



# MAPA: #RSCPerATots

@FUND\_ADECCO | [WWW.FUNDACIONADECCO.ORG/RSC](http://WWW.FUNDACIONADECCO.ORG/RSC)

## DEFINICIÓ

Segons el Fòrum d'Experts en RSE constituït en el si del Ministeri de Treball i Assumptes Socials, "la Responsabilitat Social de l'Empresa és, a més del compliment estricte de les obligacions legals vigents, la integració voluntària en el seu govern i gestió, en la seua estratègia, polítiques i procediments, de les preocupacions socials, laborals, mediambientals i de respecte als dels drets humans que sorgixen de la relació i el diàleg transparents amb els seus grups d'interès, responsabilitzant-se així de les conseqüències i els impactes que es deriven de les seues accions. Una empresa és socialment responsable quan respon satisfactoriament a les expectatives que sobre el seu funcionament tenen els distints grups d'interès".

## BENEFICIS

**1** **Competitivitat, innovació i posicionament en el mercat**

La busca de productes i servicis sostenibles que responguen a criteris socials i mediambientals condüix a la innovació i es converteix en un avantatge competitiu.

**2** **Eficiència i reducció de costos**

La eficiència és un principi bàsic de la RSC que implica una millora i optimització contínua del sistema de gestió propi i de la cadena de subministrament, que condüix a la reducció del consum de recursos i com a conseqüència a l'estalvi econòmic.

**3** **Millor previsió i gestió del risc**

Els controls, estàndards, codis de conducta ètica i protocols de prevenció reduïxen les possibilitats de que l'empresa incorregu en conflictes, incompliment legal o males pràctiques empresarials que perjudiquen la reputació de l'empresa.

**4** **Atracció i retenció del talent**

Afavors l'adaptació de l'empresa a les noves tendències de RRHH, millorant els principals indicadors en este àmbit (orgull i satisfacció, fidelitat, compromís, clima laboral, ..) D'altra banda, ajuda a què siga percebuda com una molt bona empresa per a treballar (Great Place to Work®).

**5** **Relació amb l'Administració Pública**

Els administració, a través de clàusules socials, valora o exigix a les empreses que valen accedir a concessions, subvencions o concursos públics, dur a terme mesures socials i mediambientals.

**6** **Accés als nous consumidors i fidelització de clients**

Estan canviant els patrons de consum, sobretot en les noves generacions, existint una major consciència i compromís amb aquelles marques, la identitat social de les quals és sòlida. La RSC proporciona un avantatge competitiu, reconeixement i posicionament social.

**7** **Reputació Corporativa**

Optimitza elements crítics per a la construcció de la reputació de qualsevol empresa, com per exemple la qualitat dels productes i servicis, la comunicació i transparència, el respecte dels drets humans o la innovació. El reconeixement a través de distintius i premis milloren la reputació de l'empresa de manera objectiva.

**8** **Llicència social per a operar**

L'estratègia de RSC d'una Pime junt amb un bon plantejament de comunicació, millora la relació entre l'empresa i la comunitat en què opera, facilitant les seues operacions, la seua implantació i desenvolupament empresarial.

**9** **Accés al Financament**

Els criteris extra financers (social i mediambiental) estan adquirint cada vegada més importància a l'hora d'atorgar finançament. Cada vegada més els inversors donen rellevància a la gestió de la Responsabilitat Social Corporativa.

## LÍNIA 1: LLOC DE TREBALL / MERCAT LABORAL

**Generació d'Ocupació**

No hi ha millor contribució social que pugua fer l'empresa que la generació d'ocupació digna i de qualitat. Aposta per les persones de les comunitats locals en què operes i contribuïx amb la incorporació de persones en risc d'exclusió.

**Relacions Laborals**

La RSC ha de recolzar i assegurar la representació i protecció dels treballadors a través de figures consolidades en el model de relacions laborals com el diàleg social entre treballadors, empresa i estat, la negociació i, com a conseqüència, els convenis col·lectius, i ha d'enriquir la dita negociació per mitjà de la integració i promoció de criteris socials i mediambientals. D'esta manera, la RSC és un element que consolida la missió social que persegueixen les relacions laborals tradicionalment.

**Benestar de l'empleat**

Hem de proposar mesures de salut, seguretat i satisfacció per a incrementar el benestar dels nostres empleats. Estes mesures evolucionen permanentment i responen a un coneixement i diàleg amb els empleats per a detectar necessitats que donen respostes generals i a la vegada el més personalitzades possible.

**Gestió del Talent**

El talent de les persones que constitueixen la força laboral d'una comunitat o societat, s'ha convertit en un valor estratègic econòmica i socialment, no sols per a les empreses, sinó també per al desenvolupament i el progrés de la societat. A través de la RSC les empreses assumixen el compromís de contribuir a identificar, desenvolupar, atraure i retindre l'esmentat talent. És una aposta clara per la competitivitat d'una empresa, una comunitat, una societat o un país.

**Diversitat i inclusió**

El model de RSC proposa un concepte de diversitat estratègic i social que **(1)** responga al pool de talents (competències, habilitats, valors...) diferents necessaris per al funcionament òptim de l'empresa, **(2)** acceptant i respectant i aprofitant les perspectives diverses dels empleats per mitjà de models col·laboratius, **(3)** que reconeix per tant la identitat, singularitat i dignitat de tots els empleats i **(4)** que adquireix un valor social quan recolza l'apoderament i la inclusió laboral de persones en risc d'exclusió.

### LÍNIA 2: EL MERCAT

**Seguretat i Salut**

En esta estació les Pymes poden dur a terme mesures i accions extraordinàries per a assegurar la seguretat i salut del consumidor que utilitza els nostres productes o servicis realitzant una traçabilitat dels mateixos al llarg de tota la cadena de valor.

**Conscienciació i sensibilització**

L'empresa ha de fomentar entre els seus consumidors conductes socials, mediambientals i ètiques relacionades amb l'activitat de l'empresa (per exemple empresa d'alimentació que promou conductes saludables per a previndre l'obesitat infantil) o amb compromisos integrats com a part del seu ADN no vinculats de manera directa amb la seua activtat corporativa.

**Consum Responsable**

Desenvolupament d'accions per a implicar el consumidor en la teua estratègia de RSC. Formar-li i informar-li per a ser coresponsable amb els principals reptes comuns per a la societat i crític amb les marques segons el seu compromís social i mediambiental (discriminació negativa i aproximació positiva), és a dir, "consumisc eixa marca perquè utilitza paper reciclat i no gaste esta altra perquè no ho fa". Implica'ls en estratègies d'economia circular per mitjà de les quals els consumidors, per exemple, participen en el cicle de vida del producte, reciclant i reduint l'ús de recursos i la producció de rebuïtjos.

**Competència Lleial i Responsable**

Si partim del joc net i el compliment de la Lei de Defensio de la Competència, es maximitza el benestar del consumidor ja que una lliure competència sempre afavorix la millora de la qualitat de productes i servicis, la innovació i la competitivitat dels preus. La RSC incorpora la generació de cultura de la competència a nivell intern, la busca de col·laboració, diàleg i aliances sectorials que afavoriran el desenvolupament del mercat en benefici de tots.

**Qualitat i Excel·lència**

La qualitat dels productes i servicis ho d'incorporar criteris i aspectes relacionats amb la RSC per a aconseguir l'excel·lència. Com a punt de partida cal integrar estos criteris en la política de qualitat de l'empresa, analitzar el producte o servici, avaluar-ho, definir i aplicar mesures i sotmetre-ho a un procés de millora contínua des d'este punt de vista. Accions que afavorixquen la seguretat i salut del consumidor, contemplar canals d'atenció al client que responguen a la seua diversitat i necessitats, que afavorisquen l'escolta activa i la resolució eficaç i eficient d'incidències, incorporar l'accessibilitat universal o l'ús de recursos sostenibles i de qualitat.

**Lluita contra la corrupció**

Les Pimes han de desenvolupar un codi ètic que arregleque de manera clara i senzilla les actuacions anticorrupció. Per a assegurar la seua implantació s'ha d'aconseguir un compromís de l'alta direcció de l'empresa, formar i generar diàleg intern, ser transparents i realitzar reports continus, aplicar i traslladar la coresponsibilitat a la cadena de valor de l'empresa, crear mecanismes de denúncia anònima i un sistema de seguïment i control basant-se en els riscs existents. Una de les tendències principals de la RSC en esta matèria i principalment en relació amb les Pimes, és lluitar contra l'economia submergida.

Les formes més comuns de corrupció són: suborn, malversació i extorsió, tràfic d'influències, abús de funcions i enriquiment il·lícit, blanqueig de capitals, encobriment i obstrucció de la justícia.

**Transparència**

La Pime tot i que no tinga obligació de presentar un informe de comptes o de Responsabilitat Social Corporativa ha d'advocar per la transparència dels seus estats financers. Per a això ha de ser proactiva donant a conèixer de forma intel·ligible informació relativa als seus comptes anuals, impostos, sancions i inversió. Este compromís amb la transparència permetrà a la Pime evitar riscos i problemes jurídics, així com facilitar a l'empresa l'accés a nous mercats.

**Col·laboració amb l'Administració Pública**

És important mantindre un diàleg permanent amb les Administracions Públiques que permeto identificar els reptes que presenten les comunitats locals, orientant d'esta manera les estratgies de RSC i col·laborant activament amb el desenvolupament sostenible i l'apoderament de les comunitats en les quals desenvolupem la nostra activtat comercial i productiva.

**Diversitat i Inclusió**

La diversitat oferix múltiples oportunitats i també reptes per a les Pimes. En esta matèria, les empreses han d'assegurar que tots els consumidors puguen participar i beneficiar-se dels seus productes/servicis mitjançant polítiques d'accessibilitat i disseny universal, assegurar el tracte adequat i la no discriminació, utilitzar un llenguatge inclusiu en la seua comunicació, màrqueting i publicitat, i atendre de manera sensible a les necessitats especials dels consumidors.

**Protecció, seguretat i privacitat de dades i imatge del consumidor**

La Pime ha de garantir la protecció i privacitat de les dades dels seus consumidors, inversors i accionistes no només mitjançant l'esticte compliment de la Lei Orgànica de Protecció de Dades, sinó aplicant mecanismes extraordinaris que excedisquen l'obligació legal, com la

formació de les persones que vagen a processar la informació o verificar la seua procedència al realitzar una compra de bases de dades. També ha de protegir l'honor, la imatge i identitat especialment en una societat hiperconnectada a través d'Internet i els dispositius mòbils, posant especial èmfasi en menors d'edat i persones protegides.

**Inversió Socialment Responsable**

La Inversió Socialment Responsable (ISR) és "aquella que combina criteris socials, ambientals i de Govern Corporatiu (ASG) amb els criteris tradicionalment financers (rendibilitat) per a realitzar una inversió". Segons diferents estudis, les ISR rendixen al mateix nivell que fons convencionals, sent més sostenibles en el mitjà i llarg termini, sense perseguir el valor financer o la rendibilitat en el curt termini. Segons el professor d'Economia del IESE Business School, Antonio Argandoña, "Els fons ètics complixen una important funció: són la resposta de l'oferta (institucions financeres) a la demanda (inversors privats) d'instruments d'inversió que permeten l'exercici d'eixa responsabilitat".

## LÍNIA 3: CADENA DE VALOR

**Cicle de vida sostenible**

El cicle de vida dels nostres productes i servicis s'estén al llarg de tota la cadena de valor i per tant si assegurem la sostenibilitat de la mateixa, incrementem el valor de la nostra estratègia de RSC. Hem d'analitzar el cicle de vida dels nostres productes o servicis, així com tots els processos de compra i relació amb proveïdors. L'objectiu d'esta anàlisi, abans de desenvolupar la nostra política de compres responsable és poder allargar el cicle de vida dels nostres productes, reduir els seus impactes negatius si els té, assegurant els mateixos estàndards de qualitat i excel·lència.

**Model de compres responsable**

És fonamental mantindre bones relacions amb proveïdors potencials com a pilar estratègic del negoci i definir procediments de compres que asseguren la seua transparència, imparcialitat en la presa de decisions i la sana competència amb l'objectiu, en definitiva, de cuidar els interessos dels clients en termes de compliment i qualitat. Per a això cal crear un procés de compres que establisca una relació i interacció responsable amb els proveïdors que assegura la competència justa, la lliure concurrència, igualtat d'oportunitats, transparència en el procés de compres i canals de comunicació.

**Clàusules socials**

Per a garantir que el procés de compres és responsable ha d'integrar criteris econòmics, ètics, socials, laborals i ambientals que asseguren la sostenibilitat de la nostra cadena de valor. D'acord amb els compromisos que adquireisca la Pime en matèria de RSC, ha de desenvolupar una política de compres responsable que siga concreta i establisca requisits mínims perquè els proveïdors puguen participar en el seu procés de compres. Integració de criteris econòmics, socials, ambientals i ètics en el procés de compres, així com clàusules socials en el contracte.

**Gestió de riscos**

A l'hora d'implantar una política de compres responsable, hem d'identificar i gestionar els riscos que pot generar la mala praxi d'un proveïdor (origen del producte, vulneració de DDHH, materials contaminants, drets del treballador, ets). Hem de valorar l'impacte que pugua tindre sobre el medi ambient, la comunitat i la nostra pròpia reputació. La Pime pot implantar sistemes de control, auditories i un pla de formació dirigit a proveïdors amb l'objectiu de reduir els esmentats riscos. Així mateix es pot establir un sistema d'infraaccions i mesures correctives previstes en contracte i inclús valorar la rescissió del contracte davant d'incompliments continuats. De la mateixa manera és important tindre en compte que quan actuem com a proveïdors i no com-tem amb una estratègia de RSC, som nosaltres els que podem veure'ns exposats a la pèrdua d'oportunitats comercials.

**Compres solidàries**

Les compres solidàries han de formar part d'una política de compres responsable ja que permet a la Pime col·laborar directament amb una causa social o mediambiental. Esta política es materialitza per mitjà de la compra de productes provinents del comerç just, és a dir, que garanteixen que la seua producció és sostenible en termes mediambientals i no ha vulnerat els Drets Humans i, d'altra banda, la contractació amb Centres Especials d'Ocupació, és a dir, entitats que compten amb un percentatge superior al 70% de persones en risc d'exclusió social.

**Coreponsabilitat**

Implicar els teus proveïdors en la teua estratègia de RSC té un efecte multiplicador. Hem de ser capaços d'influir, fomentar i proposar el desenvolupament de polítiques de responsabilitat corporativa entre els nostres partners més estratègics. Per mitjà de la coresponsabilitat guanyem tots. La Pime reduirà els seus riscos en la cadena de valor i ampliarà l'efecte de la seua estratègia de RSC i l'empresa implantarà un model de gestió més sostenible en el mitjà i llarg termini.

**Reconeixement i Excel·lència**

Les Pimes, per a ser socialment responsables en la relació amb els seus clients han de reconèixer l'excel·lència per mitjà de premis i incentius que valoren tres punts de vista: la qualitat del producte/servici, la innovació i el compromís social i mediambiental. Estos reconeixements enfortixen la relació i alianza entre ambdós entitats, alineant els seus objectius tant empresarials com aquells relacionats amb la RSC.

**Satisfacció**

Establix un procediment d'escolta activa i anàlisi de la satisfacció del proveïdor amb els teus processos de compres, el tracte rebut, les condicions i compliment del contracte, els terminis, ... a fi de crear una relació de col·laboració estable, identificar partners estratègics i preveure possibles conflictes que puguen afectar la relació amb el proveïdor i al servici. Defineix un pla de millora contínua de la relació amb proveïdors.

## LÍNIA 4: COMUNITAT

**Aliances socials i col·laboracions**

Conexes quines associacions, ONG o fundacions treballen en la teua ciutat o regió? Ells són els que millor coneixen les necessitats socials o mediambientals de la teua comunitat. En primer lloc dissenya dins de la teua política de RSC quin vincle vols establir amb la comunitat i com la teua Pime pot contribuir amb el seu benestar i desenvolupament. El projecte recomanem que estiga

alineat amb la teua activtat y/o valors, ja que posicionarà a la teua empresa. A partir d'aquí treballa aliances amb fundacions, associacions i ONG per mitjà de convenis de col·laboració.

**Acció Social**

Qualsevol projecte que desenvolupem junt amb el tercer sector en benefici de la comunitat, serà a través de programes d'acció social enfocats a diferents àmbits d'actuació, tant socials com mediambientals (veure mapa). Per a desenvolupar un projecte d'acció social hem de fer-nos les següents preguntes: Quina és la necessitat real per a invertir en un àmbit concret? Respon a la nostra missió, visió i valors? Hi ha alguna incompatibilitat? De quin manera posicionarà este projecte a la nostra Pime? El benefici directe és la millora del benestar de la nostra comunitat, però a nivell estratègic, l'Acció Social dins de la nostra estratègia de RSC ens portarà al reconeixement per part de l'Administració Pública local i obindre la "licència social" per a desenvolupar la nostra activtat en eixa comunitat.

**Voluntariat Corporatiu**

El voluntariat és un programa amb el qual la Pime podrà mobilitzar el coneixement, experiència, habilitats, valors dels seus treballadors, per a recolzar projectes socials y/o mediambientals que es desenvolupen en col·laboració amb una ONG, fundació o associació. A través del voluntariat es genera un doble impacte corporatiu (sobre els teus empleats i la teua cultura corporativa) i social (sobre la comunitat local).

**Conscienciació / Sensibilització**

Per a donar resposta al compromís amb la societat, les Pimes poden recolzar causes socials i mediambientals mitjançant accions de sensibilització, conscienciació i diàleg amb diferents octors de la comunitat local (empleats, famílies, ciutadans, entorn educatiu...). Poden ser temes que ens afecten a tots (lluita contra el càncer, donació de sang, inclusió social, violència de gènere, reciclatge...) o temes vinculats a la nostra pròpia activtat empresarial i que ens donaran una posició de lideratge i reconeixement social, per exemple, si tenim una cooperativa en el sector horta fruïtícola, podem conscienciar sobre nutrició, dieta mediterrània, riscos d'una alimentació inadequada.

**Inversió Social**

La Pime pot recolzar diverses causes socials, educatives/formatives, culturals, científiques o d'interès general mitjançant diferents fórmules: donacions, patrocini, mecenatge, premis, ajudes beques, o crowdfunding dirigides a recolzar persones, institucions o entitats sense fins lucratius.

## LÍNIA 5: MEDIAMBIENT

**Sistema de Gestió Ambiental (SGMA)**

En totes les Pimes, especialment en aquelles que tenen identificat un impacte mediambiental sever, s'ha d'implementar un sistema de gestió mediambiental que responga a la regulació i legislació, així com a la política corporativa en matèria mediambiental. Hi ha estàndards com la ISO 14001 o EMAS (Programa Europeu d'Ecogestió i Eco auditories) que estableixen el protocol de gestió definitnt elements clau com: **(1)** La Política medi ambiental, **(2)** El Programa Mediambiental, **(3)** Objectius mediambientals, **(4)** Estructura organitzativa, **(5)** Formació i informació interna, **(6)** Integració en les operacions, **(7)** Vigilància i seguïment, **(8)** Correcció i prevenció, **(9)** Auditoria mediambiental, **(10)** Comunicació i Reporting. Estos sistemes permeten una millora del comportament mediambiental de l'empresa i per tant una reducció del risc, així com de l'impacte que genera la seua activtat.

**Cicle de vida**

L'Anàlisi del Cicle de Vida (ACV) dels nostres productes/servicis avalua l'impacte mediambiental derivat dels mateixos durant totes les etapes de la seua vida: extracció i processat de primeres matèries, producció, transport i distribució, ús, reutilització i manteniment; i reciclatge i disposició del residu. La tendència en esta matèria es basa en tancar el cicle de manera circular a través de conceptes com la "economia circular" i el "consum col·laboratiu" per a fer front a altres encara presents com la "obsolescència programada". L'anàlisi i coneixement del dit cicle, de manera global, ens permet implementar accions que facen que siga un cicle més sostenible. Les normatives internacionals ISO 14040 i ISO 14044 s'encarreguen de regular l'Anàlisi del Cicle de Vida.

**Impacte Mediambiental**

L'impacte mediambiental és la transformació o canvi que es prodüix en el mig com a conseqüència de la nostra activtat empresarial. Tenint en compte que tota activtat en major o menor mesura té un impacte sobre el medi ambient, La Pime ha de definir objectius mediambientals i plantejar accions per a **(1)** Reduir l'ús dels recursos naturals (Paper, Aigua i Energia) i de **(2)** residus, abocaments i emissions, especialment aquelles altament contaminants. Quines mesures penses que pots implementar per a reduir l'impacte de la teua activtat? Són moltes les mesures que es poden dur a terme. Per exemple mesures bàsiques: reciclatge dels diferents residus generats en una oficina o eficiència energètica aplicant il·luminació de baix consum. I per un altre costat, mesures de major envergadura i estructurals: introduir filtres i sistemes de tractament de l'aigua en una fàbrica.

**Canvi Climàtic**

El Canvi Climàtic és un problema i un repte de caràcter global que té un efecte directe sobre el planeta i l'activtat humana. La coresponsibilitat per a fer front a esta greu situació ha de ser abordada tant per multinacionals com per les Pimes. Només contribuint de manera coordinada davall un compromís global de tots es pot fer front al Canvi Climàtic (CC). Les Pimes poden fer-ho per mitjà de la generació d'hàbits de consum responsables, consumint energies verdes, incorporant sistemes d'eficiència energètica o criteris d'ecodisseny per als seus productes, per exemple.

**Conservació de la Biodiversitat**

La biodiversitat fa referència a la varietat de éssers vius que habiten el nostre Planeta així com la seua interconnexió i relació amb els diferents ecosistemes. L'activtat empresarial i humana pot provocar alteracions sobre la biodiversitat que generen desequilibris en l'ecosistema. Estos desequilibris condueixen a greus conseqüències per al ser humà i també tenen riscos per a la sostenibilitat del teu negoci. Les principals causes de la pèrdua de biodiversitat són: destrucció de l'hàbitat, la sobreexplotació, la contaminació, el canvi climàtic i la introducció d'espècies exòtiques. És molt important que en funció del sector i tipus d'activtat de la Pime, s'analitze la nquesa de biodiversitat en els entorns en què desenvolupa la seua activtat (estenen-la a la cadena de valor), s'identifique l'impacte que la

seua activtat causa sobre l'ecosistema i es desenvolupen accions dirigides a afavorir l'equilibri entre l'activtat humana i la biodiversitat.

## LÍNIA CIRCULAR: ÀREES TRANSVERSALS

**Integració de la RSC en la Identitat Corporativa**

Una vegada que hages realitzat una anàlisi en profunditat, definit l'estratègia de RSC, identificat els compromisos de la companyia, àrees estratègiques, grups d'interès, àmbits d'actuació, les aliances socials... llavors ha arribat el moment d'integrar-ho en la teua identitat corporativa (missió, visió i valors). La RSC ha de formar part del teu ADN com una fortalesa que proporciona una visió sostenible del negoci. Esta identitat es consolida amb el compromís ferm de la Direcció General involucrant a tots els Grups d'Interès de l'empresa i desenvolupant una estratègia de canvi cultural.

**Comunicació i Transparència**

La comunicació, el diàleg i la transparència amb els grups d'interès són un bàsic de la RSC. Per un costat has d'incorporar i posar en valor a través de la comunicació interna, externa, en el màrqueting i la publicitat, els compromisos, les accions i els resultats obtinguts en matèria de RSC garantint sempre la transparència, sent coherent i evitant fer màrqueting social. Per un altre costat, has d'assegurar que la comunicació es du a terme de manera responsable a través d'un procés d'escolta activa dels grups d'interès, generant valor a la societat, oferint informació veraç, contemplant la diversitat dels nostres públics per mitjà d'una comunicació i llenguatge inclusiu conscienciant a la societat i motivant i contagiant als nostres grups d'interès.

**Ètica i Compliment (Compliance)**

Cada vegada que parlem de qualsevol aspecte de la RSC trobem una llei o una normativa que regula conductes i actuacions legals que ha d'assumir l'empresa. A partir d'aquí tot es podria dir que és RSC. Per tant, el compliment com a tal, no ho és tot en responsabilitat corporativa, no obstant això, l'àmbit de la RSC denominat com " Ètica i Compliment " ha de controlar i garantir que la llei es complix de manera efectiva com a base per a implementar polítiques de RSC que vagen més enllà de l'estrictament legal. Per això, és recomanable que la Pime desenvolupe un codi de conducta i implemente un sistema senzill de gestió del compliment (compliance) que analitze i detecte riscos per incompliment d'obligacions.

**Formació en RSC**

L'amplitud i a vegades el caràcter tècnic d'una estratègia de RSC exigix desenvolupar un coneixement corporatiu per a dissenyar-la, implementar-la, aplicar-la i inclús per a participar d'ella. La formació és una estació transversal ja que pot aplicar als diferents grups d'interès de l'empresa però és molt important iniciar esta estratègia de formació començant des de dins cap a fora. Per tant, les Pimes poden utilitzar la formació per a formar el consumidor, un empleat o a una comunitat, per exemple, en reciclatge de residus de manera adequada. Així mateix es pot dissenyar una píndola per a traslladar nocions bàsiques i generals sobre responsabilitat corporativa dirigida a accionistes o directius, i també es pot emprar per a formar els recepcionistes en el tracte adequat amb persones amb discapacitat. Hem de preparar als nostres grups d'interès per a ser els actors principals de l'estratègia de RSC.

**Drets Humans**

La Comissió Europea ha publicat recentment una "Guia de Drets Humans per a petites i mitjanes empreses" que estableix sis passos clars: (1) Comprometre's a respectar els drets humans i integrar eixe compromís en la seua empresa, (2) Identificar els seus riscos en matèria de drets humans, (3) Dur a terme accions per a evitar i reparar els riscos que ha identificat, (4) Proposar un remei per als afectats si està directament implicat en un impacte negatiu (5) Fer un seguïment dels seus progressos; (6) Comunicar el que està fent. En definitiva, els 31 "Principis Rectors sobre les empreses i els drets humans" es poden resumir en: PROTEGIR, RESPECTAR i REMEDIAR. Esta estació de la RSC té com a entitat de referència a Espanya o la Red Española del Pacto Mundial.

**Reporting i Indicadors**

Els indicadors són fonamentals perquè ens ajuden a mesurar la nostra empremta social, és a dir, l'impacte de la nostra estratègia de RSC. Per tant, per a què necessitem fer un reporting? (1) Per a auditar el desenvolupament de la nostra estratègia de RSC. (2) Transparència: necessitem comunicar a tots els nostres grups d'interès i posar en valor la contribució de l'empresa a la societat. Per a això podem comptar amb diferents opcions de reporting que hem d'explorar i triar la que més s'ajuste a les nostres necessitats: Metodologia pròpia/ La ISO 26000 / La Metodologia GRI (Global Reporting Initiative) / Metodologia de Pacte Mundial.

**Innovació Social**

La innovació és un bàsic molt lligat a la sostenibilitat del negoci al llarg de tot el mapa de #RSCPerATots que ens ajudarà a buscar noves fórmules socials i mediambientals que responguen a les necessitats dels nostres grups d'interès". Segons definix la Comissió Europea, "És la busca, desenvolupament i implementació de noves idees (productes, servicis i models) capaços de satisfer les necessitats de la societat i crear noves formes de relacionar-se i col·laborar des del punt de vista social i medioambiental". Este concepte es pot aplicar a totes les línies i a tots els grups d'interès. Mitjançant la innovació social podrem avançar-nos a futures necessitats dels nostres grups d'interès a nivell social i mediambiental.

**Bon Govern Corporatiu**