

La estrategia empresarial y el medio ambiente.

Ana Gessa Perera

En este trabajo analizamos la necesidad de incorporar a la estrategia empresarial los nuevos valores sociales emergentes (centrándonos en el medio ambiente), debido a los cambios experimentados en el entorno, general y particular, de la empresa durante los últimos tiempos. En él recogemos la consecuencias (oportunidades y peligros) de la adaptación medioambiental de la industria, derivada del compromiso de ésta, junto con los demás agentes sociales implicados y responsables del desarrollo industrial, crecimiento económico e innovación tecnológica, con su entorno, considerando la variable medioambiental como un factor susceptible de introducir mejoras en la actividad industrial permitiendo alcanzar una ventaja competitiva, que asegure la continuidad de la misma.

Palabras clave: Estrategia empresarial, medio ambiente y ventaja competitiva.

In this work we analyze the necessity to incorporate in the managerial strategy the new emergent social values (centering us in the environment), due to the changes experienced in the environment, general and particular, of the company in the last times. Also we pick up the consequences (opportunities and dangers) of the environmental adaptation of the industry derived of the commitment of this, together with the other implied social agents and responsible for the industrial development, economic growth and technological innovation, with their environment, considering the environmental variable as a susceptible factor of introducing improvements in the industrial activity, allowing to reach a competitive advantage that assures the continuity of the same one.

Key words: Managerial strategy, environment and competitive advantage.