



**IV ACUERDO MARCO PARA LA  
COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN  
EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN**

# GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Eje 9 del IV Acuerdo Marco de Competitividad e Innovación Empresarial de la Junta  
de Castilla y León



## Índice

Presentación.....	2
Introducción .....	6
¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas?.....	7
Acciones de Responsabilidad Social Corporativa en empresas .....	8
Beneficios de implementar la RSC en las empresas.....	8
La RSC como estrategia de diferenciación y reputación empresarial.....	10
Cómo integrar la RSC en la cultura empresarial .....	10
Medición y seguimiento de los impactos de la RSC en las empresas .....	11
Principios de Responsabilidad Social Corporativa .....	12
RSC empresarial y sostenibilidad: impulsando un cambio positivo.....	12
RSC y compromiso con las partes interesadas: empleados, clientes y comunidades .....	13
Origen de la normativa española sobre responsabilidad social corporativa .....	13
Trasposición de la RSC.....	14
¿A quién afecta?.....	14
Residuos y otras cuestiones medioambientales .....	15
Cuestiones sociales y laborales de la normativa sobre responsabilidad social corporativa.....	15
Derechos Humanos, ética y buen gobierno .....	16
Rendición de cuentas .....	16
Bibliografía .....	17

## Presentación

Una vez finalizado el periodo de vigencia del III Acuerdo Marco para la Competitividad e Innovación Industrial de Castilla y León 2014-2020, existe un consenso prácticamente unánime entre los principales agentes económicos y sociales de la Comunidad sobre la necesidad de elaborar un nuevo Acuerdo Marco que fije las líneas prioritarias de actuación en materia de competitividad e innovación empresarial en Castilla y León.

El momento de elaboración del IV Acuerdo Marco ha coincidido con unas circunstancias excepcionales que han conllevado la adopción de una respuesta, también excepcional, por parte de las autoridades de la Unión Europea, con el objetivo no sólo de abordar la emergencia sanitaria, sino de mitigar el brutal impacto negativo que ésta ha causado en la economía; en concreto, el plan de recuperación para Europa Next Generation EU y los nuevos fondos europeos, que deben ser utilizados para transformar nuestras economías y con ello salir de la crisis y construir una Europa más verde, digital y resiliente, intensificando su potencial de crecimiento económico, la creación de empleo y la resiliencia económica y social, además de abordar las transiciones ecológica y digital.

En este sentido, el IV Acuerdo Marco se configura como el eje central sobre el que deben pivotar las líneas de la política económica de la Comunidad que permitan alcanzar la recuperación de la actividad económica y del empleo.

El objetivo principal del IV Acuerdo Marco es promover la adaptación de nuestra economía y de nuestro tejido productivo al proceso de transformación que se está experimentando a nivel global, basado, fundamentalmente, en la transición ecológica y la transformación digital.

Para ello se han previsto 11 ejes, con sus correspondientes objetivos y acciones:

### **EJE 1.- FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL Y FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO DESDE LA SOSTENIBILIDAD.**

Las medidas recogidas pretenden hacer que nuestro entramado empresarial sea más robusto, con empresas de mayor tamaño, y alineadas con los objetivos de la transición ecológica y digital, a la vez que se incentiva la puesta en marcha de nuevas empresas, incidiendo particularmente en aquellos proyectos con carácter innovador.

## **EJE 2.- DIGITALIZACIÓN**

Continuar abordando la transformación digital de las empresas, tomando en consideración especial a las pymes y autónomos que, por su tamaño, tienen más dificultades a la hora de introducir innovaciones. De igual modo, se pretende dotar de una mayor visibilidad a las demostraciones tangibles de tecnologías habilitadoras y apoyarse en los facilitadores digitales de forma efectiva en la transformación digital en las empresas y organizaciones del sector público como clave estratégica de futuro. Por último, se estima preciso apoyar al sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para que continúe fortaleciéndose, todo ello estableciendo un marco claro de gobernanza de las políticas de apoyo a la digitalización.

## **EJE 3.- CIENCIA E INNOVACIÓN**

Continuar avanzando de manera efectiva en la Industria 4.0, así como potenciar y fortalecer el ecosistema de emprendimiento innovador y mejorar los sistemas de vigilancia tecnológica, propiedad industrial, propiedad intelectual y diseños.

## **EJE 4.- FINANCIACIÓN**

La adecuada financiación es uno de los aspectos clave. En este sentido se va a incidir en el asesoramiento e información financiera; en el impulso de los programas que facilitan el acceso al sistema regional de garantías a los autónomos, pymes y emprendedores en condiciones financieras óptimas de coste y plazos; en facilitar la existencia de variados instrumentos de financiación para emprendedores y pymes, a los emprendedores y a la consolidación de las pymes; en la existencia de instrumentos financieros reembolsables; en el fomento de la colaboración público-privada en la financiación de proyectos empresariales viables; y en el refuerzo de la solvencia de las empresas, mediante el fortalecimiento de sus recursos propios a través del capital riesgo.

## **EJE 5.- GESTIÓN PÚBLICA EFICIENTE**

El objetivo de este eje es continuar modernizando la Administración, especialmente en aquellos aspectos que tienen repercusión en su relación con las personas físicas y jurídicas. Para ello se intentará avanzar de manera efectiva en la transformación digital de la Administración Pública, impulsando la simplificación procedimental y normativa; favoreciendo una relación digital

empresa-Administración Pública activa y proactiva; e impulsando la interoperabilidad de la Junta de Castilla y León y con las Corporaciones Locales.

#### **EJE 6.- INTERNACIONALIZACIÓN**

La presencia en el exterior de las empresas es un indicador de la competitividad de una economía. En este sentido, se seguirá intentando incrementar el volumen de las exportaciones y la propensión exportadora de la Comunidad y promover que las empresas sean más eficientes, competitivas y participativas en los mercados exteriores, de forma especial, en la Unión Europea. En este proceso de internacionalización empresarial será determinante el apoyo institucional.

#### **EJE 7.- ENTORNO EMPRESARIAL**

Este eje se centra en alguno de los factores en los que hay que incidir para que las empresas realicen adecuadamente su función. Así, se prevé avanzar de manera efectiva en la transferencia tecnológica, así como en la puesta a disposición de suelo industrial atractivo. Del mismo modo, está previsto seguir mejorando las infraestructuras de la Comunidad e impulsando convertir a Castilla y León en un territorio con una logística eficiente.

#### **EJE 8.- ENTORNO RURAL Y RECURSOS ENDÓGENOS**

Habida cuenta de la importancia del territorio rural, este eje aborda el desarrollo eficiente y sostenible de los recursos agrarios, forestales, minerales y del patrimonio cultural presente en dichas áreas. Del mismo modo, se apuesta por el mismo desarrollo de la innovación, así como por la diversificación económica.

#### **EJE 9.- RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Las acciones aquí recogidas se dirigen a alcanzar la sostenibilidad económica, social y medioambiental a través del ejercicio de las potestades públicas y de las responsabilidades inherentes a la acción pública y a impulsar modelos de gestión competitivamente sostenibles: que velen tanto por la competitividad y el crecimiento de la economía, como por el desarrollo de las personas y el respeto por el medio ambiente.

#### **EJE 10.- TRANSICIÓN HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR. SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA**

En este eje se aborda el impulso del tránsito desde una economía lineal hacia una circular que se está experimentando de forma global. Por ello, se prevé el desarrollo de la Estrategia de Economía Circular y Programa de Bioeconomía para Castilla y León y diversas acciones que pretenden lograr que la transición energética sea una oportunidad para los consumidores, empresarios y profesionales de Castilla y León, además de para nuestro entorno rural.

### EJE 11.- CAPITAL HUMANO Y FORMACIÓN

La existencia de profesionales correctamente capacitados es un importante activo para una economía. En este sentido, se pretende incrementar la competitividad empresarial a través del capital humano, con el desarrollo profesional y personal del talento. Hay que estimular, también, que el desarrollo de capacidades, cualificación profesional y formación se dé a lo largo de la vida y, asimismo, se va a apoyar a las instituciones formativas para que colaboren entre si y den respuesta a las necesidades de empleabilidad que van surgiendo.





## Introducción

En aras de garantizar tanto el seguimiento como la difusión y el desarrollo de las actuaciones que traen su origen en el IV Acuerdo Marco para la Competitividad y la Innovación Empresarial de Castilla y León 2021-2027, la Comisión de Seguimiento de este Acuerdo ha considerado de especial interés que se mantenga durante la vigencia del acuerdo la realización de actividades de seguimiento, difusión y desarrollo de las medidas del IV Acuerdo Marco que se vienen realizando directamente por los agentes económicos y sociales, como firmantes del acuerdo y representantes de los intereses económicos y sociales que les son propios.

Por ello, CEOE Valladolid, como una de las Organizaciones Territoriales incluidas en CEOE Castilla y León, se ha comprometido a realizar dichas actuaciones, con la finalidad de avanzar en un cambio en el modelo productivo de Castilla y León hacia la modernización, la digitalización y la transición ecológica, que facilite un crecimiento económico sostenible y orientado al logro de empleo seguro, estable y de calidad.

Una de esas acciones es esta **Guía de Responsabilidad Social Empresarial**, que se centrará en el **EJE 9** del Acuerdo referente a dicho asunto.

Hace años que la **responsabilidad social corporativa (RSC)** forma parte del lenguaje y de las políticas empresariales. Lo hace desde el momento en que el tejido empresarial y sus responsables comprendieron que las organizaciones no podían seguir funcionando como entes independientes y aisladas del resto del mundo, cuyo único objetivo fuera garantizar la rentabilidad de sus accionistas. Se dieron cuenta de que forman parte de un sistema mucho más global y complejo, y que sus actuaciones generan un impacto que va mucho más allá de los aspectos puramente económicos y de las **ventajas competitivas**.

Hoy se sabe que la **RSC mejora los resultados y la imagen de una empresa** en la medida en que reduce la incidencia de riesgos reputacionales, legales o ambientales. Pero ¿hasta qué punto la dimensión social, ética y medioambiental de las actividades empresariales sigue siendo una elección voluntaria que emana de la compañía o está regulada por el ordenamiento jurídico? En esta guía repasaremos algunos de los principales aspectos de esta importante vertiente de la actividad empresarial, además de realizar **un análisis de la normativa española sobre responsabilidad social corporativa**.

## ¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas?

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es el compromiso de las empresas para generar un impacto positivo en el entorno en el que se desarrolla su actividad. Se basa en estrategias y acciones concretas que permiten generar una mejora en la calidad de vida y bienestar de sus propios empleados, proveedores, clientes y ciudadanos en general. Prestando especial atención a factores sociales, económicos y medioambientales, pues son los que transversalmente afectan a toda la sociedad.

Para ejercer este compromiso las empresas desarrollan **planes de Responsabilidad Social Corporativa**, programando objetivos y acciones concretas que generen ese impacto positivo, y que van más allá de una búsqueda del beneficio económico empresarial.

Algunos ejemplos de objetivos de Responsabilidad Social Corporativa en las empresas son:

- Generar un impacto positivo en el medio ambiente.
- Ayudas sociales.
- Incrementar el nivel educativo de la sociedad del entorno en el que actúa la corporación.

Normalmente las empresas ligan estos objetivos a los valores corporativos y la cultura organizacional.

Si, por ejemplo, se trata de una empresa de muebles y artículos para el hogar, podría plantearse como objetivo esforzarse por promover la sostenibilidad en toda su cadena de valor. Para ello, podría invertir en energía renovable, incluyendo la instalación de paneles solares en sus tiendas o desarrollando productos que promuevan la eficiencia energética y el uso sostenible de los recursos, como muebles hechos con materiales reciclados y duraderos.

Como vemos en el ejemplo, la empresa no obtendrá un rendimiento económico. No se trata de una inversión en busca de resultados medibles en ventas. Se trata de una iniciativa que pretende mejorar el conocimiento sobre energía renovable y vivienda sostenible de la sociedad en general, permitiendo el acceso gratuito a formación e incrementando, en consecuencia, el conocimiento sobre cómo cuidar el medioambiente.



## Acciones de Responsabilidad Social Corporativa en empresas

La empresa del ejemplo se ha marcado como objetivo de Responsabilidad Social Corporativa avanzar en sostenibilidad. Para ello, utiliza recursos propios para formar a la ciudadanía sobre cómo mejorar sus hábitos para un uso sostenible de los recursos y en promover la eficiencia energética.

Es decir, ‘Promover la eficiencia energética y mejorar el uso sostenible de los recursos’ serían los objetivos. Y la instalación de paneles solares en sus tiendas y el desarrollo de productos que promueven el uso sostenible de productos serían las acciones para lograr ese objetivo.

Todas las políticas y objetivos de Responsabilidad Social Corporativa necesitan por tanto un plan de acción que facilite su cumplimiento. Otros ejemplos de **acciones de Responsabilidad Social Corporativa** podrían ser, entre otros muchos, los siguientes:

ACCIÓN	TIPO DE OBJETIVO	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE
Organizar jornadas de recogida de desperdicios en zonas naturales	Medioambiental	Ciudadanía y Empleados
Becas para acceder gratuitamente a cursos	Educativo	Ciudadanía
Ayudas directas para el acceso a alimentos en colectivos vulnerables	Social	Ciudadanía
Favorecer medidas de conciliación	Bienestar social	Empleados
Activación de pronto pago a proveedores	Financiero	Proveedores
Programas de integración para el empleo	Laboral	Ciudadanía

<https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/community-engagement/>

<https://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/es/comunicacion/notas-de-prensa/responsabilidad-social-empresarial.html>

<https://www.fundacionmichelin.es/>

<https://ulsa.es/apuesta-por-la-responsabilidad-social/>

## Beneficios de implementar la RSC en las empresas

El debate acerca de cuáles son los beneficios reales que la **RSC** aporta tanto a las **empresas** que la practican como a la sociedad en general viene de lejos. En un primer momento, muchos

rechazaron de plano estas prácticas por considerar que no formaban parte de las obligaciones de una compañía. Otros las comenzaron a aceptar a regañadientes por una cuestión de imagen, mientras que posiciones más avanzadas apostaron por ellas como una vía para crear valor alrededor de la organización. Hoy existe un amplio consenso acerca de los numerosos beneficios que aporta la **RSC a la empresa**. Entre ellos:

- **Mejora la imagen.** Sin duda, las prácticas y políticas de **RSC** sirven para mejorar la reputación corporativa. Las **empresas** que demuestran un compromiso genuino y activo con las cuestiones sociales o ambientales son percibidas mejor por sus públicos.
- **Mejora las relaciones con la comunidad.** Esa mejoría del perfil público de la compañía a través de la **RSC** incide positivamente en las relaciones que mantiene con los distintos *stakeholders* que forman parte de su entorno, como Administraciones, asociaciones, vecinos, competidores, reguladores, proveedores, etc.
- **Genera beneficios económicos.** Una buena reputación basada en prácticas de **RSC empresarial** genera mayores niveles de *engagement* y fidelidad entre sus clientes, lo que puede traducirse en mayores ventas sostenidas en el tiempo y ayuda a sortear periodos de crisis o inestabilidad en el mercado.
- **Facilita la atracción y retención de talento.** Los empleados y potenciales trabajadores son otro público que resulta impactado por unas buenas **prácticas empresariales de RSC**, hasta el punto de que estas se han convertido un pilar de cualquier estrategia de *employer branding*. Los empleados suelen preferir trabajar en compañías que demuestran unos valores afines a los suyos y tienen un impacto positivo en la sociedad.
- **Promueve la innovación y el desarrollo sostenible.** La **RSC** puede catalizar la innovación y el desarrollo sostenible dentro de las **empresas**. Al abordar desafíos sociales y ambientales, las organizaciones a menudo se ven obligadas a buscar soluciones creativas. Estas soluciones pueden conducir a la creación de nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades cambiantes de los consumidores, al tiempo que minimizan el impacto negativo en el medio ambiente.

## La RSC como estrategia de diferenciación y reputación empresarial

La RSC puede ser una poderosa estrategia de diferenciación. En un mercado saturado, por ejemplo, en el que productos y servicios son muy similares en precio o prestaciones, la competitividad empresarial se dirime en intangibles como la conexión emocional con el consumidor o una serie de valores compartidos.

Y lo mismo sucede en un contexto de recesión económica o crisis: las empresas comprometidas resisten mejor en el recuerdo de los consumidores, tienen una red de apoyo más fuerte por parte de sus grupos de interés y mitigan y gestionan mejor los riesgos derivados de una situación de dificultad.

## Cómo integrar la RSC en la cultura empresarial

Integrar la **RSC en la cultura empresarial** requiere un enfoque holístico y a largo plazo. Para conseguirlo, se pueden seguir ciertos pasos:

- Partir desde el liderazgo. La implementación exitosa de la **RSC en la empresa** comienza siempre desde arriba. La alta dirección debe estar comprometida y dispuesta a liderar con el ejemplo. Ha de comunicar y demostrar de manera constante y palpable la importancia de la **RSC** en todas las decisiones y operaciones. Cuando todos en la empresa comprenden y se comprometen con la **RSC**, se crea una cultura de responsabilidad compartida.
- Definir valores y principios claros. El siguiente paso es la definición de una serie de valores y principios éticos que guíen las acciones y decisiones de la **empresa**. Estos deben reflejar el compromiso de la empresa con cuestiones sociales, ambientales y de buen gobierno. Una vez establecidos, estos valores deben comunicarse de manera consistente a través de los canales internos y reflejarse en todas las operaciones y relaciones comerciales.
- Capacitación y sensibilización. Para que la **RSC** no se quede en una idea abstracta, sino que se convierta en algo tangible se necesita la acción comprometida de todos los empleados. La capacitación y la sensibilización son esenciales para garantizar que todos

los miembros de la empresa comprendan los conceptos clave de la **RSC** y sepan relacionarlos con su trabajo diario.

- Enfoque en la sostenibilidad. Las iniciativas de RSC deben estar alineadas con la sostenibilidad a largo plazo, evitando prácticas a corto que puedan tener impactos negativos en el futuro.
- Integración en procesos y operaciones. La **RSC** no puede ni debe ser una entidad separada del resto de unidades de la empresa, sino que ha de existir de manera integrada en todas las operaciones comerciales. Desde la cadena de suministro hasta la producción y el servicio al cliente, cada proceso debe ser evaluado desde una perspectiva de **RSC**. Esta visión transversal incluye, por ejemplo, la adopción de prácticas sostenibles, la gestión responsable de recursos o la promoción de la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo
- Participación de los empleados. Los empleados son una parte vital de la cultura empresarial y, por lo tanto, deben ser involucrados activamente en las iniciativas de **RSC**. Fomentar su participación y su compromiso en proyectos de RSC puede fortalecer la conexión entre los valores de la **empresa** y el trabajo diario. Esto puede incluir la creación de grupos de voluntariado, la organización de eventos y campañas de sensibilización o la incentivación de concursos de ideas para proyectos de RSC.
- Transparencia y comunicación abierta. La comunicación transparente es fundamental para una integración exitosa de la **RSC en la cultura empresarial**. La transparencia genera confianza tanto dentro como fuera de la empresa.
- Establecer metas y medir el progreso. La **RSC** debe ser cuantificable para evaluar su impacto, asegurarse de que se estén logrando los objetivos establecidos e introducir medidas correctoras en caso de no ser así.

## Medición y seguimiento de los impactos de la RSC en las empresas

Las **empresas** deben establecer metas específicas relacionadas con la **RSC** y medir el progreso a lo largo del tiempo. Esto implica la definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs) que permitan evaluar el impacto en áreas como la sostenibilidad ambiental, la responsabilidad social y la ética empresarial. Estos KPIs varían en función de la industria y los objetivos específicos de

cada **empresa**, pero podrían incluir valores relacionados con la reducción de emisiones de carbono, el aumento de la diversidad en la fuerza laboral o la contribución a proyectos comunitarios.

## Principios de Responsabilidad Social Corporativa

Según el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, existen cinco principios básicos que rigen las políticas de RSC en las empresas.

1. **Cumplimiento de la legislación.** Tanto a nivel nacional como internacional. Las empresas deben adquirir el compromiso de respetar las leyes de los países en los que operan. No sólo eso. También respetar las normativas promovidas por entidades internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) o la OCDE. Así como los principios propios recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, entre otras entidades y tratados.
2. **Universalidad.** El carácter global de las políticas RSC afectarán a todas las áreas de negocio y en cualquier parte del planeta en donde opere la empresa.
3. **Ética.** Los compromisos éticos que se adquieren en una política de RSC serán obligaciones para quienes los contraen.
4. **Impacto.** El impacto de las acciones derivadas de la actividad empresarial será visible en el ámbito económico, medioambiental y social.
5. **Orientación.** La RSC estará dirigida a satisfacer las necesidades de los grupos de interés.

## RSC empresarial y sostenibilidad: impulsando un cambio positivo

La **RSC** y la sostenibilidad están intrínsecamente ligadas. Las **empresas** pueden ser agentes de cambio positivo al abordar problemas sociales y ambientales a través de sus operaciones. Al adoptar prácticas sostenibles, como la reducción y gestión adecuada de los residuos, la gestión responsable del agua o la promoción de fuentes de energía renovable, las **empresas** pueden contribuir a la preservación del planeta para las generaciones futuras.

## RSC y compromiso con las partes interesadas: empleados, clientes y comunidades

La RSC implica un compromiso con una amplia gama de partes interesadas:

- Con los empleados. Implica proporcionar un entorno de trabajo seguro, inclusivo y equitativo, así como oportunidades de desarrollo profesional.
- Con los clientes. El compromiso con los clientes implica la entrega de productos y servicios que cumplan con altos estándares éticos y de calidad mínimos y comúnmente aceptados.
- Con las comunidades. Supone la inversión en proyectos que mejoren la calidad de vida y contribuyan al desarrollo local.

## Origen de la normativa española sobre responsabilidad social corporativa

La actual **normativa española sobre responsabilidad social corporativa** tiene su origen en una norma europea, la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, que, a su vez, modificaba la Directiva 2013/34/UE sobre la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas. El objetivo de estas piezas regulatorias afecta a todas las **áreas de una empresa**, se trata de identificar riesgos para mejorar la sostenibilidad y aumentar la confianza de los inversores, los consumidores y la sociedad en general a través de la divulgación de información no financiera, como pueden ser los factores sociales y medioambientales ligados a la actividad empresarial.

La citada Directiva 2014/95/UE ampliaba el contenido exigido por su predecesora en relación a la responsabilidad social corporativa dentro del informe anual de **gobierno corporativo**. De esta forma, el organismo europeo se marcaba el objetivo de medir, supervisar y gestionar el rendimiento de las empresas desde varios puntos de vista y **áreas de negocio** así como de su **impacto social y medioambiental**. En su justificación de motivos, los reguladores europeos



consideraron estos requerimientos de esenciales para una transición hacia un modelo de economía mundial en clave sostenible y que combinara la rentabilidad a largo plazo con la **justicia social**, los **compromisos éticos** y la protección del medio ambiente. Entre esta información no financiera que la Directiva requería de las empresas figuraba información detallada sobre los efectos actuales y previsibles que las actividades de la empresa provocaban en el medio ambiente, de las medidas adoptadas para garantizar cuestiones como la igualdad o el diálogo con las comunidades locales o sobre los mecanismos dispuestos por las empresas para detectar y luchar contra la corrupción y otras prácticas ilícitas.

## Trasposición de la RSC

En España, la principal norma que se encarga de trasponer los requerimientos marcados por Europa es la Ley 11/2018 de **Información no Financiera y Diversidad** (LINF), publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el 29 de diciembre de 2018. El texto venía a subsanar una carencia histórica, ya que antes de su aprobación, la información relativa a las campañas de RSC en España quedaba fuera de los límites legales. Con su puesta en marcha, nuestro país no solo ponía remedio a esta circunstancia, sino que se situaba como uno de los Estados miembros más avanzados en cuanto a exigencias de transparencia y cumplimiento de requisitos legales sobre las **acciones de responsabilidad social corporativa**.

## ¿A quién afecta?

Desde 2021, la **legislación nacional sobre responsabilidad social corporativa** afecta a todas las empresas con más de 250 empleados (en el momento de su aprobación se limitaba a aquellas por encima de 500 empleados) y que sean consideradas de interés público. También incluye a aquellas cuyas partidas de activos sean superiores a 20 millones de euros o con importes netos anuales de 40 millones de euros. La **normativa española sobre responsabilidad social corporativa** establece la obligación de informar acerca de los distintos aspectos de su actividad que ayuden a comprender su evolución, sus resultados, la situación del grupo y el impacto de su actividad en el entorno, para convertir a las organizaciones en **socialmente responsables**.

## Residuos y otras cuestiones medioambientales

Uno de los aspectos más destacados de la **normativa española sobre responsabilidad social corporativa** es la que hace referencia a los temas medioambientales. La Ley establece que las empresas están obligadas a informar acerca de **cuestiones como la contaminación** o las medidas destinadas a prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente al planeta. También hay un apartado específico destinado a la economía circular y a la prevención y **gestión de residuos**, donde se incluyen medidas de prevención, reciclaje y reutilización y otras formas de recuperación y eliminación de desechos, o acciones para combatir el **desperdicio de alimentos**.

El uso sostenible de recursos naturales como el agua y otras materias primas, así como las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso, también ocupan un lugar destacado en el texto. De la misma forma que, por supuesto, hay un capítulo para la energía, donde, entre otros aspectos, se exige especificar aquellas medidas adoptadas por las empresas para mejorar su eficiencia energética o el uso que hacen de las energías renovables. Cambio climático, reducción de emisiones de efecto invernadero o protección de la biodiversidad son otros epígrafes ambientales incluidos en el texto legal.

## Cuestiones sociales y laborales de la normativa sobre responsabilidad social corporativa

El **ámbito social y de recursos humanos** es otro de los pilares de la **normativa española sobre responsabilidad social corporativa**. En la ley, este se refleja en una serie de obligaciones en cuanto a la información que deben facilitar las compañías, por ejemplo, en materia de empleo y **condiciones laborales**, donde se exige que se ofrezcan datos acerca del número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional. Las empresas también están obligadas a informar sobre las diferentes modalidades de contratación, despidos, planes de igualdad, remuneraciones medias de personal, consejeros y directivos, así como de medidas contra la brecha salarial u otro tipo de discriminación.

Por lo que se refiere a las relaciones de la empresa con su comunidad, la **normativa española sobre responsabilidad social corporativa** insta a las empresas a facilitar información acerca de

su compromiso con el desarrollo sostenible o del impacto que sus actividades provocan en el empleo, el desarrollo local, sus poblaciones locales o el territorio. Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades de diálogo con estos o las acciones de asociación o patrocinio también son objeto de escrutinio.

## Derechos Humanos, ética y buen gobierno

La Ley 11/2018 de Información no Financiera y Diversidad (LINF) también hace referencia expresa al respeto por los Derechos Humanos. En concreto, especifica la necesidad de aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos, la prevención de los riesgos de vulneración de los mismos y, en su caso, a medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.

Por último, la transparencia y la ética también encuentran su espacio en la **normativa española sobre responsabilidad social corporativa**. Así, por ejemplo, la ley exige la presentación de información sobre medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno o el blanqueo de capitales.

## Rendición de cuentas

La **normativa española sobre responsabilidad social corporativa** permite a las empresas dos modalidades de presentación de esta información no financiera: mediante un informe de gestión o a través de un informe separado. En la primera modalidad, los administradores de la sociedad están obligados a presentar este informe de gestión en el plazo de tres meses a partir del cierre del ejercicio, y la información incluida en el mismo deberá estar verificada por una entidad independiente, la misión de esta entidad será asegurarse de que el estado de información no financiera está libre errores relevantes y contiene toda la información exigida por la ley. En la segunda, el informe separado deberá corresponder al mismo ejercicio e indicar de manera expresa que la información forma parte del informe de gestión. Además, esta información deberá ser accesible de forma gratuita en la página web de la compañía en los seis meses siguientes al cierre del ejercicio y durante cinco años.

## Bibliografía

- <https://www.ecoembesthecircularcampus.com/>
- Responsabilidad Social Corporativa. Memento práctico Francis Lefebvre.