

**ANÁLISIS CRÍTICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOBRE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL**

**Maria Victoria Uribe Bohorquez**

**Administración de Empresas  
Pontificia Universidad Javeriana  
Bogotá D.C.  
2012**

## Contenido

Planteamiento del trabajo.....	12
Problema y justificación.....	12
Objetivos .....	15
General: .....	15
Específicos .....	15
Revisión del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Diferentes Acepciones .....	16
Metodología .....	16
Diferentes acepciones en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	18
Paradigma ético .....	18
Construcción social.....	18
Respuesta al impacto empresarial.....	18
Visión de negocios.....	19
Lucro.....	19
Información Social.....	26
Evolución de los informes Sociales .....	30
Sistemas de gestión y/o de informes existentes .....	35
Global Reporting Initiative (GRI) .....	36
International Organization for Standardization (ISO) .....	42
Pacto Global .....	49
Reporte Integrado .....	53
Ethos .....	58
Forética .....	64
Perspectiva Crítica de la información social actual .....	66
Revisión categorías – Tipo de información.....	66
Crítica general a los sistemas de información social.....	68
Crítica general a los sistemas de información social.....	73
Medio ambiente .....	74
Laboral.....	75
Sociedad – Derechos humanos .....	76
Mercado – Clientes – Proveedores .....	76

Área Financiera – Económica.....	77
Anexo 1 .....	78
Medio ambiente.....	78
Laboral .....	79
Sociedad .....	81
Mercado - Clientes – Proveedores .....	82
Área Financiera – Económica .....	84
Derechos humanos .....	85
Trabajos citados .....	86

# **ANÁLISIS CRÍTICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

## **Planteamiento del trabajo**

### **Problema y justificación**

A pesar que la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) ha contado con un número importante de hitos históricos desde su origen hasta nuestros días, en los cuales la dirección ha sido asumida ya sea por el estado o el sector privado, es en el siglo XXI cuando éste tema resurge con un interés preponderante por parte de las empresas y paralelamente por ámbitos académicos y hasta sociales.

Hoy en día éste es un tema del que prácticamente todos hablamos y del que la empresas no son ajenas, la gran mayoría se promulgan responsables socialmente, cuentan con infraestructura organizacional, generan informes alrededor de ello e incluso lo consideran como un asunto estratégico gracias a que se está convirtiendo en el camino para la legitimación social de la actividad empresarial, que garantiza su continuidad y la posibilidad de llevar a cabo su quehacer en el entorno social sin mayores inconvenientes.

En ese sentido es la empresa quien define el alcance y el entendimiento que le da a la RSE y la incorporación a sus lógicas operativas, incluyendo la información que pretenden divulgar.

Y la información emitida por la empresa, se convierte en la base para la comunicación entre los actores y en el medio para el logro de acuerdos sociales. La empresa busca que a partir de dicha información transmita un mensaje de lo que espera que la sociedad vea en ella y así logre legitimar su actividad, y por su parte la sociedad reclama de la empresa una estructura informativa que le permita conocer qué está haciendo la empresa con los recursos sociales, cómo la empresa contribuye al logro de sus intereses y dirige su acción.

Para las empresas, por ende, la información y la creciente revelación de carácter social se está convirtiendo en un asunto estratégico, en esta realidad se pueden distinguir dos tendencias principales, una relacionada con la divulgación de la información de lo que la empresa considera adecuado y otra relacionada con la adopción de información homogénea que instituciones líderes en reportes sobre RSE estipulan. En la segunda corriente se pueden encontrar el informe GRI (Global Reporting Initiative), la norma ISO 26000, el informe Ethos y el Reporte Integrado.

Sin embargo es innegable que las condiciones actuales del mercado conllevan a que las empresas entren en una búsqueda de competitividad a expensas de lo que sea necesario, por ejemplo la reducción de costos por medio de la disminución de la retribución de la mano de obra, estilos contractuales menos onerosos para la empresa, mayores exigencias de productividad y la persistente lucha por el logro de beneficios fiscales o aunque sea la minimización de los aportes tributarios.

En esa lucha definitivamente se logra un esquema de empresa competitiva y sostenible pero con costos y pérdidas sociales importantes.

Y es que a pesar de las proclamaciones que hacen las empresas sobre su responsabilidad social, sigue siendo evidente en nuestro país el alto nivel de pobreza, desempleo, la informalidad económica y la desigualdad en la distribución de la riqueza; en el ámbito empresarial propiamente se ha dado una creciente flexibilización en la contratación de la mano de obra, unas condiciones de empleo cada vez peores, y en general la persistencia de desigualdad entre empresa y los otros actores sociales (proveedores, trabajadores, entorno y Estado).

Es así que incluso se hace necesario revisar las definiciones, los enfoques y alcances de la responsabilidad que asumen las empresas y a la luz de la problemática social, económica y de

legitimidad se plantee la posibilidad de cristalizarla a partir de la construcción de los diferentes actores sociales y no con un enfoque de beneficio exclusivo hacia la propiedad.

Iniciativas como el informe GRI (Global Reporting Initiative), la norma ISO 26000, el informe Ethos y el Reporte Integrado, indudablemente se consideran como referentes mundiales gracias a los avances que han logrado en la promoción e inserción de las lógicas relacionadas con Responsabilidad Social dentro de las empresas, así como en la construcción de sistemas de información que, en teoría, muestran el estado y el cumplimiento de las responsabilidades que tienen las empresas. Sin embargo éstas parten de la asunción del concepto de desarrollo sostenible, que tiene en cuenta dimensiones sociales, ambientales y económicas – financieras, pero que en la práctica utiliza las dos primeras variables como mecanismo para garantizar la sostenibilidad económica y financiera en mayor medida y por tanto resulta inmersa en lógicas que favorecen la productividad económica, los ingresos y en general al valor económico de las empresas.

Justamente un número importante de autores con perspectivas críticas sobre la responsabilidad se fundamentan en estos puntos, aduciendo que ésta sigue favoreciendo a dimensiones mercantilistas, económicas y financieras y no a una verdadera construcción social en la que se logren resultados pluralistas. Por tanto se puede concluir que a pesar que una empresa se proclame responsable socialmente o que presente información de acuerdo a los estándares internacionales sobre responsabilidad social (emitidos por las entidades ya mencionadas), éstas no son condiciones sine qua non para la asunción de construcciones sociales.

Por tanto resulta fundamental revisar si ¿los indicadores, emitidos por instituciones líderes en reportes sobre RSE, logran revelar el verdadero impacto social de la actividad empresarial?

## Objetivos

### General:

Revisar de manera crítica los indicadores, emitidos por instituciones líderes en reportes sobre RSE, estableciendo si logran revelar el impacto social de la actividad empresarial.

### Específicos

- Plasmar el entendimiento de una responsabilidad empresarial construida con los diferentes actores sociales y su impacto en la información a ser revelada.
- Construir un marco teórico que manifieste la ideología y el propósito con que fueron hechos los indicadores de cada una de las instituciones.
- Generar un catalogo de indicadores, tomando como base el listado emitido por instituciones líderes en RSE, y agruparlos de acuerdo a factores clave.
- Evidenciar si existen limitaciones en los grupos de indicadores para reflejar la responsabilidad empresarial construida socialmente.

## **Revisión del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Diferentes Aceptaciones**

Como base para hacer un estudio de los sistemas de reporte sobre Responsabilidad Social Empresarial de instituciones líderes, se hace necesario evidenciar las principales perspectivas en la definición de tal concepto ya que esto implica entendimientos y alcances diferentes, que en últimas redundan en el sentido de los reportes.

### **Metodología**

Para ello se hizo una revisión, por un lado de artículos académicos y por el otro de pronunciamientos y documentos emitidos por instituciones que propenden por criterios y reportes de RSE en diferentes países. De allí se extrajeron diferentes definiciones sobre RSE, las cuales en la gran mayoría de los casos coincidían en características y descripciones que permitieron generar 5 categorías de análisis que van, en un extremo, desde concebirla como un paradigma ético hasta asumir que la única responsabilidad es ganar, en el otro extremo. Adicionalmente, y para generar un mejor entendimiento, a partir de elementos de las definiciones que se han incluido en cada categoría se hizo una síntesis que pudiera ser una “definición resumen” de cada entendimiento.

Por último en un cuadro resumen se muestra la cantidad de definiciones revisadas y el porcentaje de definiciones que se encuentran en cada categoría.

Vale la pena hacer algunas aclaraciones y salvedades en el resultado

- Hay una evidente dificultad en hacer una definición estandarizada y unánimemente aceptada de tal concepto (Accinelli Gamba & De la Fuente García, 2012), (López Salazar, Contreras Soto, & Molina Sánchez, 2011), (Crespo, 2010), (Milan, Rosa, & Villarroel, 2009), (Blasco & Zolner, 2008), (Alvarado Herrera & Schlesinger Díaz, Dimensionalidad de la responsabilidad

social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll, 2008), (Matten & Moon, 2008), (Dahlsrud, 2006), (Jenkins, 2006), (McWilliams, Donald S, & Wright, 2006), (Vives, Corral, & Isusi, 2005), (Garriga & Melé, 2004), (Vidal, 2003), (Carroll, 1999), (Taquíá Gutiérrez), aun existe diversidad, ambigüedad y polivalencia en las mismas (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012), (Gómez Villegas, La gestión y la información sobre la Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes: La necesidad de diferenciación, 2011). Lo cual constituye una oportunidad para generar marcos de referencia, así como agrupaciones a partir de sus diferentes perspectivas y alcances, (Alvarado Herrera, 2007). El presente trabajo no busca construir una definición única.

- Algunos conceptos tienen elementos descriptores de más de una categoría que los podrían hacer clasificar en varias partes, sin embargo con miras a hacer el análisis propuesto sólo se ubicarán en una de ellas.
- Instituciones y autores han hecho diferentes definiciones a lo largo del tiempo, mostrando elementos y visiones diferentes (en algunos casos complementarias), por tanto el autor no se pueden encasillar en una u otra clasificación sino que unicamente se incluye el concepto.
- Los conceptos como tal pueden tener un enunciado con características y descriptores que la hagan ubicar en determinada clasificación, no obstante las actividades y la operacionalización de tal concepto por parte de las instituciones pueden ir en otra vía, por tanto la clasificación se hace teniendo como único criterio la definición.

## Diferentes acepciones en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)



Teniendo en cuenta lo anterior se concluyen las siguientes categorías:

### Paradigma ético

La primera clasificación entiende que la responsabilidad de la empresa con la sociedad es un compromiso ético y moral que se desprende de su existencia, desde allí se configura y se asume como un ente esencialmente social.

### Construcción social

Los autores de estas definiciones asumen y evidencian el rol social de la empresa que se basa en la necesidad de una interacción, construcción, dialogo y concertación con la sociedad para negociar y así definir las prioridades que ésta espera que la empresa satisfaga. Con ello no se propone un escenario sin intereses económicos para la entidad pero si una distribución equitativa de la riqueza.

### Respuesta al impacto empresarial

Capacidad de responder a los efectos e impactos que genera la empresa en la sociedad, un gran número de definiciones incluso aducen la necesidad de “reparar” los daños originados por la empresa en la sociedad y en el medio ambiente.

## **Visión de negocios**

Percepción empresarial, y de los socios, en la cual la RSE es una actividad, o incluso, que debe generar en últimas una mayor rentabilidad, productividad y una mejora en la ventaja competitiva de las empresas, se contemplan los aspectos sociales y de los stakeholders de una manera estratégica que debe redundar en mayores utilidades.

Esta categoría se complementa con otras visiones que contemplan los asuntos sociales como una estrategia de mercadeo aprovechando la sensibilidad de los consumidores persuadidos por las buenas causas.

## **Lucro**

Perspectiva que asume la rentabilidad como única responsabilidad para la empresa, respetando los mínimos legales y de respeto por el entorno.

<b>Categoría</b>	<b>Paradigma ético</b>
<b>Definición resumen</b>	Es un paradigma ético, moralmente requerido (y por tanto es una demanda justificable), que expresa la emergencia de nuevos valores y que parte de las nociones propias de los fines de la existencia y de la realidad social de las organizaciones, orientado a construir en la sociedad un interés y sentido común, que procura movilizar y dar sentido a las acciones sociales, culturales y ciudadanas.
<b>Citas incluidas</b>	(Olaya Garcera & Rojas Muñoz), (Raposo), (COMPITE Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica), (Fundación Prohumana), (Solarte Rodríguez, 2003), (Olabe, 2002), (Gallardo Vásquez, Jorge Oliveira, & Miguel Seabra), (El Mundo, 2009), (Whetten, Rands, & Godfrey, 2002), (Frederick W. , 1987), (Drucker, Management Tasks Responsibilities, 1974)

<b>Categoría</b>	<b>Construcción social</b>
<b>Definición resumen</b>	Aceptación del rol y la esencia social de la empresa, de su quehacer en medio de ella, con ella y para ella, basada en un modelo que representa el compromiso del sector empresarial y la sociedad civil para responder a los cambios sociales, basados en el dialogo, la discusión, la interacción y la planeación, que permite el conocimiento y la armonización de los intereses y expectativas de los diferentes actores, tener buenas relaciones con los vecinos, el desarrollo humano sostenible, resolver los problemas de manera conjunta, el respeto de los derechos humanos, evitar daños de tipo social, económico y ambiental (así sean económicamente provechosos), beneficios para las diferentes ``partes y en general el bien común

	<p>que redundando en un equilibrio y una mejor distribución de lo económico, ecológico y social para las generaciones presentes y futuras, complementando las acciones del estado en la transformación de los problemas sociales.</p>
<p><b>Citas incluidas</b></p>	<p>(BID Banco Interamericano de Desarrollo), (Basu &amp; Palazzo), (IOE International Organization of Employers), (CSRCP Corporate Social Responsibility Centre Pakistan), (Instituto ETHOS de empresas e responsabilidad social), (CECODES Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible), (Cortina A. ), (Forética, 2012), (Perú 2021 una nueva vision, 2012), (Smith R. , 2011), (Parda Herrasti, Paredes Gazquez, &amp; Dela Cuesta Gonzalez, 2011), (Vargas Forero, 2011), (Business and Society Belgium, 2011), (Escobar, 2010), (Morgan, Campbell, Criuch, Pedersen, &amp; Whitley, 2010), (Garcia de Madariaga &amp; Rodriguez de Rivera, 2010), (Pérez Chavarría, 2009), (Tilt, 2009), (Ministry of Corporate Affairs Government of India, 2009), (Red Puentes Internacional, 2009), (Alvarado Herrera &amp; Schlesinger Díaz, 2008), (Miller &amp; Sklair, 2008), (Rodríguez, 2008), (Canadian Business for Social Responsibility, 2008), (Vaca Acosta, Moreno Dominguez, &amp; Riquel Liguero, 2007), (Castellanos Verdugo &amp; Rojo, 2007), (Correa Jaramillo, 2007), (McWilliams, Donald S, &amp; Wright, 2006), (Vogel, 2006), (World Business Council for Sustainable Development, 2006), (Caravedo, 2006), (Fundación El Otro, 2005), (CPTS, Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles, 2005), (Cámara Nacional de Industrias de Bolivia, 2005), (Vargas Sánchez &amp; Vaca Acosta, 2005), (Baltera &amp; Díaz, 2005), (Ministerio de trabajo y asuntos sociales, 2005), (Ashley, 2004), (Fernández de Gatta Sanchez, 2004), (Caravedo, 2004), (FUNDAHRSE Fundación Hondureña de</p>

Responsabilidad Social, 2004), ( CEADS Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, 2003), (Lizcano Álvarez, 2003), (Ethics in Action Awards., 2003), (Andersen, 2003), (Comisión de las Comunidades Europeas, 2002), (USCIB Corporate Responsibility Committee, 2002), (Portocarrero, 2002), (OIT, ANDI, JCI, Balance Social , 2001), (Henderson, 2001), (UK Government, 2001), (Sulmont, 2000), (Gismera Tierno & Vaquero Lafuente, 2000), (World Business Council for Sustainable Development, 2000), (Business for Social Responsibility, 2000), (Hopkins, 1998), (Jaramillo & Ángel, 1996), (Jones, 1980), (Andrews, 1977), (Sethi S. , 1975), (Eilbert & Parket, 1973), (Johnson, 1971), (Committee for Economic Development, 1971), (Frederick W. , 1960), (Bowen, 1953).

<b>Categoría</b>	<b>Respuesta al impacto empresarial</b>
<b>Definición resumen</b>	Capacidad de respuesta y evaluación de la toma de decisiones derivada del compromiso y las obligaciones frente a las consecuencias, efectos, implicaciones e impactos reales y totales (procurando minimizar los negativos y maximizar los positivos) de las políticas, decisiones y actividades empresariales que se dan en la sociedad, el medio ambiente y en los stakeholders.
<b>Citas incluidas</b>	(COPARMEX Confederación Patronal de la República Mexicana), (Centro Colombiano de Responsabilidad Social), (Correa M. E.), (Foro de Expertos en RSE), (Florez Hurtado & Gutierrez Vera ), (CSR Europe, 2011), (Matta Castro, 2008) , (Milan, Rosa, & Villarroel, 2009), (Bedoya Ramirez, 2009), (Pimentel Rojas, 2008), (Reyno Momberg, 2008), (International Organization for Standardization, 2007), (Navarro Prados, 2006), (Jenkins, 2006), (Gallardo

Vazquez & Castillo Polo, 2005), (Chaparro Ávila & Salgado Pavéz, 2005), (Fundación para la Ética de los Negocios y de las Organizaciones (ETNOR) & Centro Europea de Empresas Innovadoras (CEEI), 2004), (Nuñez, 2003), (Proética, 2003), (De la Cuesta & Valor, 2003), (Commission of the European Communities, 2003), (Ethical Performance, 2003), (Smith C. , 2003) (Solarte Rodríguez, 2003), (IndianNGOs, 2003), (Instituto Ethos & SEBRAE, 2003), (Lea, 2002), (Pinney, 2001), (Bateman, 2000), (Koontz & Weihrich, 1998), (Reder, 1994), (Cortina A. , 1993), (Lawrence, Post, & Frederick, 1992), (Sethi P. , 1990), (Andrews, 1989) (Castillo Clavero, 1986), (Fitch, 1976), (Gavin & Maynard, 1975), (Davis, 1973), (Davis, 1967), (Davis & Blomstrom, 1966)

<b>Categoría</b>	<b>Visión de negocios</b>
<b>Definición resumen</b>	Se define como una estrategia, un modelo de gestión y en general como una visión de negocios, que integra al proceso operativo y a las practicas gerenciales de las empresas una perspectiva de sostenibilidad, en procura de crecer, mantenerse económica y socialmente en el tiempo así como de lograr un equilibrio ecológico, siendo más productivas, competitivas y logrando así una oportunidad de diferenciación que redunde en ventajas competitivas sostenibles y por ende en utilidades sostenibles, por tanto se puede considerar como un activo que genera valor a las empresas, marcas y productos o como un proyecto de inversión que es válido en tanto genere retornos.
<b>Citas incluidas</b>	(Porter), (CEMEFI Centro Mexicano para la Filantropía), (FUNDEMAS Fundación Empresarial para la Acción Social, 2005), (Instituto Colombiano de

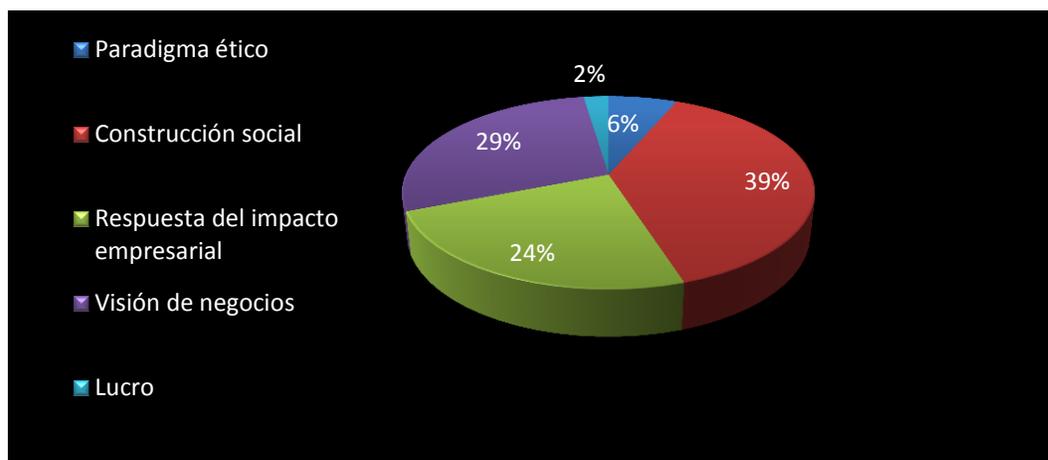
Normas Técnicas y Certificación), (CCP Canadian Council of Productivity), (ICC International Chamber of Commerce), (Newswire-ONG), (Comité de Normalización 180 de Responsabilidad Social), (Empresa Socialmente Responsable), (CSR Wire), (Caux Round Table), (Cajiga Calderon), (FUNDEMAS Fundación Empresarial para la Acción Social), (AED Asociación Empresarial para el Desarrollo), (Forum empresa), (Asprilla), (Acción RSE, Empresas por un desarrollo sustentable), (Fundacion ETNOR), (Aliarse Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México, 2010), (Salazar & Segovia , 2009), (Escuela de Negocios CEU, 2009), (Concha Palacio & Restrepo, 2008), (The Global Compact, 2006), (Cabrera Sotomayor, 2006), (CentraRSE, 2006), (FUNDEMAS Fundación Empresarial para la Acción Social, 2005), (CIPE Center for International private Enterprise development institute, 2005), (Mariano Moneva & Lizcano, 2004), (Ruiz, 2004), (PWBLF , Prince of Wales Business Leadership Forum, 2004), (Minister for Energy e-commerce and Postal Services, 2004), (Roitstein, 2003), (IBLF International Business Leaders Forum, 2003), (Acción Empresarial, 2003), (Holme & Watts, 2002), (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), (Marsden, 2001), (Carroll, 1999), (Carroll, 1991), (Drucker, 1984), (Eells & Walton, 1974), (Steiner, 1971), (Davis, Can business afford to ignore social responsibilities, 1960),

**Definición** Integración de estrategias y operaciones comerciales que permiten cobrar un **resumen** precio “Premium” gracias a que hay clientes y consumidores que valoran todos **(sub** aquellos atributos que estén sensibilizados por el aporte y la responsabilidad social **categoría)** y así permiten alcanzar el éxito comercial.

<b>Citas incluidas</b>	(Business for Social Responsibility, 2011), (Correa, Van Hoof, & Nuñez, 2010), (Husted & Allen, 2006), (Business for Social Responsibility, 2003), (Chacón, 2001), (McWilliams & Siegel, 2001)
------------------------	--

<b>Categoría</b>	<b>Lucro</b>
<b>Definición resumen</b>	La principal responsabilidad y objetivo de la empresa es ganar, incrementando la rentabilidad, mostrando obediencia a la ley y respetando las reglas básicas de la sociedad así como del juego en el cual se encuentra inmersa.
<b>Citas incluidas</b>	(Singh, 2011), (Bell, 1991), (Carroll, 1983), (Friedman, 1970)

Para finalizar, en el siguiente gráfico se muestra la proporción perteneciente a la cantidad de definiciones clasificadas en cada categoría, partiendo de 171 definiciones como un todo (100%)



Con lo anterior se esperaría que al menos en la teoría exista un llamado para un verdadero dialogo y construcción entre empresa y sociedad de tal forma que las necesidades de ésta última fueran satisfechas basados en la equidad distributiva.

## Información Social

En esta sección se presenta un marco teórico por una parte sobre la información social en general, en donde se muestre la evolución que ha logrado, una clasificación tomando como referencia el nivel de estandarización y para finalizar un cuadro resumen que incluyen los factores que han favorecido la presentación de información de carácter social.

De otro lado se muestra un marco teórico sobre instituciones líderes en la difusión y gestión de los reportes sobre RSE procurando evidenciar su ideología y propósito.

Adicionalmente, se presentará en el anexo 1 un catalogo de indicadores y de principios a partir de unas categorías principales que surgieron del total de asuntos que tienen en cuenta las diferentes organizaciones.

Este capítulo y el anterior permitirán concluir, en el próximo apartado, con una revisión crítica de los sistemas de reportes actuales, basados en el propósito enunciado versus las categorías, tratando de evidenciar sus alcances y limitaciones.

Y es que partiendo de los resultados y clasificaciones del capítulo anterior es claro que la información juega un papel clave en la posibilidad de lograr un dialogo, discusión e interacción para el conocimiento y armonización de los intereses y expectativas de los diferentes actores del escenario social (que incluye tanto a la empresa como a la sociedad y otras partes interesadas) en procura de la equidad y el bienestar.

Es así que la información social (de tipo financiero y no financiero) y la transparencia se consolidan como un compromiso propio de las empresas que se declaran responsables socialmente (Marín Gaviria, Maldonado García, & Sanmiguel Rodríguez, 2012), (Maldonado García, Marín Gaviria, & Perea López, 2010), (Garza Arroyo, 2008), (Ibáñez Jiménez, 2004), para unos usuarios que son crecientemente más demandantes, exigentes, informados y

concienzudos. (Marín Gaviria, Maldonado García, & Sanmiguel Rodríguez, 2012), (Vaz Ogando, Fernández-Feijóo Souto, & Ruiz Blanco, 2012), (Shekha, 2011), (Heredia Rodríguez & Gomez Jimenez, 2010).

Al hablar sobre las razones que han favorecido el desarrollo de informes relacionados con RSE (Idowu & Towler, 2004) las agrupan en cuatro perspectivas: La teoría de la agencia, la teoría de la legitimidad, la teoría de la economía política de la contabilidad y la teoría de los stakeholders (Gray et al, 1995, 1996; Guthrie y Parker, 1990; Patten, 1992; Roberts, 1992). Adicionalmente (Maldonado García & Quintero Ramírez, 2009) afirman, en la teoría de la agencia los gestores emitirán información para mantener el derecho al pago de comisiones por su buen comportamiento ético con lo cual eliminan los riesgos para el accionista; la teoría de los stakeholders reconoce que además de los accionistas hay otros participes que tienen derecho a tener información; la teoría de la legitimidad afirma que las empresas emitirán información para mantener su reputación corporativa y la teoría de la economía política de la contabilidad favorece la idea que la contabilidad y la información responden a los cambios sociales y políticos y se acomoda a estos. Pero es la teoría de la legitimidad la que más ha ganado adeptos a la hora de explicar la motivación empresarial para divulgar información social (Patten, 1991; Deegan et al., 1996; Waldes y Schwartz, 1997). Por otra parte (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) afirman que existen *diferentes teorías explican el auge de la información de la RSE, desde el punto de vista del inversor. Bien por la relevancia de esta información para la toma de decisiones en mercados muy desarrollados, o bien por el componente de inversiones éticas que agentes concientizados buscan (Archel & Husillos, 2009).*

Así mismo según (Perdomo & Escobar, 2011) la RSE se puede concebir desde una perspectiva de demanda de conocimiento, es decir desde las agendas empresariales, institucionales y de política pública, que ha desencadenado, entre otras, en el surgimiento de instrumentos y guías de gestión para hacer de la RSE algo mas general y regulado. Lo que ha llevado a que la comunidad de naciones, la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) emitan principios relacionados con RSE, así mismo se crearon guías para la creación de memorias de RSE tales como (Global Reporting Initiative - GRI- o la norma de accountability AA1000) así como guías de auditoría (AA1000AS Assurance Standard y la ISAE3000). Y que de igual forma han trascendido a la existencia de otras iniciativas, que se incluyen en este trabajo, tales como ISO 26000, Reporte Integrado, Forética, Ethos. (Estas últimas no fueron mencionadas por el citado documento).

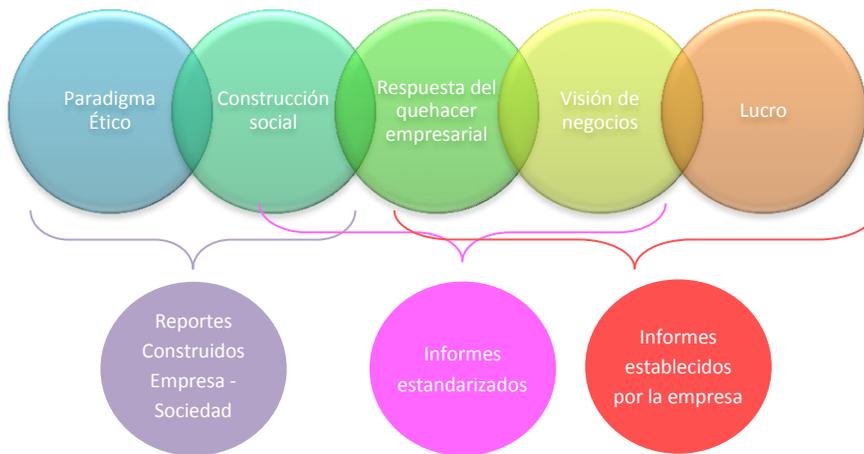
No obstante lo anterior y a pesar de su impacto e importancia nucleica de la información para la construcción entre empresa y sociedad, aún este tipo de reportes se consideran de aceptación voluntaria, lo que se traduce en que su alcance y presentación puede variar entre empresas y/o de un periodo a otro, que incluso en algunos casos resulta en que se elabora y divulga cuando las empresas tengan buenas historias que contar. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)

Así las cosas pueden considerarse tres niveles en las prácticas de reportes sobre la RSE. El primero lo conformarían reportes que si bien no serían estandarizables y comparables entre sí, pueden ser el resultado de construcción y acuerdos entre empresa y actores sociales y económicos que se ven directa o indirectamente afectados por la gestión de la organización. El segundo implica que la empresa adopta, de manera voluntaria uno o varios de los estándares que posteriormente serán descritos. El tercero se refiere a lo que la empresa voluntariamente refleja

de sí misma y que suele convertirse en un instrumento de legitimidad de su función cuando no de publicidad.



Haciendo una comparación entre las clasificaciones, presentadas en el apartado anterior, y los niveles de información tratando de hacer una primera aproximación de sus alcances se podría ver lo siguiente:



En donde los reportes construidos entre empresa y sociedad atienden al paradigma ético y son incluso la esencia del concepto de construcción social.

Los informes estandarizados en un número importante de los casos atienden a una construcción social, no obstante en la práctica pueden resultar insuficientes en la atención de los problemas sociales como lo veremos más adelante, y resultan ajustándose a criterios de reparación de daños y/o perspectivas de negocios.

Y los informes establecidos por la empresa de manera unilateral que en muchos casos atienden a la reparación de daños, perspectivas de negocios y mercantilistas así como aquellas que incluso desconocen la sociedad.

### **Evolución de los informes Sociales**

Vale la pena hacer una revisión histórica de la información social que han reportado las empresas a lo largo del tiempo, todo eso con miras a entender de una mejor forma su propósito y alcance. Para ello se usará como principal fuente el recorrido elaborado por (Perdiguero & López Rausell, 2005) y (Marín Gaviria, Maldonado García, & Sanmiguel Rodríguez, 2012) citando a Moneva (2007)

Periodo	Informe	Contenido
1960-1970	Gastos sociales	Agregación de los gastos asociados a las políticas sociales y que informa sobre las actividades filantrópicas y la financiación de obras sociales.
Primeros años de los 70s	Primeros informes sociales de empresas.	Desarrollados por empresas como Steag, British Petroleum o la Shell.
	Primeras experiencias estándares sociales	Por ejemplo el desarrollado por IG-Metal, federación sindical más importante de la DGB, que contemplaba dimensiones en el ámbito interno y externo.
1977-1979	Balance social	Se ocupa exclusivamente de la dimensión social de las políticas internas de la empresa.
70s	Primeros fondos	Desarrollados sobre todo en Estados Unidos y Reino

	que seleccionan sus inversores con criterios éticos y sociales	Unido. La mayoría de estos fondos de inversión crean comités de vigilancia que definen los criterios que son exigibles a las empresas de las que se realizan las inversiones y controlan su cumplimiento.
1983	Listado revistas	<p><i>Fortune</i>: Selecciona anualmente a las 10 empresas más admiradas, en función de los criterios de innovación, calidad de la edición, talento de los empleados, solidez financiera, calidad de los productos y servicios, crecimiento bursátil y responsabilidad social</p> <p><i>Business Ethics</i>: 100 mejores ciudadanos corporativos en Estados Unidos, otorga importancia a la ética empresarial.</p>
Últimos años de los 80s	Campañas de denuncia por parte de organizaciones de consumidores	Por ejemplo la guía Comprando para un mundo mejor, con objetivos de información y orientación a los consumidores que merecen mayor confianza.
	Índices éticos sociales	Proporcionan información a los inversores sobre las políticas y prácticas sociales de las empresas.
	Premios a empresas socialmente responsables	Por ejemplo el Management Today en el Reino Unido, el Asian Business, el premio al liderazgo ético de la revista Business Ethics o el del galardón del Consejo de Prioridades económicas en Estados Unidos.
1996	Premio Ron	Organizada en Washington por iniciativa de las

	Brown	autoridades públicas estadounidenses en la primavera de 1996. Acepta cinco líneas de actuación voluntaria dirigidas a fortalecer la confianza de los trabajadores en la empresa y a reforzar la competitividad económica de la industria norteamericana.
<b>1997</b>	Propuesta de informe sobre la Gestión del Cambio realizada por un grupo de expertos por encargo de la Comisión Europea	En los primeros meses de 1997 la Comisión Europea crea un grupo de expertos –Grupo de Alto Nivel sobre las Consecuencias Económicas y Sociales del Cambio-, con el objetivo de estudiar los profundos cambios que se han producido en la estructura de las relaciones de las empresas con sus trabajadores y con la sociedad. En 1998 el grupo de expertos presenta su informe final –el Informe Gyllenhammer-, en el que se propone que las empresas europeas de más de mil trabajadores deberían elaborar un “informe sobre la gestión del cambio”, IGC, en el que se describan las políticas más importantes de la empresa, sus programas de capacitación para mantener la empleabilidad de su plantilla, su capacidad de adaptación a las nuevas demandas sociales y a los programas desarrollados para garantizar la igualdad de oportunidades
<b>Segunda mitad de</b>	Primeros informes sociales con nuevos	Compañías como Bobby Shops, Shell, Co-operative, British Petroleum, Traidcraft o Ben and Jerry´s elaboran

<b>los noventa</b> desarrollos	los primeros informes sociales, en los que se incluyen declaraciones y compromisos en donde hay una creciente influencia en la gestión del enfoque de los stakeholders y la aceptación de la idea del dialogo en los procesos de construcción social del sentido de la acción de la empresa.
Propuesta del informe de declaración ética de Peter Puzan y Ole Thyssen	Concede un papel central al diálogo con los stakeholders. Requiere una puesta en común inicial de los valores compartidos por los distintos stakeholders, el trabajo de cada grupo y colectivo con cuestionarios sobre los valores y el sentido de la organización y su ulterior debate sobre los resultados.

Así mismo vale la pena revisar los factores que según (Vaz Ogando, Fernández-Feijóo Souto, & Ruiz Blanco, 2012) influyen en la elaboración de las memorias de sostenibilidad

<i>AUTORES</i>	<i>FACTORES INFLUYENTES</i>	<i>ALCANCE DEL ESTUDIO</i>
<i>Campbell (2003)</i>	<i>Sector</i>	<i>Reino Unido (UK FTSE 100)</i>
<i>Graafland et al. (2005)</i>	<i>Tamaño, sector</i>	<i>Países Bajos</i>
<i>Knox et al. (2005)</i>	<i>Tamaño, sector</i>	<i>Global (FTSE4Good)</i>
<i>Brammer y Pavelin (2006)</i>	<i>Tamaño, recursos financieros, estructura de la propiedad, sector.</i>	<i>Reino Unido</i>
<i>González-Benito y González Benito (2006)</i>	<i>Presión de los grupos de interés, tamaño, internacionalización,</i>	

	<i>posición en la cadena de valor, sector, actitud de los gestores, estrategias adoptadas.</i>	<i>Global</i>
<b><i>Perrini et al. (2007)</i></b>	<i>Tamaño.</i>	<i>Italia</i>
<b><i>Brammer y Pavelin (2008)</i></b>	<i>Tamaño, sector.</i>	<i>Reino Unido</i>
<b><i>Haddock- Fraser y Fraser (2008)</i></b>	<i>Posición de la cadena de valor, visibilidad, tamaño, sector, nivel de facturación.</i>	<i>Reino Unido (FTSE250)</i>
<b><i>Wanderley et al. (2008)</i></b>	<i>País de origen, sector.</i>	<i>Países emergentes</i>
<b><i>Tagesson et al. (2009)</i></b>	<i>Tamaño, rentabilidad, estructura de la propiedad, sector.</i>	<i>Suecia</i>
<b><i>Lettermann et al. (2009)</i></b>	<i>Sistema político, sector, tamaño, composición de Comisión.</i>	<i>India y China</i>
<b><i>Reverte (2009)</i></b>	<i>Exposición a los medios, tamaño, sector.</i>	<i>España</i>
<b><i>Albers y Günther (2010)</i></b>	<i>Tamaño, popularidad, estructura de la propiedad, sector.</i>	<i>Europa(STOXX Europe 600)</i>
<b><i>Broberg y tagesson (2010)</i></b>	<i>Tamaño, estructura de la propiedad, estructura de capital, sector.</i>	<i>Estocolmo</i>
<b><i>Mio (2010)</i></b>	<i>Complejidad de la compañía, extensión territorial, cambio en el</i>	<i>Italia</i>

	<i>número de empleados, nivel de privatización.</i>	
<b>Monteiro y Aibar-Guzman (2010)</b>	<i>Tamaño, cotización, sector.</i>	<i>Portugal</i>
<b>Sotorrio y Sanchez (2010)</b>	<i>Visibilidad (tamaño y reputación), recursos financieros.</i>	<i>España (multinacionales extranjeras)</i>

### **Sistemas de gestión y/o de informes existentes**

Si bien no se va a hacer una revisión exhaustiva del total de sistemas existentes de gestión y/o de información nos centraremos en los que han sido más importantes.

A continuación se encuentran las principales razones para centrar este trabajo en las cinco organizaciones que se mencionan.

GRI: Es la iniciativa más sólida (Olabe, 2002), más reconocida (Heredia Rodríguez & Gomez Jimenez, 2010) y de mayor alcance que se ha tenido hasta el momento (Perdiguero & López Rausell, 2005)

ISO 26000: Aunque no es un sistema de reporte, sus principios y actividades generan impactos en lo que la empresa concibe de RSE, así como en su gestión e información, por lo cual se hace importante incluirlo en este trabajo. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)

Pacto global: Por la cantidad de participantes alrededor es una de las iniciativas más importantes, tal y como lo mencionan *“es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo”*. Si bien no es un catalogo de indicadores ni un sistema de reporte, si incluye un conjunto de

principios y acciones que impactan de manera importante la concepción en información que tienen las empresas sobre RSE.

Reporte Integrado: Es líder en el desarrollo de un marco global para el reporte integrado.

Ethos: Se considera de gran alcance en América Latina por su acogida en dichos países.

Forética: Su inclusión en el presente trabajo está fundamentada en el liderazgo e importancia que tienen las empresas Españolas en Europa en cuanto a reportes de sostenibilidad.

### **Global Reporting Initiative (GRI)<sup>1</sup>**

“Es una organización basada en redes que producen un marco completo de reportes de sostenibilidad que son ampliamente usados en todo el mundo. GRI está comprometido con la mejora continua y aplicación mundial de su sistema.”

GRI trabaja hacia una economía global sostenible, proporcionando orientación sobre información de la organización.

GRI ha sido pionera y ha desarrollado un marco de sostenibilidad de informes integral que es ampliamente utilizado en todo el mundo. El marco permite a todas las organizaciones medir y reportar su desempeño económico, ambiental, social y de gobierno.

El Marco de Referencia permite una mayor transparencia organizativa sobre desempeño económico, ambiental, social y de gobernanza. Esta transparencia y la rendición de cuentas se gana la confianza de las partes interesadas en las organizaciones, y puede conducir a muchos otros beneficios. Miles de organizaciones de todos los tamaños y sectores, usan el Marco GRI para entender y comunicar su desempeño en sostenibilidad.

---

<sup>1</sup> Tomado de (Global Reporting Initiative, 2011) y de (Global Reporting Initiative)

*Misión:* Hacer de la elaboración de memorias de sostenibilidad una práctica habitual proporcionando orientación y respaldo a las organizaciones.

*Visión:* Una economía global sostenible donde las organizaciones gestionen responsablemente su desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales, y elaboren memorias de una forma transparente.

*Alianzas:* GRI mantiene Alianzas Estratégicas Globales con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCED), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), el Pacto Global de las Naciones Unidas (United Nations Global Compact, UNGC) y la Organización Internacional de Normalización (ISO).

GRI y su Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad actúan en sinergia con la Iniciativa de la Carta de la Tierra, la Corporación Financiera Internacional (CFI) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

#### *Propósito de la memoria de sostenibilidad:*

Las memorias de sostenibilidad que se basan en el Marco de elaboración de memorias del GRI presentan los resultados que se han obtenido dentro del correspondiente periodo informativo, atendiendo a los compromisos, la estrategia y el enfoque directivo adoptado por la organización.

Las memorias se pueden utilizar, entre otros, para los siguientes propósitos:

- Estudio comparativo y valoración del desempeño en materia de sostenibilidad con respecto a leyes, normas, códigos, pautas de desempeño e iniciativas voluntarias
- Demostración de cómo una organización influye en –y es influida por– las expectativas creadas en materia de desarrollo sostenible

- Comparación del desempeño de una organización y entre distintas organizaciones a lo largo del tiempo

### *Elaboración de memorias de sostenibilidad según el Marco GRI*

Todos los documentos del Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad se han elaborado utilizando un proceso que busca el consenso a través del diálogo entre los grupos de interés de la comunidad inversora, los empleados, la sociedad civil, los auditores y la comunidad académica, entre otras. Todos los documentos de dicho marco están sujetos a comprobación y a mejoras continuas.

Se espera que el Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad sirva como marco generalmente aceptado para informar acerca del desempeño económico, ambiental y social. Ha sido diseñado para ser utilizado por las organizaciones, con independencia de su tamaño, sector o localización. Tiene en cuenta las consideraciones prácticas a las que se enfrentan una amplia gama de organizaciones, desde las pequeñas empresas hasta aquéllas con gran volumen de operaciones que operan en distintas áreas geográficas al mismo tiempo.

El Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad describe el contenido general, así como contenidos sectoriales específicos, acordados por una amplia gama de grupos de interés en todo el mundo, los cuales se consideran generalmente aplicables para la descripción del desempeño de una organización en materia de sostenibilidad.

La Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad se compone de los Principios para la elaboración de memorias, de las Orientaciones para la elaboración de memorias y de las Contenidos básicos (que incluyen los Indicadores de desempeño).

Parte 1 – Principios y Orientaciones para la elaboración de memorias: Se describen tres elementos fundamentales del proceso de la elaboración de memorias. Para ayudar a determinar qué se debe incluir en la memoria, se abordan los Principios de elaboración de memorias relativos a la materialidad, la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y la exhaustividad, junto con una serie de comprobaciones para cada principio. La aplicación de estos Principios y los Contenidos básicos determina los asuntos y los Indicadores sobre los que se ha de informar. Asimismo se incluyen los Principios de equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, fiabilidad y claridad, así como las comprobaciones que pueden utilizarse para contribuir a que la información divulgada tenga la calidad deseada.

Se concluye con una serie de indicaciones para que las organizaciones informantes puedan definir el rango de entidades que deben estar representadas en la memoria (también denominado “cobertura de la memoria”)

Parte 2 – Contenidos básicos: La Guía presenta la información que resulta relevante y material para la mayoría de las organizaciones y grupos de interés, bajo tres tipos de Contenidos básicos:

- Perfil: Información que define el contexto general y permite comprender el desempeño de la organización, entre otros a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo.
- Enfoque de la dirección: información sobre el estilo de gestión a través del cual una organización aborda aspectos específicos y describe el contexto que permite comprender su comportamiento en un área concreta.
- Indicadores de desempeño: indicadores que permiten disponer de información comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización.

Los Principios en su conjunto están destinados a ayudar a conseguir la transparencia – un valor y un objetivo que constituye la base de todos los aspectos de la elaboración de memorias de sostenibilidad. Los Principios, se organizan en dos grupos:

- Principios para determinar los asuntos e Indicadores sobre los que la organización debería informar; y
- Principios para garantizar la calidad y la presentación adecuada de la información divulgada

Existen tres tipos distintos de información:

1. Estrategia y perfil: información que establece el contexto general para comprender el desempeño de la organización, tales como su estrategia, su perfil y su gobierno.
2. Enfoque de la dirección: información que incluye cómo la organización aborda un determinado conjunto de aspectos para proporcionar contexto y para la comprensión del desempeño en un área concreta.
3. Indicadores de desempeño: Indicadores que facilitan la comparabilidad de la información sobre el desempeño económico, medioambiental y social de una organización y que giran en torno a los siguientes aspectos:
  - Dimensión económica: Afecta al impacto de la organización sobre las condiciones económicas de sus grupos de interés y de los sistemas económicos a nivel local, nacional y mundial. Los indicadores económicos ilustran:
    - El flujo de capital entre los diferentes grupos de interés
    - Los principales impactos económicos de la organización sobre el conjunto de la sociedad

- Dimensión ambiental: Se refiere a los impactos de una organización en los sistemas naturales vivos e inertes, incluidos los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua. Los indicadores ambientales cubren el desempeño en relación con los flujos de entrada (materiales, energía, agua) y de salida (emisiones, vertidos, residuos). Además, incluyen el desempeño en relación con la biodiversidad, cumplimiento legal ambiental y otros datos relevantes tales como los gastos de naturaleza ambiental o los impactos de productos y servicios.
- Dimensión social: Está relacionada con los impactos de las actividades de una organización en los sistemas sociales en los que opera. Los Indicadores de de esta dimensión identifican los principales aspectos del desempeño en relación con los aspectos laborales, los derechos humanos, la sociedad y la responsabilidad sobre productos.
  - Prácticas laborales y Trabajo digno: Se fundamentan en normas reconocidas en todo el mundo y en los dos instrumentos que gobiernan directamente las responsabilidades sociales de las empresas: la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT, y los Principios para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).
  - Derechos Humanos: Estos indicadores exigen que las organizaciones informen acerca de en qué medida se han implantado procesos, acerca de incidentes en los que se han violado derechos humanos y acerca de los cambios en la capacidad de los grupos de interés de disfrutar y ejercer sus derechos humanos que se hayan producido durante el periodo sobre el que se informa. Entre las cuestiones relativas a los derechos humanos se incluyen la no discriminación, la igualdad de sexos, la libertad de asociación, los

convenios colectivos, la explotación infantil, los trabajos forzados y obligatorios, y los derechos de los indígenas.

Las organizaciones pueden afectar a una amplia variedad de derechos humanos. Al evaluar qué derechos humanos son pertinentes para la elaboración de la memoria, la organización debe considerar todos los derechos humanos.

Muchos aspectos que proporcionan información detallada sobre el desempeño en derechos humanos pueden encontrarse en otras categorías de indicadores en la guía y no están limitados a la categoría de indicadores de derechos humanos.

- Sociedad: Los indicadores de desempeño social centran su atención en los impactos que las organizaciones tienen en las comunidades locales en las que operan y aclaran cómo se gestionan los riesgos que pueden aparecer a partir de sus interacciones con otras instituciones sociales. En concreto, se busca información sobre los riesgos de soborno y corrupción, influencia indebida en la toma de decisiones de política pública y prácticas de monopolio.
- Responsabilidad sobre productos: Estos Indicadores abordan aquellos aspectos de los productos y servicios de una organización informante que afectan directamente a los consumidores, como la salud y seguridad, la información y el etiquetado, o el marketing y la protección de datos. Estos aspectos se cubren principalmente mediante la información sobre los procedimientos internos y la medida en que dichos procedimientos se cumplen.

### **International Organization for Standardization (ISO) <sup>2</sup>**

Es el mayor desarrollador y editor de estándares internacionales. ISO es una red de institutos de estándares nacionales de 162 países, un miembro por país, con una Secretaría Central en

---

<sup>2</sup> Tomado de (International Organization for Standardization)

Ginebra, Suiza, que coordina el sistema. ISO es una organización no gubernamental que forma un puente entre los sectores público y privado.

Por un lado, muchos de los institutos miembros son parte de la estructura gubernamental de sus países, o están obligados por su gobierno. Por otro lado, otros miembros tienen sus raíces únicamente en el sector privado, habiendo sido creada por asociaciones nacionales de la industria.

Por lo tanto, ISO permite un consenso para llegar a soluciones que satisfagan tanto las necesidades de negocio y las necesidades más amplias de la sociedad.

### *ISO 26000*<sup>3</sup>

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en Responsabilidad Social. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más.

ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para ser utilizada como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004. (ISO 26000)

Ayudará a las organizaciones, para las que operar de forma socialmente responsable es más que “sólo una buena idea”, a aplicar la Responsabilidad Social de una forma pragmática orientada al desempeño. Constituirá una potente herramienta para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones sobre RS a las buenas acciones” en torno a los siguientes temas:

- Gobernanza de la organización

---

<sup>3</sup> Tomado de (International Organization for Standardization, 2010) y de (International Organization for Standardization)

- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Medio ambiente
- Prácticas justas de operación
- Asuntos de consumidores
- Participación activa y desarrollo de la comunidad

ISO 26000 pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionadas con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

### *Contenidos*

Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social; el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas; las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social; y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización.

- Capítulos y descripción de contenidos
- Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social
- Visión esquemática de ISO 26000

## *Principios*

Cuando se aborda y ejerce la responsabilidad social, el objetivo primordial para una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible. Si bien no existe una lista definitiva de principios para la responsabilidad social, dentro de este objetivo se plantea que las organizaciones deberían respetar los siete principios que se describen a continuación, así como los principios específicos para cada materia fundamental.

1. Rendición de cuentas: Propone que una organización debería aceptar un escrutinio adecuado y, además, aceptar el deber de responder a ese escrutinio.
2. Transparencia: Una organización debería revelar de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. Esta información debería estar fácilmente disponible y ser directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto o podrían verse afectados de manera significativa por la organización. Debería ser oportuna y basada en hechos y presentarse de manera clara y objetiva, para permitir que las partes interesadas evalúen con exactitud el impacto que las decisiones y actividades de la organización producen sobre sus respectivos intereses.
3. Comportamiento ético: El comportamiento de una organización debería basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad.
4. Respeto a los intereses de las partes interesadas: Aunque los objetivos de la organización podrían limitarse a los intereses de sus dueños, socios, clientes o integrantes, otros individuos o grupos, también podrían tener derechos, reclamaciones o intereses específicos que deberían tenerse en cuenta.

5. Respeto al principio de legalidad: Se refiere a la supremacía del derecho y, en particular, a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley y de que los gobiernos también están sujetos a la ley.
6. Respeto a la normativa internacional de comportamiento: En situaciones en las que la ley o su implementación no proporcionen las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas, una organización debería esforzarse por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento.
7. *Respeto a los derechos humanos: Una organización debería respetar los derechos humanos y reconocer, tanto su importancia como su universalidad.*

### *Materias fundamentales*

ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social. Cada cual incluye asuntos, los que a su vez contemplan acciones y expectativas relacionadas.

Una organización debería analizar las materias fundamentales de manera holística, es decir, debería considerar todas las materias fundamentales y los asuntos y su interdependencia, en lugar de concentrarse en un sólo asunto.<sup>4</sup>



<sup>4</sup> ISO 26000 “Materias Fundamentales”, [en línea], disponible en : <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/introduccion>

1. **Gobernanza organizacional:** La gobernanza eficaz debería basarse en la incorporación de los principios de la responsabilidad social en la toma de decisiones y en la implementación; considerar las prácticas; las materias fundamentales; y los asuntos de responsabilidad social al establecer y revisar su sistema de gobernanza.

La gobernanza de la organización es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos

2. **Derechos humanos:** El reconocimiento y el respeto de los derechos humanos son ampliamente considerados como esenciales, tanto para el principio de legalidad, como para los conceptos de equidad y justicia social y son el fundamento básico de la mayoría de las instituciones esenciales de la sociedad, tales como el sistema judicial. Una organización tiene la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluso dentro de su esfera de influencia.
3. **Prácticas laborales:** Son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz. La principal responsabilidad de asegurar un tratamiento justo y equitativo de los trabajadores corresponde a los gobiernos. Allí donde los gobiernos han fallado al legislar, una organización debería actuar conforme a los principios que subyacen en esos instrumentos internacionales.
4. **Prácticas justas de operación:** Conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones. Incluyen las relaciones entre organizaciones y agencias gubernamentales, así como, entre organizaciones y sus socios, proveedores, contratistas, clientes, competidores, y las asociaciones de las cuales son miembros. En el área de la responsabilidad social, las prácticas justas de operación se refieren a la manera en que una organización utiliza su relación con otras organizaciones para promover resultados positivos.
5. **Asuntos de consumidores:** Las organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores, así como a otros clientes, tienen responsabilidades hacia ellos. Las

responsabilidades incluyen proporcionar educación e información precisa, utilizando información justa, transparente y útil de marketing y de procesos de contratación, promoviendo el consumo sostenible y el diseño de productos y servicios que proporcionen acceso a todos y satisfagan las necesidades de los más vulnerables y desfavorecidos, cuando sea necesario. Las responsabilidades también incluyen minimizar los riesgos por el uso de productos y servicios, mediante el diseño, fabricación, distribución, entrega de información, servicios de apoyo y procedimientos de retirada de productos y recuperación de productos del mercado. Muchas organizaciones obtienen o manejan información personal y tienen la responsabilidad de mantener la seguridad de dicha información y la privacidad de los consumidores.

6. Participación activa y desarrollo de la comunidad: La participación activa de la comunidad va más allá de identificar a las partes interesadas e involucrarse con ellas, en relación con los impactos de las actividades de una organización; también abarca el apoyo y la creación de una relación con la comunidad. Pero sobre todo, implica el reconocimiento del valor de la comunidad. La participación activa de una organización en la comunidad debería surgir del reconocimiento de que la organización es una parte interesada en la comunidad y que tiene intereses comunes con ella. La contribución de una organización al desarrollo de la comunidad, puede ayudar a promover niveles más elevados de bienestar dentro de la comunidad. De forma general, ese desarrollo, se entiende como la mejora de la calidad de vida de una población.
7. Medio Ambiente: Incluye asuntos tales como Prevención de la contaminación, Uso sostenible de los recursos, Mitigación y adaptación al cambio climático, Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales

## Pacto Global <sup>5</sup>

Es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, seis mil en más de 135 países, el Pacto global es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto global comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas.

Las empresas, el comercio y la inversión son pilares esenciales para la paz y prosperidad. Pero en muchas áreas las empresas están ligadas a serios dilemas, como pueden ser la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial. Las acciones empresariales responsables construyen confianza y capital social, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y mercados sustentables.

El Pacto Global es ...	El Pacto Global no es...
Una iniciativa voluntaria para promover el desarrollo sustentable y la ciudadanía corporativa	vinculante jurídicamente
Un conjunto de valores basados en principios universalmente aceptados.	Un mecanismo para monitorear o juzgar el comportamiento de la empresa
Una red de empresas y otras partes interesadas.	Un estándar, sistema de dirección o código de conducta.

<sup>5</sup> Tomado de (United Nations)

Una plataforma de aprendizaje e intercambio de experiencias.

Un organismo regulatorio o mecanismo de relaciones públicas.

### *Misión:*

El Pacto Global se esfuerza por ser el más inclusivo del mundo en la iniciativa voluntaria para promover la ciudadanía corporativa responsable, asegurando que las empresas, en colaboración con otros actores de la sociedad, desempeñen su papel esencial en el logro de la visión de las Naciones Unidas de una economía mundial más sostenible y equitativa.

### *Objetivos*

*Con ese fin, el Pacto Global seguirá persiguiendo dos objetivos complementarios:*

- *Hacer que el Pacto y sus principios en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción una parte integral de las operaciones comerciales y las actividades de todo el mundo;*
- *Fomentar y facilitar el diálogo y las alianzas entre las partes interesadas clave en el apoyo de los diez principios y las metas generales de la ONU, tales como los Objetivos de Desarrollo del Milenio.*

### *Los Diez Principios del Pacto Global*

Están basados en Declaraciones y Convenciones Universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

1. Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Los derechos humanos siguen siendo una de las áreas más difíciles de la ciudadanía corporativa. A medida que más empresas se dan cuenta de su necesidad legal, moral y/o comercial para hacer frente a las cuestiones de derechos humanos dentro de sus propias operaciones y actividades, se enfrentan a una serie de desafíos.

La Oficina del Pacto Global espera aportar más claridad a este debate, poniendo de relieve la importancia de los derechos humanos para las empresas, lo que demuestra el modelo de negocio de los derechos humanos, con énfasis en soluciones prácticas, y apuntando a herramientas útiles y materiales de orientación. Nuestro objetivo es mostrar que la promoción de los derechos humanos no es sólo acerca de la gestión de riesgos y cumplimiento de las normas y expectativas, también se trata de la realización de nuevas oportunidades.

## 2. Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

## 3. Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

#### 4. Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

La corrupción es reconocida como uno de los mayores desafíos del mundo. Es un obstáculo importante para el desarrollo sostenible, con un impacto desproporcionado en las comunidades pobres y es corrosivo para el tejido mismo de la sociedad. El impacto en el sector privado también es considerable - que impide el crecimiento económico, distorsiona la competencia y representa serios riesgos legales y de reputación.

El rápido desarrollo de las reglas de gobierno corporativo en todo el mundo también está instando a las empresas a centrarse en las medidas de lucha contra la corrupción como parte de sus mecanismos para proteger su reputación y los intereses de sus accionistas. Sus controles internos son cada vez más extendidos a una serie de cuestiones éticas y de integridad y un creciente número de gestores de inversión están buscando a estos controles como evidencia de que las empresas se comprometen las buenas prácticas comerciales y están bien administrados.

### *Implementando los Principios*

Algunos de los factores que pueden ser claves para el éxito en la implementación de los principios incluyen:

- El tratamiento de los principios no como un elemento complementario sino como parte integral de la estrategia de negocios y operaciones.
- El firme compromiso por parte del liderazgo de la organización
- Comunicación del compromiso con el Pacto en el interior de toda la organización: desde los altos directivos hasta los empleados, para asegurar un amplio apoyo a los principios
- Un entorno empresarial favorable a las nuevas ideas y la innovación empresarial.
- Objetivos medibles y un sistema transparente de comunicación de los progresos
- Voluntad y disposición para aprender y adaptarse
- Dedicación a actividades puntuales en torno a los Diez Principios
- Apertura y diálogo con las partes interesadas de la organización

## **Reporte Integrado**<sup>6</sup>

Información Integrada es el idioma de los negocios sostenibles. Es el medio por el cual las empresas se comunican cómo se crea valor y se mantendrá en el corto, mediano y largo plazo. Esta información es utilizada principalmente por los inversionistas para apoyar sus decisiones de asignación de capital. Se trata de un conjunto de procesos y actividades, uno de cuyos resultados es la comunicación, más visiblemente a través de un conciso y periódica "informe integrado", acerca de la forma en que la estrategia de la organización, la gestión, el desempeño y las perspectivas de llevar a la creación y preservación de valor.

---

<sup>6</sup> Tomado de (IR Integrated Reporting) y de (IR Integrated Reporting)

Aunque pretende ser un catalizador para la integración de las actuales formas de presentación de informes, que no está diseñado para reemplazar las revelaciones existentes, que proporcionan detalles útiles para informar a los usuarios con necesidades específicas de información y ayudar a arrojar luz sobre el pensamiento y la conducta en las organizaciones. Un Informe Integrado comunicará los factores más relevantes para la creación y preservación de valor a corto, mediano y largo plazo.

### *IIRC*

El International Integrated Reporting Council (el IIRC) es una sección poderosa, cross internacional de líderes de las empresas, la inversión, la contabilidad, los valores, los sectores normativos, académicos y de establecimiento de normas, así como de la sociedad civil.

### *Misión*

La misión de la IIRC es crear el marco internacional de reporte integrado, mundialmente aceptado que obtiene de las organizaciones información material acerca de su estrategia, gobierno, el desempeño y perspectivas de una manera clara, concisa y comparable.

### *Visión*

Nuestra visión es que reporte integrado sea aceptado mundialmente como la norma de reporte corporativo, beneficiando las organizaciones, sus inversores y otras partes interesadas, permitiendo tomar decisiones informadas que conduce a una asignación eficiente de capital y la creación y preservación de valor. Al fomentar una forma de pensar diferente, reporte integrado contribuirá a la promoción de una economía mundial más sostenible.

### *¿Qué es la Información Integrada?<sup>7</sup>*

La Información Integrada reúne la información relevante acerca de la estrategia de una organización, la gestión, los resultados y las perspectivas de una manera que refleje el contexto social, comercial y medioambiental en el que opera. Proporciona una representación clara y concisa de cómo una organización evidencia su administración y cómo se crea y sostiene el valor. Un Informe Integrado debe ser el vehículo primario de emisión de información de una organización.

### *Los beneficios de la Información Integrada*

Respecto de una organización, hace visible el uso y dependencia de los diferentes recursos y relaciones o “capitales” (financiero, producto, humano, intelectual, natural y social), y el acceso de la organización a ellos y su impacto en ellos. Reportar esta información es fundamental para:

- una evaluación significativa de la viabilidad a largo plazo del modelo de negocio de la organización y la estrategia;
- satisfacer las necesidades de información de los inversores y otras partes interesadas, y
- finalmente, la asignación efectiva de recursos escasos.

### *Principios rectores que sustentan la preparación de un Informe Integrado*

- El enfoque estratégico
- Conectividad de la información
- Orientación futura

---

<sup>7</sup> (IR Integrated Reporting)

- Capacidad de respuesta e inclusión de las partes interesadas
- Concisión, fiabilidad y materialidad

Estos principios deben ser aplicados para determinar el contenido de un Informe Integrado, basado en los Elementos de Contenido clave resumidos a continuación. La presentación de los Elementos debe hacer las interconexiones entre ellos aparente:

- Resumen de la organización y modelo de negocio
- Contexto operativo, incluidos los riesgos y oportunidades
- Objetivos estratégicos y estrategias para alcanzar dichos objetivos
- Gobierno y remuneración
- Rendimiento
- Perspectivas de futuro

**La Información Integrada, tiene como objetivo proporcionar información sobre:**

- los factores externos importantes que afectan a una organización,
- los recursos y las relaciones utilizadas y afectadas por la organización, y
- cómo el modelo de negocio de la organización interactúa con factores externos y los recursos y las relaciones para crear y mantener el valor con el tiempo.

### *Capitales según IR*

1. Capital financiero: El conjunto de fondos que es:

- disponible para la organización para su uso en la producción de bienes o la prestación de servicios, y

- obtenido a través de financiación, como deuda, capital o subvenciones, o generados por las operaciones o inversiones.
2. Capital manufacturado: objetos físicos manufacturados (a diferencia de los objetos físicos naturales) que son disponibles para la organización para su uso en la producción de bienes o la prestación de servicios, incluyendo:
- Edificios,
  - Los equipos, y
  - Infraestructura (como carreteras, puertos, puentes y residuos y plantas de tratamiento de agua).
3. Capital humano: habilidades y experiencia de la gente, y sus motivaciones para innovar, incluyendo su:
- Alineación y apoyo de la organización de marco de gobierno y los valores éticos, tales como el reconocimiento de los derechos humanos,
  - La capacidad de entender e implementar las estrategias de una organización y
  - Lealtades y motivaciones para la mejora de los procesos, bienes y servicios, incluyendo su capacidad para dirigir y colaborar.
4. Capital intelectual: activos intangibles que proporcionan ventajas competitivas, entre ellas:
- propiedad intelectual, como patentes, derechos de autor, software y de organización de sistemas, procedimientos y protocolos, y
  - los activos intangibles que se asocian a la marca y la reputación que una organización ha desarrollado.

5. Capital natural: el capital natural es un insumo para la producción de bienes o la prestación de servicios. Las actividades de una organización también afectan, positiva o negativamente, sobre el capital natural. Incluye:
- El agua, la tierra, los minerales y los bosques, y
  - La biodiversidad y la salud del ecosistema.
6. Capital social: Las instituciones y las relaciones establecidas entre y dentro de cada comunidad, grupo de partes interesadas y otras redes para mejorar el bienestar individual y colectivo. El capital social incluye:
- Los valores y comportamientos,
  - Las relaciones clave, y la confianza y lealtad que una organización ha desarrollado y se esforzad por construir y proteger a los clientes, proveedores y empresas socios, y
  - Licencia social de una organización para operar.

## **Ethos**<sup>8</sup>

El Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social es una organización sin fines de lucro, que se caracteriza como Oscip (organización de la sociedad civil de interés público). Creada en 1998 por un grupo de empresarios y ejecutivos del sector privado, el Instituto Ethos es un centro de organización del conocimiento, el intercambio de experiencias y el desarrollo de herramientas para ayudar a las empresas a analizar sus prácticas de gestión y profundizar su compromiso con la responsabilidad desarrollo social y sostenible. También es una referencia internacional en estas materias, el desarrollo de proyectos en asociación con entidades de todo el mundo varios.

---

<sup>8</sup> Tomado de (Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social) y de (Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social, 2006)

Creada con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable, lo que los socios en la construcción de una sociedad sostenible y justa. Sus 1.367 miembros - empresas de diferentes sectores y tamaños - tienen facturación anual que asciende a aproximadamente el 35% del PIB de Brasil y emplean a cerca de 2 millones de personas, teniendo como principal interés en el establecimiento de estándares éticos de las relaciones con empleados, clientes, proveedores, comunidad, accionistas, poder público y el medio ambiente.

### *Misión:*

Movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable, lo que los socios en la construcción de una sociedad sostenible y justa.

El Instituto Ethos propone difundir la práctica de la responsabilidad social de las empresas, ayudando a las instituciones a:

- entender y poco a poco incorporar el concepto de comportamiento empresarial socialmente responsable;
- implementar políticas y prácticas que cumplen los más altos estándares éticos, contribuyendo a la consecución del éxito económico sostenible en el largo plazo;
- asumir sus responsabilidades con todos aquellos que se ven afectados por sus actividades;
- demostrar la pertinencia de sus accionistas con el comportamiento socialmente responsable de la rentabilidad a largo plazo de su inversión;
- identificar formas innovadoras y eficaces de trabajar en asociación con las comunidades en la construcción del bien común;
- prosperar, contribuyendo al desarrollo social, económico y ambientalmente sostenible.

## *Visión*

Las empresas son agentes importantes en la promoción del desarrollo económico y el progreso tecnológico y los cambios tienen una influencia importante en el planeta y por lo tanto su participación y compromiso son cruciales para la construcción de un mundo mejor, junto a los esfuerzos del Estado y sociedad civil.

Las acciones de cooperación - tanto a nivel local, regional, nacional o internacional - son cada vez más necesarias para el continuo bienestar de la humanidad. Una conciencia global es fundamental en el proceso de preservación del medio ambiente y el patrimonio cultural, la promoción de los derechos humanos y la construcción de un país económicamente próspero y justo socialmente. Las empresas, la adopción de un comportamiento socialmente responsable, son poderosos agentes de cambio que, junto con los Estados y la sociedad civil, para construir un mundo mejor.

Añadiendo a su comportamiento ético habilidades y la empresa privada socialmente responsable se gana el respeto de las personas y comunidades que se ven afectadas por sus actividades, y el resultado es el reconocimiento de la sociedad a sus actitudes.

La responsabilidad social es cada vez más factor de éxito en los negocios, lo que crea nuevas perspectivas para la construcción de un mundo económicamente más próspero y más justo socialmente.

## *Principios*

Los términos se han establecido para orientar la relación entre la asociación y la empresa asociada del Instituto Ethos, con el objetivo de facilitar el desarrollo de la misión de la entidad, así como a consolidar y mejorar las políticas y prácticas de responsabilidad social corporativa.

El respeto y la aceptación de estos principios y compromisos son esenciales para la asociación del Instituto Ethos.

### *Objetivo*

El objetivo del Instituto Ethos es difundir la práctica de la responsabilidad social de las empresas, ayudando a las organizaciones a:

1. Entender y poco a poco incorporar el concepto de comportamiento empresarial socialmente responsable;
2. Implementar políticas y prácticas que cumplen los más altos estándares éticos, contribuyendo a la consecución del éxito económico sostenible en el largo plazo;
3. Asumir sus responsabilidades con todos aquellos que se ven afectados por sus actividades;
4. Demostrar la pertinencia de sus accionistas con el comportamiento socialmente responsable de la rentabilidad a largo plazo de su inversión;
5. Identificar formas innovadoras y eficaces de trabajar en asociación con las comunidades en la construcción del bien común;
6. Prosperar, contribuyendo al desarrollo social, económico y ambientalmente sostenible.

### *Compromiso de la empresa asociada*

El Instituto Ethos es una entidad creada y mantenida por un grupo de empresas interesadas en la promoción del desarrollo sostenible, su misión se lleva a cabo sólo en un conjunto de óptica y corresponsabilidad. Por lo tanto, se espera que la empresa asociada:

1. Al revelar sus grandes medios de comunicación, el concepto de responsabilidad social de las empresas, tal como fue formulada por el Instituto Ethos de las audiencias con las que interactúa (accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidades y los gobiernos);
2. Comprometerse con el tema y buscar la excelencia en las políticas progresistas y prácticas de responsabilidad social;
3. Participar en actividades y eventos patrocinados por el Instituto Ethos;
4. Comprometerse con una contribución de los miembros de la ética como la frecuencia y cantidad de pago en la forma elegida de asociación (falta de pago de dicha contribución dará lugar a la disociación de la empresa);
5. No utilice el Instituto Ethos logotipo en cualquier medio, ya sea electrónico o impreso;
6. Liberar los datos para contactar a sus representantes en Ethos (y suplentes) en el directorio de empresas asociadas, ofrecida exclusivamente por el acceso a otras empresas asociadas;
7. Mantenga sus registros actualizados a través del área exclusiva para miembros del sitio del Instituto Ethos.

### *Indicadores*

Se desarrollaron con el fin de proporcionar a las empresas una herramienta de gestión para el diagnóstico y la planificación de prácticas de responsabilidad social, disponibles desde 1999 y actualizados en los últimos años.

Es esencialmente una herramienta de uso interno, que permite auto-evaluación de la gestión con respecto a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, así como la planificación estratégica y monitorear el desempeño de la compañía, cubriendo los siguientes temas

- Valores, Transparencia y Gobernabilidad
- Medio Ambiente
- Público Interno
- Proveedores
- Consumidores y Clientes
- Comunidad
- Gobierno y Sociedad

Cada tema se divide en un conjunto de indicadores, cuya finalidad es plantear cómo puede la compañía mejorar su desempeño en aquel aspecto.

Se debe encarar la movilización de profesionales de la compañía para responder los Indicadores Ethos de RSE como el comienzo de un proceso de autodiagnóstico que, aunado a la misión y estrategia general de la compañía, permitirá identificar aspectos de la gestión que necesitan acompañamiento detallado, nuevas metas y profesionales atentos al foco. Tales metas deben incluirse preferencialmente en la planificación siguiente.

Se hará hincapié en un aspecto de ese proceso: la importancia del diálogo con representantes de los públicos con los cuales se relaciona la compañía – sus partes interesadas (stakeholders) – para evaluar los impactos de sus acciones, buscar soluciones y definir metas.

## Forética<sup>9</sup>

Es una red global de organizaciones y profesionales implicados en el desarrollo de la Responsabilidad Social, que aglutina a más de 200 socios.

Forética es la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.

Actualmente, más de 140 organizaciones y más de 100 socios personales forman parte de Forética. Dentro de la asociación conviven empresas de todos los tamaños y sectores de actividad, además de asociaciones profesionales, organizaciones del tercer sector o académicos de reconocido prestigio, entre otros.

Desde su creación en 1999, Forética ha jugado un papel clave en la difusión de la RSE en su entorno.

Forética es además:

- Una organización multi-stakeholder, donde se trabaja conjuntamente para desarrollar un concepto de gestión ética y socialmente responsable fundamentado en el diálogo con todas las partes interesadas.
- El referente en herramientas de gestión de la RSE integrales, que permiten la implantación, medición y verificación de valores y conductas de la empresa en sus operaciones y relaciones con el entorno.
- Una fuente de conocimiento e innovación, fruto de una extensa red de empresas, académicos y expertos en RSE en distintos sectores.

---

<sup>9</sup> Tomado de (Forética)

- Una plataforma de comunicación, benchmarking y fomento de la transparencia, que permite a los socios aumentar su capilaridad y eficacia en la difusión del compromiso real y demostrable con sus valores.

### *Misión*

Fomentar la cultura de la Gestión Ética y la Responsabilidad Social en las organizaciones.

### *Visión*

Ser foro de referencia internacional, a través de la generación de conocimiento y servicios de valor que permitan la implantación de políticas verificables en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

### *Valores*

Los valores de nuestra organización se sustentan sobre cuatro líneas de acción:

- Independencia
- Responsabilidad
- Flexibilidad
- Compromiso

### *Áreas de Gestión de la RSE*

1. Responsabilidad Interna
2. Relación con la Comunidad
3. Medio Ambiente
4. Responsabilidad y Mercado

## Perspectiva Crítica de la información social actual

En este apartado, y como conclusión de los dos anteriores, se presentará una crítica a los sistemas de información y de indicadores social existentes actualmente.

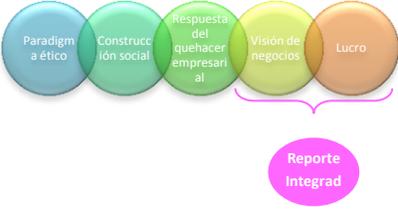
Inicialmente se realizará una revisión a la luz de las categorías creadas en el primer capítulo así como de los niveles de información versus la ideología y propósitos extraídos de cada entidad o sistema de información (presentado en el segundo capítulo).

Posteriormente se realizará una crítica general de los principales sistemas de información sociales, basada principalmente en diferentes fuentes bibliográficas, procurando evidenciar las carencias de un verdadero dialogo y construcción social (que se mencionó en el primer capítulo como ideal de la verdadera responsabilidad social empresarial)

Finalmente, a partir de las categorías generales de los indicadores, y en otros casos principios, se procurará evidenciar cómo los resultados en la realidad social siguen siendo precarios y como en últimas tales indicadores no son representativos de las necesidades más sentidas de la sociedad.

### Revisión categorías – Tipo de información

	<p>Es una iniciativa que parte de la teoría de los stakeholders, aunque lo haga de manera superficial. Sin embargo, y como se verá más adelante, es una iniciativa que se queda corta en el cubrimiento de las necesidades e intereses de la sociedad. De otro lado ha cedido espacio social para pasar a la lógica del valor, la maximización del beneficio y del riesgo financiero. (Gómez Villegas &amp; Quintanilla, 2012) Por cuanto el resultado es que tiene un mayor cubrimiento a la perspectiva de “negocios” dejando un cubrimiento parcial a la “construcción social”</p>
	<p>Según su definición y entendimiento de la RSE, que está principalmente centrado en la reparación de impactos por las actividades empresariales, implica un espectro de actuación más limitado. No obstante en su concepción implica una consulta a</p>

	<p>representantes de los stakeholders que como se verá más adelante serán insuficientes.</p>
	<p>Es una iniciativa muy cercana y va en el mismo sentido que los criterios de GRI. Sin embargo dentro de sus enunciados no tiene en cuenta el dialogo y la retroalimentación con la sociedad y diferentes partes interesadas, por tanto carece de impacto y de verdadera trascendencia social.</p>
	<p>Su esencia parte de una visión de negocios y en últimas le apuesta a la generación de valor para los accionistas. A partir de la información procura tener una mejor imagen frente a la sociedad, dejando de lado cualquier interés que permitiese una discusión y construcción equitativa para los diferentes actores.</p>
	<p>Es una iniciativa de empresarios y ejecutivos del sector privado que por supuesto está cargada de sus intereses e ideología. Su origen permite tener en cuenta problemáticas de las sociedades Latinoamericanas, por tanto incluye aspectos que otras instituciones desconocen y que son más cercanas a los problemáticas más sentidas de los países del tercer mundo. Incluye una perspectiva de reparación para todos aquellos que se ven afectados por las actividades empresariales. Pero carece de un dialogo con los actores de la sociedad, por tanto no tiene retroalimentación, si bien cuenta con algunos aspectos que por ejemplo para nuestro entorno son más cercanos, deja de lado la esencia de la construcción social.</p>
	<p>Parte de una visión y una inclusión mayor al sector académico. Incluye un dialogo con las partes interesadas. Sin embargo y como se verá más adelante su enfoque hacia lograr un modelo de negocio competitivo hace que (1) se omitan las diferencias entre países y culturas por su interés en lograr comparaciones y (2) se entre en una dinámica de difusión de “buenas historias” que en ultimas resulta ser un mecanismo de promoción y legitimación de las empresas.</p>

## Crítica general a los sistemas de información social

- Este tipo de reportes definitivamente constituyen un avance respecto a cuando no se tiene ningún dato para la construcción social, sin embargo se deben asumir como mínimos que se deben dar a conocer y no como máximos, ni totalizadores de las necesidades e intereses que reporta la sociedad. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)
- La adopción de este tipo de estándares es voluntaria y las empresas pueden acogerse o eludirlos cuando resulte conveniente para su imagen y estrategia empresarial ((Archel, Larrinaga, Spence, 2009, p.1302) Citado por (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012))
- A pesar de la tendencia creciente en la presentación de informes, éstos siguen actualmente siendo relegados a un número pequeño de empresas que logran adoptarlos (Centre for Corporate in Africa, United Nations, Deloitte, 2012), (Maldonado García, Marín Gaviria, & Perea López, 2010).
- Los diferentes estándares o guías, así como las instituciones que los emiten, en ocasiones se conciben como una apuesta segura a una institución neutral que procura hacer el bien. Y es que al instrumentalizar la RSE y hacerla parte de un modelo de gestión parecen omitirse las apuestas políticas e ideológicas que subyacen de la existencia de tales instituciones (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012), por el contrario tales iniciativas promueven una nueva visión de la responsabilidad social que atiende principalmente a la corporación multinacional, desde su propia visión de responsabilidad (Archel, Fernández y Larrinaga, 2008) citado por (Gómez Villegas, 2011) y con una perspectiva financiera (Guttmann, 2009) (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012).
- *Estas iniciativas, guías y estándares participan en la generación de un “consenso” y de un “consentimiento” que dan la apariencia de avance para satisfacer las expectativas y*

*necesidades de la sociedad pero que en el fondo responden a las prioridades de grupos multinacionales y financieros.*

*Este consenso se caracteriza por cuatro aspectos. Uno, no es prioritario definir claramente qué es ser responsable socialmente; lo importante es emprender actividades que en apariencia estén etiquetadas como productos “responsables” (por ejemplo, implementar certificaciones ISO). Dos, la RSE debe ser “voluntaria”, para escapar a cualquier posibilidad de regulación estatal o del poder político ciudadano. Tres, la RSE debe alinearse con la estrategia del negocio, para que sea “sostenible” financieramente hablando. Y, en cuarto lugar, la RSE debe implementarse por medio de estándares o guías universales, homogéneas y de uso internacional, en apariencia simples criterios técnicos y libres de interés lucrativo...*

*Así la visión de las grandes corporaciones multinacionales y de los círculos financieros es la que define y delimita qué significa “ser responsable socialmente”, ya no solo para el mundo empresarial sino para toda la diversidad organizacional. (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012)*

- Las verdaderas transformaciones y la verdadera responsabilidad efectivamente puede empezar por la información (social, ambiental, y financiera, cuantitativa y cualitativa, monetaria y no monetaria) (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2011) pero se cristalizará cuando se impida que dicha visión “financiarizada” se sobreponga a las necesidades sociales y se equilibre la balanza entre los diferentes actores.
- Existe una fuerte duda sobre el dialogo, discusión e interacción entre sociedad – empresa, así como en el conocimiento, armonización e inclusión de los intereses y visiones que tienen los diferentes stakeholders tanto en las actividades empresariales como en los reportes. (Gómez

Villegas, 2011). Según (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) *“Diferentes estudios han encontrado que los grupos de interés externos no son normalmente convocados como actores directos en la construcción de estrategias y políticas de RSE. Por el contrario, desde el punto de vista de la dirección de las compañías y/o de los consultores, se postulan “necesidades” y expectativas genéricas para los grupos de interés. Por ejemplo, se plantea que “los trabajadores quieren estabilidad”, los clientes quieren una relación de maximización “precio-producto”, entre otras. Estas enunciaciones genéricas partes de estereotipos o de postulados de teorías económicas y comportamentales convencionales, antes que el dialogo con los interesados (Archel, Husillos & Spence, 2011; Martínez, 2010)*

- Resulta apremiante pensar en quiénes están participando en representación de los diferentes stakeholders, si están llevando el común de los intereses y necesidades que aquejan a cada uno de los actores, vale la pena pensar, por ejemplo, si los sectores más marginados de la sociedad tiene acceso a este tipo de discusiones (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) o si al menos saben que existen, su omisión por el contrario no permite conclusiones incluyentes, integrales y transparentes.
- A partir de lo anterior y con miras garantizar transparencia y evidenciar que dichos reportes son un verdadero resultado de construcción entre empresa y sociedad, como es la apuesta de varias de las instituciones aquí mencionadas, *es necesario que en los informes de sostenibilidad se indique, en un apartado especial, los mecanismos de diálogo y acercamiento con los diferentes stakeholders, así como la retroalimentación que las empresas hagan con cada uno de ellos, respecto a los observaciones y sugerencias emitidas por dichos stakeholders a la organización (Garza Arroyo, 2008).*

- Según (Perdiguero & López Rausell, 2005) *son muy expresivos los silencios sobre las prácticas empresariales más discutibles... En general, las informaciones más negativas para las empresas son convenientemente oscurecidas, o simplemente se sustituyen por declaraciones retóricas de buenas intenciones.*
- Existe una marcada tendencia a presentar información que favorezca la imagen de las empresas o como lo llaman (Christensen, Morsing & Thyssen) citados por (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) son “imágenes idealizadas” o como lo mencionan (Husted y Salazar, 2005) citados por (Pérez Chavarría, 2009) “causas seguras”. Que les permite legitimar sus actividades dentro de la sociedad (Perdiguero & López Rausell, 2005) y por ello su aplicación queda reducida a cuando existan buenas historias que contar. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012), (Hooghiemstra, 2000) citado por (Pérez Chavarría, 2009)
- En la práctica muchas de estas iniciativas terminan siendo mecanismos de promoción ((Ruiz, 2007, Martínez, 2009) citados por (Heredia Rodríguez & Gomez Jimenez, 2010)) y estrategias de negocios (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) que en últimas buscan incrementar la utilidad de la empresa y de los accionistas a partir de una mejor imagen, y dejando únicamente para el discurso la construcción social. (Perdiguero & López Rausell, 2005). Lo cual se puede ver ampliamente en lo enunciado por (Sánchez-Calero, 2006,95) y citado por (Heredia Rodríguez & Gomez Jimenez, 2010) “(...) *Las sociedades cotizadas en los distintos mercados financieros han hecho de la responsabilidad social un instrumento para el fomento de su reputación*  
“(...) *Al parecer, los estudios de mercado ponen de manifiesto que son los productos y servicios de sociedades socialmente responsables los que encuentran una mayor aceptación entre los consumidores*”

- Según (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) *se discute el alcance de la transparencia puesto que las corporaciones limitan la información pública; ellas mismas definen qué es público y qué es privado en múltiples campos de su operar, imponen cláusulas de confidencialidad a sus funcionarios y se amparan en argumentos legales de protección a la propiedad y a los intereses “privados” (hay reserva del sumario, propiedad industrial-intelectual, secretos de Estado en las relaciones con la industria militar, etc.) (Hood, 2010).*
- *La comparabilidad no necesariamente es la orientación más adecuada para hablar de impactos de la gestión empresarial y en ese sentido podría propenderse por un esquema más cualitativo, local, que reconozca entornos particulares y que incluso permita que actores concretos, construyan significados colectivos de RSE más allá de definiciones institucionales de RSE. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)*
- *Las iniciativas de estandarización, como las aquí enunciadas, proponen unos contenidos generales que deberían construir todas las empresas, no obstante vale la pena ver si dichos aspectos son representativos en todo el mundo, teniendo en cuenta las diferentes problemáticas, los modelos empresariales, la diversidad cultural, y tantas diferencias que pueden hacer que un indicador sea importante en un lugar pero que no necesariamente sea la mejor representación de la principal dolencia de esa sociedad.*
- Según (Perdiguero & López Rausell, 2005) citando a la Comisión Europea en el Libro Verde *la gran mayoría de los informes son parciales y no se presentan cuestiones fundamentales.*
- Según (Garza Arroyo, 2008) *Es muy bajo el número de memorias que han sido auditadas por un tercero, representando este aspecto un factor importante de credibilidad en ellas para los diferentes stakeholders.*

- Muchas de las empresas que se declaran responsables socialmente, y se acogen a este tipo de estándares, revelan una mayor cantidad de información o muestran datos que van en un sentido diferente al financiero. No obstante, sus actividades siguen dirigidas por herramientas de gestión que buscan únicamente maximizar la utilidad a los accionistas y están lejos de incluir a la sociedad y a otros stakeholders en sus actividades diarias, o de propender por una distribución más equitativa. O como lo afirma (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012) *En Latinoamérica, la implementación de la estructura blanda y dura para producir informes de responsabilidad social refleja esfuerzos de las empresas, pero no necesariamente implica un cambio en sus formas de operar y en mayor sostenibilidad organizacional o de los ecosistemas, sino mayoritariamente la prevalencia de una visión filantrópica (Martínez, 2010; Raufflet & Barrera, 2010) o estratégicamente dirigida a la rentabilidad.*
- Con todo lo anterior se ratifica que no es suficiente con que una empresa se declare responsable socialmente, o con que reporte indicadores o sistemas de gestión de una u otra entidad, si la apuesta sigue siendo verla como una herramienta para lograr una mejor imagen, publicidad, una estrategia de negocios o como un mecanismo para legitimar sus actividades, ese será su resultado que por supuesto nada tiene que ver con una auténtica construcción.

### **Crítica general a los sistemas de información social**

A pesar del crecimiento en la cantidad de reportes, tanto estandarizados como los que las empresas desarrolla de manera unilateral, en donde se muestran amplísimas bondades y resultados sociales positivos de la actividad empresarial, la realidad es que en realidad las condiciones sociales, medioambientales y laborales están iguales o peores, lo cual evidencia lo limitado de su eficacia, tal y como se ve a continuación:

## Medio ambiente

- *Las capas freáticas están cayendo, la viabilidad ambiental para sustentar la vida está disminuyendo, el cambio climático continúa* (Millennium Project, 2011 p.2) (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012)
- Según (Greenpeace International) hay un aumento del nivel del mar debido al derretimiento de los glaciares y la expansión térmica de los océanos a medida que aumenta la temperatura global, hay liberaciones masivas de gases de efecto invernadero, hay un alto riesgo de más eventos climáticos extremos como olas de calor, sequías e inundaciones. Los sistemas naturales, incluidos los glaciares, los arrecifes de coral, los manglares, los ecosistemas árticos, los ecosistemas alpinos, bosques boreales, bosques tropicales, humedales en las praderas y pastizales nativos, se ven seriamente amenazados. Hay un aumento en riesgo de extinción de especies y pérdida de biodiversidad. Los mayores impactos se darán en los países más pobres, menos capaces de protegerse de los crecientes niveles del mar, la propagación de enfermedades y la disminución de la producción agrícola en los países en desarrollo de África, Asia y el Pacífico. En todas las escalas del cambio climático, los países en desarrollo serán los más afectados.
- Revisando el cuadro de indicadores no se puede partir de una construcción y responsabilidad social cuando se parte de la concepción de minimizar daños y de cuantificar los impactos negativos, ufanándose de las disminuciones de los mismos.

## Laboral

- La cantidad de trabajadores informales sigue aumentando y por el contrario los salarios en términos reales se han mantenidos constantes, no han crecido al mismo ritmo que las utilidades empresariales. (Uribe Bohorquez & Rueda Delgado, 2012). Se estima que actualmente en el mundo hay más de 1.000 millones de mujeres y hombres no tienen empleo, están subempleados o son trabajadores pobres. (Organización Internacional del Trabajo)
- *La persistente escasez de oportunidades de trabajo decente, inversiones insuficientes y bajo consumo provocan una erosión del contrato social.* (Organización Internacional del Trabajo)
- Según (Organización Internacional del Trabajo) cerca de 215 millones de niños trabajan en el mundo, la crisis mundial del empleo es uno de los riesgos más grandes, cada día mueren 6.300 personas por accidentes o enfermedades de trabajo y anualmente se presentan más de 317 millones de accidentes en el trabajo. Cientos de millones de personas son víctimas de discriminación en el mundo del trabajo.
- La relación tercerizada, que el entorno legal permite, desfigura las obligaciones legales del empleador. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)
- La manera deslocalizada como operan las grandes empresas multinacionales, permite una mayor explotación en países más necesitados y transfiere los riesgos de emplear a pequeñas empresas nacionales. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)
- No existen indicadores que comparen las condiciones salariales de los empleados vinculados por contratos laborales versus aquellos tercerizados. Allí hay una gran inequidad que los indicadores aún no contemplan. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2012)

## Sociedad – Derechos humanos

- La reducción de la pobreza, en Colombia por ejemplo, es menor que en muchos lugares del mundo y el indicador Gini sigue creciendo. (Uribe Bohorquez & Rueda Delgado, 2012)
- *A nivel mundial los precios de los alimentos están aumentando.* (Millennium Project, 2011 p.2) (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012)
- *La corrupción y el crimen organizado son cada vez mayores.* (Millennium Project, 2011 p.2) (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012)
- (UNESCO, 2000) En el año 2000 todavía hay más de 113 millones de niños sin acceso a la enseñanza primaria y 880 millones de adultos analfabetos; sigue la discriminación en los sistemas de educación. Se niega a jóvenes y adultos el acceso a las técnicas y conocimientos necesarios para encontrar empleo remunerado y participar plenamente en la sociedad.
- Revisando el catalogo de indicadores se asumen como logros aquello que deberían ser mínimos, tales como la salud, la educación, los derechos de propiedad, etc.

## Mercado – Clientes – Proveedores

- Las relaciones entre las grandes superficies y sus proveedores cada vez son más desiguales, (Uribe Bohorquez & Rueda Delgado, 2012). En Colombia dichos proveedores seguramente serán Pymes, por tanto, de no acceder a sus condiciones tenderán a la desaparición. Y así los márgenes de utilidad entre unos y otros cada vez son más desiguales.
- Igual que en otros casos, se asumen como logros asuntos que son mínimos para un proceso de estrategia o un proceso de negocios, tales como “comprender al cliente, reclamaciones, publicidad, marketing, etiquetado” allí no hay responsabilidad social, están las operaciones

normales de la empresa y están poniendo de manifiesto la posibilidad de evitar futuros procesos legales.

- Resultaría relevante comprender el mercado al que se enfrenta la empresa, y la manera como el mismo determina los precios de los bienes y servicios. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2011)

### Área Financiera – Económica

- En Colombia, y según Jorge Iván González los impuestos sobre los más ricos se han disminuido (Uribe Bohorquez & Rueda Delgado, 2012)
- La deuda y la inseguridad económica crecen, y la brecha entre ricos y pobres se está ensanchando peligrosamente (Millennium Project, 2011 p.2) (Gómez Villegas & Quintanilla, 2012)
- Otra limitación de los indicadores es su omisión de temas como la distribución del valor agregado entre los diferentes actores sociales, de tal forma que permita comparar porcentajes entregados por ejemplo a trabajadores, proveedores de capital, prestamistas, proveedores de materias primas etc. Esto permitiría ver que hayan buenas condiciones de remuneración a los empleados pero que sean insignificantes con las proporciones que reciben otros actores.
- El tema de la propiedad resulta fundamental, la divulgación de información respecto de los nombres de los propietarios así como de su porcentaje real de propiedad de la empresa ayuda no solo a develar posibles fraudes como el testaferrato y blanqueo de activos, sino a evidenciar acumulación y concentración de riqueza, por partes de unos pocos actores económicos. (Rueda Delgado & Uribe Bohorquez, 2011)

# Anexo 1

## Medio ambiente

<p><b>1.Gestión ambiental</b> Este concepto se refiere al conocimiento y la gestión adecuada de todo impacto medioambiental que produzcan las operaciones, productos y servicios de la empresa, así como toda la cadena de valor.</p>	FORÉTICA	
<p><b>2.Cambio Climático</b> Las empresas, por su fuerte actividad e impacto económico, juegan un papel esencial en la reducción de los efectos del cambio climático. La industria representa una parte importante de las emisiones de CO2 que se dispersan a la atmósfera causando este fenómeno.</p>		
<p><b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b> Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante</p>	GRI	
<p><b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b> Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.  Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.</p>		
<p><b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b> Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental</p>		
<p><b>TRANSPORTE</b> Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.</p>		
<p><b>GENERAL</b> Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales</p>		
<p><b>MATERIALES</b> Materiales utilizados, por peso o volumen. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados</p>		
<p><b>ENERGÍA</b> Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.</p>		
<p><b>GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL</b> <b>Indicador 22 – Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios</b> Considerando los impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios <b>Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal</b> Con el objetivo de contribuir a la conservación de las florestas y combatir la exploración ilegal y predatoria y proteger la biodiversidad <b>Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Materiales</b> Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos</p>		ETHOS
<p>Medio Ambiente Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente</p>		Pacto Global
<p>1. Prevención de la contaminación 2. Uso sostenible de los recursos 3. Mitigación y adaptación al cambio climático</p>		ISO 26000
<p><b>3.Agua</b> Tan sólo el 2,5% del total de agua a nivel global es dulce y, dentro de este pequeño porcentaje, únicamente el 0,4% está al alcance del ser humano. Todas las empresas y organizaciones utilizan de manera más o menos intensiva este recurso, por lo que la gestión eficiente del agua y el desarrollo de buenas prácticas en toda la cadena de suministro es algo que compete a todos.</p>	FORÉTICA	
<p><b>AGUA</b> Captación total de agua por fuentes. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada</p>	GRI	
<p><i>Capital natural: el capital natural es un insumo para la producción de bienes o la prestación de servicios. Las actividades de una organización también afectan, positiva o negativamente, sobre el capital natural. Incluye: El agua, la tierra, los minerales y los bosques, y</i></p>	Reporte integrado	

<b>BIODIVERSIDAD</b>	GRI
Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	
Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas	
Hábitats protegidos o restaurados	
Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	
Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie	Reporte integrado
<i>Capital natural: el capital natural es un insumo para la producción de bienes o la prestación de servicios. Las actividades de una organización también afectan, positiva o negativamente, sobre el capital natural. Incluye:</i>	
<i>La biodiversidad y la salud del ecosistema.</i>	
4. Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales	ISO 26000
<b>RESPONSABILIDAD CON LAS GENERACIONES FUTURAS</b>	ETHOS
<b>Indicador 20 – Compromiso con la Mejoría de la Calidad Ambiental</b>	
Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades	
<b>Indicador 21 – Educación y Concienciación Ambiental</b>	
Con el objetivo de contribuir a la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental	

## Laboral

<b>Indicador 16 – Cuidados con Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo</b>	ETHOS
Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad	FORETICA
<b>1.Salud y seguridad</b>	
La salud y seguridad en el trabajo es muy importante desde el punto de vista de la productividad de los empleados, pero también para prevenir riesgos económicos y sociales asociados con los accidentes laborales o ausencias del trabajo debidas a enfermedades tanto físicas como mentales	
<b>7.Prevenición de riesgos</b>	GRI
Las empresas no pueden esperar a que suceda algo que amenace la salud o la seguridad de sus empleados, sino que es importante prevenir posibles riesgos en el desempeño de su actividad. Esta aproximación previene muchos de los problemas asociados con los accidentes laborales como puede ser la pérdida de tiempo por baja. Sin embargo, la prevención de riesgos no está únicamente ligada a trabajos cuya naturaleza sea peligrosa. En trabajos de oficina es importante tomar precauciones para asegurar la salud y seguridad de los empleados, como son la utilización de un equipamiento correcto o técnicas ergonómicas	
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>	ISO 26000
Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	
Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	
Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	
Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	FORETICA
4. salud y seguridad ocupacional,	
<b>3.Gestión de la diversidad</b>	
Este concepto se refiere a la gestión de los diferentes tipos de trabajadores de una manera justa e igualitaria. Tiene en cuenta que diferentes perfiles aportan al entorno laboral habilidades, conocimientos y pensamientos distintos, que pueden traer valor añadido y ventajas empresariales.	GRI
<b>4.Igualdad de oportunidades</b>	
Desde la perspectiva económica y empresarial, la igualdad de oportunidades se define como el acceso por igual a un puesto de trabajo, formación o desarrollo sin ser discriminado por la edad, grupo étnico, religión, sexo u orientación sexual.	ETHOS
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>	
Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	
<b>IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES</b>	Pacto Global
Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	
<b>Indicador 11 – Valoración de la Diversidad</b>	ETHOS
Por reconocer la obligación ética de las compañías de combatir todas las formas de discriminación negativa y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad	
<b>Indicador 12 – Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial</b>	
Considerando la formación de la sociedad brasileña y las desventajas y persistentes que caracterizan la situación de la población negra (negros y pardos), en el país	
<b>Indicador 13 – Compromiso con la Promoción de la Equidad de Genero</b>	Pacto Global
Con el objetivo de cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral y su capacitación para funciones especializadas	
<b>Indicador 14 – Relaciones con Trabajadores Tercerizados</b>	
En sus relaciones con trabajadores tercerizados y/o con los proveedores de esos servicios	
Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	

<p><b>Trabajo Decente</b></p> <p><b>Indicador 15 – Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera</b></p> <p>En su política de remuneración, prestaciones y carrera</p> <p>El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:</p> <p>15.6. se ha establecido por medio de negociación con la comisión de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable.</p> <p><b>Indicador 18 – Conducta Frente a Despidos</b></p> <p>Para conducir procesos de despidos</p> <p><b>10.Reestructuración responsable</b></p> <p>En una coyuntura económica desfavorable, pueden presentarse casos en los que los despidos sean necesarios para la sostenibilidad económica de la empresa. Sin embargo, hay diferentes formas de implementar estas reestructuraciones a través de instrumentos como el trabajo a tiempo parcial, las reducciones de horas laborales o la reubicación de empleados a otro empleador de manera temporal.</p>	ETHOS
<p><b>TRABAJO FORZADOS</b></p> <p>Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.</p>	GRI
<p>Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción</p>	Pacto Global
<p><b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b></p> <p>Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.</p> <p>Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos</p> <p><b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b></p> <p>Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporen preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos</p>	GRI
<p><b>Dialogo y Participación</b></p> <p><b>Indicador 7 – Relaciones con Sindicatos</b></p> <p>Respecto a la participación de empleados en sindicatos y en la relación con sus representantes</p> <p><b>Indicador 8 – Gestión Participativa</b></p> <p>Respecto a la involucración de los empleados en la gestión,</p> <p>8.3. Posee programa para estimular y reconocer sugerencias de los empleados para mejoría de los procesos internos</p> <p><b>Indicador 19 – Preparación para Jubilación</b></p> <p>Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación</p>	ETHOS
<p><b>2. Clima laboral</b></p> <p>Cuando los empleados se sienten bien dentro del entorno laboral son más productivos. En cambio, si el clima laboral no promueve el bienestar, el riesgo es que la motivación de los empleados disminuya y las ausencias se incrementen.</p> <p><b>5.Conciliación</b></p> <p>Las políticas de conciliación están destinadas a asegurar que los empleados disfrutan de su tiempo personal suficientemente para poder rendir y ser productivos en su lugar de trabajo. Dos ejemplos de una actividad de conciliación son el teletrabajo u horarios flexibles.</p> <p><b>6. Retención del talento</b></p> <p>La retención de talento a través de estrategias y actividades es de vital importancia para asegurar que la empresa disfruta de los mejores trabajadores de forma sostenible y duradera. Esto se consigue a través de métodos de conciliación laboral con la vida personal y de un clima laboral positivo, facilitando y garantizando la salud y seguridad en el trabajo, y a través de la formación personal y profesional.</p> <p><b>8.Derechos Humanos</b></p> <p>Las empresas tienen un papel muy importante en la abolición de los abusos a los derechos humanos, derechos universales que tienen las personas bajo todo concepto y escenario posible. Hoy en día sigue habiendo muchas abusos a derechos humanos sobre todo en países en vía de desarrollo, donde la ley y su monitorización no son tan fuertes o estables como en el Primer Mundo. Esto no quiere decir que no haya abusos de derechos humanos en países desarrollados, aunque el número de casos es menor. Dentro del área de derechos humanos, la gestión sostenible y responsable de la cadena de suministro tiene un papel vital. Las multinacionales o empresas grandes tienen un número elevado de proveedores, lo cual hace difícil gestionar y monitorizar posibles abusos a los derechos humanos. Sin embargo, la visibilidad que tienen las multinacionales hace que caiga sobre ellas el riesgo de repercusiones legales y reputacionales.</p> <p>Capital humano: habilidades y experiencia de la gente, y sus motivaciones para innovar, incluyendo su:</p> <p>Alineación y apoyo de la organización de marco de gobierno y los valores éticos, tales como el reconocimiento de los derechos humanos, La capacidad de entender e implementar las estrategias de una organización y</p> <p>Lealtades y motivaciones para la mejora de los procesos, bienes y servicios, incluyendo su capacidad para dirigir y colaborar.</p>	FORETICA
<p>Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</p>	REPORTE INTEGRADO
<p>1. trabajo y relaciones laborales,</p> <p>2. condiciones de trabajo y protección social,</p> <p>3. diálogo social,</p>	Pacto Global
<p><b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b></p> <p>Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado</p> <p>Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.</p> <p>Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.</p>	ISO 26000
<p><b>Indicador 17 – Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad</b></p> <p>Para desarrollar sus recursos humanos,</p>	GRI
<p><b>9.Formación</b></p> <p>La formación, como práctica dentro del ámbito de la responsabilidad social, se refiere al desarrollo personal y profesional de los empleados, tanto para su crecimiento y motivación dentro de la empresa como en vistas a su empleabilidad a la hora de cambiar de trabajo.</p>	ETHOS
<p>5. desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.</p>	FORETICA
	ISO 26000

## Sociedad

<p>1. <b>Capital social:</b> Las instituciones y las relaciones establecidas entre y dentro de cada comunidad, grupo de partes interesadas y otras redes para mejorar el bienestar individual y colectivo. El capital social incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los valores y comportamientos,</li> <li>- Las relaciones clave, y la confianza y lealtad que una organización ha desarrollado y se ha esforzado por construir y proteger a los clientes, proveedores y empresas socios, y</li> <li>- Licencia social de una organización para operar.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>REPORTE INTEGRADO</b></p>
<p><b>1.Educación</b> Cada vez existen más iniciativas educativas encaminadas a inculcar en las nuevas generaciones conocimientos relativos a la sostenibilidad y a la gestión responsable en las organizaciones, ya sea desde un punto de vista de recursos humanos o desde una perspectiva de productos y servicios.</p> <p><b>2.Empleabilidad</b> Para el desarrollo de una sociedad más inclusiva y justa y en vista de los desafíos socio-económicos globales, son cada vez más numerosas e importantes iniciativas empresariales que incrementen la empleabilidad de diferentes grupos de la sociedad, y les ayuden a obtener empleo inicial, sustitutivo o adicional.</p> <p><b>3.Impacto en la comunidad</b> El impacto en la comunidad incorpora también actividades e iniciativas de voluntariado corporativo, empleabilidad, educación y, por supuesto, acción social. En los últimos años, varios grupos de interés han empezado a debatir sobre lo que se denomina “community footprint” o huella en la comunidad, y se está trabajando para desarrollar una forma viable de medir este impacto.</p>	
<p><b>COMUNIDADES LOCALES</b> Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales. Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.</p>	<p style="text-align: center;"><b>GRI</b></p>
<p><b>LIDERAZGO SOCIAL</b> <b>Indicador 39 – Liderazgo e Influencia Social</b> Buscando ejercer su ciudadanía por medio de asociaciones y foros empresariales <b>Indicador 40 – Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales</b> En su involucración con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales</p>	
<p>1. participación activa de la comunidad, 2. educación y cultura, 3. creación de empleo y desarrollo de habilidades, 4. desarrollo y acceso a la tecnología, 5. salud, 6. inversión social.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ISO 26000</b></p>

<b>TRANSPARENCIA POLÍTICA</b>	<b>ETHOS</b>
<b>Indicador 36 – Contribuciones para Campañas Políticas</b>	
Respecto a la financiación de partidos políticos y de candidatos a cargos públicos	
<b>Indicador 37 – Construcción de la Ciudadanía por las Empresas</b>	
<b>Indicador 38 – Prácticas Anticorrupción y Anticoima</b>	<b>GRI</b>
En la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles	
<b>CORRUPCIÓN</b>	
Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	
Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización	
Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>	
Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	
Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>	
Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>	<b>ISO 26000</b>
Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	
1. Anticorrupción: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	
1. los ámbitos de anti-corrupción,	
2. participación responsable en la esfera pública,	
3. competencia justa,	
4. Promover la responsabilidad social en la cadena de valor	
5. el respeto a los derechos de la propiedad.	
<b>EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>	<b>GRI</b>
Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	
<b>Respeto al Individuo</b>	<b>ETHOS</b>
<b>Indicador 9 – Compromiso con el Futuro de los Niños</b>	
En el tratamiento de la cuestión de combate al trabajo infantil	
<b>Indicador 10 – Compromiso con el Desarrollo Infantil</b>	
Considerando su contribución al desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños	<b>Pacto Global</b>
Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	

## Mercado - Clientes – Proveedores

<b>1.Relaciones con clientes</b>	<b>FORETICA</b>
Desde la perspectiva de la responsabilidad social, los clientes son un grupo de interés de gran trascendencia. Es importante comprender al cliente, sus intereses, necesidades y preferencias por diferentes razones: de calidad, de reputación y económicas.	
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>	<b>GRI</b>
Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	
Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>	
Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	
<b>2.Relaciones con los proveedores</b>	<b>FORETICA</b>
Desde el punto de vista de la RSE, las relaciones con proveedores deben fomentar la integración en ellos de diferentes tipos de políticas de RSE como las relacionadas con el medio ambiente o la salud y seguridad en el trabajo. Además, las relaciones con proveedores son importantes para la gestión de riesgos y desde un punto de vista de reputación.	
<b>SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES</b>	<b>ETHOS</b>
<b>Indicador 25 – Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores</b>	
Para regular sus relaciones con proveedores y aliados	
<b>Indicador 26 – Trabajo Infantil en la Cadena Productiva</b>	
En sus relaciones con proveedores y aliados	
<b>Indicador 27 – Trabajo Forzado (o Análogo al Esclavo) en la Cadena Productiva</b>	
En sus relaciones con proveedores y aliados	
<b>Indicador 28 – Apoyo al Desarrollo de Proveedores</b>	<b>GRI</b>
Respecto a proveedores de igual o menor porte	
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>	<b>GRI</b>
Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	

<p><b>8. Consumo responsable</b></p> <p>El consumo responsable es una tendencia que comenzó en los años 90 y se está afianzando cada vez más entre los consumidores. Muchos buscan hoy en día productos responsables, ya sea desde un punto de vista social, como los productos denominados de comercio justo, o desde una perspectiva ambiental.</p>	FORETICA
<p><b>DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO</b></p> <p><b>Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial</b></p> <p>Considerando la influencia de su política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza</p>	ETHOS
<p><b>Indicador 30 – Excelencia en la Atención</b></p> <p>Respecto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente,</p>	
<p><b>Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios</b></p> <p>Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios</p>	
<p><b>9. Publicidad responsable</b></p> <p>La publicidad responsable es una respuesta al consumo responsable y se refiere al marketing sostenible además de la comunicación de las características responsables de un producto o empresa. Otras empresas llevan más allá este concepto e integran la sostenibilidad en sus campañas publicitarias, desarrollando formas creativas e innovadoras de hacer publicidad pensando en el medio ambiente. Por ejemplo, en vez de utilizar propaganda tradicional, que es intensiva en el uso del papel, utilizan las nuevas redes sociales.</p>	FORETICA
<p><b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b></p> <p>Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.</p>	GRI
<p>Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes</p>	
<p><b>10. I+D+i</b></p> <p>Bien sea alrededor de productos o servicios o de nuevas formas de gestión internas enfocadas al bienestar de los trabajadores, la RSE requiere investigación, desarrollo y, como resultado, la innovación.</p>	FORETICA
<p><b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b></p> <p>Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.</p>	GRI
<p>Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes</p>	
<p>Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente</p>	
<p>Capital intelectual: activos intangibles que proporcionan ventajas competitivas, entre ellas: propiedad intelectual, como patentes, derechos de autor, software y de organización de sistemas, procedimientos y protocolos, y los activos intangibles que se asocian a la marca y la reputación que una organización ha desarrollado.</p>	REPORTE
<p><b>3. Responsabilidad de producto</b></p> <p>Dentro de la responsabilidad de producto hay un nuevo concepto que es importante mencionar: el "cradle-to-cradle" (de la cuna a la cuna), que habla de productos sin residuos ni impacto, que se pueden reutilizar o convertirse en otros productos.</p>	FORETICA
<p><b>4. Accesibilidad</b></p> <p>La accesibilidad se refiere a las facilidades de acceso que tienen personas con diferentes tipos de discapacidades en el lugar de trabajo. Desde un punto de vista empresarial, las personas con discapacidad aportan al entorno laboral capacidades y conocimientos diversos que se traducen en ventajas empresariales significativas.</p>	
<p><b>5. Calidad</b></p> <p>La verificación o certificación de la calidad de un producto o servicio es un apoyo importante para atraer y retener clientes.</p>	
<p><b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b></p> <p>Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.</p>	
<p><b>AUTORREGULACION DE LA CONDUCTA</b></p> <p><b>Indicador 1 - Compromisos Éticos</b></p> <p>Con respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos</p>	ETHOS
<p><b>Indicador 2 - Arraigo en la Cultura Organizacional</b></p> <p>Respecto a la eficacia en la difusión de los valores y principios éticos de la empresa.</p>	
<p><b>Indicador 3 - Gobierno Corporativo</b></p> <p>Con respecto a la estructura organizativa y las prácticas de gobierno corporativo</p>	
<p><b>7. Inversión Socialmente Responsable (ISR)</b></p> <p>La Inversión Socialmente Responsable constituye uno de los principales pilares sobre los que se apoya el auge y la profesionalización de la Responsabilidad Social. Un número creciente de inversores han empezado a presionar las agendas corporativas para analizar y discriminar sus inversiones, no sólo conforme a los parámetros financieros tradicionales, sino a través de filtros éticos, sociales, ambientales y de buen gobierno corporativo (ESG).</p>	FORETICA
<p><b>RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD</b></p> <p><b>Indicador 4 - Relaciones con los competidores</b></p> <p>En cuanto a la relación política con los competidores u organizaciones con el mismo propósito</p>	ETHOS
<p><b>Indicador 5 - Diálogo y Participación de las partes interesadas</b></p> <p>Teniendo en cuenta su impacto en los diferentes grupos en la sociedad</p>	
<p><b>Indicador 6 - Balance Social</b></p> <p>Con respecto a la presentación de informes sobre las actividades económicas, sociales y ambientales</p>	
<p><b>6. Buen gobierno</b></p> <p>Este concepto se refiere a un gobierno corporativo responsable, basado en la transparencia en la comunicación interna y externa y en la honestidad. Por ejemplo, estructuras que facilitan a empleados el poder discutir cualquier problema laboral con su superior, y que éste tenga una línea de comunicación y actuación clara para abarcar el tema, sirven para el fomento del buen gobierno.</p>	FORETICA
<p>1. prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación;</p> <p>2. protección de la salud y la seguridad de los consumidores;</p> <p>3. consumo sostenible;</p> <p>4. servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias;</p> <p>5. protección y privacidad de los datos de los consumidores;</p> <p>6. acceso a servicios esenciales;</p> <p>7. educación y toma de conciencia.</p>	ISO 26000

## Área Financiera – Económica

<p><b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b></p> <p>Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos</p> <p>Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático</p> <p>Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.</p> <p>Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos</p>	<p style="text-align: center;"><b>GRI</b></p>
<p><i>Capital financiero: El conjunto de fondos que es:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• disponible para la organización para su uso en la producción de bienes o la prestación de servicios, y</li> <li>• obtenido a través de financiación, como deuda, capital o subvenciones, o generados por las operaciones o inversiones.</li> </ul>	
<p><b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b></p> <p>Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.</p> <p>Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas</p> <p>Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.</p> <p><b>IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b></p> <p>Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie</p> <p>Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>GRI</b></p>
<p><b>1. Gobernanza organizacional</b></p> <p>La gobernanza de la organización es el factor más importante para hacer posible que una organización se responsabilice de los impactos de sus decisiones y actividades y para integrar la responsabilidad social en toda la organización y sus relaciones.</p> <p>La gobernanza eficaz debería basarse en la incorporación de los principios de la responsabilidad social en la toma de decisiones y en la implementación; considerar las prácticas; las materias fundamentales; y los asuntos de responsabilidad social al establecer y revisar su sistema de gobernanza.</p> <p>El liderazgo es clave para una gobernanza de la organización eficaz. Esto es cierto, no sólo para la toma de decisiones, sino también para motivar a los empleados a que practiquen la responsabilidad social y para integrarla a través de la cultura de la organización.</p> <p>Todas las organizaciones deberían implementar procesos, sistemas, estructuras u otros mecanismos que permitan aplicar los principios y prácticas de responsabilidad social.</p>	

## Derechos humanos

<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>	GRI
Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	
Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>	
Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	
<b>PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>	
Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>	
Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	
<b>EVALUACIÓN</b>	
Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	
<b>MEDIDAS CORRECTIVAS</b>	
Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	
<b>Derechos Humanos:</b>	Pacto Global
Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	
Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos	ISO 26000
Derechos humanos	
1. Debidamente diligencia,	
2. situaciones de riesgo para los derechos humanos,	
3. evitar la complicidad,	
4. resolución de reclamaciones,	
5. discriminación y grupos vulnerables,	
6. derechos civiles y políticos,	
7. derechos económicos, sociales y culturales,	
8. principios y derechos fundamentales en el trabajo.	

## Trabajos citados

CEADS Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible. (agosto de 2003). *CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible)*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.eclac.org/argentina/publicaciones/xml/8/27338/DocW9fin.pdf>

Escuela de Negocios CEU. (2009). *La fuerza de la Coherencia: los valores y la RSE- XVI Congreso Nacional de Ética de la Economía y de las Organizaciones*. Recuperado el 21 de septiembre de 2012, de [http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XVI/Docuweb\\_doc\\_1\\_serie\\_EN\\_a\\_14-12-09.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XVI/Docuweb_doc_1_serie_EN_a_14-12-09.pdf)

Acción Empresarial. (agosto de 2003). *La empresa y al Responsabilidad Empresarial Social*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Acción RSE, Empresas por un desarrollo sustentable. (s.f.). *¿Que es la RSE?* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de <http://www.accionrse.cl/contenidos.php?id=44&que-es-la-RSE.htm>

AED Asociación Empresarial para el Desarrollo. (s.f.). *¿Qué es RSE?* Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de <http://www.aedcr.com/subsection.php?id=36&section=rse>

Aliarse Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México. (Junio de 2010). *Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.aliarse.org.mx/>

Alvarado Herrera, A. (2007). *Marketing y Responsabilidad Social Empresarial Un mapa de navegación*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de Teoría y Praxis: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero4/Alvarado.pdf>

Alvarado Herrera, A., & Schlesinger Díaz, M. (JULIO - SEPTIEMBRE de 2008). *Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=21210802>

Andersen, K. (may de 2003). *The Project*. Recuperado el 8 de septiembre de 2012, de <http://www.aiesec.dk/projects/rexpect/Theproject.htm#Definition>

Andrews, K. (1977). *El concepto de estrategia de la Empresa*. Pamplona: EUNSA.

Andrews, K. (1989). *Ethics in Practice: Managing the Moral Corporation*, Boston: Harvard Business School Press. R.D. Irwin.

Ashley, P. A. (2004). *Ética e responsabilidade Social nos Negócios*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de

<http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Asprilla, D. (s.f.). *Taller Responsabilidad Social*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de [www.ascun.org.co/?idcategoria=2531&download=Y](http://www.ascun.org.co/?idcategoria=2531&download=Y)

Baltera, P., & Díaz, E. (diciembre de 2005). *Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf)

Basu, K., & Palazzo, G. (s.f.). *Corporate Social Responsibility: A Process model of sensemaking*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://zonecours.hec.ca/documents/A2010-1-2410459.CSRAprocessmodelofsensemaking.pdf>

Bateman, T. (2000). *Administración. Una ventaja competitiva*. México D.F.: McGraw Hill.

Bedoya Ramirez, J. B. (julio-agosto de 2009). *Fundamentos económicos y políticos del concepto de responsabilidad social empresarial en Latinoamérica: en debate*. Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/11/tendenciasyretos14-julia-bedoya.pdf>

Bell, D. (1991). *El advenimiento de la sociedad postindustrial: Un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza Editorial.

BID Banco Interamericano de Desarrollo. (s.f.). *En: El Nuevo Paradigma del Interés Social en el marco de la responsabilidad social de la empresa*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2012, de [http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/El\\_nuevo\\_paradigma\\_del\\_interes\\_social.pdf](http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/El_nuevo_paradigma_del_interes_social.pdf)

Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper.

Business and Society Belgium. (2011). *What is CSR*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de <http://www.businessandsociety.be/en/Knowledge-center/What-is-CSR>

Business for Social Responsibility. (2011). *CSR Strategy*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.communitybusiness.org/focus\\_areas/CSR.htm](http://www.communitybusiness.org/focus_areas/CSR.htm)

Business for Social Responsibility. (2000). *Introduction to Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Business for Social Responsibility. (june de 2003). *Issues in Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://www.bsr.org/AdvisoryServices/Issues.cfm>

Cabrera Sotomayor, G. (marzo de 2006). *La responsabilidad social de la empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de

<http://www.envirosocialgroup.com/pdf/Responsabilidadsocial/Laresponsabilidadsocialdelaempresaylasmetasdedesarrollodemilenio.pdf>

Cajiga Calderon, J. F. (s.f.). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

Cámara Nacional de Industrias de Bolivia. (2005). *Línea base de responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de <http://labor.org.bo/documentos/file/Responsabilidad%20Social%20Empresarial/Linea%20base%20de%20empresas%20con%20RSE%20en%20Bolivia.pdf>

Canadian Business for Social Responsibility. (2008). *About Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2012, de <http://www.cbsr.ca/resources/faqs>

Caravedo, B. (julio de 2004). *La nueva empresa introduccion a la responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Caravedo, B. (2006). *La Responsabilidad Social Empresarial: Una Prioridad en el Mundo Empresarial Moderno*.

Carroll, A. (1999). *Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://ctr.sagepub.com/content/24/3/178.abstract>

Carroll, A. (1983). *Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.abstract>

Carroll, A. (1991). *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Castellanos Verdugo, M., & Rojo, M. (2007). *Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la actividad turística. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino a futuro*. Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de [http://www.contaduriayadministracionunam.com.mx/userFiles/app/pp\\_24012012.pdf](http://www.contaduriayadministracionunam.com.mx/userFiles/app/pp_24012012.pdf)

Castillo Clavero, A. M. (1986). *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.

Caux Round Table. (s.f.). *CSR Handbook for Small and Medium Enterprises*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de Caux Round Table: <http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?&menuid=104&parentid=16>

CCP Canadian Council of Productivity. (s.f.). *En: Responsabilidad social un nuevo desafío?* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc\\_static/eventos/cssa/mc\\_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf](http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/eventos/cssa/mc_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf)

CECODES Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible. (s.f.). *Definición de la RSE para el CECODES*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.cecodes.org.co/responsabilidad-social-empresarial.html>

CEMEFI Centro Mexicano para la Filantropía. (s.f.). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

CentraRSE. (2006). *Definición*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de [http://www.centrase.org/main.php?id\\_area=14](http://www.centrase.org/main.php?id_area=14)

Centre for Corporate in Africa, United Nations, Deloitte. (2012). *Making Investment Grade: The Future of Corporate Reporting. New trends in capturing and communicating strategic value*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de Global Compact: [http://www.unglobalcompact.org/docs/news\\_events/upcoming/RioCSF/partner\\_deliverables/Making\\_Investment\\_Grade.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/upcoming/RioCSF/partner_deliverables/Making_Investment_Grade.pdf)

Centro Colombiano de Responsabilidad Social. (s.f.). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Chacón, C. (2001). *La empresa social: la responsabilidad social de la empresa. Jornadas de empleo: la inclusión social de personas vulnerables*. Valencia.

Chaparro Ávila, E., & Salgado Pavéz, R. (2005). *Sociedad mercado y minería. Una aproximación a la responsabilidad social corporativa*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/3/24003/lc12435e.pdf>

CIPE Center for International private Enterprise development institute. (2005). *Corporate Social Responsibility in Developing Countries*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de [http://developmentinstitute.org/member/koestoer/koestoer\\_script.pdf](http://developmentinstitute.org/member/koestoer/koestoer_script.pdf)

Comisión de las Comunidades Europeas. (julio de 2002). *“La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:es:PDF>

Comisión de las Comunidades Europeas. (julio de 2001). *“Libro Verde - Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.* Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001\\_0366es01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf)

Comité de Normalización 180 de Responsabilidad Social. (s.f.). *En: Responsabilidad social un nuevo desafío?* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc\\_static/eventos/cssa/mc\\_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf](http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/eventos/cssa/mc_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf)

Commission of the European Communities. (Mayo de 2003). *What is Corporate Social Responsibility (CSR)?* Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/soc-dial/csr/csr\\_whatiscsr.htm](http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_whatiscsr.htm)

Committee for Economic Development. (1971). *Social responsibilities of business corporations.*

COMPITE Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica. (s.f.). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica.* Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Concha Palacio, L., & Restrepo, J. (2008). *El proceso de promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia.* Recuperado el septiembre de 2012, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis179.pdf>

COPARMEX Confederación Patronal de la República Mexicana. (s.f.). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica.* Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Correa Jaramillo, J. G. (JULIO-DICIEMBRE de 2007). *Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social.* Recuperado el 28 de SEPTIEMBRE de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1650/165013675005.pdf>

Correa, M. E. (s.f.). *La Contabilidad de gestión ante la Responsabilidad Social Corporativa. Una propuesta de modelo en el contexto Mexicano.* Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de <http://www.fcceco.uner.edu.ar/archivos/RSE.pdf>

Correa, M. E., Van Hoof, B., & Nuñez, G. (enero de 2010). *Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe .* Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de [http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/8/38488/Doc\\_CSR\\_PyMES\\_Version\\_espanol\\_con\\_formato\\_rev5.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/8/38488/Doc_CSR_PyMES_Version_espanol_con_formato_rev5.pdf)

- Cortina, A. (1993). *Ética aplicada y democracia radical*. Madrid: Tecnos.
- Cortina, A. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de [http://observatoriorsu.org/documentos/CORTINA\\_Adela\\_%20Apuntes\\_%20AHC.pdf](http://observatoriorsu.org/documentos/CORTINA_Adela_%20Apuntes_%20AHC.pdf)
- CPTS, Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles. (Agosto de 2005). *Principios y método para desarrollar un programa de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 28 de Agosto de 2012, de <http://www.cpts.org/pdf/PrinMetDesarrProgRSE.pdf>
- CSR Europe. (october de 2011). *New EU definition on CSR mirrors Enterprise 2020 aspirations*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de CSR Europe: [http://www.csreurope.org/data/files/For\\_news/PRESS\\_RELEASE\\_-\\_EU\\_Communication\\_on\\_CSR.pdf](http://www.csreurope.org/data/files/For_news/PRESS_RELEASE_-_EU_Communication_on_CSR.pdf)
- CSR Wire. (s.f.). *Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de [http://www.csrwire.com/corporate\\_social\\_responsibility](http://www.csrwire.com/corporate_social_responsibility)
- CSRCP Corporate Social Responsibility Centre Pakistan. (s.f.). *Role of Accountants in Creating & Sustaining Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de CSRCP: [http://www.csrpc.com/images/csrpc/doc/Role\\_of\\_Accountants\\_in\\_Creating\\_&\\_Sustaining\\_CSR.pdf](http://www.csrpc.com/images/csrpc/doc/Role_of_Accountants_in_Creating_&_Sustaining_CSR.pdf)
- Dahlsrud, A. (9 de Noviembre de 2006). *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de Wiley InterScience: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/pdf>
- Davis, K. (Marzo de 1960). *Can business afford to ignore social responsibilities*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <http://connection.ebscohost.com/c/articles/6539178/can-business-afford-ignore-social-responsibilities>
- Davis, K. (Junio de 1973). *The case for and against Business Assumption of Social Responsibilities*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de <http://www.jstor.org/stable/255331>
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle What does the businessman owe to society? *Business Horizons* (10), 45-50.
- Davis, K., & Blomstrom, R. (1966). *Business and its environment*. New York: McGraw-Hill.
- De la Cuesta, M., & Valor, C. (enero de 2003). *Responsabilidad social de la empresa concepto, medición y desarrollo en España*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE\\_2755\\_07-19\\_\\_843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf](http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2755_07-19__843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf)
- Drucker, P. (1974). *Management Tasks Responsibilities*. New York: Harper & Row.

Drucker, P. (1984). *The new meaning of corporate social responsibility*. Recuperado el 21 de Agosto de 2012, de <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.abstract>

Eells, F., & Walton, C. (1974). *Conceptual foundations of business*. Burr Ridge: IL: Irwin.

Eilbert, H., & Parket, I. (1973). The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons* , 5-14.

El Mundo. (junio de 2009). *Tendencias mundiales en responsabilidad social*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://www.guia.com.ve/noticias/?id=42912>

Empresa Socialmente Responsable. (s.f.). *Empresa Socialmente Responsable*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de <http://www.empresasocialmenteresponsable.com/>

Escobar, M. (septiembre de 2010). *¿Cómo surge el concepto de RSE?, Sus interpretaciones y aplicaciones*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de [http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.4%20RSE%20-%20ESCOBAR%20\(P\).pdf](http://www.ascolfa.edu.co/archivos/6.4%20RSE%20-%20ESCOBAR%20(P).pdf)

Ethical Performance. (Mayo de 2003). *Introduction: Defining Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de <http://www.ethicalperformance.com/bestpractice/archive/1001/introduction.html>

Ethics in Action Awards. (MAY de 2003). *What is Corporate Social Responsibility?* Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Fernández de Gatta Sanchez, D. (enero de 2004). *Auditoria y sistemas de gestión ambientales en la Unión Europea: evolución, régimen vigente y perspectivas futuras. Noticias de la Unión Europea 228*. Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de [http://www.contaduriayadministracionunam.com.mx/userFiles/app/pp\\_24012012.pdf](http://www.contaduriayadministracionunam.com.mx/userFiles/app/pp_24012012.pdf)

Fitch, H. G. (1976). *Achieving corporate social responsibility*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.abstract>

Florez Hurtado , M., & Gutierrez Vera , H. (s.f.). *Índice de responsabilidad social en organizaciones de economía solidaria*. Recuperado el 21 de septiembre de 2012, de <http://www.ascolfa.edu.co/documentos/Cap-2003-Milton-Florez.pdf>

Forética. (s.f.). *Forética*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.foretica.org>

Forética. (2012). *Qué es la RSE*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse?lang=es>

Foro de Expertos en RSE. (s.f.). *Qué es la RSE*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse?lang=es>

Forum empresa. (s.f.). *Que es el RSE*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de Forum empresa: <http://www.empresa.org/>

Frederick, W. (1960). *The growing concern over business responsibility*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <http://www.williamcfrederick.com/articles%20archive/GrowingConcern.pdf>

Frederick, W. (1987). *Theories of Corporate Social Performance*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.cs.unitn.it/~andreaus/bs1112/garriga\\_mel%C3%A9.pdf](http://www.cs.unitn.it/~andreaus/bs1112/garriga_mel%C3%A9.pdf)

Friedman, M. (septiembre de 1970). *La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios*. Recuperado el 15 de SEPTIEMBRE de 2012, de [www.uca.edu.sv/facultad/clases/eco/m100203/doc2.doc](http://www.uca.edu.sv/facultad/clases/eco/m100203/doc2.doc)

Fundación El Otro. (Agosto de 2005). *La RSE en la comunicación empresarial. Una mirada sobre conceptos*. Obtenido de <http://labor.org.bo/documentos/file/Responsabilidad%20Social%20Empresarial/Linea%20base%20de%20empresas%20con%20RSE%20en%20Bolivia.pdf>

Fundación para la Ética de los Negocios y de las Organizaciones (ETNOR) & Centro Europea de Empresas Innovadoras (CEEI). (2004). *Guía de Responsabilidad Social de la Empresa, España, ETNOR*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de [http://www.etnor.org/html/pdf/pub\\_guia-rse.pdf](http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf); recuperado

Fundación Prohumana. (s.f.). *Fundación Prohumana*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de [http://www.prohumana.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=44&Itemid=60](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60)

FUNDAHRSE Fundación Hondureña de Responsabilidad Social. (2004). *Quiénes somos*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de <http://www.fundahrse.org/>

FUNDEMAS Fundación Empresarial para la Acción Social. (Noviembre de 2005). *Introducción a la RSE para la Mipyme*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.fundemas.org/index.php?option=com\\_attachments&task=download&id=5](http://www.fundemas.org/index.php?option=com_attachments&task=download&id=5)

FUNDEMAS Fundación Empresarial para la Acción Social. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de [http://www.fundemas.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=23&Itemid=39](http://www.fundemas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=23&Itemid=39)

Gallardo Vásquez, D., Jorge Oliveira, F., & Miguel Seabra, F. (s.f.). *Responsabilidad Social y aspectos éticos en las organizaciones. Un análisis de actitudes de los futuros gestores empresariales*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de [http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA\\_16/Dolores\\_Gallardo,\\_Fatima\\_Jorge\\_y\\_Fernando\\_Seabra.pdf](http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_16/Dolores_Gallardo,_Fatima_Jorge_y_Fernando_Seabra.pdf)

Gallardo Vazquez, D., & Castillo Polo, F. (2005). *La actuación empresarial responsable y una nueva propuesta para su divulgación por las empresas*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012,

de [http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA\\_16/Dolores\\_Gallardo,\\_Fatima\\_Jorge\\_y\\_Fernando\\_Seabra.pdf](http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_16/Dolores_Gallardo,_Fatima_Jorge_y_Fernando_Seabra.pdf)

García de Madariaga, J., & Rodríguez de Rivera, F. (Mayo - Agosto de 2010). *Corporate social responsibility and the classical theory of the firm: Are both theories irreconcilable?* Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512010000200002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512010000200002&script=sci_arttext)

Garriga, E., & Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de Università Degli Studi Di Trento: [http://www.cs.unitn.it/~andreaus/bs1213/garriga\\_mel%C3%A9.pdf](http://www.cs.unitn.it/~andreaus/bs1213/garriga_mel%C3%A9.pdf)

Garza Arroyo, M. A. (2008). Memorias de sostenibilidad en las empresas latinoamericanas. *Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría* , 143-193.

Gavin, J., & Maynard, W. (1975). Perceptions of corporate social responsibility. *Personnel Psychology* (28), 377-387.

Gismera Tierno, L., & Vaquero Lafuente, M. E. (2000). *La responsabilidad social de la empresa en España: la acción social*. Recuperado el 21 de septiembre de 2012, de [http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/VIII/9\\_Gismera\\_Vaquero00.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/VIII/9_Gismera_Vaquero00.pdf)

Global Reporting Initiative. (s.f.). *Global Reporting Initiative*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

Global Reporting Initiative. (2011). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

Gómez Villegas, M. (Febrero de 2011). *La gestión y la información sobre la Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes: La necesidad de diferenciación*. Recuperado el Mayo de 2011, de Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas: [http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_aal2011/general.htm](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/general.htm)

Gómez Villegas, M., & Quintanilla, D. A. (2012). Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. *Cuadernos de Contabilidad* (32), 121-158.

Greenpeace International. (s.f.). Recuperado el 26 de Septiembre de 2012, de <http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/climate-change/impacts/>

Henderson, D. (2001). *“Misguided Virtue. False Notions of Corporate Social Responsibility”*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://www.iea.org.uk/sites/default/files/publications/files/upldbook126pdf.pdf>

Heredia Rodríguez, L., & Gomez Jimenez, J. V. (Diciembre de 2010). *Las demandas de los stakeholders y la evolución de las memorias de sostenibilidad del GRI: un análisis desde la transparencia y la creación de valor*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de Sistema de Gestión de Revistas. Pontificia Universidad Javeriana Cali:

<http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=las%20demandas%20de%20los%20stakeholders%20y%20la%20evolu0luci%C3%B3n%20de%20las%20memorias%20de%20sostenibilidad%20del%20gri%3A%20un%20an%C3%A1lisis%20desde%20la%20transparencia%20y%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20valo>

Holme, R., & Watts, P. (enero de 2002). “*Responsabilidad Social Empresarial: Dándole buen sentido empresarial – WBCSD*”. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.wbcd.org/Pages/EDocument/EDocumentDetails.aspx?ID=83&NoSearchContextKey=true>

Hopkins, M. (1998). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age*.

Husted, B. W., & Allen, D. B. (february -september de 2006). *Corporate Social Responsibility in the Multinational Enterprise: Strategic and Institutional Approaches*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.jstor.org/discover/10.2307/4540387?uid=2&uid=4&sid=21101274166481>

Ibáñez Jiménez, E. M. (2004). Transparencia e Integridad Cotnable: Función creadora de valor de las memorias de sostenibilidad o balances sociales. En J. W. Ibáñez Jiménez, *Responsabilidad social de la empresa y finanzas sociales* (págs. 165-184). Madrid: Universidad Internacional de Andalucía - Ediciones AKAL.

IBLF International Business Leaders Forum. (23 de may de 2003). *International Business Leaders Forum*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.iblf.org/csr/csrwebassist.nsf/content/g1.html>

ICC Intenational Chamber of Commerce. (s.f.). *En: Responsabilidad social un nuevo desafio?* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc\\_static/eventos/cssa/mc\\_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf](http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/eventos/cssa/mc_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf)

Idowu, S., & Towler, B. (2004). *A comparative study of the contents of corporate social responsibility reports of UK companies*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de Emerald: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=871475&show=html>

IndianNGOs. (mayo de 2003). *Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.indianngos.com/corporate/members/researcha.htm>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (s.f.). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de

<http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Instituto Ethos & SEBRAE. (2003). *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas: Passo a Passo*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Instituto ETHOS de empresas e responsabilidade social. (s.f.). *O que é responsabilidade social empresarial?*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de [http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/93/servicos\\_do\\_portal/perguntas\\_frequentes/perguntas\\_frequentes.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/93/servicos_do_portal/perguntas_frequentes/perguntas_frequentes.aspx)

Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social. (2006). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de [http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/download/indicadores\\_esp\\_2006.pdf](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/download/indicadores_esp_2006.pdf)

Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social. (s.f.). *Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <http://www3.ethos.org.br>

International Organization for Standardization. (s.f.). Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de [www.iso.org](http://www.iso.org)

International Organization for Standardization. (s.f.). *Descubriendo ISO 26000*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2012, de [http://www.iso.org/iso/discovering\\_iso\\_26000-es.pdf](http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf)

International Organization for Standardization. (may de 2007). *Guidance on social responsibility*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.globalskm.com/Knowledge-and-Insights/Achieve-Articles/2011/Guidance-on-social-responsibility.aspx>

International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000*. Montevideo: Instituto Uruguayo de Normas Técnicas.

IOE International Organization of Employers. (s.f.). *En: Responsabilidad Social un nuevo desafío?* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc\\_static/eventos/cssa/mc\\_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf](http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/eventos/cssa/mc_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf)

IR Integrated Reporting. (s.f.). *Hacia la Información Integrada - La Comunicación de Valor en el siglo XXI*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de Asociación Española de Contaduría y Administración de Empresas: [http://www.aeca.es/comisiones/rsc/iirc\\_traducion\\_espanol.pdf](http://www.aeca.es/comisiones/rsc/iirc_traducion_espanol.pdf)

IR Integrated Reporting. (s.f.). *Integrated Reporting*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.theiirc.org>

ISO 2600. (s.f.). *Participación activa y desarrollo de la comunidad*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/participacion-activa-y-desarrollo-de-la-comunidad>

ISO 2600. (s.f.). *Prácticas justas de operación*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/practicas-justas-de-operacion>

ISO 26000. (s.f.). *Asuntos de Consumidores*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/asuntos-de-consumidores>

ISO 26000. (s.f.). *Derechos Humanos*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/derechos-humanos>

ISO 26000. (s.f.). *Descubren ISO 2600*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/descubriendo-iso-26000>

ISO 26000. (s.f.). *Gobernanza Organizacional*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/gobernanza-organizacional>

ISO 26000. (s.f.). *Materias Fundamentales*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/introduccion>

ISO 26000. (s.f.). *Medio Ambiente*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/medio-ambiente>

ISO 26000. (s.f.). *Prácticas Laborales*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/materias-fundamentales/practicas-laborales>

ISO 26000. (s.f.). *Principios*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/principios>

ISO 26000. (s.f.). *Que es ISO 26000*. Recuperado el 1 de octubre de 2012, de <http://www.iso26000latam.org/es/que-es-iso-26000>

ISO Central Secretariat. (2010). *Guía de Responsabilidad Social ISO 26000:2010*. Montevideo, Uruguay: Instituto Uruguayo de Normas Técnicas.

Jaramillo, C., & Ángel, J. A. (1996). *Responsabilidad social en Colombia: resultado de una investigación. La responsabilidad social o la ciencia de la riqueza. Empresa privada y responsabilidad social*. Utopita Ediciones.

Jenkins, H. (2006). *Small Business Champions for Corporate Social Responsibility*” in *Journal of Business Ethics*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de <http://www.springerlink.com/content/93x458826862v802/?MUD=MP>

Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Wadsworth Pub. Co.

Jones, T. (1980). *Corporate social responsibility revisited, redefined*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.citeulike.org/user/mking007/article/9385687>

Koontz, H., & Weihrich, H. (1998). *Administración, una perspectiva global..* México: 11ª. Edición. Edit. Mc Graw Hill.

Lawrence, A., Post, J., & Frederick, W. (1992). *Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. London: McGraw-Hill.

Lea, R. (2002). *Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Lizcano Álvarez, J. L. (2003). *Responsabilidad social corporativa y confianza en las organizaciones. Una aproximación al cuadro de mando para la responsabilidad social (cmrs)*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XI/9\\_Lizcano.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XI/9_Lizcano.pdf)

López Salazar, A., Contreras Soto, R., & Molina Sánchez, R. (Julio - Diciembre de 2011). *La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de Cuadernos de Administración: [http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co/pdfs/12Cnos\\_Admon\\_24-43\\_ALopez%20et%20al.pdf](http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co/pdfs/12Cnos_Admon_24-43_ALopez%20et%20al.pdf)

Maldonado García, S., Marín Gaviria, M. D., & Perea López, L. C. (14-15 de Febrero de 2010). *Las Pymes y las prácticas de RSC: Un análisis de la divulgación de información a través de la web*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas: [http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_aal2011/general.htm](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/general.htm)

Mariano Moneva, J., & Lizcano, J. L. (2004). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado el 25 de septiembre de 2012, de <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/medio13/MARCO%20CONCEPTUAL%20RSC.pdf>

Marín Gaviria, M. D., Maldonado García, S., & Sanmiguel Rodríguez, L. (Junio de 2012). *Análisis empírico de la divulgación de información social en Chile: Un estudio en empresas cotizadas*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de Revista Economía, Gestión y Desarrollo:

<http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/modules.php?name=bookcatalog&op=showbook&bid=138>

Marsden, C. (2001). *The Role of Public Authorities in Corporate Social Responsibility*.

Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de

[http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Matta Castro, M. C. (2008). *Modelo de gestion comunicacional de la politica de responsabilidad social empresarial en Henkel Colombiana S.A.* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis67.pdf>

Matten, D., & Moon, J. (2008). *'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de Social Science Research Network:

[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=978942](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=978942)

McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). *Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de

[http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

McWilliams, A., Donald S, S., & Wright, P. (enero de 2006). *Guest Editors' Introduction Corporate Social Responsibility: Strategic Implications*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x/pdf>

Milan, N., Rosa, M., & Villarroel, M. (septiembre de 2009). *Responsabilidad social y Medio ambiente. El rol del Estado*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de

<http://www.ccee.edu.uy/investigacion/lineas/etica/Responsabilidad%20Social%20y%20Medio%20Ambiente.%20El%20Rol%20del%20Estado.pdf>

Miller, D., & Sklair, L. (2008). *Capitalist globalization, corporate social responsibility and social policy*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de

<http://csp.sagepub.com/content/30/4/472.short>

Minister for Energy e-commerce and Postal Services. (Mayo de 2004). *Corporate Social Responsibility A Government update*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de

<http://www.bis.gov.uk/files/file48771.pdf>

Ministerio de trabajo y asuntos sociales. (Marzo de 2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas. Dialogo Social*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2012, de <http://www.elec-sancristobal.com/PDF/RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20DE%20LAS%20EMPRESAS.pdf>

f

Ministry of Corporate Affairs Government of India. (diciembre de 2009). *Corporate Social Responsibility Voluntary Guidelines 2009*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de [http://www.mca.gov.in/Ministry/latestnews/CSR\\_Voluntary\\_Guidelines\\_24dec2009.pdf](http://www.mca.gov.in/Ministry/latestnews/CSR_Voluntary_Guidelines_24dec2009.pdf)

Morgan, Campbell, Criuch, Pedersen, & Whitley. (2010). *The Oxford Handbook of Comparative Institutional Analysis*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.wiwiss.fu-berlin.de/institute/management/jackson/team/gjackson/09\\_02\\_04\\_publicationen/Socioecon\\_Rev-2012-Brammer-Jackson-Matten.pdf](http://www.wiwiss.fu-berlin.de/institute/management/jackson/team/gjackson/09_02_04_publicationen/Socioecon_Rev-2012-Brammer-Jackson-Matten.pdf)

Navarro Prados, J. A. (agosto-octubre de 2006). *Críticas y apoyos hacia la responsabilidad social de la empresa: una aproximación etnográfica desde la vivencia del trabajador y una propuesta metodológica cualitativa*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v6n1/v6n1a07.pdf>

Newswire-ONG. (s.f.). *En: Responsabilidad social un nuevo desafío?* Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc\\_static/eventos/cssa/mc\\_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf](http://www.consejocolombianodeseguridad.org.co/doc_static/eventos/cssa/mc_39cssa/archivos/conferencias/RSOCIAL.pdf)

Núñez, G. (noviembre de 2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://rsc-chile.cl/documentos/RSC%20en%20un%20Marco%20de%20Desarrollo%20Sostenible.%20CEPAL.pdf>

OIT, ANDI, JCI, Balance Social . (2001). *Línea base de responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 28 de SEPTIEMBRE de 2012, de <http://labor.org.bo/documentos/file/Responsabilidad%20Social%20Empresarial/Linea%20base%20de%20empresas%20con%20RSE%20en%20Bolivia.pdf>

Olabe, A. (Junio de 2002). *Indicadores de Sostenibilidad en el ámbito de la Responsabilidad Social de la Empresa. Ponencia presentada a las Jornadas sobre Responsabilidad Social. Balance Social: Instrumento de Gestión para la Empresa Social*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de <http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=indicadores%20de%20sostenibilidad%20en%20el%20%C3%A1mbito%20de%20la%20responsabilidad%20social%20de%20la%20%20empresa%20&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=https%3A%2F%2Fwww.juntadeandalucia.es%2Fempleo%2Fresponsab>

Olaya Garcera, J. E., & Rojas Muñoz, A. L. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>

Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2012, de <http://www.ilo.org/global/topics/safety-and-health-at-work/lang--es/index.htm>

Parda Herrasti, E., Paredes Gazquez, J. D., & Dela Cuesta Gonzalez, M. (Febrero de 2011). *Retos de la RSC II: El engagement con los grupos de interés*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://rsevenezuela.com/index.php?option=com\\_rokdownloads&view=file&Itemid=7&id=73:retos-de-la-rse-el-engagement-con-los-grupos-de-interes](http://rsevenezuela.com/index.php?option=com_rokdownloads&view=file&Itemid=7&id=73:retos-de-la-rse-el-engagement-con-los-grupos-de-interes)

Perdiguero, T., & López Rausell, A. (2005). Responsabilidad Social e Información de Sostenibilidad. En T. Perdiguero, & A. García Reche, *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial* (págs. 169-202). Valencia: Universitat de València.

Perdomo, J., & Escobar, A. (2011). La investigación en RSE: Una revisión desde el Management. *Cuadernos de Administración*, 193-219.

Pérez Chavarría, M. (marzo-agosto de 2009). *Responsabilidad social corporativa (rsc) y comunicación: la agenda de las grandes empresas mexicanas*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com\\_booklibrary/ebooks/5512\\_perez.pdf](http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/components/com_booklibrary/ebooks/5512_perez.pdf)

Perú 2021 una nueva vision. (Junio de 2012). *Perú 2021 una nueva visión. Por un Perú Próspero, Pacífico, Democrático y Justo*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2012, de <http://www.peru2021.org/images/it%20junio%2012.pdf>

Pimentel Rojas, E. (Junio de 2008). *Línea base de responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://labor.org.bo/documentos/file/Responsabilidad%20Social%20Empresarial/Linea%20base%20de%20empresas%20con%20RSE%20en%20Bolivia.pdf>

Pinney, C. (2001). *Imagine Speaks Out. How to Manage Corporate Social Responsibility and Reputation in a Global Marketplace: the Challenge for Canadian Business*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de Imagine Canada: [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Porter, M. (s.f.). *Fundamentos económicos y políticos del concepto de responsabilidad social empresarial en Latinoamérica: en debate*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/11/tendenciasyretos14-julia-bedoya.pdf>

Portocarrero, F. (JUNIO-AGOSTO de 2002). *Entrevista en: Punto de Equilibrio*. Recuperado el 18 de SEPTIEMBRE de 2012, de

<http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Proética. (2003). *La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

PWBLF , Prince of Wales Business Leadership Forum. (Abril de 2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/14904/P14904.xml&xsl=/dmaah/tpl/p9f.xsl&base=/dmaah/tpl/top-bottom.xsl>

Raposo, R. (s.f.). *Línea base de responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de <http://labor.org.bo/documentos/file/Responsabilidad%20Social%20Empresarial/Linea%20base%20de%20empresas%20con%20RSE%20en%20Bolivia.pdf>

Red Puentes Internacional. (14 de abril de 2009). *ISO 26000 la responsabilidad social convertida en norma*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/iso-26000-la-responsabilidad-convertida-en-norma/>

Reder, A. (1994). *In Pursuit of Principle and Profit: Business Success through Social Responsibility*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

Reyno Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de <http://www.eumed.net/libros/2008c/436/>

Rodríguez, A. d. (2008). *Responsabilidad social empresarial, calidad de vida y trabajo social*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=Responsabilidad+social+empresarial%2C+calidad+de+vida+y+trabajo+social&source=web&cd=1&ved=0CCIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.humanas.unal.edu.co%2Fsocial%2Findex.php%2Fdownload\\_file%2Fview%2F53%2F&ei=SN15UN-PL4nO9AT](http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=Responsabilidad+social+empresarial%2C+calidad+de+vida+y+trabajo+social&source=web&cd=1&ved=0CCIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.humanas.unal.edu.co%2Fsocial%2Findex.php%2Fdownload_file%2Fview%2F53%2F&ei=SN15UN-PL4nO9AT)

Roitstein, F. (2003). *La responsabilidad Social en la Argentina. Tendencias y Oportunidades*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Rueda Delgado, G., & Uribe Bohorquez, M. (2012). Reportes de responsabilidad social empresarial en ambientes globalizados: ¿la estandarización es la respuesta? Reflexiones teóricas y ejemplos desde indicadores laborales de Responsabilidad Social Empresarial. *Primer Congreso Global en Contabilidad y Finanzas Interges*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Rueda Delgado, G., & Uribe Bohorquez, M. V. (2011). La manera como lo contabilidad puede informar la responsabilidad empresarial: bases conceptuales para un trabajo empírico. *XVI Congreso AECA "Nuevo modelo económico: Empresa, Mercados y Culturas"*. Granada: AECA.

Ruiz, G. (2004). *Cuando ser bueno es negocio*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a06.pdf>

Salazar, C., & Segovia, D. (enero de 2009). *Análisis crítico de la marca Colombia es pasión. Su estrategia, componentes y efectividad. Una mirada desde la Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis179.pdf>

Sethi, P. (1990). An analytical framework for making cross-cultural comparisons of business responses to social pressures: The case of the United States and Japan'. En *International and Comparative Corporation and Society*. Greenwich: JAI Press.

Sethi, S. (1975). *Dimensions of corporate social performance: An analytic framework*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.abstract>

Shekha, N. (Abril - Junio de 2011). *Guide to reading and understanding a sustainable report: An overview*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de The Pakistan Accountant: [http://www.icap.org.pk/userfiles/file/publication/pak\\_acc\\_march\\_july%202011.pdf](http://www.icap.org.pk/userfiles/file/publication/pak_acc_march_july%202011.pdf)

Singh, A. (enero de 2011). *Jack Welch: GE May Be Going Too Green*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.forbes.com/sites/csr/2011/03/01/jack-welch-ge-may-be-going-too-green/>

Smith, C. (Abril de 2003). *Corporate Social Responsibility: Not Whether, But How?* Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.london.edu/facultyandresearch/research/docs/03-701.pdf>

Smith, R. (1 de 2011). *Defining Corporate Social Responsibility: A Systems Approach For Socially Responsible Capitalism*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de [http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=od\\_theses\\_mp&sei-redir=1&referer=http%3A%2F%2Fwww.google.com.co%2Furl%3Fsa%3Dt%26rct%3Dj%26q%3Ddefining%2520corporate%2520social%2520responsibility%253A%2520a%2520systems%2520approach%25](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=od_theses_mp&sei-redir=1&referer=http%3A%2F%2Fwww.google.com.co%2Furl%3Fsa%3Dt%26rct%3Dj%26q%3Ddefining%2520corporate%2520social%2520responsibility%253A%2520a%2520systems%2520approach%25)

Solarte Rodríguez, M. R. (Enero de 2003). *Moral y ética de lo público*. Recuperado el 21 de septiembre de 2012, de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/03/e-mep.pdf>

Steiner, G. (1971). *Business and society*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://bas.sagepub.com/content/38/3/268.abstract>

Sulmont, D. (2000). *La responsabilidad social empresarial en el Perú*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Taquía Gutiérrez, R. (s.f.). *El nuevo paradigma del interés social en el marco de la Responsabilidad Social de la Empresa*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2012, de [http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/El\\_nuevo\\_paradigma\\_del\\_interes\\_social.pdf](http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/El_nuevo_paradigma_del_interes_social.pdf)

The Global Compact. (2006). *CSR is it not about philanthropy, but about fundamental business practices*. Recuperado el 15 de septiembre de 2012, de <http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/24/original/COP.pdf?1262614164>

Tilt, C. A. (2009). *Corporate Responsibility, Accounting and Accountants*. Recuperado el 28 de septiembre de 2012, de <http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=corporate%20responsibility%2C%20accounting%20and%20accountants&source=web&cd=1&ved=0CCQQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.spinger.com%2Fcontent%2Fdocument%2Fdocument%2Fdownloadaddocument%2F9783642026294-c1.pdf%3FSGWID%3D0-0>

UK Government. (2001). *UK Government Response to European Commission Green Paper on Corporate Social Responsibility*. Recuperado el 15 de Agosto de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

UNESCO. (26-28 de Abril de 2000). *Educación para Todos: cumplir nuestros compromisos comunes*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001211/121147s.pdf>

United Nations. (s.f.). *Global Compact*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <http://www.unglobalcompact.org>

Uribe Bohorquez, M. V., & Rueda Delgado, G. (2012). Respuestas de la Contabilidad antes los diversos entendimientos de la Responsabilidad Social Empresarial (En proceso editorial). *Cuadernos de Contabilidad*.

USCIB Corporate Responsibility Committee. (november de 2002). *United States Council on International Business, Advancing Corporate Responsibility*. Recuperado el 21 de septiembre de 2012, de

<http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=codes&sei-redir=1&referer=http%3A%2F%2Fwww.google.com.co%2Furl%3Fsa%3Dt%26rct%3Dj%26q%3Dcorporate%2520social%2520responsibility%253A%2520challenges%2520and%2520opportunities%25>

Vaca Acosta, Moreno Dominguez, & Riquel Liguero. (2007). *Analisis de la Responsabilidad Social corporativa desde 3 enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoria institucional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de [http://www.contaduriayadministracionunam.com.mx/userFiles/app/pp\\_24012012.pdf](http://www.contaduriayadministracionunam.com.mx/userFiles/app/pp_24012012.pdf)

Vargas Forero, G. A. (julio - Diciembre de 2011). *Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DTZOht7IwC8J:www.sci.unal.edu.co/scielo.php%3Fscript%3Dsci\\_arttext%26pid%3DS0120-35922011000200009%26lng%3Den%26nrm%3Diso%26tng%3Des+Conjunto+de+pol%3CA+Dticas+y+acciones+que+las+firmas+adoptan&cd=1&hl](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DTZOht7IwC8J:www.sci.unal.edu.co/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS0120-35922011000200009%26lng%3Den%26nrm%3Diso%26tng%3Des+Conjunto+de+pol%3CA+Dticas+y+acciones+que+las+firmas+adoptan&cd=1&hl)

Vargas Sánchez, A., & Vaca Acosta, R. M. (noviembre de 2005). *Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: vínculos y potencialidades*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.uhu.es/alfonso\\_vargas/archivos/CIRIECN53.pdf](http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/CIRIECN53.pdf)

Vaz Ogando, N., Fernández-Feijóo Souto, B., & Ruiz Blanco, S. (Abril de 2012). *España en el GRI: Empresas que comunican y empresas que verifican*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de Revista del Instituto Internacional de Costos: [http://www.revistaaiic.org/articulos/numesp/articulo8\\_esp.pdf](http://www.revistaaiic.org/articulos/numesp/articulo8_esp.pdf)

Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (septiembre de 2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Recuperado el septiembre de 2012, de <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=L1R3XGBj7fA%3D&tabid=499&language=es-NI>

Vogel, D. (2006). *The Market for Virtue*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de [http://www.wiwiss.fu-berlin.de/institute/management/jackson/team/gjackson/09\\_02\\_04\\_publicationen/Socioecon\\_Rev-2012-Brammer-Jackson-Matten.pdf](http://www.wiwiss.fu-berlin.de/institute/management/jackson/team/gjackson/09_02_04_publicationen/Socioecon_Rev-2012-Brammer-Jackson-Matten.pdf)

Whetten, D., Rands, G., & Godfrey, P. (2002). *What are the responsibilities of business to society?* Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de [http://johnmccarthy.webs.com/Global%20Business%20Strategy/What%20Are%20the%20Responsibilities%20of%20Business%20to%20Society%20\[Whetten,%20Rands%20and%20Godfrey,%20Handbook%20of%20Strategic%20Management\].pdf](http://johnmccarthy.webs.com/Global%20Business%20Strategy/What%20Are%20the%20Responsibilities%20of%20Business%20to%20Society%20[Whetten,%20Rands%20and%20Godfrey,%20Handbook%20of%20Strategic%20Management].pdf)

World Business Council for Sustainable Development. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/pdf/csr_news45.pdf)

World Business Council for Sustainable Development. (2006). *Oportunidades de negocios para reducir la pobreza. Una guía de campo*. Recuperado el 18 de septiembre de 2012, de [http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Oportunidades\\_de\\_negocios\\_para\\_reducir\\_la.pdf](http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Oportunidades_de_negocios_para_reducir_la.pdf)