

658848056



Finca Fuente Teresa
10493 Robledillo de la
Vera
CACERES
redcalea@redcalea.org
www.redcalea.org

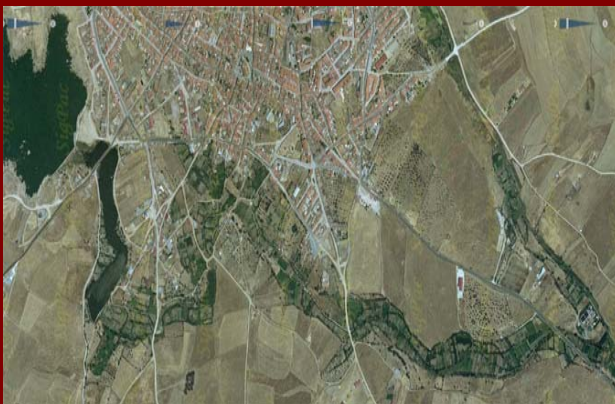


Promotor:
RED CALEA, S.L.

Finca Fuente Teresa
10493 Robledillo de la Vera
CACERES



MANUAL DE SOSTENIBILIDAD: RED CALEA, Ltd.



INDICE	
	PAG
1. INTRODUCCION	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL	1
2. RED CALEA, SL: PERFIL ACTUAL DEL NEGOCIO	2
2.1. VALORES DE LA EMPRESA	2
2.1.1. COMO TRABAJAMOS	3
2.2. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA	4
2.2.1. AREA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS ECOLOGICOS	4
2.2.2. AREA DE FORMACION, ASESORAMIENTO & INGENIERIA	5
2.2.3. AREA DE COOPERACION INTERNACIONAL	6
2.2.4. AREA DE INNOVACION, DESARROLLO Y IMAGINACION	7
3. MANUAL DE SOSTENIBILIDAD DE RED CALEA	8
3.1. MODELO DE LOS 'SIX E'S'	8
4. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO & SUPERVISION	11
5. ANEXOS	17
5.1. FUENTES DE INFORMACION	17

1. INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Red Calea es una empresa fundada en un serie de valores. Estos valores, como la defensa del medio ambiente, comercio justo, tratamiento justo de todas las personas y ética en los negocios, formaron la base de la empresa en el momento de su creación.

Apoyamos la definición de sostenibilidad desarrollada por parte de la Comisión de Brundtland y 'Caring for the Earth': *'Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades'*. Además, reconocemos que el desarrollo sostenible es un proceso en lugar de resultado concreto y creamos este documento con el fin de ayudarnos en la transición a la sostenibilidad. Invitamos a la comunidad rural en que trabajamos de participar en nuestra labor y transición a través de este documento.

1.2. OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL

Este documento establece un manual o serie de políticas que la empresa Red Calea se compromete seguir para acercar en tanto sea posible el reto de la sostenibilidad. No se debe tomar como una obra final, más bien busca detallar y definir los procedimientos que la empresa va a seguir para introducir el concepto de la sostenibilidad en sus operaciones. En su concepción, el manual se plantea ser una oportunidad para la participación, requiriendo un constante intercambio de ideas, experiencias y filosofías con las comunidades en que opera la empresa. Para ser más preciso, este documento pretende:

- Crear y establecer normas u objetivos para guiar a la empresa en su transición a un futuro y modelo más sostenible.

- Ayudar a la empresa a tomar decisiones e incrementar la transparencia en la misma.
- Dar la oportunidad a todos los implicados o afectados por la empresa en sus tareas diarias de participar y opinar sobre la papel y los funcionamiento de la empresa
- Estimular debate en los colectivos en los que opera la empresa sobre como definir e introducir la sostenibilidad en el ámbito empresarial.

2. RED CALEA, SL: PERFIL ACTUAL DEL NEGOCIO

2.1. VALORES DE LA EMPRESA

Red Calea es una agrupación profesional, motivada y comprometida con los valores inherentes a la agroecología. Nuestro objetivo es ampliar y consolidar el papel de la agroecología en el medio rural, como herramienta para lograr un verdadero desarrollo sostenible, desde una perspectiva local y bajo los criterios del ecologismo social.

Por otro lado, la Red Calea parte del reconocimiento de una crisis ambiental y socioeconómica globalizada, por lo cual nuestra intervención se dirige a satisfacer demandas particulares y además a impulsar el desarrollo de una serie de redes de colaboración que configuren un tejido entre sectores interrelacionados que permitan el desarrollo de economías locales fuertes y sostenibles.

Somos un equipo de personas que, desde el norte de Extremadura, trabajamos con administraciones públicas, empresas y entidades sociales, a través de las redes colaboración que creamos con personas que comparten nuestros valores e ideas de proyecto.

La Red Calea va a favor de las tendencias que marcan la coyuntura actual: cuidado del medio ambiente, apuesta por la economía social basada en unas relaciones comerciales justas y la garantía de la calidad de sus servicios. Todos



nuestros servicios ofrecen soluciones para la mejora y conservación del medio ambiente y apuestan por el compromiso social.

Valoramos:

- Precios e intercambios justos para todos involucrados en la cadena de producción agroalimentaria.
- La innovación como herramienta y apoyo al desarrollo sostenible
- Creación de redes sociales y económicos en el medio rural
- Producción que respeta y responde a las necesidades del medio ambiente
- La puesta en marcha de nuestros valores que están repensados en el decálogo

2.1.1. COMO TRABAJAMOS

Desde la perspectiva agroecológica, ofrecemos un servicio de calidad en el sentido más amplio, que abarca la profesionalidad, las relaciones humanas solidarias y el intercambio económico justo, en un contexto respetuoso con el medio, contribuyendo al desarrollo rural con formulas sostenibles concretas.

Es un referente de una manera diferente de hacer las cosas teniendo en cuenta que el liderazgo no es una posición, sino una acción continua que conlleva a una mejora permanente.

Se constituye para garantizar la calidad laboral de quienes integran Red Calea. Nuestro capital más importante es el humano.

Nuestra estrategia de trabajo se basa en el apoyo mutuo para el crecimiento en red.

Desarrollamos investigación en los campos, donde hay carencias, y le damos divulgación y aplicación (investigación, divulgación y aplicación).

Revisamos las metodologías utilizadas en los diversos campos en los que trabajamos, para desarrollarlas bajo criterios agroecológicos y participativos (enfoque inconformista).

Impulsamos la creación de redes locales alternativas y específicas, con el objetivo de contribuir al desarrollo rural agroecológico, participando activamente en foros de ecología social (enfoque de red y nuevas formas de relación).

Intercambiamos servicios por productos agrarios, dentro de nuestra red de colaboradores (profesionales especializados), productores agroecológicos y consumidores responsables.



2.2. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

La empresa está compuesta por cuatro áreas de trabajo. Cada una es semi-independiente con su propio responsable, objetivos y necesidades. Sin embargo, el intercambio entre las áreas es común y la empresa es percibida como un trabajo en equipo, con miembros trabajando y ayudándose los unos a los otros cuando surge la necesidad.

2.2.1. AREA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS ECOLOGICOS

Esta área se centra principalmente en la producción de hortalizas ecológicas y pequeñas cantidades de aceite de oliva ecológico. La venta de estos productos se realiza a través de una página web, (www.larecolecta.com), siguiendo el formato



de venta directa a particulares de "cestas de hortalizas" que consisten en cajas que contienen entre 7 a 10 kgs de hortalizas de temporada recién cosechadas. Otro de los sistemas que Red Calea utiliza para la comercialización de la producción ecológica es la venta a grupos de consumo, que se contribuye a crear en la región, así como a pequeños distribuidores. En coherencia con nuestros principios ecológicos todos los productos del área se comercializan en un radio geográfico de 500 kms, incluyendo las regiones de Madrid, Cáceres, Badajoz, Salamanca y algunas zonas de Portugal. La temporalidad de los productos depende mucho en su ciclo natural, con un incremento notable en el verano cuando muchas de las hortalizas maduran, aunque en teoría la finca debe estar produciendo todo el año.

El objetivo fundamental es el de contribuir al desarrollo del consumo en la región de los alimentos ecológicos.

2.2.2. AREA DE FORMACION, ASESORAMIENTO & INGENIERIA

Desde Red Calea apoyamos a agricultores en su transición a la Agricultura Ecológica, en un itinerario que abarca la impartición de cursos de sensibilización, capacitación técnica y asesoramiento personalizado.

Realizamos el diseño y la formulación de proyectos para la creación de industrias de transformación agroecológica.

Ofrecemos los siguientes servicios:



2.2.3. AREA DE COOPERACION INTERNACIONAL

En el Área de Cooperación Internacional, desarrollamos y colaboramos en proyectos agroecológicos con contrapartes locales en Europa, América Latina o África.

Colaboramos con ONGDs, organizaciones, asociaciones y administraciones locales para continuar apoyando el desarrollo de la agroecología en el ámbito global.

Ofrecemos los siguientes servicios innovadores:

- **Formación en agroecología presencial y a distancia a cooperantes.**

Contamos con una extensa experiencia formativa en varios países del mundo, como España, Guatemala, Panamá, Portugal y Australia. Conocemos los retos a los que deben enfrentarse los productores hoy en día y les proporcionamos herramientas de utilidad comprobada que les permitan hacer de la agroecología una realidad.

- **Estudios locales y comarcales sobre el potencial agroecológico.** Antes de empezar cualquier proyecto relacionado con la agroecología, hay que conocer

las condiciones y recursos de la zona. Disponemos de un equipo bien formado que sabe adaptarse a las demandas de los clientes y que trabaja para lograr los objetivos deseados.

- **Formulación y evaluación de programas de desarrollo.** Trabajamos con ONGDs y administraciones para elaborar y evaluar proyectos relacionados con la agricultura y los recursos naturales. Así, aseguramos que los fondos invertidos y los esfuerzos realizados por parte de las organizaciones y administraciones generan beneficios perdurables para las contrapartes locales.

- **Asesoramiento técnico en agroecología presencial y a distancia.** La gestión adecuada de los recursos agrícolas y naturales es un reto para el futuro. Nosotros contamos con un equipo de personas que colaboran con las contrapartes locales para combinar el saber agrícola tradicional acumulado con los más recientes conocimientos agronómicos para elaborar estrategias agroecológicas.

- **Acciones de sensibilización.** Desde Red Calea, sabemos que muchos proyectos de Cooperación fracasan al no tener en cuenta a los intereses y sabiduría de la población local. Mediante acciones de sensibilización, es posible asegurar el apoyo local e incrementar las posibilidades de éxito del proyecto para todos los agentes involucrados.

- **Ingeniería de proyectos.** Realizamos proyectos de ingeniería para la creación de industrias de transformación agroecológica. Nos avala nuestra amplia experiencia en el sector.

2.2.4. AREA DE INNOVACION, DESARROLLO & IMAGINACION

Se utiliza para conectar las otras áreas de la empresa a través de intercambio de información, conferencias de video, bases de datos, agendas de eventos colgados

en la red, etc. Se imagina como la sangre que fluye o une los otros áreas, o 'órganos', de la empresa. Se gestiona y mantiene a través de un esfuerzo del equipo.

Para entender mejor la estructura de Red Calea, se adjunta un organigrama de la empresa (Figura 1).



Figura 1. Estructura de Red Calea

3. MANUAL DE SOSTENIBILIDAD PARA RED CALEA, SL

3.1. MODELO DE LOS 6 'Es' PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El modelo en que se basa el manual de sostenibilidad de Red Calea está detallado por Welford (1997). Este modelo fue desarrollado específicamente para empresas en que ya existen esfuerzos para introducir el concepto de la sostenibilidad. En otras palabras, intenta ir más allá que el simple modelo de una política 'medio ambiente' de virtud a introducir seis componentes claves de la sostenibilidad: medio ambiente (environment), empoderamiento (empowerment), equidad



(equity), educación (education), economía (economy) y ética (ethics). Como todos empiezan con 'e' en inglés, se conoce como el modelo de los seis 'Es'.

Las Empresas que adoptan este modelo establecen políticas, objetivos y agendas para incorporar los seis componentes en su negocio. Los Informes deben ser transparentes, disponibles al público y detallar progreso, una mejora continua y las áreas donde la empresa identifica retrasos.

Una explicación breve de cada componente se adjunta abajo.

3.1.1. MEDIO AMBIENTE (ENVIRONMENT)

El componente de medio ambiente no se diferencia de los programas y protocolos que se están adoptando en este momento. Depende en gran parte que la empresa utilice cada vez más recursos renovables, evaluación del ciclo de vida de todos sus productos, auditoría medio ambiental y estudios del impacto ambiental que resultan de las operaciones de la empresa. Los Objetivos y propósitos deben ser claros y la empresa tiene que enseñar como está cumpliendo con sus promesas.

3.1.2. EMPODERAMIENTO (EMPOWERMENT)

El empoderamiento se base en hacer a todo el mundo parte del proceso, dándoles una voz en el funcionamiento de la empresa y permitiendo a los empleados más capacidad de tomar decisiones a todos los niveles de la empresa. Los Empleados participan en los ganancias, tienen la oportunidad de poseer parte de la empresa y están motivados de expresar sus opiniones sin miedo de repercusiones. Por supuesto, los avances de los años atrás, como los derechos de los trabajadores, principio de no-discriminación e igualdad en el empleo, constituyen parte de las empresas sostenibles.

3.1.3. ECONOMIA (ECONOMY)

El componente de economía depende en gran medida en cada área de negocio, estableciendo sus necesidades para la rentabilidad de cada una de ellas. La creación de empleo e inversión en capital humano se considerada la mejor forma de gastar o reinvertir beneficios. Las empresas deben poner empeño en producir productos de calidad y ser capaces de demostrar que sus ganancias han sido a través de prácticas éticas.

3.1.4. ETICA (ETHICS)

La ética en los negocios son controvertidas, muchas empresas creen que mientras segan la ley, son éticas. Sin embargo, las leyes dependen en parte en que país se encuentra uno y las leyes no siempre reaccionan con la misma rapidez que la sociedad. Por esto y muchas más razones, las empresas deben transferir sus valores en códigos de conducta y normas que son publicados y fácilmente accesibles para el público.

3.1.5. EQUIDAD (EQUITY)

Las empresas deberían ser responsables y estar sensibilizadas con temas de equidad, tanto dentro como fuera de su organización. Comercio justo, revisión de las prácticas de proveedores, estudios sobre los ciclos de la vida de los productos e intercambio libre de información, tecnología y provisión de cooperación al desarrollo son todas herramientas de las empresas sostenibles.

3.1.6. EDUCACION (EDUCATION)

La educación es clave para cualquier empresa sostenible, son necesarias empresas con iniciativa en educar a sus clientes y empleados en temas sociales y ambientales a través de campañas de sensibilización y cursos para empleados.

4. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO & SUPERVISION

TABLA 1. OBJETIVOS, SEGUIMIENTO & SUPERVISION

MEDIO AMBIENTE (1)			
OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES DERIVERADAS
Producir hortalizas y aceites sin utilizar químicos perjudiciales para el medio ambiente	Productos Petroquímicos no son utilizados ni permitidos en la finca	No se encuentran productos petroquímicos en la finca / hay una biodiversidad vibrante en toda la finca	Seguir con normas establecidas bajo la producción ecológico
Reducir emisiones de CO2 en la finca	Uso de maquinaria pesada es reducido al mínimo	Horas de trabajo de la maquinaria pesada	Utilizar cuando posible herramientas de mano (azadas, palas, azada de rueda) o maquinaria ligera (motocultor)
Reducir gastos de agua	Minimizar uso de agua en la finca	Litros de agua utilizado	Mantener sistema de riego de goteo
Compensar las emisiones de CO2	Compensar emisiones a través de secuestro de carbono	Uso de cálculos de huella ecológica y grado de secuestro natural estimado por la vegetación y suelos de la finca	Mantener áreas sin cultivar para servir como zonas de secuestro de carbono según los emisiones de la empresa

MEDIO AMBIENTE (2)

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES DERIVERADAS
Reducir las emisiones emitidas en los viajes de los trabajadores	Minimizar los viajes	Kilometraje de la empresa al año	Utilizar tecnología o alternativas al coche donde y cuando es posible (Conferencias de video por Internet, días de trabajo desde casa, utilización de transporte público)
Consumo de luz en la oficina	Minimizar gasto de papel a través de almacenamiento electrónico, reutilización de papel, compra de papel 100% reciclado, uso de bombillas de bajo consumo y reciclarje adecuado de residuos	Cantidad de papel comprado al año, kilowatios de luz gastados al año	Cambiar bombillas normales por las de bajo consumo, crear lista de consumo de luz para todos los aparatos electrónicos de la oficina, poner cubos de reciclaje en todos los lugares del trabajo
Comprensión total de los impactos de las operaciones de la empresa en el medio ambiental	Reducción continua de impactos negativos generado por las operaciones de la empresa	Cálculos de huella ecológica, estudio del impacto ambiental en la finca	Calcular la huella ecológica anual, un estudio de impacto ambiental en la finca cada dos años

EMPODERAMIENTO (1)

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES
<p>Proporcionar a los agricultores un alternativa viable a la agricultura convencional</p>	<p>Ser un portavoz para la agricultura ecológica en la región, apoyar la venta directa como herramienta de desarrollo rural, permitir a otros agricultores estudiar nuestro modelo para adaptarlo a sus necesidades</p>	<p>Numero de granjas convertidas a ecológico al año, interacción y reacción a los eventos y comunicaciones de la empresa, invitaciones por parte de agricultores para saber mas sobre nuestro modelo</p>	<p>Campaña de marketing, uso del área I+D+I para captar opiniones, invitar la gente estudiar nuestra forma de vender los productos que producimos, publicar un manual 'Cómo crear un sistema de venta directa para tu explotación agropecuaria'</p>
<p>Involucrar las comunidades locales en las decisiones de la empresa</p>	<p>Incrementar la participación de la comunidad en la funcionamiento de la empresa</p>	<p>Nivel de interacción entre la comunidad y la empresa, cantidad de material disponible al publico sobre el funcionamiento de la empresa</p>	<p>Publicar manual de sostenibilidad en la pagina web, acercar la comunidad sobre sus opiniones del medio rural y el papel de Red Calea como empresa, crear un sistema en que el publico puede opinar sobre la empresa y el papel de la agricultura ecológica</p>
<p>Involucrar a los empleados en los decisiones de la empresa</p>	<p>Los empleados de Red Calea tienen derecho de expresar sus opiniones sobre la empresa y su operaciones sin miedo de represalias</p>	<p>Numero de opiniones registradas</p>	<p>Creación de un sistema en red para que la gente pueda expresar sus opiniones</p>

EMPODERAMIENTO (2)

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES
<p>Empoderamiento de comunidades en países en desarrollo</p>	<p>Realizar programas de cooperación al desarrollo que estimulen el emproderamiento en países de desarrollo, realizar campañas de sensibilización sobre el comercio justo en la región</p>	<p>Numero de programas de cooperación al desarrollo con que cuenta la empresa, actos de sensibilización sobre el comercio justo realizado cada año</p>	<p>Buscar o crear proyectos de cooperación al desarrollo que promuevan el empoderamiento en comunidades indígenas, utilizar las redes y estructuras de la empresa para promocionar el comercio justo</p>

ECONOMICAS

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES
Incrementar beneficios	Mantener solvencia de la empresa, mantener calidad de servicios	Balance de cuenta positiva, incremento en numero de clientes y servicios ofrecidos	Campaña de marketing, búsqueda de nuevos fuentes de financiación, obtener certificado de calidad
Incrementar numero de clientes sensibilizados con nuestro labor	Desarrollar imagen 'verde' de la empresa	Reconocimiento de Red Calea con una empresa con valores sociales y ambientales	Campañas de 'Green marketing'
Mantener o incrementar calidad de los productos y servicios	Utilizar la investigación y innovación para desarrollar productos de alta calidad	Numero de ventas, opiniones de los consumidores	Utilización de plantas autóctonas para asegurar sabor, calidad y biodiversidad agraria, colaboración en iniciativas de investigación agraria
Obtener un certificado de calidad por la empresa	Obtener al menos un tipo de certificación de calidad	Numero de certificados de calidad obtenidos	Estudiar requisitos de sistemas de calidad y presentar aplicaciones
Determinar tamaño optimo para la empresa	Mantener la empresa en su tamaño optimo	Intercambio de opiniones con el publico, clientes y empleados sobre el papel de la empresa y su necesidades financieras, obtener opiniones de las empresas trabajando con estas temas	Conseguir opiniones sobre la empresa, estudiar otras empresas parecidas, emplear empresa consultora para estudiar la tema y ofrecer unopinión objetivo

ETICAS

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES
Promover la transparencia de la empresa	Entrega de información no sensible de la empresa al público	Cantidad de información sobre la empresa disponible al público	Creación de dossiers, manuales y normativas, colgarlos de documentación en la página web,
Hacer los principios de no-discriminación e igualdad en el empleo una realidad	No Discriminación por edad, raza, sexo, religión, peso.	Composición de la empresa	Crear un documento establecido los normas de contratación
Utilización de un marketing objetivo de los productos	No se permite 'sobre-vender' los productos	Revisión de las afirmaciones de la empresa sobre su productos por gente ajena de la empresa	Permitir observadores opinar sobre los productos y los servicios ofrecidos por la empresa
Derechos animales	Red Calea por ningún razón hará negocios con empresas que somete animales a prácticas crueles	Debate interno sobre que constituye 'prácticas crueles' y publicación de un informe	Revisión anual de las prácticas de los proveedores y clientes

EQUIDAD

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES
Hacer los principios de no-discriminación e igualdad en el empleo una realidad	No Discriminación por edad, raza, sexo, religión, peso.	Composición de la empresa	Crear un documento estableciendo las normas de contratación
Promoción de equidad en países en vías de desarrollo	Realizar programas de cooperación al desarrollo que estimulan la equidad en países de desarrollo, realizar campañas de sensibilización sobre el comercio justo en la región	Numero de programas de cooperación al desarrollo con que cuenta la empresa, actos de sensibilización sobre el comercio justo realizado cada año	Buscar o crear proyectos de cooperación al desarrollo que promueven la equidad en comunidades indígenas, utilizar las redes y estructuras de la empresa para promocionar el comercio justo
Establecer equidad en la empresa	No hay grandes diferencias entre los salarios	Cantidad de diferencia entre el puesto mas alto y los demás empleados	Elaborar documento estableciendo rango de salarios y entrega a los empleados

EDUCACION

OBJETIVOS	NORMAS U OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES
Promoción de educación en el trabajo	Fomentar la educación continua en la empresa a través de programas y beneficios	Numero de empleados apuntados a cursos	Uso del area de I+D+I para informar a los empleados de cursos y otras oportunidades educativas
Promoción de educación en el medio rural	Realizar programas de cooperación al desarrollo en los que se trata de educación en países de desarrollo, realizar campañas de sensibilización sobre agroecología en la región	Numero de programas de cooperación al desarrollo con que cuenta la empresa, actos de sensibilización sobre agroecología cada año	Buscar o crear proyectos de cooperación al desarrollo que promueven la educación en comunidades indígenas, utilizar las redes y estructuras de la empresa para divulgar información sobre la agroecología
Promoción de educación en países en vías de desarrollo	Ofrecer cursos para aquellos en el medio rural	Numero de cursos impartidos al año	Campañas de marketing
Promoción de educación medioambiental y agrícola para jóvenes	Ofrecer cursos o campañas de sensibilización dirigida a los jóvenes	Numero de cursos impartidos al año	Campañas de marketing

5. APPENDICE

5.1. FUENTES DE INFORMACION

- Adams, W 2001, 'Counter currents in sustainable development', ch. 6 in *Green development*, Routledge, London, pp. 139-174.
- Ayres, E 2004, 'The hidden shame of the global industrial economy', *World Watch Magazine*, January-February, pp. 20-29.
- Barbier EB 1987, 'The concept of sustainable development', ch. 7 in *Environmental Conservation*, vol. 14, no. 2, pp. 101-110.
- Beckerman, W n.d., 'Sustainable development: is it a useful concept?', ch. 11 in *The economics of sustainability*, pp. 161-178.
- Daly, H 1990, 'Toward some operational principles of sustainable development', ch. 8 in *Ecological Economics*, vol. 2, pp. 1-6.
- Davis, T n.d., 'What is Sustainable Development', in *Sustainable Development*, the Sustainable Development Institute, viewed 8 September 2008, <http://www.menominee.edu/sdi/whatis.htm>
- Dicken, P 2003, 'A new geo-economy: something is happening out there—but what is it?', ch. 2 in *Global shift: reshaping the global economic map in the 21st century*, Sage Publications, London, pp. 7-31.
- Domingo, A 2008, 'Los 7 estrategias triunfadoras del siglo XXI', en *Crear un Plan de Marketing*, Centro de Empresas y Profesionales de Microsoft, 16 julio de 2008, http://www.microsoft.com/spain/empresas/marketing/7estrategias_ganadoras.aspx
- Dovers, SR & Handmer, JW 1993, 'Contradictions in sustainability', in *Environmental Conservation*, 20(3), pp. 217-222.
- Dunphy, D & Benveniste, J 2000, 'An introduction to the sustainable corporation', ch. 1 in *Sustainability: the corporate challenge of the 21st century*, Allen & Unwin, Crow Nest.

- Friedman, M 1970, 'The social responsibility of business is to increase its profits', ch. 16 in *New York Times Magazine*, September 13, 1970, pp. 217-223.
- Hardin, G 1995, 'The tragedy of the commons', ch. 3 in *Green planet blues: environmental politics from Stockholm to Rio*, eds K Conca, M Albery and G Dabelko, Westview Press, pp. 38-45.
- Hawken, P 1993, 'A teasing irony', ch. 1 in *The ecology of commerce*, Harper Collins, New York, pp. 1-17.
- International Forum on Globalisation (IFG) 2002, 'Introduction', *Alternatives to economic globalisation: a better world is possible*, Berrett-Koehler Publishers, pp. 1-16.
- Lele, SM 1995, 'Sustainable development: a critical review', ch. 24 in *Green Planet Blues: Environmental Politics from Stockholm to Rio*, eds K Conca, M Albery and G Dalbelko, Westview Press, pp. 227-238.
- Mather, AS & Chapman, K 1995, 'Transition to sustainability', ch. 12 in *Environmental resources*, Longman Scientific and Technical, New York, pp. 245-254.
- McDonough, W & Braunhart, M 2002, *Cradle to Cradle: changing the way we make things*, North Point Press, New York.
- Mercer, D 1991, *A Question of Balance*, The Federation Press, Leichhardt, NSW.
- Mol, A 2001, 'Beyond Seattle', ch. 1 in *Globalisation and environmental reform*, Cambridge, MIT Press, pp. 1-15.
- Mollison, B 1988, *Permaculture: A Designer's Manual*, 2nd edn, Tagari Publications, Tasmania, Australia.
- OECD 2002, 'Executive summary', in *Working together towards sustainable development: the OECD experience*, OECD, Paris, pp. 7-11.
- Pearson, C 2000, 'Perspectives on sustainable development', ch. 16 in *Economics and the global environment*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 463-484.
- Schaltegger, S, Burritt, R & Petersen, H 2003, *An introduction to corporate*

environmental management: striving for sustainability, Greenleaf Publishing, Aizlewood's Mills.

Steinglass, M 2004, 'No man's lands', *Boston Globe*, boston.com news, viewed 11 September 2008,
http://www.boston.com/news/globe/ideas/articles/2004/03/28/no_mans_land/

Stigson, B 2000, 'As governments retreat from their wide-ranging role, the private sector must step into the breach', in *Sustainable development and business*, OECD Observer, viewed 11 September 2008,
<http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/334>

Welford, R 1997, 'Models of sustainable development for business', in *Hijacking environmentalism: corporate responses to sustainable development*, Earthscan, London.

Zadek, S 2001, 'Sustainability as the art of the possible', ch. 10 in *The civil corporation: the new economy of corporate citizenship*, Earthscan, London, pp. 122-135.