel for Aviation [ Emersión de los Modelos de Negocios Verdes: El Caso del Biodiesel a Base de algas para la Aviación]. *Energy policy*, 65, 175-184.
- Richter, M. (2013). Business Model Innovation for Sustainable Energy: German Utilities and Renewable Energy [Innovación en los Modelos de Negocios para la Energía Sustentable]. *Policy Energy*, 62, 1226-1237.
- Ubeda, S., Arcelus, F., & J.Faulin. (2011). Green Logistic at Eroski: A Case Study [ Logística Verde en Eroski: Caso de Estudio]. *Int. J. Production Economics*, 131, 44-51.
- Valente, M. (2012). Theorizing Firm Adoption of Sustaincentrism [ Teoría de la Adopción Organizacional del Sustancentrismo. *Organizational Studies*, 563-591.
- Wu, H., & Dunn, S. (1995). Environmental Responsible Logistic System [ Sistema de Responsabilidad Logística Ambiental]. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 1509-1525.