

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO INDICADOR DE IMPACTO EN LA
RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS**



ERIKA CORTES HURTADO

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA

BOGOTA, D.C., NOVIEMBRE DE 2014

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO INDICADOR DE IMPACTO EN LA
RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS**



ERIKA CORTES HURTADO

**Trabajo de Grado como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia**

Asesor

JESÚS SALVADOR MONCADA CERÓN

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA
BOGOTA, D.C., NOVIEMBRE DE 2014**

Resumen

El concepto de la responsabilidad Social Empresarial ha ido cambiando paulatinamente a las organizaciones en su normatividad sobre el concepto del mismo y su importancia dentro del mundo empresarial. Además de agregar valor a la empresa se ha convertido en un indicador muy fuerte de rentabilidad, ya que las acciones de responsabilidad social generan un impacto frente a sus diferentes grupos de interés. Hoy por hoy, las empresas han incorporado dentro de sus políticas de Responsabilidad Social Empresarial, el canalizar sus esfuerzos hacia acciones tendientes a mejorar su imagen corporativa, a tener un buen nombre, a ser más competitivos, éticos, justos y transparentes, mediante el bienestar social que puedan brindar a sus empleados, a mejorar su calidad de vida, a desarrollar programas de sostenibilidad que no solo mejoren el medio ambiente sino que se extiendan hacia las comunidades que forman parte del entorno en el que normalmente desarrollan sus actividades.

La Responsabilidad Social Empresarial al ser aplicada con una verdadera conciencia social y unos valores enmarcados dentro de un buen Gobierno Corporativo, genera unos indicadores de confianza en los accionistas, la comunidad y los diferentes grupos de interés. Como consecuencia de estas buenas prácticas, generará unos indicadores de valor contribuyendo al desarrollo del país, a brindar bienestar, generar reconocimiento, y lograr un nivel muy alto de compromiso por parte de sus colaboradores, al reconocer que sus acciones y decisiones impactan negativa o positivamente tanto a la sociedad como al medio ambiente.

Palabras clave: Responsabilidad Social empresarial, calidad de vida, ética, grupos de interés, conciencia, código de conducta, Gobierno Corporativo, sostenibilidad, valores, indicadores, confianza, bienestar, impacto, medio ambiente.

Abstract

The concept of corporate social responsibility has gradually changed to organizations in their regulations on the same concept and its importance in the business world. In addition to adding value to the company has become a very strong indicator of performance as the socially responsible actions have an impact against its various stakeholders. Today, companies have incorporated in their CSR policies, channeling their efforts towards measures to improve its corporate image, to have a good name, to be more competitive, ethical, fair and transparent, by being social networks that provide their employees, improve their quality of life, to develop sustainability programs that not only improve the environment but extend to communities that are part of the environment in which they operate normally

The Company when applied to a real social conscience and a framed within a good corporate governance values generates indicators of confidence in shareholders, the community and the various stakeholders Social Responsibility. Following these best practices will generate indicators of value to contribute to the development of the country, to bring comfort, build awareness, and achieve a high level of commitment from its employees, recognizing that their actions and decisions impact negatively or positively both society and the environment.

Keywords: Corporate Social Responsibility, quality of life, ethics, stakeholders, code of conduct, corporate governance, sustainability, values, indicators, confidence, wellbeing, impact, environment.

Justificación

Con el presente ensayo se pretende dar a conocer los elementos más relevantes de la Responsabilidad Social Empresarial y la forma cómo se ha ido convirtiendo en un indicador de impacto en las empresas; el cual al ser aplicado de forma óptima y eficiente incide de manera positiva como pieza clave de éxito en el mejoramiento empresarial y laboral.

La Responsabilidad Social Empresarial es un camino a seguir de manera voluntaria para las empresas, las cuales deciden contribuir a ser un agente de cambio a nivel económico, social y ambiental el cual al comprometerse con la sociedad, su entorno y el medio ambiente a trabajar unidos para hacer cada día un mejor país, crea un impacto el cual incide en sus indicadores de rendimiento y en la buena imagen que genera frente a la sociedad en general; agregando valor a la empresa, mejorando su competitividad, generando más rentabilidad y garantizando confianza para el cumplimiento de los compromisos con los diferentes grupos de interés, teniendo en cuenta que las acciones empresariales buenas o malas repercutirán ante la comunidad recibiendo una valoración positiva o negativa.

La Responsabilidad Social es un fenómeno naciente en el desarrollo social y en la cultura de negocios. Se ha ido reforzando y se ha ido consolidando por la necesidad de realizar algún tipo de gestión sobre el impacto que pueden llegar a tener las actividades de las organizaciones en los seres humanos, en las acciones negativas que han ejercido sobre el planeta en todos los aspectos, por los impactos negativos que se ha tenido con la sociedad y con el medio ambiente; nace de la necesidad de realizar un verdadero desarrollo social y sostenible, de la ética y de la transparencia con la cual se pueda manejar a través de las empresas.

Formulación del problema

¿Cómo la responsabilidad social como indicador, impacta la rentabilidad de las empresas?

Objetivo General

- Analizar cómo las empresas sin dejar de lado su rentabilidad económica se enfocan en una rentabilidad social buscando el bienestar para sus empleados y la sociedad en general lo que les genera a partir de sus buenas prácticas un impacto positivo en su buen nombre organizacional y su imagen de recordación.

Objetivos Específicos

- Establecer cómo desde el código de conducta y valores organizacionales se debe trabajar la ética como pilar fundamental dentro del proceso de Responsabilidad social.
- Reconocer cómo a través de la Responsabilidad Social se pueden establecer relaciones comerciales basadas siempre en los principios éticos y compromisos.
- Explorar y comprender los escenarios más importantes de la responsabilidad social en las organizaciones y su impacto sobre la imagen corporativa dentro y fuera de la organización.

La Responsabilidad Social Empresarial

Definición

La Responsabilidad Social Empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales"¹.

Antecedentes

Para adentrarnos en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial y las causas históricas que dieron origen a este término, debemos ubicarnos desde el origen mismo del hombre cuando Aristóteles decía que el hombre era un animal político precisamente por el carácter social que tiene por naturaleza (Emilio, 2013). La responsabilidad Social viene desde hace mucho tiempo cuando los enciclopedistas franceses como Rousseau establecieron los principios de la democracia moderna. El término siempre ha estado ligado a actividades productivas, a desarrollar valores como los derechos humanos, tiene sus raíces en el socialismo democrático como en el intervencionismo estatal de la economía Keynesiana (1930) y la economía social de Mercado (1945) como rechazo de la propiedad privada y las libertades individuales.

Algunas causas como la globalización y los modelos de apertura, han tenido un resultado no tan positivo pues han creado brechas e impactos negativos entre los países ricos

¹ Definición del Instituto Ethos de Empresas de Responsabilidad Social - Brasil

y pobres dejando de lado a las personas, obligando a la búsqueda de soluciones en forma conjunta; debido a este tipo de inconvenientes y con la finalidad de tratar de mejorar los problemas, fue que se dio origen al pacto global, este pacto ha sido considerado como el decálogo por excelencia de la Responsabilidad Social Empresarial. De ahí se cree que la Responsabilidad Social Empresarial puede ser vista como una solución de fondo a los problemas globales. Las empresas han jugado un papel muy importante ya que se han establecido como el motor que impulsa los cambios y la aplicación de las políticas sociales en beneficio de los sectores más desprotegidos de la sociedad.

Si hablamos en términos generales la Responsabilidad Social Empresarial se refiere a la responsabilidad de la empresa con la sociedad, con los grupos sociales, y en especial con los grupos de interés tales como empleados, consumidores, clientes, proveedores, acreedores, otras empresas, el gobierno, la comunidad, etc.. conocidos a nivel mundial como los stakeholders.

El máximo impacto a partir de la Responsabilidad Social Empresarial es en el plano individual, para cada persona, por los profundos valores éticos que asume y pone en práctica al servicio de la empresa y sus grupos de interés a los cuales les genera valor ético, económico y social con una adecuada estrategia corporativa.

La ética es muy importante para reflexionar sobre el actuar de la empresa y la forma en que asume la aplicación de mejores prácticas para con sus empleados y con la sociedad en general. La ética refleja el carácter de los individuos y sociedades a través de sus decisiones y comportamientos; así en todas y cada una de las actuaciones y decisiones de una empresa está presente la ética. Las empresas tienen sus valores corporativos y sus códigos de conducta en el cual priman los comportamientos éticos para orientar las actuaciones y las estrategias pensadas para la propia actividad a realizar por parte de la empresa. Para ello la empresa juega un papel muy importante. Fernando Savater nos dice que el empresario es el

héroe de la época, así como en Grecia lo fueron los dioses, o en la edad Media el santo o en el siglo XVIII El sabio (Savater, La Dimensión Ética de la Empresa. Serie Conversaciones, 1998). Por tal razón el empresario es un referente por cuanto sus actitudes tendrán un reconocimiento bueno o malo y será ejemplo o no para la sociedad en general y para los empleados.

Como consecuencia de la Globalización en la economía Mundial y su rápido proceso en los últimos años, se ha situado a la empresa como responsable socialmente y también a nivel global (Moreno, 2006). Todas las empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas cuyas valoraciones cada vez están más influenciadas por los grupos de interés y bajo criterios enmarcados dentro de la Responsabilidad Social Empresarial los cuales se deben cumplir y hacer cumplir, sin dejar que se vuelva un fenómeno pasajero sino que permanezca en el tiempo ya que de la estrategia que siga la empresa dependerá su desarrollo futuro, la sostenibilidad de la empresa, y su creación de valor como indicador clave.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial aún se encuentra en desarrollo, ya que aún no tiene una aceptación generalizada y en algunas ocasiones es interpretado de acuerdo con la conveniencia de quien lo esté asumiendo. En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad.

José Moneva en su artículo la Responsabilidad Social nos muestra como ha venido tomando mucha importancia a nivel mundial y la forma como este fenómeno ha venido

tomando relevancia dentro de las empresas ya que aunque la práctica de la Responsabilidad Social es a título voluntario genera un compromiso por parte de las empresas en cuanto a la parte del desarrollo social y la conservación del medio ambiente (José, 2005); hasta el momento para las empresas es voluntario el realizar sus informes de sostenibilidad y divulgarlos a los grupos de interés, sin embargo se ha hecho cada vez más necesario el divulgar este tipo de informes para que se tenga contra qué comparar; por tal razón se creó a nivel mundial el reporte de sostenibilidad llamado GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)² como el referente más importante a nivel internacional para estandarizar los reportes de sostenibilidad y lo que éstos deben incluir.

Los principios de la Responsabilidad Social según AECA (2004, Párrafos 82-99) para trabajar desde la dirección y la gestión de las empresas socialmente responsables son:

- **Transparencia:** basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.
- **Materialidad:** Supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.
- **Verificabilidad:** Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.
- **Visión amplia:** La organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que

² La iniciativa de reporte global GRI es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)

produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones.

- Mejora continua: La Responsabilidad Social va ligada estrechamente a la idea de gestión continuada que tiene por objetivo principal la supervivencia de la organización.
- Naturaleza social de la Organización.: Esta arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

Aunque no hay un orden de prioridad para cada uno de estos principios la transparencia se considera tal vez uno de los más importantes por cuanto es la base del resto. El principio de transparencia se sustenta a su vez en tres elementos que son: el comportamiento socialmente responsable, los agentes interesados en la organización y la comunicación de actividades. Estos tres elementos se articulan en base a los componentes económicos, sociales y medioambientales que constituyen el concepto de la Responsabilidad Social. Sobre la base de los tres elementos y los tres componentes es que se desarrolla la fundamentación de la Responsabilidad Social Empresarial.

La responsabilidad social se ha convertido en un indicador ineludible para los líderes de negocios en todos los países. Si se analiza responsabilidad social como una fuente de oportunidades, de innovación y de ventaja competitiva se dejaría de ver por muchos como un costo, una limitación o un acto de beneficencia (R., 2006) . De igual manera nos presentan a las empresas dentro de un marco estratégico con efectos positivos y negativos dentro de la sociedad y los grupos de interés. Convirtiéndose en una fuente de progreso a medida que las empresas aplican su experiencia en pro de la sociedad. Mediante la Responsabilidad Social Empresarial se presenta la oportunidad de crear valor compartido, el cual no es otro que crear un beneficio significativo para la sociedad

que también es de valor para el negocio. Cuando las compañías comiencen a percibir la responsabilidad social como la construcción de valor compartido y de integración social compartida, los indicadores mejoraran a todo nivel pues el término se volverá cada vez más importante para el éxito competitivo.

Marco legal de la Responsabilidad Social Empresarial

Norma Internacional ISO 26000

No podemos hablar de Responsabilidad Social Empresarial, sin conocer la Norma Internacional ISO 26000 la cual ha sido creada como guía voluntaria para ser aplicada en el mundo empresarial. El desarrollo de este documento normativo inició en 2005. El proyecto fue ejecutado por un Grupo de Trabajo de la ISO sobre Responsabilidad Social, que abarcaba múltiples partes interesadas (ISO/WG SR), integrado por expertos y observadores de 99 países miembros de ISO - de los cuales 69 son países en desarrollo - y por 42 organizaciones del sector público y privado. (ICONTEC) Se contó con la representación de seis grupos principales de partes interesadas: industria; gobierno; trabajadores; consumidores; organizaciones no gubernamentales; de servicio, soporte, investigación y otros, así como con un equilibrio geográfico y de género de los participantes. En total participaron unas 400 personas, convirtiéndose así este grupo de trabajo en el más grande de la historia de ISO.

La norma ISO 26000 contiene orientaciones voluntarias y no es un documento de especificaciones destinadas a la certificación de tercera parte como lo son otros documentos como la ISO 9001 e ISO 14001 (ICONTEC).

La Norma Internacional ISO 26000 es una 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 vía de desarrollo, así como en las economías

en transición. La norma les ayuda en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más (ICONTEC).

ISO 26000 contiene guías voluntarias no obligatorias, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación.

La norma internacional ISO 26000 es una guía sobre Responsabilidad social, nos ofrece una guía global para las organizaciones de todo tipo sea público o privado, siempre basadas en un consenso general de expertos internacionales los cuales representan a las partes interesadas cuyo objetivo es tratar de extender las mejores prácticas en términos de responsabilidad social a nivel mundial.

Es importante para las organizaciones ya que la sostenibilidad de los negocios no se basa únicamente en entregar productos de buena calidad y en cumplir con los tiempos y necesidades de entrega, sino que se preocupan no solo por el medio ambiente sino por ser organizaciones socialmente responsables.

Para hacerlo, la presión viene de los clientes, consumidores, gobierno, asociaciones, y el público en general. Todo enmarcado dentro de la ética para prevenir actividades tipo fraudes y de malos manejos a nivel laboral con los empleados.

De la ISO 26000 se desprende lo que es la responsabilidad social y lo que deben hacer las empresas para llegar a ser socialmente responsables.

La ISO 26000 ayuda a todo tipo y nivel de organización no importa su tamaño, su objeto social ya que proporciona una guía sobre:

- Conceptos , términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social
- Antecedentes, tendencias y características de la Responsabilidad Social
- Principios y prácticas relativas a la Responsabilidad Social
- Materias fundamentales y temas de Responsabilidad social

- Identificación de compromisos con los grupos de interés
- Comunicación de compromisos, desempeño y toda la información necesaria que tenga que ver con la Responsabilidad Social.

Global Reporting Initiative (G.R.I.) Informe de sostenibilidad

Actualmente las empresas se apoyan en Global Reporting Initiative (GRI). Pero qué es el GRI? Es un reporte de sostenibilidad el cual nace de una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. GRI produce un completo Marco que las empresas estén asesoradas en la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, su uso está muy extendido en todo el mundo. El Marco, que incluye la Guía para la elaboración de Memorias, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social. La organización y su reporte GRI está comprometido con la mejora continua y el incremento del uso de estas Guías, la cuales se encuentran a disposición del público de manera gratuita., ya que son plantillas que le ayudan a las empresas a diligenciar de forma correcta sus reportes de sostenibilidad (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2014) .

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización sin ánimo de lucro con múltiples grupos de interés. Fue fundada por CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en el año 1997 en Estados Unidos. En el año 2002, GRI trasladó sus oficinas a Ámsterdam, donde actualmente se encuentra su Secretaría. GRI cuenta con oficinas regionales en Australia, Brasil, China, India y Estados Unidos, y además, cuenta con una red de más de 30.000 personas en todo el mundo³

Actualmente el fenómeno de publicar informes de sostenibilidad está en pleno apogeo. La publicación se realiza toda en inglés ya que es el lenguaje oficial para la presentación de los reportes; esa evolución positiva de la información sobre Responsabilidad Social

³ Fuente www.globalreporting.org

Empresarial tiene unos argumentos habitualmente vinculados al negocio (José, 2005). Estos indicadores son:

- Realzar y mantener la reputación de las Compañías
- Reducción del riesgo
- Reducción de costos e incremento de ingresos.
- Crear relaciones con organizaciones no lucrativas, así como con otras que comparten la preocupación de la organización.
- Incrementar la capitalización del mercado.

A la influencia del mercado se ha unido recientemente la presión de las autoridades gubernamentales. Comienza a ser un hecho que la información sobre Responsabilidad Social en un futuro no muy lejano estarán las empresas obligadas a presentar sus informes de sostenibilidad, los que hasta el momento han venido siendo voluntarios.

La Responsabilidad Social Empresarial como factor competitivo e indicador de éxito

El entorno social, económico, jurídico, institucional y ambiental condicionan la actividad de las empresas y su buen nombre; de igual manera las acciones que se tomen en materia de Responsabilidad Social Empresarial nos muestran cómo el indicador social medido por el impacto que genera el accionar de la empresa con sus diferentes grupos de interés y su entorno social ante cualquier cambio o alteración se pueden percibir como cambios en sus actividades esenciales, en sus objetivos, y en las expectativas de los distintos grupos de interés. Es así como la empresa que merece ser llamada Socialmente Responsable es aquella que genera un compromiso real con sus grupos de interés para el cumplimiento de las buenas prácticas sociales, motivacionales y de desarrollo hacia sus empleados, la sociedad en general y su medio ambiente; convirtiéndose en empresa exitosa, generadora de valor, trayendo como consecuencia un alto nivel de rentabilidad económica y social.

Entre los cambios del entorno que impactan de manera significativa el indicador de éxito de la Responsabilidad Social tenemos los siguientes:

- Globalización.
- Normatividad
- Problemas con impacto social
- Problemas con impacto económico
- Problemas con impacto ambiental
- Gobierno Corporativo
- Direccionamiento Organizacional
- Buenas prácticas empresariales.
- Creación de valor de las organizaciones.
- Desarrollo y mejoramiento Tecnológico

Los anteriores indicadores son fundamentales para la aplicación de la política de Responsabilidad Social Empresarial, la cual al ser aprovechada de la forma correcta, con ética y con la mayor transparencia generará un impacto positivo de reconocimiento y recordación en sus empleados, en la sociedad en general, en sus accionistas, en su medio ambiente y en su entorno.

Conclusiones

- v La Responsabilidad Social Empresarial es un indicador de impacto no solo para generar rentabilidad de la empresa sino para asegurar su permanencia y sostenibilidad en el tiempo.

- v Si los empleados de una organización y los diferentes grupos de interés sienten que están siendo tratados como debe ser, que la empresa está desarrollando unas políticas enmarcadas dentro de un verdadero sentido social, con políticas claras y un código de conducta en donde están plasmada la transparencia y los valores corporativos, hablarán bien de la empresa afectando de una manera positiva la imagen frente a sus grupos de interés y la sociedad en general.

- v Con la aplicación de la responsabilidad social Empresarial se aporta al desarrollo social no solamente al interior de la empresa sino a las comunidades que forman parte de su entorno social y económico.

- v Los indicadores de impacto de una empresa socialmente Responsable deben ser la ética y la transparencia como valores fundamentales dentro del proceso de generar y honrar los compromisos organizacionales.

Bibliografía

Emilio, S. M. (2013). *Antecedentes, definición e importancia de la Responsabilidad Social Empresarial- Conferencia RSE consultoría.*

Global Reporting Initiative (2014). Obtenido de www.globalreporting.org

ICONTEC. (s.f.). *Norma ISO Sobre Responsabilidad Social* . Recuperado el 07 de 11 de 2014, de www.icontec.org.co

José, M. (2005). Información sobre Responsabilidad Social Corporativa - situación y tendencias. *Revista Asturiana de Economía RAE No. 34*, 1-20.

Moreno, S. C. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa como criterio de Gestión Empresarial. *Relaciones Laborales*, 43-56.

Pilar, R. A. (28 de 02 de 2008). *Dialnet*. Recuperado el 06 de 11 de 2014, de <http://www.Dialnet-ResponsabilidadSocialEmpresarialCalidadDeVidaYTrab-4387413.pdf>

R., P. M. (2006). Estrategia y Sociedad. *Harvard Bussiness Review America Latina*, 1-20.

Savater, F. (1998). *La Dimensión Ética de la Empresa. Serie Conversaciones*. Colombia: Siglo del hombre editores.

ONLINE

<http://rseconsultoria.com/index.php/noticias/informe-especial/175-antecedentes-definicion-e-importancia-de-la-rse#>

http://es.wikipedia.org/wiki/Global_Reporting_Initiative

www.iso.org

<http://www.icontec.org/index.php/es/guia-tecnica-colombiana-180-de-rs/8-colombia/552-norma-iso-sobre-responsabilidad-social-aprobada-para-publicacion>
<http://www.icontec.org/index.php/es/guia-tecnica-colombiana-180-de-rs/8-colombia/552-norma-iso-sobre-responsabilidad-social-aprobada-para-publicacion>
www.globalreporting.org

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA),
<http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/rsc.htm>

www.empresa.org instituto ethos de Empresas de Responsabilidad Social

<https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>