



FACULTAD DE DERECHO

**ENFOQUE JURÍDICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA  
EMPRESA (RSE). IMPLEMENTACIÓN DE LAS *BIG FOUR EN ESPAÑA***

Autor: Gabriel Barrenechea Prado

5º E-3 A

Filosofía del Derecho

Tutora: Luis Bueno Ochoa

Madrid

Abril

2023



# Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
1.1. Justificación y elección del tema.....	5
1.2. Objetivo de investigación.....	5
1.3. Metodología.....	6
<b>2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b> .....	<b>7</b>
2.1. Concepto.....	7
2.1.1. Concepciones y evolución.....	7
2.1.2. RSE como <i>soft law</i> .....	13
2.2. Perspectiva jurídica de la RSE.....	16
2.2.1. RSE en el Libro Verde (2001) y sus dimensiones.....	16
2.2.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su relación con la RSE.....	18
2.2.3. Acuerdo de París.....	21
2.3. RSE en España.....	23
<b>3. RSE Y LAS BIG FOUR</b> .....	<b>27</b>
3.1. Introducción a las <i>Big Four</i> .....	27
3.2. DELOITTE.....	30
3.3. PWC.....	33
3.4. EY.....	35
3.5. KPMG.....	36
<b>4. CONCLUSIONES</b> .....	<b>38</b>
<b>5. REFERENCIAS</b> .....	<b>40</b>

## **ABREVIATURAS**

RSE: Responsabilidad Social Empresarial (Página 5)

RSC: Responsabilidad Social Corporativa (Página 5)

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible (Página 6)

UNFCCC: Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático  
(Página 21)

INVERCO: Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones  
(Página 24)

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Justificación y elección del tema**

El término RSE o RSC, con carácter general hace referencia a los compromisos voluntarios que asumen las empresas de informar a sus accionistas, clientes, proveedores y otros agentes de su cumplimiento con ciertos estándares éticos, legales, medioambientales, siendo la Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa, respectivamente. En las últimas décadas, la RSE ha adquirido un gran protagonismo dentro del mundo empresarial y social, debido principalmente a la creciente preocupación de la sociedad por los temas éticos, sociales y medioambientales, que ha generado que las empresas sean exigidas responsabilidades más allá de la responsabilidad económica clásica de todas las corporaciones. La RSE se ha convertido en una parte fundamental de la estrategia de negocio de las empresas, debido a la presión social, regulatoria y de los inversores y consumidores que más allá del beneficio económico, también buscan que las actividades de las empresas en generen un beneficio tanto social como medioambiental.

Desde el punto de vista de vista jurídico, la creciente preocupación por la responsabilidad de la empresa ha llevado a la creación de nuevas leyes y otros elementos jurídicos que buscan regular y encuadrar jurídicamente la RSE. Por lo que actualmente, la RSE no está simplemente relacionada con un cumplimiento interno de ciertas responsabilidades por parte de la empresa, sino que implica también un cumplimiento de una serie de preceptos jurídicos como normas o recomendaciones.

### **1.2. Objetivo de investigación**

El presente trabajo busca analizar las prácticas que las cuatro principales empresas de los sectores de servicios de auditoría, consultoría, transacciones y legal en España (Deloitte, PwC, EY y KPMG) están llevando a cabo para desarrollar su estrategia RSE y cómo se está implementando en cada una de ellas. Para ello, se tratará el concepto de responsabilidad social empresarial, su evolución a lo largo de los años y su relevancia jurídica. Además, se analizarán las diferentes medidas regulatorias desde un punto de

vista comunitario, que incentivan la creación de estas políticas responsables y marcan una serie de objetivos y metas a cumplir.

### **1.3. Metodología**

Con el fin de llegar a los objetivos planteados en el apartado anterior se ha seguido el siguiente proceso: Internet: Google Scholar, Dialnet, Repositorio Comillas. Consulta de legislación centrada en la regulación de la Responsabilidad Social Empresarial y conceptos relacionados. Consulta de bibliografía de obras doctrinales relacionadas con los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial. Revisión de documentos oficiales de diferentes organismos oficiales (ONU, Libro Verde,), con el objetivo de analizar de una forma extensa los aspectos regulatorios y los objetivos de las instituciones en relación con la sostenibilidad, el desarrollo sostenible y la lucha frente al cambio climático, y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Revisión de las páginas webs oficiales de las compañías estudiadas. La información facilitada se ha centrado principalmente en sus datos de aplicación de políticas centradas en la Responsabilidad Social Empresarial y sus informes de sostenibilidad que muestran cómo se está realizando la aplicación de dichas políticas.

El trabajo se ha elaborado siguiendo la siguiente estructura:

En primer lugar, se realiza una aproximación al concepto del RSE y de la evolución de las concepciones a lo largo de los años. Después del estudio de sus elementos, se analizan los elementos que conforman al *soft law* y por qué se encuadra a la RSE como tal. Más adelante, se estudia más en profundidad las medidas de *soft law* comunitarias, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París, que afectan a las entidades privadas además de a los Estados. Como final del primer apartado, se hace referencia a la relevancia en términos jurídicos de la RSE en España y su alusión en diferentes leyes, reales decretos y sentencias.

En segundo lugar, se analiza las principales características de las cuatro grandes empresas en España del sector de servicios de consultoría, auditoría, transacciones y legal. Después estudia la aplicación por parte de estas empresas de las políticas de RSE.

Por último, se expondrán las conclusiones obtenidas después de la elaboración del trabajo, comparando la aplicación de la RSE por parte de cada una de las *Big Four* y ver qué implicaciones tiene a nivel de concepto y aspectos jurídicos.

## **2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

### **2.1. Concepto**

En este apartado se abordará la RSE desde un punto de vista conceptual, haciendo alusión a las diferentes concepciones que ha tenido a lo largo de los años y cuál es su concepción mayoritaria actual. Finalmente, se estudiará la relación entre la RSE y el *soft law*.

#### **2.1.1. Concepciones y evolución**

La Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa es un concepto que ha ganado mucha importancia en los últimos años debido a la importancia social y estratégica que han ganado las medias que toman las empresas enfocadas en el medioambiente y en la sociedad.

Antes de relacionar la RSE como un concepto jurídico, resulta necesario definir qué es la Responsabilidad Social Empresarial como concepto aislado. En el año 1970, el profesor de economía en la Universidad de Chicago, Milton Friedman hace referencia al concepto de la responsabilidad social de las empresas en un artículo publicado en el New York Times. En el artículo, se determina que el objetivo final de todas las empresas es siempre obtener la mayor rentabilidad posible, y que por lo tanto los negocios que actúan de una forma responsable son aquellos que buscan maximizar sus beneficios, siempre que su actividad empresarial se mantenga dentro de una serie de límites marcados por la sociedad, que a su vez los marcan las propias leyes y la ética. Justifica que las actuaciones que realizan las empresas dirigidas a reducir la polución o favorecer a grupos sociales más necesitados, implicaban una pérdida de dinero para la empresa y por tanto para los accionistas, lo que a la larga perjudica a la propia empresa. Y que por lo tanto en su opinión solo existía una sola “responsabilidad social de las empresas” y es en la que las empresas “utilizan sus recursos y realizan actividades destinadas a aumentar sus

beneficios siempre que se atenga a las reglas del juego, es decir, que participe en una competencia abierta y libre, sin engaños ni fraudes" (Friedman, 2007, p.8)

La Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa, por la que el autor Archie Carroll (1991) presenta una nueva estructura para definir de una manera más concreta la RSC y que actualmente se sigue utilizando. Anteriormente, Carroll en 1979 divide la Responsabilidad Social Corporativa en cuatro dimensiones prácticamente iguales a las que haría más tarde en la pirámide de la RSC. Responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales (ésta última es la única que cambia, pero solo en su definición) (Carroll, 1979).

A través de la pirámide divide la RSC en cuatro escalones diferenciados. En primer lugar, la base de la pirámide hace referencia a las responsabilidades económicas de la empresa. Expone como en un principio las empresas trataban de generar una serie de bienes y servicios en favor de la sociedad y como la rentabilidad económica era el principal incentivo para crear empresas. Más adelante, el beneficio máximo sobre pasa al ánimo de lucro como el principal objetivo empresarial, convirtiéndose en el valor central de toda compañía. La responsabilidad económica, se sitúa en la base de la pirámide ya que sin esta responsabilidad el resto pasan a ser consideraciones discutibles (Carroll, 1991). A continuación, se mantiene haciendo referencia a los diferentes escalones planteados por Carroll (1991).

En segundo lugar, como segundo escalón de la pirámide de la RSC se sitúan las responsabilidades legales de la empresa. Las responsabilidades legales se encuentran en el segundo escalón, ya que es a partir de las diferentes normas de carácter local, nacional e internacional, por las que establecen las reglas que las empresas deben cumplir al ejercer la actividad económica. El autor define a las responsabilidades legales de la empresa como una "ética codificada", ya que, en términos generales, implican la incorporación de los principios básicos desde un punto de vista ético, en línea con las leyes establecidas por el Poder Legislativo.

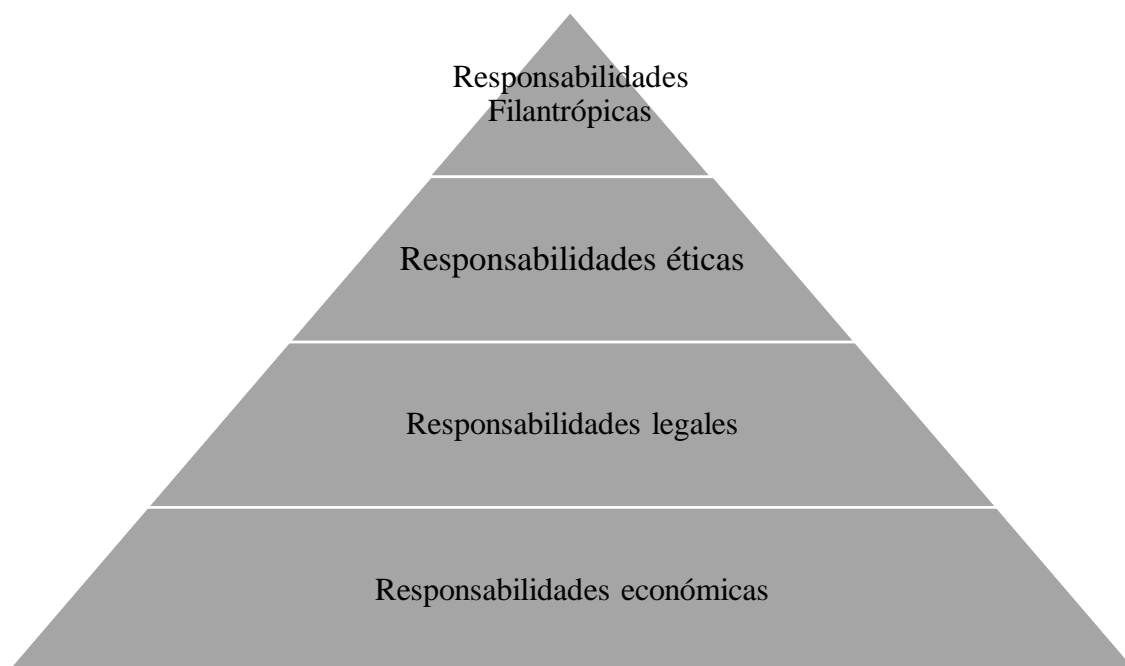
En tercer lugar, la pirámide de la RSC estructura su tercer escalón a través de las responsabilidades éticas de la compañía. Se refieren a las obligaciones éticas sobre justicia y equidad en la actividad de la compañía con respecto a los clientes, empleados o



accionistas que no se encuentran codificadas como tal, pero son esperadas y exigidas a la compañía por parte de la sociedad. Este tipo de responsabilidades suelen ser complicadas de abordar por parte de las empresas, ya que dependen de una serie de valores que están en constante debate público y que exigen a la empresa un esfuerzo superior al que exige la legislación como tal. Carroll define de una forma resumida las responsabilidades éticas como: “Ser ético. La obligación de hacer lo que es correcto, justo y equitativo. Evitar el daño” (p.42)

Por último, en la cúspide de la pirámide de la RSC, se encuentran las responsabilidades filantrópicas que de una forma breve Carroll las define como “Ser un buen ciudadano corporativo. Aportar recursos a la comunidad. Mejorar la calidad de vida”. Este tipo de responsabilidades son aquellas que hacen referencia a las expectativas que tiene la sociedad de la actividad de una empresa. La principal diferencia con las responsabilidades éticas de la empresa, expuestas anteriormente, es que, en el caso de las filantrópicas, no se esperan por la sociedad desde un punto de vista moral. Es decir, la sociedad como conjunto espera de las empresas que aporten valor a la sociedad y se involucren en programas en favor de sus empleados y otros de carácter humanitario, pero en el caso de que no lo hagan, no supone que se consideren empresas no éticas o moralmente responsables. Por lo tanto, las responsabilidades filantrópicas son absolutamente voluntarias y a discreción de las empresas y su no realización no tienen consecuencias negativas para la empresa, pero su realización sí que tendrán condiciones positivas.

*Ilustración 1: Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa*



*Fuente: Elaboración propia según la información de Carroll (1991)*

Por lo tanto, la pirámide de Responsabilidad Social Corporativa, expuesta anteriormente y en la *Ilustración 1* es un ejemplo representativo de qué es la RSC y cómo afecta a la actividad de la compañía. En un principio, puede resultar contrario a la visión tradicional de los economistas, en la que como se expone previamente, autores como Milton Friedman consideran que las empresas no deben preocuparse por aspectos sociales y que su único objetivo debe ser el de maximizar el beneficio. Pero estudiando de forma más profunda el argumento de Friedman, expone que la compañía debe conseguir este objetivo último a la vez que cumple con las reglas de la sociedad representadas a través de la ley y de las costumbres legales. Por lo que, en un principio, según lo expuesto en la pirámide solo rechaza la cúspide, las responsabilidades filantrópicas.

El fin último de la pirámide es exponer como este tipo de responsabilidades que debe asumir la empresa no debe ser de una forma yuxtapuesta, sino que deben considerarse como obligaciones que están en constante tensión las unas con las otras. Por supuesto, las tensiones de mayor importancia para la empresa serán siempre entre las responsabilidades económicas con todo el resto de las responsabilidades. Por lo tanto, se debe considerar la

pirámide como un todo y no como unas responsabilidades estancas, que la empresa debe tener en consideración a la hora de tomar decisiones.

La presente pirámide se puede equiparar a la pirámide planteada por Maslow en su teoría de las necesidades. En dicha teoría, Maslow planteaba una jerarquía de necesidades que motivan a las personas y que sólo cuando la necesidad prioritaria está satisfecha, el hombre se centra en la siguiente (Angarita, 2007).

En este sentido, se puede equiparar con la pirámide de Carroll, ya que, en esta segunda teoría, la base de la actividad de la empresa serán siempre las necesidades económicas y que una vez se haga frente a dichas responsabilidades, la empresa comenzará a centrarse en las responsabilidades legales, éticas y filantrópicas.

*Ilustración 2: Pirámide de Maslow*



*Fuente: Elaboración propia según la información de Angarita (2007)*

Dentro de las diversas concepciones acerca de la RSE, María Teresa García Nieto (2011) en su artículo “La Regulación de la Responsabilidad Social Corporativa” diferencia tres tipos de consideraciones de la Responsabilidad Social Corporativa por parte de las empresas. En primer lugar, la consideración de la RSC como un *objetivo comunicativo* por el que entiende que las empresas buscan que sus actividades responsables, tengan

repercusión en los medios de comunicación para así obtener una publicidad gratis de su empresa marca y no con el objetivo de realmente satisfacer una serie de intereses sociales. En segundo lugar, la concepción de la RSE como un *objetivo persuasivo* por el que las prácticas socialmente responsables que realizan las empresas tampoco tienen como principal objetivo la satisfacción de unos intereses de carácter social y público, sino que su principal objetivo se trata de modificar la imagen que tiene el público de la empresa o de la marca. Por lo tanto, busca que el público considere a la empresa, como una entidad que se encuentra altamente preocupada por temas sociales y que busca mejorar la sociedad en la que opera. En estos supuestos, las empresas centran sus objetivos en la divulgación y publicidad de sus actuaciones socialmente responsables. Por último, entiende que existe una dimensión de la RSC en la que la empresa realmente busca un entendimiento recíproco con los diferentes grupos sociales con los que se relaciona durante su actividad empresarial. La principal diferencia con las dos dimensiones mencionadas anteriormente es que se pasa de la publicidad y la persuasión a la negociación. Es decir, la RSC pasa de ser visto como una herramienta que las empresas pueden utilizar para favorecer su negocio, sino que se considera la RSC como el pilar angular de su organización, sin excluir el objetivo final de maximizar la rentabilidad y los beneficios (Nieto, 2011).

Por lo tanto, la Responsabilidad Social Corporativa se puede entender como una herramienta que utilizan las empresas para atender a las necesidades de los diferentes grupos de interés de a forma más eficiente posible en su dimensión económica, social y medioambiental de la empresa. El objetivo último de la RSC será dotar a la empresa de los elementos necesarios para cumplir los objetivos de la empresa como ciudadano corporativo. Dentro de los elementos mencionados aparecen gobierno corporativo, la dirección estratégica, la gestión, el control interno, la información y verificación, la certificación y la inversión socialmente responsable (Álvarez, 2020).

A diferencia de lo expuesto anteriormente en las dos primeras concepciones de RSC expuesta por Nieto (2011), la RSC está obteniendo gran relevancia en los últimos años, y está siendo realmente aplicada por las empresas. Un claro ejemplo de la relevancia que está obteniendo la sostenibilidad y medidas socialmente responsables por parte de las empresas, es el hecho de que el Governance & Accountability Institute, que mide el interés del ESG y RSC, y a través de un informe en 2018 en el que se indicó que

el 86% de las empresas del S&P 500 publicaron informes de responsabilidad corporativa o sostenibilidad, a diferencia de en 2012 cuando solo lo publicaron un 12% (Gillan, *et al*, 2021).

Del mismo modo, mide el interés de los inversores en RSC y ESG está también aumentando considerablemente, lo que lleva a las empresas a mantener su infoque integral de la RSE. Otro ejemplo de ello es que, en 2019, 300 fondos de inversión que poseen un mandato ESG recibieron un total de 200.000 millones de dólares en flujos netos, lo que es cuatro veces más la cantidad que recibieron en 2018 (Gillan, *et al*, 2021). Además, las nuevas generaciones se encuentran mucho más comprometidas con el medioambiente y la sostenibilidad. Tienen en cuenta las actuaciones en favor de la sostenibilidad de las empresas para tomar su decisión de inversión e incluso están dispuestos a pagar más o asumir más riesgo si las empresas favorecen al desarrollo sostenible con su actividad. En cambio, las generaciones pasadas no se tenían en cuenta tanto estos factores ni se estaba dispuesto a arriesgar más en virtud de la sostenibilidad (Petro, 2020).

### **2.1.2. RSE como *soft law***

El *ius cogens* es un término en derecho internacional que hace referencia a normas que tienen carácter obligatorio e ineludible, es decir, que no pueden ser objeto de renuncia o derogación por parte de los Estados y por el que se comprende que los actos que se opongan al mismo son considerados nulos. *Ius cogens* es como se define al Derecho tradicional. El derecho blando, por su parte, es un término que se utiliza para describir aquellas normas que no tienen un carácter obligatorio y que se basan en la persuasión y el consenso, como los códigos éticos y las resoluciones de las organizaciones internacionales (Embid Irujo y Val Talens, 2016).

La Responsabilidad Social Corporativa desde un punto de vista jurídico es un conjunto de programas *de acción* que se concretan más adelante en hechos específicos, por lo que en un principio parece que no se puede llegar a configurar dentro de una serie de normas de Derecho. Aunque, existen formas de acudir a la RSC a través del Derecho desde un ámbito de carácter externo e impreciso llamado *soft law*, que estudia el hecho jurídico desde un punto de vista no vinculante y más centrado en recomendaciones. Por lo tanto, la principal característica y diferencia de la RSC con respecto al Derecho tradicional (*ius*

*cogens*) es la no obligatoriedad de sus preceptos comparado con la obligatoriedad de las normas del Derecho común. (Embido Irujo y Val Talens, 2016).

Alonso García (2001) hace una diferenciación de las diferentes dimensiones del *soft law*. En primer lugar, hace referencia al *soft law ad intra*, en el que menciona el artículo 10 del Tratado de Constitución de la Comunidad Europea (en adelante, TCE), para mencionar la responsabilidad que se le exige a los Estados Miembros de cooperación leal entre ellos con el hecho de que debe existir algo similar para garantizar la misma cooperación leal entre las diferentes instituciones de la Comunidad Europea. Concluye esta primera dimensión afirmando que el *soft law* entendido como una serie de acuerdos institucionales, producen efectos jurídicos y son de carácter vinculante y que, para conocer bien los efectos de estos, habrá que atender a los términos de los propios acuerdos. En segundo lugar, hace referencia al *soft law ad extra*, en el que se refiere al artículo 249 del TCE, donde se especifica la naturaleza no vinculante de los dictámenes y recomendaciones, pero no se hace referencia en la propia norma al resto de características de estas figuras. Por ello, diferencia entre cuatro tipos de funciones del *soft law ad extra*:

- *Soft law* como avance del *hard law*. Se hace referencia a los supuestos de utilizar las normas del *soft law* como una preparación para las futuras normas de carácter imperativo que se van a aplicar en un sector concreto, desde un punto de vista técnico, económico y político.

Del mismo modo, se hace referencia a la posibilidad de utilizar las recomendaciones y dictámenes como una forma de poner en práctica las normas realmente imperativas y poder conocer las reacciones de las diferentes instituciones públicas y otros interesados privados. Ambos supuestos, se aplican con el objetivo de aplicar la norma de *hard law* en un futuro de la forma más eficaz y eficiente posible.

- *Soft law* como alternativa al *hard law*. El autor hace referencia a la naturaleza positiva del *soft law*, específicamente en los supuestos en los que la norma imperativa no sea necesaria por el contexto de la situación que se trata de regular. Uno de los ejemplos que utiliza el autor para inscribir este supuesto, son las

normas de atribución de competencias, que siempre se aplican a través de normas de este tipo.

- *Soft law* como complemento del *hard law*. Se expone el ejemplo del Asunto Grimaldi, en el que el Tribunal de Justicia determina que el *soft law* puede servir como herramienta para aplicar el *hard law* cuando existan diferentes condicionamientos o razones que impidan su aplicación normal.
- *Soft law* como método de interpretación del *hard law*. Finalmente, se expone la dimensión del *soft law* como una forma de garantizar la seguridad jurídica al expresarla como una herramienta por la que las Administraciones públicas y otros interesados privados conozcan de una forma clara y coherente el marco jurídico en el que deben desenvolverse.

La Unión Europea y los países miembros, crean un entorno jurídico favorable para liderar la capacidad de proponer iniciativas en el ámbito de la RSC. Es importante destacar que, en el ámbito europeo se está logrando de una forma pionera en términos de formalización jurídica el desarrollo de la RSC (Sánchez, 2017).

Resulta necesario volver a la definición de la RSC en el Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en la que se hace referencia al carácter voluntario de las diferentes medidas en favor del medioambiente y de la sociedad en general por parte de las empresas. Ese carácter vuelve a mencionarse más adelante, al hacer referencia a que la RSC “no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas” (p.7). Además, se añade la necesidad de implementar en cada uno de los países un marco jurídico que permita a las empresas implementar sus medidas responsables socialmente (Comisión de las comunidades europeas, 2001).

Finalmente, la jurisprudencia española hace referencia a la relación entre la RSE y el *soft law*. En la Sentencia 231/2011 de 11 de noviembre de la Audiencia Provincial de Madrid-España, sobre Responsabilidad Social Empresarial, por la que se determina que la mayor parte de la doctrina considera que la RSE es principalmente voluntaria, basada en normas

de autorregulación y recomendaciones. En otras palabras, la RSE tiene una presencia más amplia en términos de autorregulación, ya que son las propias empresas las que deciden qué herramientas de gestión empresarial aplicar para implementar la RSE tanto interna como externamente. En un principio, las buenas prácticas de RSE se basan en principios éticos y socioeconómicos y son adoptadas voluntariamente por las empresas, sin estar necesariamente incluidas en la normativa formal y legal. Es importante destacar que la RSE no es coercitiva ni exigible legalmente en el tráfico comercial (Miranda, 2016). Por lo que la propia jurisprudencia que se estudiará en un apartado posterior admite la naturaleza de la RSE como *soft law*.

## **2.2. Perspectiva jurídica de la RSE**

En este apartado, se abordará en primer lugar la Responsabilidad Social Empresarial definida por parte de la Comisión Europea en el Libro Verde de 2001 que busca fomentar el marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Más adelante, se encuadra la RSE como derecho blando y cuáles son sus consecuencias jurídicas. Del mismo modo, se analizarán las principales disposiciones del ámbito comunitario que tratan sobre temas relacionados con la RSE, como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París. Finalmente, se analizará el concepto de RSE dentro del ordenamiento jurídico español, a partir del estudio de leyes, reales decretos y jurisprudencia.

### **2.2.1. RSE en el Libro Verde (2001) y sus dimensiones**

El Libro Verde se presenta como una herramienta que dirige las políticas públicas en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa (Sánchez, 2017). Una de las definiciones más populares de la Responsabilidad Social Corporativa es la que se hace en el Libro Verde de la Comisión de las Comisiones Europeas (2001). A través de los Libros Verdes, se razona sobre un tema concreto y en el mencionado, se reflexiona sobre la Responsabilidad Social Corporativa y la importancia de fomentar un marco europeo sobre la misma. En el Libro Verde de 2001, se entiende la RSC como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (p.7).



Del mismo modo, en el Libro Verde se hace una diferenciación entre la dimensión interna y la dimensión externa de la RSC. Dentro de la dimensión interna se hace referencia a la *gestión de los recursos humanos* de la compañía, basada en una contratación igualitaria, fomentar el equilibrio entre el trabajo y la vida personal de los empleados, fomentar la integración de minorías y de las mujeres y establecer un sistema de aprendizaje y evolución constante de los trabajadores dentro de la compañía. El segundo aspecto de la dimensión interna de la RSC expuesta en el Libro Verde, es la *salud y la seguridad en el lugar de trabajo*. El tercer aspecto es la *adaptación al cambio*, que como se menciona “desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones” (p. 10). Finalmente, el último aspecto de la dimensión interna es la *gestión del impacto medioambiental y de los recursos naturales*, que se refiere principalmente a las medidas por las que las empresas deben buscar reducir su consumo de materias primas, además de sus emisiones de carbono. Se menciona que puede considerarse como una buena estrategia para reducir los costes de las empresas, reducir el propio consumo de materias primas en busca de economías de escala, convirtiéndose en menos contaminantes, pero a la vez en más rentables y competitivas (Comisión de las Comunidades europeas, 2001).

Por otro lado, dentro de la dimensión externa de la RSC se diferencia cuatro elementos. En primer lugar, se mencionan las *comunidades locales* como “la integración de las empresas en su entorno local ya sea a nivel europeo o mundial” (p.12). La importancia de la integración local de las empresas no es solo para las empresas locales, sino especialmente también para las multinacionales, ya que de esta manera son capaces de fomentar el crecimiento de sus distintas sucursales locales, permitiéndoles penetrar en mercados poco especializados de una forma más eficiente. En segundo lugar, los *socios comerciales, proveedores y consumidores*, en este sentido la responsabilidad social de la empresa se entiende en el sentido de que las empresas sean capaces de crear relaciones a largo plazo con todos sus socios y que la cadena de valor en la que se genera el producto se ecológica y favorable al medioambiente. Además, de crear una serie de productos que sean accesibles y pueden ser utilizados por le mayor número de clientes posibles (facilitando a lo más necesitados y a personas con dificultades de cualquier tipo). Del mismo modo, crear relaciones de confianza y duraderas con sus clientes y compradores, permite a la empresa obtener una mayor rentabilidad al ser capaces de generar productos seguros y fiables. El tercer elemento de la dimensión externa se trata de los *Derechos*

*Humanos*, en la que se hace referencia a la estrecha relación que existe entre los derechos humanos y la RSC. Los principales retos a los que se suelen enfrentar las empresas respecto a los derechos humanos son relacionados con el papel de estas en su protección y incentivo, además de por ejemplo las actuaciones que deben seguir las empresas que operan en países en los que no se respetan dichos derechos. Para ello, se suele exigir a las empresas que cumplan diferentes códigos de conducta como por ejemplo la Declaración de la Organización Internacional de los Trabajadores de 1998, en materia de respeto de los derechos de los trabajadores, no solo por las propias empresas sino también por las subcontratadas por las multinacionales. Por último, el último elemento se trata de los *problemas ecológicos mundiales*, en el que se hace referencia que, debido a la globalización, las empresas impactan internacional y mundialmente, lo que les convierte en actores del medioambiente mundial. En este elemento, se hace referencia a la importancia que tiene el desarrollo sostenible y como las empresas son uno de los principales agentes que deben impulsarlo (Comisión de las Comunidades europeas, 2001).

### **2.2.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su relación con la RSE**

La conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, reunida del 3 de julio al 14 de julio de 1992 (Declaración de Río 92) es una de las principales bases de las medidas en favor del desarrollo sostenible en los últimos años. En esta conferencia se establecen los principios del desarrollo sostenible, entre los que destacan el principio de equidad, de integración, de equilibrio socioeconómico, de aportación a la ciencia y a la tecnología, de formación a las nuevas generaciones, de defensa de las comunidades locales y el de relación entre paz y desarrollo sostenible, entre otros (Naciones Unidas, 1997). Para el autor Aguado Puig (2018) la Declaración de Río 92 se trata de la base de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que fueron aprobados en el año 2015 y que también son conocidos como la Agenda 2030.

Pretende ser así, un acuerdo para el diseño de una política común con el fin de emprender el camino hacia el desarrollo sostenible con pleno respeto al Derecho Internacional, partiendo de la base de la soberanía de los Estados y el reconocimiento de la utilidad de la integración normativa a nivel nacional, regional y subregional para llevar a cabo esta implementación. A tal efecto, anuncia 17 objetivos que se materializan en 169 metas

concretas, todos ellos integrados e indivisibles cuyo cumplimiento será supervisado por el nuevo Foro Político de Alto Nivel. (p.267)

Los ODS fueron adoptados por las Naciones Unidas en 2015 en la 70ª Asamblea General de las Naciones Unidas, contando con la firma de 193 países. Se trata de una declaración política que, aunque no fue la primera adoptada por la Asamblea de las Naciones Unidas (en la 55ª Asamblea se aprobaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en el año 2000), se trata de la agenda más eficiente, moderna, detallada y compleja. Es una agenda que surge en respuesta al incumplimiento de los Objetivos del Desarrollo del Milenio, mencionado anteriormente. Estos nuevos objetivos marcan una nueva hoja de ruta con el objetivo de reducir el impacto del cambio climático y de acercarse lo máximo posible al desarrollo sostenible y con el objetivo de luchar frente al cambio climático (Gil, 2018).

Los ODS son los siguientes:

1. *Fin de la pobreza*: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
2. *Hambre cero*: Poner fin al hambre y conseguir una seguridad alimentaria.
3. *Salud y bienestar*: Asegurar una vida de carácter saludable e incentivar el bienestar para las personas de todas las edades.
4. *Educación de calidad*: Asegurar que todas las personas tengan acceso a una educación de calidad, justa e inclusiva, y fomentar la posibilidad de seguir aprendiendo a lo largo de toda la vida.
5. *Igualdad de género*: Alcanzar la equidad de género y fortalecer el empoderamiento de las mujeres y las niñas.
6. *Agua limpia y saneamiento*: Asegurar que el agua esté disponible y sea gestionada de manera sostenible, y promover el saneamiento para todas las personas.
7. *Energía asequible y no contaminante*: Asegurar que todas las personas tengan acceso a una energía moderna, segura, sostenible y asequible.
8. *Trabajo decente y crecimiento económico*: Fomentar un crecimiento económico sostenible e inclusivo, y promover empleo y trabajo digno para todas las personas.
9. *Industria, innovación e infraestructura*: Desarrollar infraestructuras resistentes, impulsar la industrialización sostenible e incentivar la innovación.
10. *Reducción de las desigualdades*: Disminuir las desigualdades dentro y entre los países.

11. *Ciudades y comunidades sostenibles*: Alcanzar ciudades inclusivas, seguras, resistentes y sostenibles.
12. *Producción y consumo responsables*: Asegurar prácticas de consumo y producción sostenibles.
13. *Acción por el clima*: tomar acciones inmediatas para enfrentar el cambio climático y sus consecuencias.
14. *Vida submarina*: Preservar y aprovechar de manera sostenible los océanos, mares y sus recursos marinos.
15. *Vida de ecosistemas terrestres*: Administrar de manera sustentable los bosques, combatir la desertificación, prevenir y revertir la degradación del suelo, y detener la pérdida de diversidad biológica.
16. *Paz, justicia e instituciones sólidas*: Fomentar comunidades equitativas, pacíficas e inclusivas.
17. *Alianzas para lograr los objetivos*: Reactivar la Alianza Global para el Desarrollo Sostenible (Sustainable Development Goals, 2021).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible se relacionan con la Responsabilidad Social Corporativa perfectamente ya que ambos tienen una triple dimensión empresarial, social y medioambiental. A partir de esto, se puede determinar que un cumplimiento de las políticas de RSC conlleva un cumplimiento de los ODS y viceversa. La combinación de los diversos elementos que conforman la RSC, tales como el gobierno corporativo, la dirección estratégica, la gestión y el control interno, la información y verificación, la certificación y la inversión socialmente responsable, pueden contribuir de manera significativa a la consecución de los ODS y permitir a las organizaciones lograr la sostenibilidad. Además, la implicación voluntaria de las empresas en proyectos socioeconómicos relacionados con la salud, la educación, la lucha contra la pobreza, entre otros, puede fortalecer el compromiso con los ODS y su contribución directa hacia ellos (Álvarez, 2020).

Por lo tanto, los ODS pueden considerarse también como una oportunidad por la que las entidades pueden ampliar su Responsabilidad Social Empresarial, ya que facilitan una manera por la que las empresas pueden contribuir a las grandes dificultades que actualmente se enfrenta el planeta. Se considera a las empresas como un factor clave para conseguir los 17 objetivos y las 169 metas, que buscan mejorar el bienestar de una forma

global. Del mismo modo, las empresas tienen en cuenta los beneficios que le aporta la RSC, por lo que se justifica el papel fundamental que mantienen en la contribución de la consecución de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (Camarán, *et al*, 2019).

En función de lo expuesto supra, se considera a los ODS como una hoja de ruta que las empresas utilizan para aplicar de la mejor forma posible la RSE. Es decir, una vez las empresas consideran la RSE como una herramienta fundamental en su actividad como empresa, buscan su aplicación a través del cumplimiento de los ODS.

### **2.2.3. Acuerdo de París**

Los principales líderes mundiales se reunieron en la histórica vigésimo primera Conferencia de las Partes (COP21) de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC), en París y el 12 de diciembre de 2015 se firma el Acuerdo de París. El Acuerdo entró en vigor el 12 de noviembre de 2016 y actualmente 197 países además de la Unión Europea son partes firmantes de dicho Acuerdo. Uno de los aspectos más relevantes del Acuerdo de París a diferencia de la Agenda 2030, es que el Acuerdo es legalmente vinculante. (United Nations, sf).

La UNFCCC nació en la histórica Cumbre de Río de Janeiro en 1992 y ha sido implementada por el Protocolo de Kioto en 1997, la Enmienda de Doha en 2012 al anterior protocolo y el Acuerdo de París mencionado en 2015. Por lo tanto, el objetivo final del Acuerdo, además de los que se mencionan posteriormente relacionados con el clima, es “fortalecer la implementación de la Convención, reflejando la equidad y las responsabilidades comunes pero diferenciadas y las respectivas capacidades a la luz de las diferentes circunstancias nacionales” (Bueno, 2016, p.1).

El Acuerdo de París, establece una serie de compromisos por el que los países se comprometen a combatir el cambio climático, a través de la reducción de emisiones y el compromiso de aumentar las medidas en favor del desarrollo sostenible a lo largo de los años. Los tres objetivos corales a largo plazo que busca el Acuerdo de París son:

- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero con el objetivo de reducir de 2° C a 1, 5° C el aumento de la temperatura global esperada en el siglo XXI.
- Actualizar los compromisos de cada uno de los países firmantes cada cinco años.

- Favorecer la lucha frente al cambio climático también en los países en desarrollo a través del ofrecimiento de financiación, facilitando su adaptación en favor del desarrollo sostenible. (United Nations, sf)

El Acuerdo de París, como se estudiará más adelante, se utiliza como guía por parte de las empresas para fijar sus políticas de Responsabilidad Social Empresarial, centradas principalmente en la sostenibilidad, el desarrollo sostenible y la lucha frente al cambio climático.

La principal diferencia entre los ODS y el Acuerdo de París es el hecho de que el Acuerdo de París es jurídicamente vinculante, mientras que los ODS no. Esto se debe al órgano del que emana cada uno de ellos. Los ODS fueron adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas, mientras que el Acuerdo de París se adoptó en virtud de la UNFCCC. Los Objetivos de Desarrollo sostenible son una declaración política, en la que los países firmantes en dicha Asamblea se comprometen a cumplir una serie de objetivos y metas (17 y 169 respectivamente), pero sin llegar a implicar unas obligaciones legales específicas para los países firmantes. Por otro lado, el Acuerdo de París forma parte de un Tratado Internacional (UNFCCC) en el que participan 197 países y se encuentran legalmente obligados a cumplir los diferentes compromisos firmados, como es la obligación de presentar informes periódicos sobre el cumplimiento de los compromisos. Además, existen en virtud de lo establecido en el artículo 14.1 mecanismos de cumplimiento del Tratado:

“La Conferencia de las Partes en calidad de reunión de las Partes en el presente Acuerdo hará periódicamente un balance de la aplicación del presente Acuerdo para determinar el avance colectivo en el cumplimiento de su propósito y de sus objetivos a largo plazo ("el balance mundial"), y lo hará de manera global y facilitadora, examinando la mitigación, la adaptación, los medios de aplicación y el apoyo, y a la luz de la equidad y de la mejor información científica disponible” (Naciones Unidas, 2015).

Por lo que en un principio parece entenderse que los ODS son un complemento al Acuerdo de París. En virtud de lo expuesto anteriormente, al ser jurídicamente vinculante el último y por lo tanto una norma imperativa, y el primero un conjunto de

recomendaciones que complementan a la norma imperativa, se podría definir a los ODS como norma de *soft law* y al Acuerdo de París como norma de *hard law*.

Sin embargo, varios autores como es el caso de Nava Escudero (2016), dudan de la naturaleza de las normas que se aplican en los tratados y aunque en un principio por su naturaleza se especifiquen como *hard law* consideran que, tanto por el contenido como por la naturaleza de estas, son realmente *soft law* y por lo tanto carecen del carácter imperativo. El autor define a las normas que conforman el Acuerdo de París como “se trata de un instrumento de *hard law* con un alto contenido de normas de *soft law*” (p. 126). Del mismo modo, hace referencia a como el lenguaje utilizado en el acuerdo es lo que ha iniciado el debate sobre la naturaleza de sus preceptos, considerándolos derecho blando, al ser en cierta medida ambiguos y flexibles. Hace referencia a los Artículos 3 y 4, en el que la manera de plantear la norma puede considerarse como *hard law*: “todas las Partes habrán de realizar y comunicar los esfuerzos ambiciosos” (Naciones Unidas, 2015), pero el hecho de que no se establece un plazo fijo para el cumplimiento de los compromisos y que se permite a cada uno de los países fijar sus contribuciones dependiendo de su compromiso, otorga naturaleza de *soft law* a los preceptos. Concluye el informe, afirmando que desde un punto de vista jurídico no es incorrecto utilizar normas de *soft law* en Tratados, ya que es algo que se venía haciendo en los anteriores (Protocolo de Kioto, Enmienda de Doha e incluso en la propia Convención). Considera que las razones por las que no se han llegado a los objetivos planteados en los numerosos acuerdos y tratados no se debe a que sean normas de *soft law* y no de *hard law*, sino al compromiso real de los Estados firmantes, y que de ellos depende el verdadero cumplimiento de las normas para conseguir realmente los objetivos planteados (Nava, 2016).

### **2.3. RSE en España**

A nivel nacional, destacan tres normas por su relevancia en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, en España. En primer lugar, el Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero por el que se normaliza la creación y reglas del Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de las Empresas. En segundo lugar, la Ley 15/2010 del 9 de diciembre, de Responsabilidad Social Empresarial en Extremadura. En tercer lugar, la Ley 4/2011 del 4 de marzo, de Economía Sostenible, por la que se establece un marco

normativo concreto con el que se impone la obligación de que las empresas a partir de un tamaño concreto, empresas de titularidad estatal y cotizadas de elaborar, enviar y difundir al Consejo Estatal informes de forma anual con relación a sus actividades concretas enfocadas en la RSE (Sánchez, 2017).

Además de las principales normas que definen y estructuran la RSC en el ordenamiento jurídico español, el origen como tal del concepto en España surge a partir de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) que, a finales de los años 90, introduce por primera vez qué es la RSC y qué son las Inversiones Socialmente Responsables (Martín y Gómez-Martínez, 2021).

Tal es la relevancia que a partir de la Ley 2/2011 de 4 de marzo de Economía Sostenible<sup>1</sup> “se establece la oportunidad de que las sociedades anónimas hagan públicas, con carácter anual, sus políticas y resultados en materia de Responsabilidad Social Empresarial a través de un informe específico basado en objetivos, características, indicadores y estándares internacionales”. Por lo tanto, a partir de esta ley, se fomenta el compromiso social de las compañías y establece metas vinculadas a la transparencia, la gobernanza empresarial adecuada, y elementos relacionados con el medio ambiente y la sociedad (Rodríguez, et al, 2021). Del mismo modo a partir del artículo 39.1 de la propia ley se establece un marco por el que las empresas puedan realizar diferentes actuaciones por las que estudiar cómo de efectiva está siendo su aplicación de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial:

“1. Con el objetivo de incentivar a las empresas, organizaciones e instituciones públicas o privadas, especialmente a las pequeñas y medianas y a las empresas individuales, a incorporar o desarrollar políticas de responsabilidad social, las Administraciones Públicas mantendrán una política de promoción de la responsabilidad social, difundiendo su conocimiento y las mejores prácticas existentes y estimulando el estudio y análisis sobre los efectos en materia de competitividad empresarial de las políticas de responsabilidad social.

En particular, el Gobierno pondrá a su disposición un conjunto de características e indicadores para su autoevaluación en materia de responsabilidad social, así como modelos o referencias de reporte, todo ello de acuerdo con los estándares internacionales en la materia.”

---

<sup>1</sup> Ley 2/2011 del 4 de marzo, de Economía Sostenible.



Como se ha mencionado anteriormente el Real Decreto 221/2008<sup>2</sup> implica la creación y la regulación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas. El Consejo se trata de un órgano adscrito al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que tiene principalmente funciones de asesoramiento y consulta. En virtud, del artículo 4.1 del Real Decreto mencionado se establecen las funciones del Consejo:

“1. En cumplimiento de los objetivos establecidos, el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas tendrá las funciones siguientes:

- a) Emitir informes y elaborar estudios, ya sea en cumplimiento de un mandato legal o a solicitud del Gobierno o por iniciativa propia.
- b) Elaborar y elevar una memoria anual al Gobierno.
- c) Constituirse como Observatorio de la Responsabilidad Social de las Empresas en España.
- d) Promover y fomentar iniciativas de Responsabilidad Social de las Empresas.
- e) Colaborar y cooperar con otros Consejos análogos, incluidos los de nivel internacional.”

La Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad social empresarial en Extremadura<sup>3</sup>, la principal diferencia de esta ley con el resto de las regulaciones comparables es que esta ley se caracteriza principalmente, por ser concreta y detallada en los instrumentos de evaluación de la responsabilidad social empresarial y la verificación por entidades especializadas externas. La ley requiere una evaluación precisa y homologable a nivel nacional e internacional, así como auditorías definidas prolijamente. La calificación de empresa socialmente responsable por la Junta de Extremadura se basará en la calidad de la evaluación y verificación, así como en el alcance de las facultades de verificación, normalización y certificación de estas entidades. Además, la ley establece un Consejo Consultivo de la responsabilidad social en Extremadura como foro de encuentro para los agentes económicos y sociales, la Administración Pública y el tercer sector, y como órgano asesor del Gobierno de la Junta de Extremadura. Por último, la ley regula los beneficios de la empresa extremeña calificada como responsable y los premios para las mejores empresas.

---

<sup>2</sup> Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas

<sup>3</sup> Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad empresarial en Extremadura.

En el artículo primero de la presente ley (Ley 15/2010, de 9 de diciembre, de responsabilidad social empresarial en Extremadura) se plasma el objeto de la ley, en la que se concreta una definición de qué entiende la Junta de Extremadura como RSE:

“1. El objeto de esta Ley es promover la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

A tales efectos, se entiende por Responsabilidad Social Empresarial la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.”

Resulta necesario mencionar el artículo 116 del Código de Comercio<sup>4</sup>, que ha sido objeto de debate por parte de la jurisprudencia en la Sentencia 231/2011 de 11 de noviembre de la Audiencia Provincial de Madrid-España. El Código de Comercio establece lo siguiente:

“El contrato de compañía, por el cual dos o más personas se obligan a poner en fondo común bienes, industria o alguna de estas cosas, para obtener lucro, será mercantil, cualquiera que fuese su clase, siempre que se haya constituido con arreglo a las disposiciones de este Código. Una vez constituida la compañía mercantil, tendrá personalidad jurídica en todos sus actos y contratos.”

Por el que se determina que, a través del contrato de compañía, por el que se crea la propia empresa, el principal objetivo de dicho contrato es el de obtener lucro, es decir beneficio. Ante esto, se ha analizado por parte de la doctrina si la Responsabilidad Social Empresarial puede llegar a ser contraria a este artículo.

La jurisprudencia, en la mencionada en apartados anteriores, Sentencia 231/2011 de 11 de noviembre de la Audiencia Provincial de Madrid-España, sobre Responsabilidad Social Empresarial se ha pronunciado al respecto. En dicha sentencia la Audiencia Provincial de Madrid determina que la empresa en todo momento debe mantener ese ánimo de lucro, pero que no necesariamente todas las actuaciones empresariales deben estar enfocadas exclusivamente en obtener un beneficio. Como es el caso de las políticas de RSE en las que no se busca obtener un rendimiento instantáneo, sino que se tienen otra

---

<sup>4</sup> Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio.

serie de cuestiones en cuenta (responsabilidades éticas, legales e incluso filantrópicas) manteniendo la visión en un beneficio a largo plazo (Miranda, 2016).

Además, en la sentencia se sigue argumentando el hecho de que la RSE no puede llegar a ser contraria al 116 del Código de Comercio, ya que estas son medidas que buscan en cierta medida un beneficio indirecto. Se plasman dos ejemplos: buscar mejorar la imagen de la empresa o una mayor satisfacción por parte de los trabajadores, clientes o proveedores. En cuanto a la equiparación de la RSE con las políticas que generan beneficios, la afirmación se enfoca en dos posturas específicas. La primera hace referencia a la participación en nichos de mercado y la implementación de políticas de diversificación empresarial para desarrollar nuevas actividades en beneficio de la sociedad. La segunda, en relación con los beneficios tributarios, indica que la RSE puede obtener incentivos fiscales para las empresas con el fin de promover y estimular políticas relacionadas con los aspectos considerados como propios de la RSE (Miranda, 2016).

### **3. RSE Y LAS BIG FOUR**

#### **3.1. Introducción a las *Big Four***

Se conoce como *Big Four* a las cuatro empresas de mayor relevancia en las áreas de auditoría y consultoría. Además de los dos servicios mencionados, las *Big Four* ofrecen otros servicios como son transacciones, legal y tributario.

Para introducir cada una de las empresas de una forma individualizada, se seguirá el orden marcado por su facturación en el año fiscal de 2021 en virtud de lo publicado en el diario *Expansión*, en el que se hace un ranking de las firmas que ofrecen servicios profesionales en España, servicios profesionales que son los mencionados supra. Este sector, se encuentra en un claro crecimiento, ya que, en el año fiscal de 2021, creció casi un 6% comparado con el año anterior (de 3.334 millones de euros en 2020, a 3.527 millones de euros en 2021, de facturación). Las *Big Four*, de los 3.527 millones de euros facturados en el 2021, 2.659 millones de euros corresponden a las cuatro grandes firmas, representando un 75% de la facturación del sector, haciendo justicia de esta forma al nombre que se les da a *Deloitte*, *PriceWaterhouseCoopers* (en adelante PWC), *Klynveld*

*Peat Marwick Gordeker* (en adelante, KPMG) e *Ersnt and Young* (en adelante EY). Como se ha mencionado anteriormente, el sector de los servicios profesionales de auditoría, consultoría, transacciones, legal y tributario se encuentra en una etapa de claro crecimiento de mercado, y por consiguiente las cuatro grandes firmas mencionadas también. Representado por un crecimiento exclusivo de estas cuatro empresas de 4,1% facturando 2.659 millones de euros, comparado con los 2.553 del año fiscal anterior. (Zarzalejos, 2022). A continuación, se sigue haciendo referencia al artículo de Zarzalejos (2022) con el objetivo de aproximarse a las *Big Four*.

En primer lugar, Deloitte, una empresa fundada hace más de 175 años por William Welch Deloitte (Deloitte175, s. f.) Deloitte es líder dentro de las Big Four y por o tanto líder dentro del sector de los servicios profesionales. En año fiscal 2021, facturó alrededor de 890 millones de euros, que dentro de los servicios profesionales se encuentran desglosados de la siguiente manera: consultoría 449 millones de euros, auditoría 244 millones de euros, legal/tributario 109 millones de euros y transacciones 88 millones de euros. Consolidándose como líder con los datos mostrados, pero comparada con sus principales competidores se trata de la empresa con una menor tasa de crecimiento respecto al año anterior (2,89%).

La segunda firma a nivel de facturación se trata de PwC, que registró una facturación de 672 millones de euros, caracterizada por el crecimiento en todos sus servicios comparados con el año anterior. Dicho crecimiento se desglosa en un incremento medio de todos sus servicios de 4,61% (siendo así la segunda Big Four con una mayor tasa de crecimiento) y solo en la rama de auditoría se registró un crecimiento del 7%. El desglose de su negocio en términos de facturación se desglosa de la siguiente manera: auditoría 288 millones de euros, consultoría 214 millones de euros y legal/tributario con 169 millones de euros de facturación.

EY se trata de la tercera firma en términos de ingresos anuales en el año fiscal de 2021, registrando un total de 594 millones de euros. La empresa, al igual que el mercado se encuentra en una tendencia creciente especialmente en su rama de consultoría, que en cuatro ejercicios ha conseguido aumentar su facturación en más de 100 millones de euros. Sin embargo, respecto a sus competidores es la segunda empresa que menos ha crecido en términos de facturación en el 2021, respecto al año anterior, con una tasa de

crecimiento de 3,48%. En el caso de EY, su negocio se encuentra dividido en términos de facturación en 187 millones de euros que corresponden a los servicios de consultoría, 185 millones de euros a los de auditoría, 151 millones de euros a los de legal/tributario y 70 millones de euros al servicio de transacciones.

Por último, KPMG consiguió crecer en el año fiscal de 2021 hasta 503 millones de euros en facturación, suponiendo un aumento del 6,7% respecto al año anterior, consolidándose de esta forma como la empresa dentro de las Big Four con una mayor tasa de crecimiento en 2021. Ha sido la empresa que mejor ha sabido aprovechar la tendencia positiva del mercado y el área de negocio en la que más ha crecido con un 8,3% ha sido en legal/tributario que ha correspondido a 108 millones de euros de facturación. Además, el servicio profesional de auditoría es su principal área de negocio con 272 millones de euros de facturación en 2021, mientras que consultoría presentó una facturación de 122 millones de euros.

Además de ser las cuatro principales empresas dentro de los servicios mencionados *supra* son también empresas con una buena reputación como lugar de trabajo, encontrándose las cuatro empresas dentro de las 100 mejores empresas para trabajar en España realizado por Actualidad Económica, publicado en Diario *El Mundo* (2022).

El informe fue realizado por una serie de consultores independientes y expertos en materias de recursos humanos, que realizaron un exhaustivo cuestionario, que estaba formado tanto por preguntas abiertas como por preguntas de tipo cerrado (test). Las encuestas fueron realizadas de una forma voluntaria por los trabajadores de las entidades y la entidad investigadora se basó en dos requisitos para elegir a las empresas: que su plantilla fuese superior a cien empleados y que la entidad tuviese más de dos años de actividad en España (*El Mundo*, 2022). A continuación, se sigue haciendo referencia al artículo de el Diario *El mundo*.

En dicho estudio se utilizan cinco criterios para medir cómo de buena es la empresa para los trabajadores, que son la gestión del talento, la retribución y compensación, el ambiente, RSC y la formación. Dándose a cada uno de estos criterios una puntuación máxima, que las empresas en virtud de la gestión de cada uno de los aspectos obtienen un resultado sobre el total. En primer lugar, la gestión del talento se mide cómo son los

sistemas de valoraciones internos en las empresas y cómo es la carrera dentro de las plantillas. La retribución y compensación se centra en cómo se distribuyen las compensaciones a los trabajadores en términos de retribuciones dinerarias o en especie y de tipo fijo o variable. En tercer lugar, el ambiente se mide según cómo son las condiciones laborales, políticas de conciliación y horario de trabajo. La RSC se mide en virtud de las políticas e iniciativas empresariales relacionadas con la sostenibilidad y actividades voluntarias que se ofrecen a sus plantillas. Finalmente, la formación se mide según las oportunidades que las empresas ofrecen a sus trabajadores de ampliar sus conocimientos y poder especificarse en áreas concretas.

Dentro de las Big Four, la empresa que se encuentra en primera posición es PWC, en el décimo puesto, KPMG en el decimocuarto puesto, EY en el vigesimooctavo y Deloitte en el trigésimo primero. Además, resulta importante recalcar que dentro del ranking de las cuatro compañías comparando exclusivamente su puntuación de RSC, de 400 de puntuación máxima posible, KPMG sería la primera con un total de 235 puntos, PWC y Deloitte ambas con 220 puntos y finalmente EY con 195 de puntuación.

### **3.2. DELOITTE**

En el año 2005, Deloitte fue la única y primera empresa dentro de las *Big Four* publicaba una Memoria de Responsabilidad Social Corporativa y desde entonces ha publicado una memoria anualmente. La compañía incluye a la Responsabilidad Social Corporativa dentro de su estrategia como empresa y la considera una herramienta clave en su ejercicio de servicios profesionales de la mejor forma posible (Deloitte, 2022).

La empresa diferencia cuatro apartados distintos en la memoria: negocio, medioambiente, social y gobierno corporativo.

#### *a) Negocio*

En el primer apartado la empresa se centra en los datos de relevancia económica que hacen ver cómo la compañía está actuando en el mercado actual. En la memoria se incluyen datos como la facturación anual y la tasa de crecimiento anual compuesta respecto del año anterior. En el 2021, la empresa presentó una facturación de 890 millones

de euros, lo que supone un crecimiento del 2,9% respecto del año anterior (Deloitte, 2022).

Además, en el apartado de negocio se hace un breve resumen de qué estrategia ha seguido la empresa en términos económicos para adaptarse al mercado y a los retos que plantea cada uno de los años. En este caso, en el 2021 Deloitte plantea cómo la compañía fue capaz de adaptarse a los cambios planteados principalmente por la pandemia que llevaron a implementar un modelo digitalizado. Se incluye una breve explicación de los retos a los que la compañía se ha enfrentado y cómo a partir de sus trabajadores han conseguido una generación de valor en un contexto nunca visto (Deloitte, 2022).

#### *b) Medioambiente*

En primer lugar, en el apartado de medioambiente de la Memoria de RSC de la compañía se hace referencia a los compromisos que la compañía ha asumido para combatir el cambio climático e incentivar un contexto empresarial sostenible. El compromiso ambiental de la compañía se encuentra relacionado directamente con las metas establecidas por el Acuerdo de París, materializándose en su iniciativa propia denominada *WorldClimate*. En principal objetivo de esta iniciativa es conseguir para 2030, generar emisiones netas de cero, promover el empleo de fuentes de energía renovable y estimular la práctica de una economía circular (Deloitte, 2022).

En segundo lugar, se hace referencia a los esfuerzos que está realizando la compañía para combatir el cambio climático e incentivar un contexto empresarial sostenible. De una forma más concreta, se presentan datos que realmente muestran cómo está implementando la empresa los compromisos mencionados previamente. En primer lugar, se muestra el dato que refleja el consumo energético de la empresa, que son 9.076.144 kilovatios por hora (4,6 toneladas de CO<sub>2</sub> generadas por profesional), lo que supone un consumo 36,5% menor al del año anterior. Del mismo modo, se hace referencia a que el consumo de energías renovables por parte de la empresa en el año 2021 es 9 veces mayor al año anterior (Deloitte, 2022).

En este apartado de medioambiente, resulta claro que la compañía tiene bien definidos cuáles son sus objetivos y referencias en favor del desarrollo sostenible y en la lucha para el cambio climático. Además, con la publicación en la memoria de los datos que muestran

su impacto en el medioambiente, se garantiza un mecanismo de seguimiento y transparencia en la consecución de estos.

*c) Social*

En el apartado social de la memoria se hace referencia al compromiso de la compañía con la sociedad y cómo lo hace a través de su actividad empresarial. En él, se muestra el número de empleados que tiene la compañía (9.016 empleados), además del número de contrataciones que han realizado (3.000 contrataciones) y el número de promociones (300, de las que el 40% son mujeres). En términos de igualdad de género, hacen un seguimiento enfocado en mostrar que el 37% de las promociones a gerente en 2021 fueron mujeres (Deloitte, 2022).

De una forma más específica, en el compromiso con la sociedad, la empresa en 2021 hizo grandes esfuerzos a través de un compromiso y una participación en proyectos de voluntariado y trabajo pro-bono para reducir los impactos sociales de la pandemia. Concretamente, se invirtieron 2.258.455 euros en Acción Social y 810.885 en los proyectos de voluntariado y trabajos pro-bono mencionados anteriormente (Deloitte, 2022).

La compañía a través de su iniciativa *WorldClasss* avanza en su contribución social, ya que trata de ofrecer educación, especialmente a los más desfavorecidos. En el año 2021, a través de la iniciativa se favoreció a más de 68.000 estudiantes en todo el mundo (Deloitte, 2022).

*d) Gobierno Corporativo*

En este apartado de la memoria, la compañía refleja los esfuerzos realizados en favor de un buen gobierno corporativo, el cumplimiento normativo y la gestión de riesgos. La ética es uno de los aspectos más importantes para los profesionales de la firma, ya que el 96% de los empleados considera que los valores y principios éticos son fundamentales en la actividad diaria de la empresa, y más del 80% asegura conocerlos y aplicarlos. Por lo que la empresa además de tener una hoja de ruta clara muestra también que los esfuerzos realizados están teniendo un impacto directo en sus empleados. Además, este conocimiento les permite adaptar su política futura con el objetivo de hacerla más eficiente (Deloitte, 2022).



### 3.3. PWC

PwC diferencia también su política de Responsabilidad Social Corporativa en cuatro aspectos: acción social, medioambiente, negocio responsable y Objetivos de Desarrollo Sostenible.

#### *a) Acción social*

El primer aspecto en que divide la RSC es la acción social, por la que la empresa a través de su fundación se centra en un apoyo al empleo y a la educación y en un fortalecimiento del tercer sector. En primer lugar, la compañía ofrece un conjunto de programas e informes que incentivan una educación de calidad para aquellos que más lo necesitan con el objetivo de facilitar su acceso al empleo. Por otro lado, la empresa trabaja en colaboración con diferentes Organizaciones no Gubernamentales para contribuir a la construcción de un sector más sólido y transparente, ofreciendo apoyo a la sociedad en las áreas más necesitadas. A través de informes como la Radiografía del Tercer Sector en España, se analiza la evolución del sector en los últimos años, y se identifican los retos y perspectivas a futuro. Además, la compañía contribuye a través de programas sociales y espacios de aprendizaje para fortalecer el tercer sector y las empresas sociales (PricewaterhouseCoopers, s.f.).

La Fundación PwC elaboró una memoria de actividades en los años 2020 y 2021. En ella se recogen los principales objetivos mencionados anteriormente, además de indicarse de una forma concreta los esfuerzos en favor de la sociedad realizados. La compañía registró 611.000 euros en inversiones sociales, los empleados realizaron 4.361 horas de voluntariado, tuvo un impacto indirecto en 1.704 personas y favoreció a 250 organizaciones sociales (PricewaterhouseCoopers, s.f.).

#### *b) Medio Ambiente*

En la estrategia de RSC de la compañía se establece que el objetivo de la compañía en términos de medio ambiente es reducir en término absoluto en un 50% la emisión de gases de efecto invernadero para 2030. Asegurarse que las toneladas de CO2 emitidas sean compensadas a través de inversiones que favorezcan proyectos que reduzcan las emisiones y garantizar que el 100% de su consumo eléctrico provenga de fuentes renovables (PricewaterhouseCoopers, s.f.).

Con el objetivo de conseguir los objetivos mencionados, la compañía realiza un informe de carácter anual en términos de medio ambiente. En dicho informe se establecen las principales estrategias a seguir por parte de la compañía en términos de emisiones (siendo el principal lograr alcanzar las cero emisiones netas en 2030 y su enfoque central en el consumo responsable). Además, se marcan una serie de objetivos claros y las herramientas que se van a utilizar para alcanzarlos. Finalmente, en un último apartado denominado gobernanza, se hace referencia a que la compañía designa un Equipo de Gestión Ambiental y un Comité de Medio Ambiente que se encargan de revisar los objetivos marcados previamente y actualizarlos en el caso de que se considere necesario (PwC España, 2022).

*c) Negocio Responsable*

A través del negocio responsable, la empresa considera que la RSC es una herramienta que les permite alcanzar su razón de ser y de esa forma aplicar su estrategia de la mejor forma posible. En términos de responsabilidad, la empresa establece un código de conducta que deben cumplir todos los empleados, por el que la oficina de ética promueve una responsabilidad tanto individual como colectiva (PricewaterhouseCoopers, s.f.).

*d) Objetivos de Desarrollo Sostenible*

En su política de RSC la compañía ha considerado que los ODS son una pieza clave. La empresa ha trabajado junto a las Naciones Unidas y *Global Reporting Initiative* con el objetivo de seguir dando un servicio profesional de asesoramiento y facilitar a los grupos de interés la comprensión de los propios ODS. Del mismo modo, no consideran que en su actividad profesional todos los objetivos sean igual de prioritarios y por ello se han centrado en tres específicamente. En primer lugar, la educación de calidad (objetivo 4) por el que indican como anualmente contratan a más de 900 empleados y les otorgan 360.000 horas de aprendizaje y formación a todos sus empleados. En segundo lugar, la igualdad de género (objetivo 5), por el que fomentan la diversidad en sus propias plantillas y elaboran informes y programas con el objetivo de asesorar también a las empresas en su entorno a alcanzar dicho objetivo. Finalmente, el trabajo decente y el crecimiento económico (objetivo 8), por el que tratan de ofrecer el trabajo más atractivo posible a sus empleados y tratan de asesorar lo mejor posible a sus clientes, lo que como consecuencia creará mayor empleo (PricewaterhouseCoopers, s.f.).

### 3.4. EY

En este caso, la compañía no realiza una diferenciación clara entre sus diferentes políticas de Responsabilidad Social Corporativa, pero afirma que, con el objetivo de conseguir un mundo laboral mejor, la compañía debe actuar de una forma responsable y buscando el interés de todas las personas interesadas a largo plazo (EY, s.f.).

La estrategia de RSC de la compañía se basa principalmente en cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para ello la compañía ha creado un programa denominado *EY Ripples* por el que trata de generar políticas que incentiven la consecución de dichos objetivos y tratar de conseguir la meta de cero emisiones netas en el año 2030. Dicho programa en el año 2022 empleó 745.000 horas enfocadas en el cumplimiento de los ODS. Para supervisar el cumplimiento de estos compromisos, la compañía ha designado un Órgano Consultivo de Responsabilidad Social, que está formado por directivos de la compañía de todas partes del mundo (EY, s.f.).

El órgano central de la RSC de la compañía es el programa mencionado anteriormente (*EY Ripples*), que como se ha mencionado anteriormente, se asegura del cumplimiento de los ODS por parte de la compañía. Esta iniciativa permite a los colaboradores de EY dedicar tiempo a proyectos enfocados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, aplicando sus habilidades en diferentes contextos, lo que les ayuda a crecer como líderes más inclusivos con una comprensión más profunda de los desafíos que enfrentan las comunidades marginadas y de bajos ingresos. A medida que más colaboradores de EY comprenden el valor social de sus habilidades cotidianas, la creación de valor a largo plazo para la sociedad se convierte en una parte fundamental de la cultura corporativa (EY, s.f.).

La empresa con el objetivo de hacer frente a los retos relacionados con el cambio climático y con la desigualdad social considera que debe hacer un cambio sistemático. Por ello, se alinea con una serie de clientes que le permite abordar estos temas de la manera más eficiente posible. Por ello, trabaja con organizaciones gubernamentales, organizaciones sin ánimo de lucro, otras empresas multinacionales e inversiones de impacto (EY, s.f.).

El programa *EY Ripples* centra su estrategia en tres áreas clave. En primer lugar, apoyar a las nuevas generaciones de profesionales, con el objetivo de apoyarles en su adaptación a un mundo laboral flexible y de cambio continuo. En segundo lugar, trabajar con emprendedores de impacto, es decir personas que busquen innovar empresarialmente con programas que incentiven también la justicia social, la justicia económica y el desarrollo sostenible. El papel de la empresa en este supuesto es apoyar a los emprendedores en su proyecto con el objetivo de llegar a causar un verdadero impacto. Finalmente, acelerar el desarrollo sostenible a través de la prestación de servicios que faciliten la aplicación de modelos y proyectos que faciliten e incentiven dicho desarrollo sostenible (EY, s.f.).

### **3.5. KPMG**

KPMG estructura su política de RSC, al igual que casi todas las empresas estudiadas anteriormente en cuatro apartados diferenciados: Compromiso Social, Integridad, buen gobierno y calidad; Talento, diversidad e inclusión; Medio Ambiente.

#### *a) Compromiso Social*

La política de compromiso social de la compañía se realiza a través de la Fundación KPMG, la cual fue fundada en el año 2006 y su misión es ofrecer una solución a los problemas a los que se enfrenta la sociedad española, a través de su capacidad de generar un cambio social e impacto. La visión de la fundación es la de transformar la sociedad fomentando el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (KPMG, s.f.).

Además, la Fundación KPMG es la encargada de compartir tanto el Código de Conducta como los valores de la compañía. Estos últimos, son la guía del comportamiento de todos los profesionales y juegan un papel muy importante en la compañía para determinar cómo se debe operar en la compañía y cómo actúa con a los clientes, proveedores y demás agentes (KPMG, s.f.).

#### *b) Integridad, buen gobierno y calidad*

A través del Código de Conducta mencionado anteriormente, la compañía trata de garantizar que sus órganos de gobierno aseguren una serie de valores éticos, la independencia de la compañía y la calidad en la prestación de sus servicios (KPMG, s.f.).

En primer lugar, los órganos de gobierno se encargan del control, elaboración y coordinación de las políticas de la compañía como conjunto. El Comité de Dirección, alinea las políticas de las entidades legales de la firma con los objetivos y valores de la compañía. Las decisiones se toman a partir de la Asamblea de los Socios y es el Consejo de los Socios quienes controlan y se aseguran de que las decisiones están verdaderamente alineadas con las estrategias mencionadas anteriormente. Se exige que todos los profesionales que trabajan en la firma actúen con la diligencia necesaria para asegurar los valores y objetivos de la compañía. Del mismo modo, se busca garantizar y mantener una independencia en los servicios profesionales que ofrece la firma. Las bases se recogen en un manual denominado *Quality and Risk* y la compañía establece un sistema que busca controlar el cumplimiento de la independencia en todas las actividades que realiza la compañía (KPMG, s.f.).

*c) Talento, diversidad e inclusión*

La compañía considera que el trato con las personas es la parte central de la gestión de los recursos humanos de la empresa. Además, la compañía basa esta política de su RSC en virtud de dos objetivos dentro de los ODS, el objetivo 5, de igualdad de género y el objetivo 8, de empleo decente y de crecimiento económico. Con la meta de cumplir dichos objetivos y mantener un empleo dinámico y atractivo, la compañía elabora programas de becas y talleres de formación a nuevos profesionales. Del mismo modo, se centra en sus empleados y les incentiva a continuar formándose a través de diferentes programas como es el *KPMG Business School* y trata de garantizar la igualdad de género a partir de la suscripción de diversos acuerdos que luchan y garantizan dicha igualdad (KPMG, s.f.).

*d) Medioambiente*

La política de RSC centrada en el medioambiente de la compañía se basa en tres objetivos claves que se marcan. En primer lugar, reducir la intensidad energética, enfocada en cumplir los objetivos marcados por el Acuerdo de París. En segundo lugar, reducir el impacto ambiental, dentro de todas sus actividades con proveedores, clientes y demás profesionales. Finalmente, revisar la cadena de valor, con el objetivo de generar una actividad lo más alineada posible con el desarrollo sostenible y la economía circular (KPMG, s.f.).

#### 4. CONCLUSIONES

Una vez analizado el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial o Responsabilidad Social Corporativa, además de la evolución de su concepción a lo largo de los años, su delimitación tanto por entidades internacionales y entidades jurídicas nacionales y su aplicación por parte del grupo de empresas más importantes en España del sector de los servicios profesionales, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- 1) La RSE no es un concepto estanco, sino que se trata de un concepto cuya delimitación ha ido variando a lo largo de los años. Anteriormente, existía la concepción de que la única responsabilidad que debían asumir las empresas era la económica y, por tanto, tratar de obtener el máximo beneficio posible. A lo largo de los años, dicha concepción ha ido variando y actualmente se considera que las empresas deben asumir más responsabilidades además de la económica, como son las legales, éticas y filantrópicas de una forma voluntaria, con el objetivo de justificar su participación en el contexto económico como un agente social más que debe velar por el bienestar de la sociedad. Este cambio de concepción se debe principalmente al incremento de interés en general por los temas relacionados con la sostenibilidad, el desarrollo sostenible, la lucha contra el cambio climático y las desigualdades sociales.
- 2) Actualmente, se entiende la RSE como todas las actuaciones responsables que se le exigen a una empresa, que esta asume de una forma voluntaria y que forma parte del pilar angular de la organización.
- 3) En el ámbito comunitario se han aplicado medidas innovadoras que han incentivado el aumento de interés por la RSE por parte de las empresas. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París implementan una serie de objetivos y metas a los que llegar en un futuro próximo, pero de una forma mucho más clara y concisa que otras medidas anteriores. No se puede entender la RSE sin los ODS, ya que al igual que los ODS la RSE es un concepto multidimensional que tiene implicaciones en los ámbitos económicos, sociales y medioambientales. Los ODS se relacionan con la RSE perfectamente ya que ambos tienen una triple dimensión empresarial, social y medioambiental. Un

cumplimiento de las políticas de RSC conlleva un cumplimiento de los ODS y viceversa.

- 4) En España, el concepto de RSE se ha delimitado a través de varias leyes, reales decretos e incluso sentencias, pero la primera vez que se delimita como tal en España es a través de la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO), que realiza una definición de qué son las Inversiones Socialmente Responsables y de la RSE.
- 5) La aproximación de las *Big Four* a la RSE es bastante similar en todas las empresas. Las cuatro incluyen la RSE como una parte fundamental de su estrategia como empresa y la aplican de una forma uniforme y global en todas las actuaciones que realizan como empresa. Cuentan con fundaciones o programas específicamente centrados en la aplicación y supervisión de la RSE (Fundación Deloitte, Fundación KPMG, *EY Ripples* y Fundación KPMG). Además, en las políticas de RSE, las empresas muestran los diferentes compromisos a los que se alinean con el objetivo de delimitar de una forma más específica la hoja de ruta a seguir, como los ODS y el Acuerdo de París.
- 6) La principal diferencia de la RSE en las *Big Four* se encuentra principalmente en cómo la aplican y qué herramientas que utilizan. Deloitte ofrece una visión unificada de la RSE a través de una memoria anual en la que se recogen todas las estrategias que ha seguido la compañía en términos de responsabilidad social y los logros que estas han supuesto. Además, es la única de las cuatro empresas que incluye los datos económicos en su política de RSE, por lo que da gran relevancia a la responsabilidad económica en comparación con el resto. PwC no ofrece una visión tan unificada, sino que diferencia en cuatro apartados sus políticas de RSE, ofreciendo informes diferenciados para cada una de sus estrategias. KPMG y EY no ofrecen informes relacionados con la RSE como tal, sino que hacen referencia a cómo implementan sus medidas socialmente responsables como una parte coral de su actividad. EY y PwC son las únicas de las empresas que incluyen dentro de sus políticas de RSE los servicios profesionales que ofrecen a sus clientes relacionados con la sostenibilidad, la implantación de los ODS, el desarrollo sostenible y la lucha frente al cambio climático.

## 5. REFERENCIAS

### Legislación

Ley 15/2015, de 9 de diciembre, de responsabilidad empresarial en Extremadura.

Ley 2/2011 del 4 de marzo, de Economía Sostenible.

Real Decreto 221/2008, de 15 de febrero, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas

Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio.

### Bibliografía

Aguado Puig, A. (2018). Desarrollo sostenible: 30 años de evolución desde el informe Brundtland.

Álvarez, J. L. L. (2020). Responsabilidad social corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible. *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, (129), 38-41.

Bueno, M. D. P. (2016). El Acuerdo de París: ¿una nueva idea sobre la arquitectura climática internacional?

Camarán, M. L., Barón, L., & Rueda, M. P. (2019). La Responsabilidad social empresarial y los objetivos del desarrollo sostenible (ODS). *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 11(24), 41-52.

Carrol, A., "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", *The Academy of Management Review*, Nueva York, 1979, pp. 497-505.



Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: CCE.

Embid Irujo, J. M., & Val Talens, P. D. (2016). La responsabilidad social corporativa y el Derecho de sociedades de capital: entre la regulación legislativa y el soft law. *DERECHO PRIVADO*.

Friedman, M. (2007). *The social responsibility of business is to increase its profits* (pp. 173-178). springer berlin heidelberg.

García, R. A. (2001). El soft law comunitario. *Revista de Administración Pública*, (154), 63-94.

Gil, C. G. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 140(1), 107-118.

Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). *Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance*. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101889.

Naciones Unidas (ONU), *Acuerdo de París de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC)*, 12 de diciembre 2015

Nava Escudero, C. (2016). El Acuerdo de París. Predominio del soft law en el régimen climático. *Boletín mexicano de derecho comparado*, 49(147), 99-135.

Nieto, M. T. G. (2011). La regulación de la Responsabilidad Social Corporativa en España. *Derecom*, (6), 8.

Martín Castejón, P. J., & Gómez-Martínez, A. (2021). Factores que influyen en la orientación a la venta ética en las pequeñas y medianas empresas (PYMES). *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 25(2), 63-79.

Miranda Mendoza, F. E. (2016). Análisis y comentario de la Sentencia 231/2011 de 11 de noviembre de la Audiencia Provincial de Madrid-España, sobre Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Jurídica Derecho*, 4(5), 55-64.

Rodríguez Cala, A., Calle Rodríguez, C., Durán García, N., Zöllner, B., & Pons Rodríguez, A. (2021). Responsabilidad social corporativa en los centros de la red hospitalaria de utilización pública de Cataluña. *Gaceta Sanitaria*, 35, 67-71.

Rodríguez, E. H. C. (2016). Interrelación entre el ius cogens y el derecho blando: Derechos sociales y responsabilidad social corporativa en la justicia transicional. *Derecho Público*, (36), 10.

Sánchez, J. V. M. (2017). La relación del Derecho con la RSC. *Revista de Direito Brasileira*, 17(7), 378-390.

### **Recursos de internet**

Angarita, J. R. (2007). Teoría de las necesidades de Maslow. *Obtenido de Teoría de las necesidades de Maslow: [http://doctorado.josequintero.Net/documentos/Teoria\\_Maslow\\_Jose\\_Quintero.pdf](http://doctorado.josequintero.Net/documentos/Teoria_Maslow_Jose_Quintero.pdf)*.

Deloitte Spain (2022) *Memoria de Responsabilidad Corporativa*. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/responsabilidad-social-corporativa.html>

Deloitte175. (s. f.). Deloitte Spain. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/deloitte175.html>

*División de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas*. (1997). <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>

El mundo, Estas son las 100 mejores empresas para trabajar en España 2022. (2022b, septiembre 26). *ELMUNDO*. <https://www.elmundo.es/economia/actualidad-economica/2022/09/25/632b54bf21efa08b748b458e.html>

EY (s.f.) *Corporate responsibility*. [Www.ey.com](https://www.ey.com/en_gl/corporate-responsibility). Recuperado el 7 de abril de 2023, de [https://www.ey.com/en\\_gl/corporate-responsibility](https://www.ey.com/en_gl/corporate-responsibility)

KPMG (s.f.) *Responsabilidad Corporativa*. <https://kpmg.com/es/es/home/about/responsabilidad-corporativa.html>

Petro, G. (2020, 31 enero). Sustainable Retail: How Gen Z Is Leading The Pack. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2020/01/31/sustainable-retail-how-gen-z-is-leading-the-pack/>

PricewaterhouseCoopers. (s. f.-b). *Responsabilidad social corporativa*. PwC. <https://www.pwc.es/es/quienes-somos/rsc.html>

PwC España (2022) *Informe de Medioambiente 2022* [online]: <https://www.pwc.es/es/quienes-somos/rsc/assets/informe-medioambiente-pwc-2022.pdf>

Sustainable Development Goals. (2021). THE 17 GOALS | Sustainable Development. [online] Available at: [Accessed 8 March 2023].

United Nations. (s. f.). *El Acuerdo de París / Naciones Unidas*. <https://www.un.org/es/climatechange/paris-agreement>

Zarzalejos, A. Z. (2022, 20 abril). Las «Big Four» crecen un 4,1% hasta los 2.659 millones de euros de facturación. *El Expansión* <https://www.expansion.com/empresas/2022/04/20/625f3393468aeb0c478b45bb.html>