

Guía para un consumo responsable

El papel de los
y las consumidoras
en la Responsabilidad
Social de la Empresa



Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

www.hispacoop.es

Guía para un consumo responsable

El papel de los y las consumidoras en la
responsabilidad social de la empresa



PRÓLOGO

Las entidades asociativas de cooperativas de consumidores agrupadas en Hispacoop realizan importantes esfuerzos en el ámbito de la información y formación de la persona consumidora. Por otra parte, son organizaciones comprometidas genuinamente con la responsabilidad social: trabajan desde sus orígenes en la satisfacción de las necesidades de la persona consumidora y apuestan por un consumo responsable socialmente. Además, forman e informan sobre los productos servicios más adecuados a sus necesidades, sus derechos deberes como personas consumidoras y sensibilizan sobre el impacto medioambiental del consumo e implican a la persona consumidora en los órganos sociales de decisión de la cooperativa.

Esta guía, auspiciada desde Hispacoop y el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa y con la colaboración de la Federación de Cooperativas de Consumo de Euskadi, quiere ser un instrumento útil y ameno sobre pautas y orientaciones de consumo responsable que contribuyan a premiar u mayor compromiso de todas las empresas respecto a su impacto social y medioambiental.

Noviembre, 2006

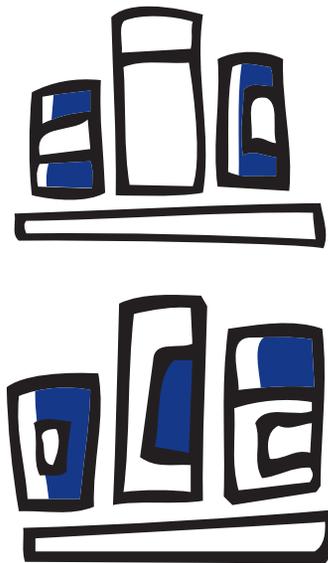
*.Con el vocablo "consumidor" nos referimos al consumidor y la consumidora.



ÍNDICE

El consumidor RES – responsable en la sociedad	9
Introducción	10
¿Qué es un consumidor?	11
¿Qué es un consumidor RES?	12
¿Por qué ser consumidor RES?	13
¿Quién debe velar por un cumplimiento empresarial responsable?	14
Comportamiento de un consumidor RES	17
Compra de productos y servicios sostenibles	18
Productos sanos y seguros	18
Consumir energía limpia	34
Comercio Justo	53
Inversiones socialmente responsables	67
Productos y servicios de personas con dificultad de acceso al mercado laboral ...	86
Turismo responsable	93
Evitar residuos y la regla de las 3 R: reducir, reutilizar, reciclar	105
Los residuos y su problemática	105
¿Qué entendemos por residuos?	105
¿Qué se puede hacer para abordar el problema de los residuos?	106
Limitaciones en la responsabilidad del consumidor y otros agentes claves en temas de residuos	112

Contribuir a generar una empresa social y medioambientalmente más responsable ...	117
Empresas de la Economía Social	118
Exigir una mayor transparencia empresarial	120
¿Qué tipo de información sería útil para poder ejercer un consumo responsable?	121
Ejemplos de certificaciones, etiquetas, distintivos y sellos	133
Una participación más activa en prácticas y actividades de responsabilidad social	142
Voluntariado	142
Bancos del tiempo	143
Redes de intercambio	144
Sistematizar ser un consumidor RES	151
Modelos de participación societaria del consumidor	152
Grupos de consumo	155
Sistematizar el consumo responsable a nivel familiar u otra convivencia	157
Haz tu propio código	158
Anexos	161



**El consumidor RES
responsable en la
sociedad**

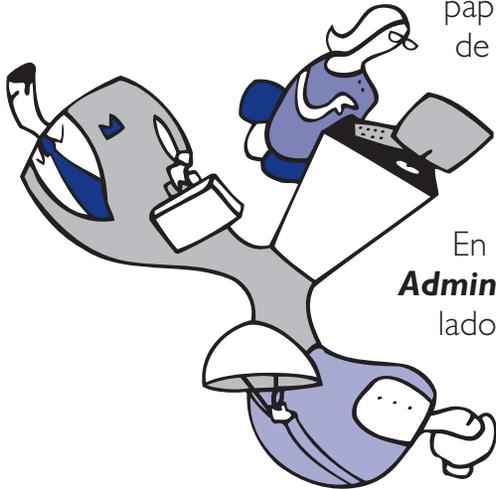
INTRODUCCIÓN

La **Responsabilidad Social Corporativa** (RSC) o **de las Empresas** (RSE) como concepto de gestión empresarial social y medioambientalmente responsable, está omnipresente en las esferas políticas y económicas, las agendas de las organizaciones no gubernamentales (ONG), organizaciones de consumidores y sindicatos.

Cuando se habla de RSC, se apunta en primer lugar a las **empresas** como los actores principales en el desarrollo e implementación de este concepto y en la consecución de un desarrollo sostenible. Este enfoque refleja el nuevo papel de la empresa en el siglo XXI que se traduce en enormes cotas de poder tanto en el ámbito económico - 52 de las 100 mayores economías del mundo están en manos de empresas multinacionales - como en el político, y que en muchas ocasiones escapan al control del Estado.

En segundo lugar, el debate reside en el papel que deben jugar las **Administraciones Públicas**, tanto desde su posición de órgano regulador y de fomento del concepto de RSC, como por su potencial incentivador a generar cambios en los comportamientos empresariales a través de su papel como consumidor, dado el importante volumen de compras y contrataciones públicas.

La presente guía de Consumo Responsable pretende acercarse a la RSC desde el papel que puede desarrollar el **consumidor particular**, quizá el actor más importante y con mayor potencial en el fomento de la RSC si llega a ser cons-



ciente de sus hábitos de consumo e impacto de los mismos. Nace con la convicción - manifestada también por la Comisión Europea en marzo de 2006 - de que los consumidores deberían desempeñar un mayor papel en el fomento y la recompensa al comportamiento empresarial responsable.¹

El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa e HISPACOOOP - Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios - han querido unir en esta guía su conocimiento y experiencia para orientar al consumidor a cómo contribuir activamente para generar una empresa social y medioambientalmente más sostenible ofreciéndole una herramienta útil y realista a través de propuestas muy concretas de acción, organización y de hábitos de consumo responsable. Estas orientaciones se presentan en diferentes capítulos que se estructuran en una introducción; una propuesta de “pequeños grandes actos” hacia un consumo más responsable; datos de interés e información útil (los “Sabías que”); y unos ejemplos de empresas, iniciativas de consumidores, ONG, etcétera, comprometidas con la promoción de un consumo responsable (los “casos”).



¿QUÉ ES UN CONSUMIDOR?

Son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden.

Fuente: Ley 26/1984 para la defensa de los Consumidores y Usuarios

1. COM (2006) 136 final.

Un consumidor es una persona o entidad que **consume** bienes o servicios. Los principales consumidores son:

- ▣ Las personas particulares o consumidores domésticos,
- ▣ Las empresas que consumen en el marco de su cadena de producción o prestación de servicios, y
- ▣ Las Administraciones Públicas a través de sus compras y contrataciones públicas, servicios, etc.

Esta guía se dirige especialmente al primer tipo: al consumidor particular o consumidor doméstico.

¿QUÉ ES UN CONSUMIDOR RES (RESPONSABLE EN LA SOCIEDAD)?

En la actualidad, está cada vez más asumido que nuestros hábitos de consumo deben ser sostenibles y responsables. ¿Qué quiere decir eso? Significa que nuestro consumo debe guiarse por ciertos criterios sociales y medioambientales para garantizar un entorno saludable y justo para toda la humanidad, no solamente en la actualidad, sino también para las generaciones venideras.

De acuerdo con lo anterior, podríamos definir a un consumidor responsable como a una persona informada y conciente de sus hábitos de consumo. Además de conocer y exigir sus derechos como consumidor, busca la opción

de consumo con el menor impacto negativo posible sobre el medio ambiente y con un efecto positivo en la sociedad. Esta manera responsable de consumir se traduce en muchos pequeños actos y decisiones diarias, y puede llegar a atravesar, si queremos, prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida como vamos a comprobar en los siguientes capítulos.

¿POR QUÉ SER UN CONSUMIDOR RES?

Hay muchas razones por las que deberíamos ser consumidores RES – responsables en la sociedad. Las más importantes son:

- ❑ Contribuir activamente a que sean efectivos los derechos de información, elección y reclamación de los consumidores y usuarios para fomentar la RSE.
- ❑ Solidaridad y respeto hacia todas las personas implicadas en los procesos de producción de los productos o la prestación de servicios que disfrutamos. Esta solidaridad se basa en la consciencia de vivir en una comunidad global. No solamente nos debemos preguntar: qué efecto tiene mi consumo en mí, sino también en los demás.
- ❑ Proteger el medio ambiente y dejar a las generaciones venideras un entorno saludable. De nuevo, se aplica la dimensión global de nuestros hábitos de consumo como vamos a ver más adelante. Conscientes del impacto medioambiental y los residuos que provoca nuestro consumo, no solamente pensamos en el momento en el que disfrutamos del producto o servicio, sino también en el antes y el después.

- ▣ Ejerciendo nuestro consumo de manera responsable, aprovechamos el poder de influencia del que disponemos para cambiar la realidad económica y adoptamos un mayor protagonismo en ella.
- ▣ Otro mundo es posible – y a través de un consumo responsable, podemos poner nuestro granito de arena para hacerlo realidad.

¿QUIÉN DEBE VELAR POR UN CUMPLIMIENTO EMPRESARIAL RESPONSABLE?

Se ha demostrado en muchas ocasiones que la RSC no se implementa de forma real y satisfactoria si es desarrollada de manera unilateral por la empresa. En una realidad económica cada vez más compleja, las empresas han cambiado sus propios procesos de producción, en algunas ocasiones delegando las responsabilidades en proveedores y/o suministradores, y en otras deslocalizando su producción a áreas geográficas en las que la legislación en materia social y medioambiental es sumamente laxa.

Por lo tanto, la RSC sólo será efectiva si todos los actores sociales – empresas, administración, consumidores, sociedad civil, etc.– se involucran y juegan un papel pro activo en conseguir que la actuación de las empresas y la sociedad en general, asuman el desarrollo sostenible que equilibre el progreso económico con el progreso social y la preservación del medio ambiente. El consumidor es una pieza clave para que la empresa evolucione hacia prácticas cada vez más responsables socialmente. Sus comportamientos y hábitos de compra influyen decididamente sobre el éxito o fracaso de un producto o servicio de la empresa. Hagamos uso de las leyes del mercado: si exigimos alimentos de cultivo eco-

lógico, el mercado poco a poco va a reaccionar y ofrecer estos productos. Donde hay una demanda, habrá oferta. De igual manera, desaparecerán productos y servicios que no estamos dispuestos a consumir por sus impactos negativos. Esta estimación es también compartida por la Comisión Europea:

“La RSE ha evolucionado, en parte, como respuesta a las expectativas y demandas de los consumidores. En sus hábitos de consumo, éstos exigen cada vez más información y garantía de que se tienen en cuenta sus intereses, principalmente en materia social y ecológica. Por su parte, las empresas son cada vez más sensibles a estas exigencias, tanto para conservar a sus consumidores habituales, como para atraer nuevos clientes.” (COM(2002) 347 final, p. 24)

Si bien es cierto que muchas veces no disponemos de la información necesaria sobre los procesos sociales y medioambientales seguidos en la elaboración de un bien, para tomar una decisión de compra conciente debemos adoptar una posición activa de exigir una mayor transparencia al mercado sobre estos aspectos. En el capítulo segundo, te propondremos unas opciones para exigir una mayor transparencia empresarial.

Un consumo responsable, no solamente se debe interpretar como un deber moral, sino también como un derecho. Como consumidores tenemos ciertos derechos que, si se cumplen y aprovechan, pueden guiar y apoyarnos en un consumo responsable. Tenemos, el derecho de elegir, tanto individual como colectivamente; el derecho a una información completa y veraz sobre los bienes y servicios que se nos ofrecen; y el derecho a organizarnos y actuar a través de asociaciones de consumidores.²

2. Ley 26/1984, de 19 julio 1984. General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.



Comportamiento de un consumidor RES



COMPRA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SOSTENIBLES

Productos sanos y seguros

¿Por qué plantearme el tema de salud y seguridad en el consumo?

Un derecho básico de los consumidores y usuarios es la protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad. Este derecho se garantiza tanto por nuestra Constitución³ como por la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.⁴

Gran parte de la responsabilidad para que se cumpla este derecho, corresponde a las instituciones públicas, los productores y fabricantes de nuestros bienes de consumo, y a los que ofrecen servicios. Sin embargo, debemos también velar por nuestra propia salud y seguridad en el consumo, por ejemplo a través de la correcta manipulación de los alimentos o el uso responsable de los medicamentos. A la hora de elegir productos y servicios, debemos hacer de la salud y la seguridad un criterio de nuestro consumo.

El concepto de consumo responsable, engloba más aspectos: incluye también la salud y seguridad de todas aquellas personas implicadas en la cadena de valor⁵ de los productos y servicios que disfrutamos, así como la salud y seguridad de nuestro planeta.

3. Constitución Española de 1978, artículo 51.

4. Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la defensa de los consumidores y usuarios, capítulo II.

5. La cadena de valor describe todos los procesos por los que transcurre a lo largo del ciclo de vida, un producto o servicio, desde su I+D (investigación y desarrollo) hasta su consumo.

Por ejemplo, no nos deja indiferente si se han cumplido o no los derechos laborales de salud y seguridad de los trabajadores de una fábrica en Turquía si de allí proviene nuestra ropa. Nos debe preocupar, por ejemplo, la seguridad en las máquinas, los químicos empleados, la contaminación atmosférica y el manejo de los desagües. Como ilustra este ejemplo, muchas veces van a la par las consideraciones de salud y seguridad.

Otros ejemplos son prioritariamente una cuestión de impacto medioambiental: la sobreexplotación de los mares como consecuencia del elevado consumo de pescado,⁶ o el empobrecimiento de los suelos y la contribución a la sequía por una ganadería intensiva, consecuencia de nuestro alto consumo de carne.

¿Qué riesgos de salud y seguridad hay?

Los riesgos de salud y seguridad de un producto varían mucho según la categoría a la cual pertenece. Los posibles riesgos en materia de alimentación no son los mismos que en prendas de vestir, productos de limpieza o aparatos electrónicos. A continuación, te proponemos unos hábitos de consumo sano y seguro en tu vida cotidiana.

6. Más información en <http://www.msc.org> Marine Stewardship Council.

Pequeños grandes actos⁷

Qué hacer

Alimentarse de manera sana y segura



Cómo

- ❑ Opta por alimentos frescos, frente a los platos prefabricados, los alimentos altamente procesados.
- ❑ Elige tus verduras y frutas según la temporada. Obtendrás productos especialmente frescos, sabrosos y económicos. Muchas veces estos productos provienen además de la región, por lo que han podido madurar plenamente y no han requerido largos y contaminantes trayectos de transporte.
- ❑ Asegúrate de que tu alimentación sea variada y equilibrada, completa y suficiente, orientándote en la “Pirámide Alimentaria”⁸ para incluir todos los grupos de alimentos en su proporción adecuada. Nuestras necesidades alimenticias cambian según la edad, el tipo de vida y la actividad física.

7. “Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado”. Charles Baudelaire.

8. La Pirámide Alimentaria es una ilustración gráfica de una dieta equilibrada. La ubicación de las distintas categorías de productos en la pirámide refleja la parte proporcional que debe ocupar en nuestra alimentación y la frecuencia con que se debe consumir: En la punta de la pirámide encontramos los dulces, mientras la base la constituyen los productos que se pueden y deben consumir diariamente.

Qué hacer

Cómo

- ❑ Vela por una correcta manipulación de los alimentos en el hogar (por ejemplo del huevo fresco, pescado o de los alimentos congelados), para evitar intoxicaciones.
- ❑ Elige alimentos certificados como ecológicos.⁹ En su cultivo, no se utilizan sustancias perjudiciales para la salud o el medioambiente, como pueden ser los fertilizantes, plaguicidas o herbicidas, y son libres de organismos genéticamente modificados (OGM). Además, las técnicas utilizadas en la agricultura ecológica potencian la fertilidad natural del suelo y la capacidad productiva de los ecosistemas, y respetan los ciclos naturales de los cultivos.¹⁰
- ❑ Evita productos alimenticios que son, o que contienen, organismos genéticamente modificados. Aunque la biotecnología ofrezca ciertos beneficios, considera también los riesgos potenciales¹¹

9. La Unión Europea protege para su uso exclusivo en los alimentos de producción ecológica los términos: **ecológico, biológico, orgánico y sus diminutivos bío y eco** (Reg. CEE 2092/91, artículo 2). En España, son las Comunidades Autónomas quienes tienen delegado el control de la denominación de un producto alimenticio como ecológico.

10. Fuente: Guía de Seguridad Alimentaria. La calidad y la seguridad alimentaria y nutricional. CECU. 2003

11. Entre los riesgos potenciales relacionados con la biotecnología se discuten la toxicidad y alergenicidad, la proliferación

Qué hacer



Cómo

- ❑ Fíjate en el etiquetado nutricional y demás información en el envase de los alimentos. La información nutricional básica -que todavía no es obligatoria- incluye datos sobre el valor energético del producto, las proteínas, hidratos de carbono y grasas.
- ❑ Los ingredientes se indican en una lista en orden decreciente de peso en el producto. Todos los alimentos que son o que contienen organismos genéticamente modificados, tienen que tener en la etiqueta la mención “modificado genéticamente”. Única excepción: en los productos de origen animal como son la carne, los huevos o la leche, no se declara si los animales se alimentaron de plantas genéticamente modificadas.
- ❑ Cuestiona las promesas de efectos nutritivos y saludables extraordinarios, como son por ejemplo las alegaciones “rico en fibra”, “reduce el colesterol” o “refuerza tus defen-

de microbios resistentes a antibióticos, la alteración de ecosistemas, la reducción de la biodiversidad, la transferencia indeseada de genes a otros organismos, el favorecimiento de insectos o plantas resistentes a insecticidas o herbicidas, y las importantes repercusiones sociales y económicas que puede tener para los países empobrecidos o menos desarrollados. Fuente adaptada: Jorge Feliu Rey, 2004: Biotecnología y Consumidores. Etiquetado de alimentos. Transgénicos: Protección del consumidor a través de la información.

Qué hacer

Hacer un uso racional de los medicamentos

Cómo

sas”. Estas supuestas ventajas requerirían una cierta dosis y constancia en el consumo que no se suele indicar. Con una alimentación equilibrada y sana, no te hacen falta estos efectos especiales.¹²

- ❑ Duda de los productos que prometen un efecto adelgazador. Estos productos pueden ser hasta peligrosos para tu salud, y algunas promociones infraccionan o rozan la ley.¹³
- ❑ Intenta dejar de fumar y evita el exceso de alcohol.
- ❑ Utiliza los medicamentos según la prescripción de tu médico o los consejos de tu farmacéutico.
- ❑ No te automediques.
- ❑ Infórmate sobre el efecto que puede causar el consumo de alcohol mientras estás tomando medicamentos.
- ❑ Asegúrate que el medicamento que tomas no tiene ningún efecto dañino para ti y

12. Más información detallada sobre el etiquetado de alimentos, alegaciones nutricionales y alegaciones de salud ofrece el folleto “Alimentos que prometen salud”, publicado por Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU).

13. Más información ofrece el folleto “Productos milagro”, publicado por (CECU).

Qué hacer

Vestirse respetando el medioambiente, sin tóxicos y con garantías sociales

Cómo

- para tu bebé durante el proceso de embarazo o la lactancia.
- ❑ Asegúrate de que tu medicamento no influya en tu capacidad de conducir vehículos o manejar máquinas.
- ❑ Evalúa con tu médico alternativas de medicina natural o tradicional.
- ❑ No compenses malos hábitos alimenticios o la falta de ejercicio por medicamentos.

- ❑ Opta por fibras naturales como son la lana, la seda, el algodón y el lino. Aunque el algodón es un producto natural, su explotación intensiva y el uso de fertilizantes y plaguicidas químicos en su cultivo, pueden constituir un riesgo tanto para nuestra salud como para el medioambiente. Por eso, opta por algodón de cultivo ecológico.
- ❑ Elige productos con un tinte, blanqueado y acabado respetuoso con el medioambiente.
- ❑ Opta por prendas certificadas por su respeto con el medioambiente o el cumplimiento de estándares sociales en su fabricación.

Qué hacer

Eliminar los tóxicos de nuestras casas y jardines¹⁴

Cómo

- ❑ Evita las fibras sintéticas como son el poliéster, nylon, lycra, poliamida y tergal. Se obtienen mediante síntesis química.
- ❑ Evita las fibras artificiales como son el acetato, rayón y la viscosa. Se obtienen mediante síntesis química a partir de derivados del petróleo.
- ❑ Apoya campañas para exigir que se establezcan y cumplan estándares sociales y medioambientales en la fabricación textil.
- ❑ Opta por productos de limpieza sin sustancias químicas peligrosas ya que afectan a tu salud y al medio ambiental. Asegúrate que los productos no contengan cloro, fosfatos y tensoactivos químicos.
- ❑ Evita pinturas con disolventes orgánicos. Opta por pinturas y barnices al agua.
- ❑ Elige productos de higiene personal, cosmética y perfumes sin sustancias nocivas y no probados en animales.
- ❑ Evita el plástico PVC. Contiene cloro y otras sustancias tóxicas.

14. Fuente adaptada de los consejos para casa y jardín: [Actúa] consejos para una vida sostenible. Greenpeace.

Qué hacer

Juguetes seguros¹⁵

Cómo

- ❑ Sustituye los aerosoles por los pulverizadores, ya que los aerosoles pueden contener gases que dañan la capa de ozono.
- ❑ En el jardín, evita utilizar fertilizantes y biocidas químicos. Infórmate sobre métodos de jardinería ecológica.
- ❑ Produce tu propio fertilizante “verde” a partir del compostaje de residuos orgánicos de la casa y del jardín.
- ❑ Elige aquellos insecticidas que estén autorizados para el cultivo ecológico.
- ❑ Aprovecha el olor de ciertas plantas aromáticas, como la albahaca o la lavanda que ahuyentan a los insectos.

- ❑ Elige solamente juguetes que lleven, directamente o en su envase:
 - el marcado “CE” de la Unión Europea, como garantía de seguridad,
 - el nombre del fabricante o de su representante en la Unión Europea y su domicilio o razón social,

15. Fuente adaptada de los consejos para un juguete seguro: Juguete Seguro y Consumo Responsable. Abacus, Hispacoop, Fenacoop. 2003.

Qué hacer

Cómo

- la información de uso y montaje en castellano u otro idioma oficial del lugar donde se compre el juguete.
- ▣ Si eliges un juguete para un niño o una niña menor de tres años, asegúrate que el juguete no contenga piezas pequeñas o separables. Los juguetes que pueden resultar peligrosos para este grupo de edad, deben llevar obligatoriamente una advertencia o el símbolo de limitación 0 – 3, acompañado del riesgo específico que motiva la exclusión.
- ▣ Elige el juguete según la edad, los intereses y las habilidades de la niña o del niño.
- ▣ Opta por juguetes que transmiten valores positivos y evita aquellos que transmiten valores sexistas o que incitan a la violencia.
- ▣ No sólo, pero especialmente cuando confeccionas tú mismo un juguete, asegúrate de que sus propiedades mecánicas y físicas sean adecuadas, que los materiales no se puedan inflamar y que no contenga materiales tóxicos como pueden ser algunos plásticos.

Beneficios

A través de una alimentación sana, contribuimos a prevenir enfermedades crónicas como las cardiovasculares, diabetes, obesidad, el cáncer y la osteoporosis.

Comprando productos alimenticios locales y de temporada, contribuyes a ahorrar energía y fortalecer la infraestructura y agricultura local. Disfrutarás, además, de alimentos sabrosos, maduros o frescos.

Optando por productos ecológicos, apoyamos una forma de agricultura más sostenible y contribuimos a que aumente la superficie de tierra destinada a ella.

Utilizando los medicamentos según las indicaciones, ayudamos a impedir que se creen resistencias no deseadas, como ya es el caso de ciertas bacterias resistentes a los antibióticos.

Eligiendo ropa de fibras naturales y producción ecológica y justa, reducimos la contaminación del medioambiente y fomentamos una producción textil más sostenible y más segura para las y los trabajadores. Además, tu piel estará en contacto con productos naturales y no dañinos.

Eliminando los tóxicos de nuestras casas y cuerpos, contribuimos a nuestra propia salud, la salud de los trabajadores que producen nuestros bienes de consumo, y a un medio ambiente más saludable.

Beneficios

Optando por juguetes seguros, evitamos accidentes en los niños y niñas, y fomentamos un desarrollo seguro, pedagógico y responsable del juego infantil.

Sabías que...

España ocupa el segundo lugar en casos de obesidad infantil dentro de la Unión Europea. El 13,9% de los niños y jóvenes entre 2 y 24 años padece obesidad y uno de cada cuatro niños tiene sobrepeso. En el marco de la estrategia NAOS de prevención de la obesidad, en junio de 2005, el Ministerio de Sanidad y Consumo y los representantes de las principales empresas alimentarias firmaron el **Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores, prevención de la Obesidad y Salud** (Código PAOS). El objetivo principal de este código es establecer un conjunto de reglas que guían a las compañías en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes dirigidos a menores para evitar una excesiva presión publicitaria sobre ellos y contribuir a fomentar, en la población infantil y juvenil, hábitos saludables de alimentación y la práctica de ejercicio físico. Se trata de una iniciativa de forma voluntaria y sometida a la supervisión de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial.

En muchas ciudades españolas ya existen **tiendas y supermercados** especializados en **productos ecológicos**. A la venta suelen estar alimentos, productos de limpieza, cosmética y en algunos casos ropa y zapatos.

Muchas tiendas de **Comercio Justo** suelen ofrecer **artículos textiles**, fabricados bajo criterios sociales y medioambientales conforme al código de Comercio Justo.¹⁶

Ya existe en el mercado una amplia gama de productos más sostenibles para la **infancia** como juguetes, ropa, calzado, pañales, toallitas, portabebés, etc. Por ejemplo, toallitas desechables elaboradas con pulpa procedente de bosques sostenibles controlados, 100% biodegradables y totalmente libres de cloro y de perfumes artificiales.¹⁷

Para ofrecer productos de confianza al consumidor, con origen y calidad garantizados, algunas empresas desarrollan **sistemas de gestión** basados en normas que acreditan y certifican la calidad y seguridad de los distintos productos y procesos. Existen, por ejemplo, certificaciones respecto a la producción, el aprovisionamiento, el almacenamiento, la distribución o la calidad de servicio.

Casos:

La cooperativa Eroski, con el patrocinio de Fundación Eroski, edita mensualmente la **revista de consumo “consumer EROSKI”**. Pretende ser un medio de comunicación comprometido con el consumo sostenible y sensibilizado con la reducción del impacto medioambiental. Muchos temas de los que se tratan en la revista pertenecen al ámbito de la salud y seguridad. La revista es gratuita y no admite publicidad. Además, no publica ninguna información relacionada

16. Ver también capítulo sobre el Comercio Justo.

17. Fuente: Fundación Ecología y Desarrollo, Boletín Salud y Medio Ambiente n.12, octubre 2006.

con la actividad empresarial de la cooperativa que la edita. Se distribuye en los supermercados Eroski y en formato pdf en Internet, en la dirección:
<http://www.consumer.es>.

Este espacio web ofrece, además, varias **escuelas del consumidor y guías prácticas** relacionadas con temas de salud y seguridad. Entre ellas figuran “Prevenir la obesidad infantil” y “Seguridad Alimentaria”. Ofrece, además, todos los **análisis comparativos** de alimentos y otros productos.

La cooperativa **IDEAS** importa artículos textiles en cuya fabricación se respetan el medio ambiente y estándares sociolaborales. Un ejemplo son las **camisetas de algodón ecológico**, procedentes de la India. En su página web, IDEAS explica todo el proceso de elaboración de las camisetas y los problemas sociales y medioambientales relacionados con la producción y comercialización tradicional del algodón:
<http://www.ideas.coop>

La empresa española DTS OABE S.L. ha ganado el **Premio Europeo de Medio Ambiente 2006**, en la categoría de “Producto”, por su proyecto “Nupilac Hidro”, una laca insecticida que reduce los inconvenientes ambientales de las lacas convencionales. DTS OABE S.L. es un laboratorio que desarrolla, fábrica y comercializa productos biocidas de uso profesional para la sanidad ambiental, control de legionela y protección de la madera. La Unión Europea destaca que el producto galardonado es libre de disolventes orgánicos y seguro tanto para sus usuarios como para personas que, posteriormente a la aplicación, entran en contacto con él:
http://ec.europa.eu/environment/awards/entries_2006winners_en.htm

Greenpeace ha elaborado una **Guía roja y verde de alimentos transgénicos**, un cuaderno de bolsillo que clasifica productos que contienen al menos un ingrediente o aditivo producido a partir de maíz o soja. Greenpeace ha solicitado a productores y distribuidores de alimentos comercializados en España información sobre su política de utilización de ingredientes transgénicos o sus derivados. Las listas roja y verde se han elaborado en función de las respuestas recibidas. La versión actualizada de la Guía se puede descargar desde la página web de Greenpeace España:
<http://www.greenpeace.org/espana/campaigns/transgenicos/amenazas-para-la-salud-humana>

Siguiendo el mismo proceso, **Greenpeace** ofrece una **Guía para comprar sin tóxicos**, sobre las sustancias químicas peligrosas que se pueden encontrar en productos tan comunes como alfombras, cortinas, juguetes, televisores, ordenadores, cosméticos o perfumes. En esta guía, los productos están clasificados en tres listas, la roja, la amarilla y la verde, para indicar si contienen o no contaminantes dañinos. En la lista amarilla figuran aquellos productos cuyos fabricantes o comerciantes han declarado que contienen contaminantes químicos perjudiciales, pero que planean eliminarlos antes de una fecha ya especificada.
<http://archivo.greenpeace.org/toxicos/html/campaign.html>

Más información sobre la problemática y sobre la reforma de la política de la Unión Europea respecto a sustancias químicas ofrece el proyecto **Chemical Reaction** (Reacción química). Es un proyecto conjunto de la Oficina Europea del Medio Ambiente, Amigos de la Tierra y Greenpeace.
http://www.chemicalreaction.org/index_es.html

A finales del año 2003, la Comisión Europea propuso un nuevo marco regulador para el registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y preparados químicos (REACH). Desde aquel entonces, la elaboración de este marco regulador ha sido debatida y negociada duramente entre las diferentes partes interesadas. El portal relativo a REACH habilitado expresamente en Internet por la Unión Europea es:

http://ec.europa.eu/environment/chemicals/reach/reach_intro.htm

Enlaces:

<http://www.aesa.msc.es/aesa/web/AESA.jsp>
Agencia Española de Seguridad Alimentaria

<http://www.agemed.es/>
Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios

<http://www.jugueteseguro.coop>
"Juguete seguro", espacio en Internet de la Cooperativa Abacus

http://www.hispacoop.es/web/pdf/guia_cas_JS.pdf
"Juguete Seguro y Consumo Responsable". Abacus, Hispacoop, Fenacoop. 2003

<http://obesidadinfantil.consumer.es/>
Prevenir la Obesidad Infantil

<http://www.consumaseguridad.com/>
Diario de la Seguridad Alimentaria

<http://www.eufic.org/web/article.asp?cust=1&lng=es&rid=4>
Plataforma Europea de Acción sobre la Dieta y la Actividad Física

http://europa.eu/pol/food/index_es.htm
Portal de la Unión Europea sobre sus Actividades en Seguridad Alimentaria

<http://www.aenores/>
Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)

<http://www.enac.es/html/home.html>
Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)

<http://bebeseecologicos.com/>
Bebés ecológicos

Consumir energía limpia

¿Cuál es el problema energético?

Nuestro actual modelo energético está basado en la **quema de combustibles fósiles** y en la **energía nuclear**. Pero estas dos fuentes energéticas generan fuertes impactos: la quema de combustibles fósiles (petróleo, carbón, gas natural) conlleva la emisión de CO₂ (dióxido de carbono) y de otros gases de efecto invernadero, siendo ampliamente asumido en la climatología como causa principal del cambio climático causado por el hombre. Los combustibles fósiles son, además, limitados.

Aunque la energía nuclear no genera emisiones directas contaminantes, es muy discutida desde diferentes actores, no solamente por los movimientos ecologistas. Las principales críticas son la falta de seguridad y el problema no resuelto de los residuos radioactivos que genera la obtención de este tipo de energía. El actual almacenamiento de las barras de combustible nuclear sin solución de tratamiento significa una herencia problemática para las generaciones venideras.

“Otro impacto medioambiental, de gran repercusión social, es el almacenamiento de los residuos procedentes de centrales nucleares. Los residuos de baja y media actividad son entregados a Enresa y posteriormente almacenados en el centro de El Cabril (Córdoba), mientras que los combustibles irradiados están siendo almacenados, hasta el momento, en las piscinas de las plantas nucleares que los originan, a la espera de que los procesos de investigación actualmente desarrollados permitan bien su almacenamiento en un único cementerio nacional o incluso europeo, o bien su tratamiento mediante transmutación atómica para desactivarlo o convertirlo de nuevo en combustible aprovechable.”

Fuente: Comisión Nacional de Energía:

http://www.cne.es/cne/contenido.jsp?id_nodo=78&&keyword=&auditoria=F
30.08.2006

El 26 de abril de 1986 tuvo lugar el mayor accidente nuclear de la historia: el accidente en la central nuclear Chernóbil, Ucrania. Miles de personas murieron o sufrieron cáncer u otras enfermedades después del accidente que se han relacionado con la radiación nuclear sufrida. Entre las consecuencias figuran también los daños psicológicos, sociales, ecológicos y económicos de las personas y regiones afectadas. Más de 20 años después, no existe conformidad sobre los efectos prolongados de la catástrofe.

El Foro de las Naciones Unidas sobre Chernóbil publicó en 2005 un informe titulado “La herencia de Chernóbil: repercusiones sanitarias, ambientales y socioeconómicas” que resume un documento de 600 páginas y recoge el trabajo de centenares de científicos, economistas y expertos del sector de la salud. En este documento, se evalúan los efectos producidos en 20 años por el accidente nuclear:

Una de las conclusiones de este informe es que aún no se ha definido un plan completo para, respetando las normas de seguridad vigentes, retirar las toneladas de desechos radiactivos de actividad alta que se encuentran dentro y alrededor del emplazamiento de la central nuclear de Chernóbil.¹⁸

¿Qué es energía limpia y qué tipos hay?

Como **energía limpia** se consideran aquellos recursos energéticos que se renuevan constantemente gracias a procesos naturales. Son inagotables desde un punto de vista humano por lo cual también se llaman **energías renovables**. El principio básico del uso de energías renovables consiste en desviar energía de los procesos continuos de la naturaleza y destinarla a procesos técnicos.

Entre las energías renovables figuran la energía solar (fotovoltaica y térmica), la geotérmica, la eólica, la hidráulica así como la energía obtenida a partir de biomasa residual. También el uso energético de materias primas renovables como la madera y la paja están ganando importancia.

18. La herencia de Chernóbil: repercusiones sanitarias, ambientales y socioeconómicas, Foro de las Naciones Unidas sobre Chernóbil. 2005.

El concepto de energía limpia se puede aplicar transitoriamente a otras opciones energéticas no necesariamente renovables, como el biogás procedente de residuos o la energía obtenida mediante la producción simultánea de electricidad y calor (cogeneración). Estas opciones deben ser tenidas en cuenta para lograr eliminar a la energía nuclear y la generada a base de combustibles fósiles.

¿Cómo consumir energía limpia?

Desde enero del año 2003, está garantizado por ley el derecho del consumidor a elegir la forma de contratar el **suministro eléctrico**.¹⁹ Esta liberalización del mercado energético ha venido impuesta desde la Unión Europea para introducir la competencia en este sector. Sin embargo, casi no se ha producido el efecto deseado: en España, sólo un 2% de los hogares han hecho uso de la posibilidad de elegir un suministrador alternativo.²⁰

En el marco del consumo responsable, nos interesa saber si la liberalización del sector energético nos permite optar por energías limpias tal y como ya es posible en algunos otros países. Un informe de Greenpeace España de mayo del 2006, titulado “Elegir electricidad limpia. Cómo dejar de consumir energía sucia” explica:

19. La liberalización energética también incluye el suministro de gas, pero dado que en este capítulo tratamos las energías limpias, no se hace hincapié en ello. Para más información, consultar por ejemplo la “Guía informativa de la Liberalización del Gas: cómo cambiar de compañía” de CECU, 2004.

20. Martín, Félix y Más, Juan Luis: “Los consumidores y el mercado de la energía”, en Cuadernos de las cooperativas de consumidores, número 11, HISPACOOOP, junio 2006.

- ❑ La electricidad física que recibe el consumidor no se puede diferenciar. Es decir que no se puede garantizar que la energía que consumimos realmente se ha obtenido de manera limpia, pero lo que sí se puede elegir es el destino de los pagos que realiza la comercializadora de energía y el origen de la energía. Al optar por energía limpia, influimos entonces sobre la “composición de origen” de la electricidad.
- ❑ En la actualidad, en España no es efectivo el derecho a elegir un suministrador. Eso se debe, según Greenpeace, por un lado a la existencia de barreras que impiden la comercialización en general, como la formación de una tarifa eléctrica que no refleja los costes reales de la energía. Por otro lado, y en el caso de la comercialización de electricidad limpia señala la falta de garantía de origen de la electricidad, e inexistencia de control de las ofertas “verdes”.

El informe se entiende como una guía para determinar qué debemos pedir como consumidores a las empresas comercializadoras de electricidad limpia para que se haga efectivo nuestro derecho a elegir. Te animamos a pedir más información.

Reducir el consumo de energía

No cabe duda que la energía más limpia es la que no se consume. Pero como el actual modelo de desarrollo económico y social está unido al consumo de energía, nuestro objetivo debe ser hacer un uso racional y eficiente de los recursos naturales y ahorrar energía siempre que sea posible. Algunos consejos:

Pequeños grandes actos²¹

Qué hacer

Elegir energía limpia



Desplazamientos sostenibles

Cómo

- ❑ Contacta con organizaciones especializadas en consumo o ecología para conseguir más información sobre energías renovables y apoya sus campañas para que se haga efectivo nuestro derecho a elegir
- ❑ Contacta con entidades públicas como el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), por ejemplo para informarte sobre sistemas de energía renovable cuando construyes una nueva vivienda. Una de sus áreas de trabajo es la información al consumidor. También puedes consultar la Guía Solar de Greenpeace.²²
- ❑ Opta por medios de transportes menos contaminantes.
- ❑ Reduce tus viajes en avión.
- ❑ Conduce de manera responsable: sólo trayectos necesarios, evitando los frenazos y aceleraciones, compartiendo coche, etc.

21. Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado". Charles Baudelaire.

22. En ella se incluye también una Guía Verde sobre el Ahorro de energía.

Qué hacer

Hacer un uso responsable del aire acondicionado y de la calefacción

Cómo

- ❑ Utiliza transporte colectivo cuando sea posible.
- ❑ Coordínate con colegas para ir al trabajo en un solo coche.
- ❑ Realiza trayectos cortos a pie o en bicicleta.
- ❑ Sube las escaleras andando en lugar de coger el ascensor. Te sentará bien físicamente y contribuirás al ahorro energético.
- ❑ Comprueba qué habitaciones de tu casa o lugar de trabajo realmente necesitan aire o calefacción.
- ❑ A la hora de adquirir un sistema de climatización, escoge siempre la alternativa que suponga menor consumo de energía primaria para atender tus necesidades de confort. Para alimentar el sistema de calefacción, evita la electricidad; según tus posibilidades, es mejor optar por energía solar térmica, biogás, biomasa, leña o gas. Si necesitas aire acondicionado evita los equipos que utilicen gases destructores del ozono o con alto potencial de calentamiento global.

Qué hacer

Aislar puertas y ventanas

Cómo

- ❑ Cierra las ventanas y las puertas de los lugares donde regulas la temperatura. Si no lo hacemos, calentamos o refrigeramos el medio ambiente o las habitaciones que no lo necesitan, y el gasto energético es mucho mayor. Lo mismo vale para el coche.
- ❑ En verano, no pongas el aire acondicionado a una temperatura tan baja que tengas frío.
- ❑ Comprueba si realmente es necesario poner el aire durante toda la jornada de trabajo o durante todo el día en casa. Prueba alternativamente a vestirte con ropa ligera en verano, bajar las persianas, abrir las ventanas y crear corriente.
- ❑ En invierno pon la calefacción a una temperatura que no tengas calor. Vístete con ropa abrigada (jerseys, pantuflas) y duerme con un edredón más gordo.
- ❑ Para evitar fugas de energía, aísla bien las puertas y ventanas de tu casa, incluso las puertas interiores. En las ferreterías, se venden cintas aislantes para este propósito.

Qué hacer

Hacer del consumo energético un criterio fundamental en tu decisión de compra

Cómo

- Fíjate en la etiqueta energética que todos los electrodomésticos tienen que llevar desde 1998: electrodomésticos de la categoría A son los más eficientes, los de la categoría G los menos eficientes. En el año 2004, se han introducido, además, las categorías A+ y A++ para aparatos frigoríficos y congeladores de consumo energético especialmente bajo. A+ o A++ solamente aparecen en la pegatina si el aparato cumple con los criterios, pero no forman parte de la etiqueta estándar. Demuestra tu interés por estas cuestiones al vendedor.
- Opta por bombillas de bajo consumo en aquellas habitaciones donde sueles tener la luz encendida durante ratos largos. Ahorran hasta un 80% de energía. Una bombilla de bajo consumo de 11 vatios ilumina tan bien como una bombilla corriente de 60 vatios y duran mucho más. Las bombillas de bajo de consumo, una vez acabada su vida, se deben reciclar correctamente. No las tires a la basura, entrégalas a tu comerciante o deposítalas en un "Punto Limpio".

Qué hacer

Evitar el uso clandestino de energía

Reducir, reciclar, reutilizar

Cómo

- ❑ Fíjate en el consumo y emisiones de diferentes vehículos a la hora de comprar un nuevo coche.
- ❑ Apaga completamente los aparatos como la televisión, el ordenador, la impresora, la cadena de música, etcétera, cuando no los utilizas. La pequeña luz roja que indica el modo “stand by” también consume energía.
- ❑ Recuerda que en la elaboración de cualquier producto se necesita energía. Por lo tanto, intenta reducir tu consumo a lo que realmente necesitas, reutiliza las cosas y recíclalas cuando ya no sirven. (Ver también capítulo sobre los residuos.)

Beneficios

Optando por energía limpia, hacemos una importante contribución activa a la protección del medio ambiente, porque evitamos efectos negativos como pueden ser la contaminación del aire, la destrucción de la capa de ozono, las lluvias ácidas, la destrucción de bosques, la pérdida de biodiversidad, la desertificación, los residuos radioactivos, los riesgos de acci-

Beneficios

dentos nucleares, etc. Al consumir energía limpia y ahorrar energía, disfrutamos de un entorno más saludable. Te lo agradecerán también las generaciones venideras.

Con un consumo energético responsable, adoptamos al mismo tiempo una postura solidaria con el resto de la humanidad, porque el medio ambiente es un bien global. Si todos los hombres tuviesen el nivel de consumo energético que tiene actualmente Europa Occidental, el planeta se colapsaría. Nuestro comportamiento no es sostenible a nivel mundial. Por consiguiente no es justo contaminar más que otros solamente porque (todavía) somos pocos los privilegiados, y la cuestión del consumo energético debe convertirse en un asunto de solidaridad.

El ahorro energético y las propuestas descritas arriba significará también un ahorro económico, aunque con algunas medidas no se tendrá un efecto inmediato sino a medio o largo plazo.

Sabías que...:

Las energías renovables podrían abastecer 56 veces la demanda de electricidad de la Península proyectada para 2050. El mayor recurso energético es el sol: con las tecnologías actuales se podría satisfacer 45 veces la demanda de electricidad en 2050. Greenpeace, con su **Informe Renovables 2050** sobre el potencial de las energías renovables en la España peninsular, te ofre-

ce explicaciones sobre las distintas fuentes de energía renovable y su potencial por comunidad autónoma

<http://energia.greenpeace.es/>

En 1997, en la ciudad japonesa de Kyoto, se acordó el así llamado **Protocolo de Kyoto**, un protocolo adicional a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el cambio climático. Este instrumento internacional tiene como objetivo reducir hasta 2012 las emisiones de gases de efecto invernadero de los países industrializados en un promedio de 5,2 por ciento en comparación con el año 1990. El protocolo entró en vigor el 16 de febrero de 2005. Sin embargo y en contradicción drástica con el objetivo del protocolo, las emisiones de gases de efecto invernadero están subiendo a nivel global. El protocolo prevé varios mecanismos flexibles para alcanzar los objetivos marcados, entre ellos el negocio con derechos de emisión.

Cada habitante de los **países desarrollados** consume, de media, la misma energía que 16 ciudadanos del **Tercer Mundo**, y los europeos occidentales somos responsables de la emisión de seis veces más cantidad de CO₂ que los africanos. (Greenpeace)

La mayor parte de la energía que se usa en las viviendas españolas se dedica al uso de la calefacción y a la producción de agua caliente sanitaria. De hecho, ambas partidas suman el 66% del **gasto energético familiar**, mientras que el 34% restante se invierte en el uso de los electrodomésticos (16%) de la cocina (10%) la iluminación (7%) y el aire acondicionado (1%). (IDAE, Consejos para el consumo eficiente y responsable de la energía).

Un buen diseño bioclimático puede conseguir ahorros de hasta el 70% para la climatización e iluminación de un hogar. Todo ello con un incremento del coste de construcción no superior al 15% sobre el coste estándar. Es sólo uno de los muchos datos y ejemplos que contiene la guía **Consejos para le Consumo eficiente y responsable de la energía de IDAE**.²³

El ámbito de aplicación de la **etiqueta energética** es europeo y constituye una **herramienta informativa al servicio de los compradores** de aparatos consumidores de electricidad. Tiene que estar obligatoriamente en cada electrodoméstico puesto a la venta. Los tipos de electrodomésticos que tienen establecido el etiquetado energético son: frigoríficos y congeladores, lavadoras, lavavajillas, secadoras, lavadoras y secadoras, fuentes de luz domésticas, horno eléctrico, y aire acondicionado. Existen 7 clases de eficiencia, identificadas por un **código de colores** y letras que van desde el color verde y la letra A para los equipos más eficientes, hasta el color rojo y la letra G para los equipos menos eficientes.²⁴

El **coche** es la **principal fuente de contaminación** de nuestras ciudades: de emisión de ruido y de la mayor parte de las emisiones de CO₂ y de los hidrocarburos no quemados. En la ciudad, el 50% de los viajes en coche es de menos de 3 km, y un 10% de menos de 500 m. En estas ocasiones, valore la opción de usar el transporte público. (IDAE, Consejos para el consumo eficiente y responsable de la energía)

23. <http://www.idae.es/consejos/index.asp?lang>.

24. Fuente: Instituto para la Diversificación y el Ahorro de la Energía.

IDAE - Instituto para la Diversificación y el Ahorro de la Energía - ha elaborado una Guía de Vehículos Turismo de venta en España con indicación de consumos y emisiones de CO₂, basada en la Directiva Europea 1999/94/CE y el Real Decreto 837/2002. Esta guía contiene información de consumos y emisiones de CO₂ de los coches nuevos disponibles en el mercado español.²⁵ Según esta guía, el modelo de gasolina menos contaminante de los que existen ahora en el mercado es el Toyota Prius Híbrido, un vehículo que combina un motor de combustión interna con otro eléctrico.²⁶

A lo mejor tu ciudad forma parte de la **Red Española de Ciudades por el Clima**. El objetivo de sus actividades es promover políticas de desarrollo sostenible e impulsar políticas locales de lucha contra el cambio climático que contribuyan a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y al cumplimiento del Protocolo de Kyoto. Infórmate sobre las distintas iniciativas en materia de energía, edificación y planificación urbanística, transporte y ecotecnología de tu localidad. Te puede dar ideas para mejorar tus propios hábitos de consumo de energía.

El 26 de agosto de 2005 fue aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros el **Plan de Energías Renovables para el período 2005-2010**. Las previsiones de la nueva normativa estiman en un 12,1 por 100 el consumo de energía primaria que será abastecido en el año 2010 por las energías renovables. El Plan ha sido elaborado con el propósito de reforzar los objetivos prioritarios de la política energética, que son la garantía de la

25. http://www.idae.es/coches/guia_final_fc.pdf 6ª edición, Madrid, noviembre 2005.

26. Ecoetiqueta en los coches, consumeres:

http://www.consumer.es/web/es/motor/compra_coche/2003/04/16/60325.php

seguridad y calidad del suministro eléctrico y el respeto al medio ambiente, y con la determinación de dar cumplimiento a los compromisos de España en el ámbito internacional (Protocolo de Kioto, Plan Nacional de Asignación) y a los que se derivan de nuestra pertenencia a la Unión Europea.²⁷

Casos:

En Movera (Zaragoza) está en marcha un **proyecto de uso de la biomasa** para cubrir las necesidades energéticas de una **residencia de la tercera edad**. La instalación es capaz de cubrir íntegramente las demandas de calefacción y agua caliente sanitaria del edificio, sin tener que echar mano de las calderas de gasóleo, aunque éstas se mantienen operativas como instalación de apoyo para cubrir eventuales paradas de las calderas de biomasa, por avería o por labores de limpieza. El abastecimiento se hace a granel y es transportado en camiones hasta la planta donde se almacena en silos. Entre las especificaciones destacan:

- ▣ Tres calderas de lecho fluido recirculante colocadas en paralelo con la de gasóleo.
- ▣ Combustible cáscara de almendra y otros: granilla de uva (pepitas), huesos de aceituna...
- ▣ Combustible de apoyo gasóleo.

27. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: <http://www.mityc.es/Desarrollo/Seccion/EnergiaRenovable/Plan/>

- ▣ Rendimiento: garantizado el funcionamiento durante mínimo 15 días a pleno rendimiento.
- ▣ Consumo desde su instalación: 1.400 t. de biomasa (equivale a 500.000 l. de gasóleo).
- ▣ Emisiones evitadas: unas 1500 t. de CO₂ y casi 2.000 k. de SO₂.
- ▣ Ahorro en la factura energética del 25%.²⁸

Greenpeace ha lanzado una “**OPA VERDE**” al sector energético español. Con esta campaña que tú también puedes apoyar, Greenpeace lucha por que se haga efectivo el derecho a elegir energía limpia en España, tal como ya es el caso en países como Alemania, Luxemburgo y Austria. Puedes complementar tus conocimientos sobre energía con los informes de la organización “Elegir electricidad limpia. Cómo dejar de consumir energía sucia” y “Renovables 2050 – Un informe sobre el potencial de las energías renovables en la España peninsular –.”

Ecolínea es una empresa de la Economía Social y Solidaria que trabaja por la conservación del medio ambiente y por la inserción social y laboral de personas con dificultades de acceso al mercado laboral. En el marco de su línea “Ecoaceite”, recupera gratuitamente el aceite usado de domicilios particulares y comedores colectivos. Una parte del aceite se destina a la comercialización para la producción de biodiésel, un combustible alternativo al gasó-

28. La Biomasa en el caso del Alperujo. Trabajo de doctorado de Orencio Vázquez, en el curso Economía de la Energía y Política Energética. Programa de doctorado: Desarrollo económico y crecimiento sostenible. UNED 2003.

leo cuya utilización constituye una alternativa energética sostenible para el transporte. La Directiva de la Unión Europea 2003/30/CE para la Promoción del Uso de Biocombustibles establece como objetivo un 5.75% de utilización de estos combustibles en materia de transportes, a más tardar el 31 de diciembre de 2010.

Ecologistas en Acción reproduce en una de sus páginas de Internet un anuncio de una de las empresas españolas más potentes del sector eléctrico, publicada en la prensa escrita en noviembre de 2004. En esta publicidad se ve un niño vestido de ropa ligera, leyendo tumbado en el suelo. La letra dice: Este invierno te llevamos la temperatura ideal gratis, y se anuncia como regalo el consumo de calefacción de todo un invierno. Con su página web “Consume hasta morir” Ecologistas en Acción ofrece a los consumidores la posibilidad de analizar mensajes publicitarios e intercambiar sus comentarios. El ejemplo citado va en contra de nuestros esfuerzos de reducir nuestro consumo de energía. Si no estamos de acuerdo con este tipo de publicidad, podemos también dirigirnos directamente a las empresas anunciadoras.

Enercoop –grupo de empresas de la Cooperativa Eléctrica San Francisco de Asís de Crevillent- va a poner en marcha un Huerto Solar con capacidad de 6 megawattios dando forma a una planta ubicada en una parcela de 113.000 metros cuadrados que será de las más grandes de Europa. La apuesta de Enercoop permitirá suministrar energía eléctrica renovable al 30% de los hogares de la ciudad de Crevillent, Alicante (28.000 habitantes). El Director general quiere convertir a esta población en la ciudad de la energía solar.

Por otra parte las organizaciones cooperativas **FENACOOOP** de Portugal, **EUROCOOP**, **HISPACOOP** y **ELABORA** de Italia desarrollan actualmente un proyecto europeo sobre los consumidores y el mercado de la energía. El proyecto incluye un estudio comparativo de la regulación del mercado de la energía y la participación de los consumidores, así como materiales de información al consumidor haciendo especial incidencia en el consumo sostenible y la energía verde. El informe del estudio y material informativo serán disponibles a finales de 2006.

Enlaces:

<http://www.mma.es/portal/secciones/>

Ministerio de Medio Ambiente

<http://www.idae.es/>

Instituto para la Diversificación y el Ahorro de la Energía

<http://www.cne.es/cne/Home>

La Comisión Nacional de Energía, ente regulador de los sistemas energéticos

<http://www.appa.es/>

Asociación de Productores de Energías Renovables

<http://www.greenpeace.org/espana/>

Greenpeace España

<http://energia.greenpeace.es/>
Greenpeace España, Renovables 2050

<http://opaverde.greenpeace.es/opaverde/index.html>
Opa Verde de Greenpeace España

<http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/gu-a-solar.pdf>
Guía Solar de Greenpeace

<http://www.ecologistasenaccion.org/>
Ecologistas en Acción

<http://www.consumehastamorir.com/>
Consume hasta morir

<http://www.letra.org/consume-hastamorir/secciones/publiescan/publiescan/index.php>
Análisis de anuncios publicitarios

<http://www.accionporelclima.org/>
Acción por el clima

<http://barometro.fundacioneroski.es/web/es/2005/capitulo9/pag2.php>
Barómetro de consumo 2005

<http://www.redciudadesclima.es/>
Red Española de Ciudades por el Clima

<http://www.fundacion-biodiversidad.es/opencms/export/fundacionbiodiversidad/pages/index.htm>
Fundación Biodiversidad

<http://www.ecolinea.org/principal.html>
Ecolínea

http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/
Consumer – Portal del Consumidor de Eroski, sección Medio Ambiente

Comercio Justo

¿Cuál es el problema con el comercio internacional?

Las ventajas de la creciente globalización de los mercados cada vez más interdependientes no llegan a todos/as. Según un informe de Naciones Unidas del año 2006, 2.500 millones de personas en todo el mundo viven con menos de dos dólares por día.²⁹ Su trabajo como campesinos, trabajadores o pequeños productores no alcanza para cubrir las necesidades básicas como la alimentación, vivienda digna, salud o educación. Los que no tienen acceso directo a los mercados y no disponen de la información sobre los mismos, dependen de los intermediarios y no se benefician del creciente comercio mundial.

Por otro lado, las reglas actuales del comercio internacional contribuyen a la pobreza de millones de personas, entre otras razones por la restringida aper-

29. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Informe Anual 2006 http://www.undp.org/spanish/publicaciones/informeanual2006/IAR06_SP.pdf

tura de los mercados occidentales para los productos de los países empobrecidos, la protección de los mismos mediante subsidios agrícolas y la búsqueda de beneficios a corto plazo.

Intermón Oxfam señala que hoy en día, **por cada euro que reciben los países empobrecidos en ayuda, pierden dos a causa de las actuales reglas comerciales.**

Como consumidores, no debemos mantenernos ajenos a estos problemas. Una creciente parte de los productos que consumimos procede de países donde los derechos laborales no están asegurados para todos: el chocolate de Ghana, el café de Colombia, los plátanos de Costa Rica, la camiseta de China, los zapatos de Marruecos, el jersey de Bangladesh – nuestro consumo es un reflejo de la globalización. El problema surge cuando los derechos laborales, sociales y económicos de los trabajadores, campesinos y productores no son respetados y las personas y sus familias viven en condiciones precarias que no aceptaríamos en nuestro país.

Como consumidores responsables no queremos que nuestro consumo contribuya a la pobreza y busquemos alternativas económicas solidarias para el bienestar de todas las personas. El Comercio Justo es una alternativa viable para una creciente gama de productos.

¿Qué es el Comercio Justo?

Recientemente, las principales organizaciones de Comercio Justo a escala internacional han consensuado la siguiente definición:

“El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.”³⁰

Esta definición refleja que las personas y organizaciones involucradas en el Comercio Justo se relacionan como socios. No se trata de una ayuda unidireccional hacia los países empobrecidos, sino de una nueva manera de entender la solidaridad y las relaciones comerciales, creando posibilidades de autosuficiencia económica en el Sur. El Comercio Justo se puede también definir a través de estos ocho criterios:

Los 8 criterios de CJ según la Coordinadora Estatal de CJ³¹

1. Salarios y condiciones de trabajo dignos.
2. Relación comercial a largo plazo.
3. Los productores destinan parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades.

30. Fuente: Coordinadora Estatal de Comercio Justo: <http://www.e-comerciojusto.org/es/elcomerciojusto.html>.

31. Fuente: El Comercio Justo en España 2004, Situación y perspectivas, SETEM, Icaria editorial, p. 13.

4. Ausencia de explotación laboral infantil.
5. Igualdad entre hombres y mujeres.
6. Funcionamiento participativo.
7. Respeto del medio ambiente.
8. Productos de calidad.

Los precios

La composición de los precios finales en el Comercio Justo es significativamente distinta que en el comercio tradicional, tal como ilustra el siguiente ejemplo del cacao: en las relaciones del comercio justo, los productores reciben un 33%, los gastos en transporte ascienden a un 22%, la industria recibe un 22% y el comerciante un 22%. En el comercio tradicional, sin embargo, los productores solamente reciben un 6%, mientras la industria y los comerciantes se quedan con el 39 y 33% respectivamente.³²

Los precios de los productos de Comercio Justo son muy competitivos, si se tiene en cuenta su alta calidad y la certificación biológica que muchos de ellos han obtenido. Sin embargo, es evidente que la demanda todavía no es gene-

32. Fuente distribución del precio del cacao: SETEM Madrid, Ideas, Intermón Oxfam y la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo.

ralizada, y el volumen que se mueve en Comercio Justo no es comparable con el del mercado convencional, lo que en algunos productos puede traducirse en un precio ligeramente más alto.

Origen y difusión

El Comercio Justo nació en los años 1950 como una asociación entre importadores sin ánimo de lucro, minoristas en el Norte y pequeños productores en países en vías de desarrollo. Desde estos modestos inicios, se ha convertido en un movimiento mundial. En algunos países, las iniciativas de Comercio Justo han nacido en el seno de grupos de voluntarios, iglesias o grupos solidarios. A nivel internacional, las ventas han crecido más de un 20% cada año desde el inicio del siglo XXI. Los primeros dos establecimientos de Comercio Justo en España fueron abiertos en 1986, y en 2005 existían 95 Tiendas del Mundo o Solidarias en España. Las tres importadoras más importantes son Intermón Oxfam, Alternativa 3 e IDEAS. El valor conjunto de sus compras en 2005 alcanzó alrededor de los 7,8 millones de Euros, mientras las ventas en las Tiendas del Mundo ascendieron en España a más de 12,2 millones de Euros.³³

¿Qué tipo de productos de Comercio Justo existen?

Las líneas principales de productos de Comercio Justo son

- ▣ **Alimentación:** Café, cacao, té, azúcar, chocolates y otros dulces, zumos, galletas, arroz, cereales, mermeladas, mostaza, especias, vinos, plátanos, etc.

33. Fair Trade in Europe 2005: Facts and Figures on Fair Trade in 25 European Countries. Fair Trade Advocacy Office, Brussels.

- ▣ **Artesanía y muebles:** Bisutería, bolsos, instrumentos musicales, vajilla, decoración, juguetes, mesas, sillas, etc.
- ▣ **Textil:** Ropa, colchas, fundas, manteles, etc.
- ▣ **Papelería:** Cuadernos, lápices, tarjeteros, etc.

¿Cómo reconocer un producto de Comercio Justo?

Muchos productos y organizaciones de Comercio Justo disponen de un distintivo que les certifica como tales.



El principal Sello de Garantía en **alimentación** para productos es el Sello FAIRTRADE, gestionado en España por la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo, creada en 2005 con la finalidad de contribuir a ampliar el impacto del Comercio Justo. El Sello FAIRTRADE está presente en 21 países de todo el mundo y es coordinado internacionalmente por Fairtrade Labelling Organization (FLO). El distintivo certifica **productos**, no productores u organizaciones, y garantiza que han sido elaborados acorde con los criterios del Comercio Justo y que contribuyen al desarrollo de trabajadores y productores desfavorecidos. Este distintivo certifica actualmente sobre todo productos de alimentación, comenzando recientemente a certificar productos como es el caso de los balones de fútbol o el algodón.

Para otros artículos como es el caso de la artesanía, la aplicación de un distintivo es más compleja. Que un artículo no lleve el sello FAIRTRADE no significa automáticamente que no haya sido elaborado bajo los criterios gene-

rales del Comercio Justo. En este caso, sin embargo, el punto de venta certificado puede ser un criterio de garantía para el consumidor:



IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo) concede una marca que identifica organizaciones de Comercio Justo y garantiza la implementación de estándares en lo que se refiere a condiciones de trabajo, sueldos, trabajo infantil y medio ambiente. No se trata de una etiqueta para productos, sino organizaciones. Hay más de 150 en todo el mundo que han obtenido esta marca. Dispone de un sistema de monitoreo de tres fases: autoevaluación, revisión mutua y verificación externa.



“Justo Aquí” es un distintivo concedido por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CEJC) en España. Garantiza que las organizaciones que lo muestran cumplen los principios de Comercio Justo y que pertenecen a la CECJ.

¿Dónde comprar productos de Comercio Justo?

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo te puede informar sobre las tiendas, importadoras e iniciativas de Comercio Justo en toda España. También puedes encontrar esta información en la página web de la Coordinadora: <http://www.comerciojusto.org/stakeholders/>

Algunas tiendas y organizaciones ofrecen venta de productos por Internet.

¿Solamente me puedo dirigir a tiendas especializadas para adquirir estos productos? En los últimos tiempos el Comercio Justo ha entrado en grandes

superficies alcanzando a un público más amplio. No obstante, una tienda o iniciativa de Comercio Justo te puede ofrecer, mucho más que la venta de sus productos: información sobre los productores, campañas, posibilidades diversas de participación, voluntariados. Durante todo el año. También debes ser consciente que porque una empresa comercialice productos de Comercio Justo, no significa que actúe de una manera responsable desde una perspectiva global.

Muchas tiendas de Comercio Justo están gestionadas por ONGs que además de asegurar un trato justo a los productores destinan las plusvalías de su actividad a causas sociales.

Pequeños grandes actos³⁴

Qué hacer

Visitar una tienda o tomar contacto con una iniciativa de Comercio Justo

Cambiar poco a poco tus hábitos de compra hacia productos de Comercio Justo

Cómo

- ❑ La Coordinadora Estatal de Comercio Justo te ofrece un directorio por provincias de tiendas y organizaciones especializadas en Comercio Justo.
- ❑ Empieza, por ejemplo, por el café o el chocolate u otro producto que consumes habitualmente.
- ❑ Cambiar hábitos culinarios, a veces nos cuesta un poco. A lo mejor tendrás que

34. "Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado". Charles Baudelaire.

Qué hacer

Difundir el mensaje del Comercio Justo



Cómo

probar dos o tres tipos de café y experimentar con la dosificación antes de encontrar tu nuevo café preferido. Los productos de Comercio Justo no tienen nada que envidiar en cuanto a sabor y calidad, a otros productos que encontramos en el mercado.

- ❑ Comenta tus nuevos hábitos de compra con amigas y amigos, familiares y colegas.
- ❑ Si en tu lugar de trabajo se toma café, propón que sea de Comercio Justo y comprométete a desplazarte tú a la tienda para comprarlo las primeras veces. Haz visible el cambio de producto. También hay máquinas expendedoras de café de Comercio Justo. Puedes proponer su instalación en tu centro de trabajo.
- ❑ Compra regalos de Comercio Justo y pide a la tienda un papel explicativo sobre el Comercio Justo o los productores del artículo para añadirlo al regalo.
- ❑ Pide que la tradicional cesta de Navidad de tu empresa incluya productos de Comercio Justo.

Qué hacer

Unirse a campañas para reivindicar un Comercio Justo

Reclamar productos de Comercio Justo en los supermercados

Cómo

- ❑ Pregunta al personal de tu tienda u organización de Comercio Justo sobre las campañas que estén realizando. A veces, tu firma puede ser un gran apoyo, por ejemplo para presionar a políticos y empresas. Haz oír tu voz.
- ❑ Varios supermercados ya tienen un acuerdo con alguna importadora de Comercio Justo.
- ❑ A mediados del año 2006, puedes encontrar productos de Intermón Oxfam en Carrefour, Alcampo, Bonpreu, Caprabo, Consum, Eroski, Condis, Sorli, Mercat, Ercoreca y Escale. Mientras Carrefour, Alcampo, Bonpreu y Consum han acordado incluir productos de Comercio Justo en todos sus centros, los otros no han generalizado el acuerdo. Si no encuentras productos de Comercio Justo en uno de los supermercados arriba mencionados, dirígete al personal y pídeles que los incluyan en su oferta. Gracias al acuerdo con Intermón Oxfam, les resultará fácil responder a la demanda.

Qué hacer

Cómo

- ▣ La importadora IDEAS tiene un acuerdo con el supermercado Leclerc para la introducción de varios expositores con información sobre Comercio Justo.
- ▣ Sus productos están presentes desde mediados de 2006 en uno de los centros comerciales de Leclerc, que se encuentra en una zona donde no existen tiendas de Comercio Justo.

Beneficios

Millones de productores y personas que dependen del Comercio Justo, en 50 países, mejorarán sus condiciones de vida.

Contribuirás a una distribución de la riqueza más equitativa y apostarás por un modelo de negocio más orientado a las personas.

Incentivarás condiciones de trabajo más dignas.

Favorecerás el respeto por el medio ambiente.

Sabías que....

El **Parlamento Europeo** ha adoptado el 6 de julio de 2006 una resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo en la que pide a la Comisión Europea políticas de apoyo para el Comercio Justo.³⁵

Muchos de los socios en los países en vías de desarrollo están organizados en **cooperativas**.

SETEM ofrece **máquinas de “vending”** (expendedoras) equipadas con café de Comercio Justo. Actualmente en Cataluña hay más de 450 máquinas, lo cual permite que se sirvan en la comunidad autónoma cerca de 3 millones de tazas de café “justo” al año.

En algunos países ya se ofrecen **flores de Comercio Justo**. Introducidas el año pasado en Canadá, Alemania y Bélgica sobrepasaron las expectativas de ventas más optimistas. Gracias a las fuertes y continuas ventas en Suiza y el Reino Unido, se vendieron un total de 113 millones de tallos de flores en 2005.³⁶

A nivel global, el **número de organizaciones** de productores certificados de Comercio Justo ha crecido en un 127% desde el 2001 al 2005, alcanzando el número de 508 organizaciones en 58 países y el número de comerciantes registrados ha aumentado un 132% en el mismo período de tiempo.³⁷

35. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2006-0320+0+DOC+XML+V0//ES>

36. Estudio anual para 2005, FLO.

37. Ídem.

Según datos de la Organización Internacional del Trabajo del año 2002, unos 250 millones de **niños y niñas trabajan** y 180 millones realizan trabajos extremadamente peligrosos que amenazan su educación, su desarrollo y sus vidas.³⁸

Uno de cada cuatro ciudadanos en España (el 25%) señaló en una **encuesta** realizada en primavera del 2005 haber adquirido algún producto procedente del Comercio Justo durante los 12 meses anteriores. La edad de los consumidores, sin embargo, marca la diferencia: a medida que aumenta, desciende el número de consumidores que han comprado algún producto de Comercio Justo. Los consumidores de entre 14 y 20 años (39%) que han adquirido algún producto de este tipo casi doblan a los de más de 60 años (20%).³⁹

Casos:

Algunos **organismos públicos** empiezan a dar ejemplo, como el Senado, cuya cafetería sirve café de comercio justo desde mayo del 2005, igual que diferentes diputaciones, así como el Palacio de la Moncloa, la Generalitat de Cataluña, el Gobierno vasco y varias universidades como la Autónoma de Madrid. (El Mundo, 16.05.2005)

En 1999, Grupo **Eroski** – grupo de distribución de productos y servicios de gran consumo – ha introducido en sus supermercados productos de Comercio Justo. Además, junto con la organización de ayuda humanitaria **Intermón Oxfam**, la Fundación Grupo Eroski celebra anualmente una campaña nacional informativa sobre el Comercio Justo y acerca esta forma

38. Agenda Intermón Oxfam 2006.

39. Barómetro de Consumo 2005, Fundación Eroski.

de economía solidaria a los clientes. Con este compromiso la cooperativa Eroski, al igual que la Coop de Italia, The Coop Group del Reino Unido, SOK de Finlandia o Coop Norden de Escandinavia cumplen la Declaración sobre el Comercio Justo, aprobada en septiembre de 2005 por los miembros de Euro Coop, representante de las cooperativas europeas en Bruselas, en la que se marca el objetivo de promocionar y apoyar el Comercio Justo para que los productos formen parte de la compra diaria.⁴⁰

Enlaces:

<http://www.comerciojusto.org/es/>
Coordinadora Estatal de Comercio Justo

<http://www.comercioconjusticia.com/es/index.htm>
Comercio con Justicia, campaña de Intermón Oxfam

<http://www.setem.org/>
SETEM

<http://www.ideas.coop/portada.html>
IDEAS - Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria

<http://www.european-fair-trade-association.org/>
European Fair Trade Association (EFTA)

<http://www.fairtrade.net/>
Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)

40. Declaración de Euro Coop sobre el Comercio Justo, Cuadernos de las Cooperativas de Consumidores, nº 11, p.34-35, HISPACOOOP, junio 2006.

<http://www.sellocomerciojusto.org/es/>
Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo, en España

<http://www.ifat.org/>
The International Faire Trade Association

<http://www.flp-ecuador.com/es/index.php>
Flower Label Program (Programa de Comercio Justo de Flores)

<http://www.worldshops.org>
News – the Network of European Worldshops

<http://www.ilo.org/>
Organización Internacional del Trabajo

<http://www.ozonalia.org/principal.htm>
Ozonalia: Programa del UNICEF – Comité Español para el fomento del consumo responsable y comercio justo

Inversiones Socialmente Responsables⁴¹

¿Somos responsables a la hora de invertir nuestro dinero?

Las empresas necesitan para su supervivencia de la venta de sus bienes y/ o servicios y de la financiación externa, que normalmente proviene de nuestros

41. La autoría de este capítulo es de Orenco Vázquez Oteo. Se ha tomado en consideración la siguiente referencia bibliográfica:
Cuesta, M; Fernández, B; Vázquez, O: "Razón de ser de la Banca Ética: Experiencias Internacionales y Nacionales (2006)"
Editado por la Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS). Colección de ensayos. Cod. I.S.B.N.: 84-89116-24-5.

ahorros canalizados a los mercados financieros y/o bancarios, por bancos y otras entidades financieras.

Cuando depositamos nuestro dinero en un banco o una caja de ahorros, muchas veces no somos conscientes de que depositamos también nuestro afán de un consumo responsable en manos ajenas: las entidades financieras trabajan con nuestro dinero, prestándoselo a terceros y, a cambio, nos ofrecen una rentabilidad a través de intereses, u otros rendimientos. Para que esta manera de trabajar con nuestros ahorros sea acorde con nuestros valores éticos y medioambientales, debemos elegir bien el producto y la entidad financiera en que invertimos. Como consumidores responsables, no estamos de acuerdo con que nuestro dinero se utilice para apoyar a empresas que contaminan, no respetan los derechos humanos o discriminan a mujeres, discapacitados y minorías étnicas.

En una conferencia organizada por el Gobierno Británico en colaboración con la Comisión Europea en 2005, se alzaron voces muy críticas hacia el sector financiero que le señalan como el principal causante de los problemas globales - pobreza, cambio climático...- que asolan a la humanidad, motivados por una actuación insostenible, un pensamiento cortoplacista del negocio, y una carencia de interés por los impactos sociales y medioambientales que generan sus préstamos e inversiones.

¿Qué es la Inversión Socialmente Responsable?

La inversión socialmente responsable (ISR) o ética es una forma de plantear el ahorro, ampliamente consolidada en Europa...

... y tiene varias ventajas...

- ▣ Te permite ser coherente con tus principios éticos.
- ▣ Genera un valor añadido: multiplica la rentabilidad al ofrecer, además del retorno económico, un alto beneficio social.
- ▣ Te permite ganar dinero: estudios realizados en todo el mundo demuestran que no existen diferencias en cuanto a rentabilidad y riesgo.

Su misión es convertirse en un instrumento eficaz para incentivar un comportamiento más responsable por parte de la empresa, a través del estímulo de inversores concienciados que buscan además de un rendimiento económico de sus ahorros, una rentabilidad social a través de la mejora en las condiciones de vida de las sociedades en donde actúan las empresas.

Los gestores de estas inversiones utilizan un doble filtro a la hora de seleccionar a la empresa a la que van a financiar: un filtro meramente económico aplicado en todo producto financiero, y un filtro ético, social y/o medioambiental que permite al consumidor obtener un rendimiento económico siendo al mismo tiempo consecuente con sus principios morales.

Las ISR se materializan a través de Fondos de Inversión y Planes de Pensiones Éticos. Una gran ventaja de los fondos de inversión para el pequeño y mediano inversor es que le permiten acceder a los mercados financieros sin necesidad de ser expertos analistas. Esto mismo sucede con los fondos de inversión éticos, que permiten al inversor con inquietudes religiosas, sociales,

éticas o medioambientales acceder a formar parte de empresas que se comportan de una forma socialmente responsable.

¿Cómo funcionan las Inversiones Socialmente Responsables?

Cada fondo ético tiene definidos los principios o criterios éticos sobre los que se van a tomar las decisiones de inversión. Estos criterios pueden tener carácter excluyente, evitando invertir en empresas que incumplan los principios establecidos, o que se dediquen a determinadas actividades como por ejemplo la producción y distribución de alcohol, tabaco, armamento...; pero también pueden tener carácter positivo: en este caso se invertirá en las empresas de cada sector que usen criterios sociales y ambientales en su gestión. Normalmente estos fondos cuentan con un comité ético especializado que actúa de forma independiente y que vigila la aplicación de estos principios y/o criterios por parte de la entidad financiera.

¿Hay otras formas de inversión ética?

Existen otros productos financieros éticos a tu disposición, la mayor parte de ellos en forma de depósitos -cuentas corrientes y libretas de ahorro-, que son ofertados por entidades financieras tradicionales. Normalmente estos productos te garantizan que tu dinero se destinará a financiar proyectos empresariales sostenibles o a la lucha contra la exclusión financiera a través de la concesión de microcréditos:

Se trata de pequeños préstamos a los más necesitados para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar

su nivel de vida y el de sus familias. En este tipo de créditos no se requieren garantías adicionales y en la mayor parte de los casos se conceden bajo tutela de entidades sociales.

¿Todas las entidades que ofrecen productos éticos son socialmente responsables?

El hecho de ofrecer estos productos no significa que la entidad que los comercializa y/o gestiona sea una entidad socialmente responsable. Normalmente las entidades financieras tradicionales que ofrecen estos productos no tienen en cuenta los criterios sociales y/o medioambientales en el resto de las inversiones que realizan.

Sin embargo, en los últimos años están apareciendo en España diferentes iniciativas de Banca Ética que tienen como principios de actuación la transparencia y la democracia, y que contemplan criterios sociales y medioambientales en sus inversiones, intentando con su negocio fortalecer la economía social y luchar contra la exclusión social y financiera.

Las entidades que se agrupan bajo el paraguas de la Banca Ética pueden realizar las mismas operaciones que cualquier otro banco, disponiendo en muchas ocasiones de toda clase de productos que, aunque a nivel operativo funcionen igual que sus homólogos, su finalidad y criterios utilizados son diferentes. No debemos olvidar que estas entidades financieras desde el momento que operan con ficha bancaria están sometidas a la supervisión del Banco de España, que garantiza la solvencia de las mismas.

También existen algunas iniciativas de finanzas alternativas que operan al margen del sistema financiero organizado, y que consiguen los recursos a través de la emisión de capital u otro tipo de activos.

Estas organizaciones tienen como principales ventajas la amplia base social sobre la que se conforman, y el conocimiento del entorno local en el que desarrollan su actividad; sin embargo debemos ser conscientes de que los diferentes riesgos que asumimos son mayores que si operamos con instituciones supervisadas por Banco de España.

(Ver anexo al final de capítulo: Iniciativas que promueven la Banca Ética en España.)

Pequeños grandes actos⁴²

Qué hacer

Trabajar con una entidad financiera que actúe de forma responsable

Cómo

- ❑ Solicita información a tu entidad financiera sobre la utilización de criterios sociales y medioambientales en su actividad financiera.
- ❑ Infórmate sobre la existencia de códigos éticos de conducta, y la publicación de memorias de sostenibilidad.
- ❑ Verifica la información proporcionada por la entidad con otras fuentes especiali-

42. "Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado". Charles Baudelaire.

Qué hacer

Cómo

zadas como Economistas sin Fronteras (www.ecosfron.org) o la organización internacional Banktrack, especializada en el monitoreo de entidades financieras (www.banktrack.org).

- ❑ Comprueba su adhesión a principios internacionales. Estos principios establecen el compromiso por parte de las entidades financieras de contemplar criterios sociales y/o medioambientales en todas o algunas de sus inversiones, y son impulsados por instituciones como Naciones Unidas y Banco Mundial.⁴³

43. Para más información:

- Declaración de Instituciones Financieras acerca del Medioambiente y el Desarrollo Sostenible – PNUMA. Ver <http://unepfi.net/fii/english.htm>
- Los “Principios de Ecuador” <http://www.ifc.org/ifcext/equatorprinciples.nsf/Content/ThePrinciples>
- Declaración de CEOs y Directivos de compañías que operan en el sector financiero – CEMDS: http://www.wbcsd.ch/DocRoot/JhkkboXilGKmPEbhIOZh/20020925_finance.pdf
- La Declaración de Colavecchio sobre Instituciones Financieras y Sustentabilidad: <http://www.foe.org/camps/intl/declaration.html>
- Declaración del Sector de Seguros en Defensa del Medioambiente – PNUMA: <http://unepfi.net/iii/statemen.htm>
- Suplemento del sector de servicios financieros sobre desempeño social –GRI (Noviembre de 2002): <http://www.gbalreporting.org/guidelines/sectors/GRIFinancialServices.pdf>

Qué hacer



Cómo

- ▣ Infórmate en la web de la Federación Europea de Banca Ética (www.febea.org) sobre entidades financieras que se rigen bajo estos principios.
- ▣ Pregunta a tu entidad sobre la existencia de productos, como las microfinanzas, que luchen contra la exclusión financiera.
- ▣ En el caso de contar con diferentes alternativas, ten en cuenta que las cajas de ahorro no tienen ánimo de lucro y que reinvierten parte de sus beneficios en la sociedad a través de su obra social. Las Cajas pequeñas y medianas que actúan en un ámbito local, contribuyen con su actividad al desarrollo socioeconómico de la zona. Las Cooperativas de Crédito – Cajas Rurales y otras guardan una estrecha relación con el entorno en donde actúan.
- ▣ Consulta a tu banco o caja sobre la oferta de estos productos. En caso de que tu banco te ofrezca algún producto de este tipo, asegúrate que la política de inversión incorpore las cuestiones sociales y/o medioambientales que tú demandas.

Qué hacer

Contratar productos financieros sostenibles

Cómo

- ▣ Si alguno es de tu interés, infórmate sobre la gestión ética del mismo:
 - Criterios éticos que aplica el fondo para seleccionar las inversiones.
 - Patrimonio del fondo que pasa el filtro ético; Existen fondos de inversión éticos que no analizan la renta fija, que en algunos de ellos representa hasta el 90% del total de la inversión.
 - El procedimiento de investigación en la parte social y/o medioambiental. Es importante informarte sobre si utilizan agencias de investigación especializadas, si existe un comité ético constituido por terceros independientes que vigilen el desarrollo del proceso y si se facilita por parte de la gestora de suficiente información y a la vez, ésta es de calidad.
 - Ejercicio de activismo accionario por parte de la sociedad gestora. Este activismo accionario consiste en las actuaciones que los accionistas socialmente responsables llevan a cabo para trasladar a los consejos de administración de las

Qué hacer



Cómo

empresas en las que invierte sus preocupaciones en materia social y/o medioambiental, ejerciendo su poder político en las juntas de accionistas

- ▣ En caso de una respuesta negativa, envía un correo al responsable de banca de instituciones, y al de banca minorista o de particulares, demandado este tipo de productos.
- ▣ Hay muchos productos denominados solidarios que ceden parte de las comisiones que cobran al cliente a una organización social o causa determinada. El carácter solidario de los productos induce a error y no debemos confundir donación con aplicación de criterios sostenibles en las políticas de inversión.en las políticas de inversión.
- ▣ Facilita información sobre este tipo de inversión a tus amigos, familiares, compañeros de trabajo, asociaciones a las que pertenezcas. Explícales la capacidad de cambio que ejercen estos productos sobre las empresas cotizadas con ejemplos simples y muy gráficos: *mientras te manifiestas*

Qué hacer

Fomentar la inversión socialmente responsable y las finanzas alternativas.

Cómo

en contra de la guerra, tu dinero puede estar financiando a la industria armamentística.

- ▣ Da a conocer estos productos en tu empresa: *puedes conseguir una rentabilidad similar incorporando criterios de RSC a la gestión de tu tesorería, al mismo tiempo que influyes directamente en la adopción de prácticas responsables.*
- ▣ Infórmate sobre la existencia en tu ciudad de grupos organizados de inversores responsables, y participa en sus actividades y campañas.

Beneficios

Podrás invertir tus ahorros de acuerdo con tus valores sociales y medioambientales.

Obtendrás además de un rendimiento económico, un rendimiento social.

Participarás de forma activa a favor de un desarrollo sostenible.

Beneficios

Ayudarás a la lucha contra la exclusión financiera y social.

Contribuirás a la lucha contra la especulación financiera.

Participarás en el fomento de la igualdad y en la lucha contra la pobreza.

Sabías que ...

Según un **estudio** realizado por el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, junto con CECU, 4 de cada 10 españoles estarían dispuestos a contratar **productos de Inversión Socialmente Responsable** aunque tuvieran una rentabilidad menor. Menos del 3% estaría dispuesto a contratar productos ISR sin ningún tipo de rentabilidad, y no llega al 7% la proporción de los que renunciarían a una buena parte de la rentabilidad, aunque no totalmente.

A diciembre de 2005 el total de ahorro gestionado bajo la Inversión Socialmente Responsable supera los 8.000 millones de euros en Inglaterra frente a los 1.000 millones de euros gestionado bajo esos mismos criterios en España.

Para las **pequeñas y medianas empresas**, auténticas generadoras de riqueza y empleo, el dinero sigue siendo un recurso escaso, más aun en paí-

ses en vías de desarrollo donde casi la mitad de la economía está en manos del sector informal.

Según la ONU, al día de hoy existen 42 **paraísos fiscales** que acaparan el 3% de la riqueza del planeta. Son muchas las entidades financieras que ofrecen productos que propician que grandes capitales se exoneren de sus obligaciones fiscales.

Según el último informe sobre el estado de la **Cumbre del Microcrédito** del 2006, 3.100 instituciones de microfinanzas han prestado sus servicios a 82.000.000 de personas.

Según la memoria de Responsabilidad Social Corporativa de 2005 de las **Cajas de Ahorro**, éstas han concedido un total de 4.116 microcréditos sociales por un importe superior a 46 millones de euros generando más de 6.000 empleos directos.

A través de la **Obra Social de las cajas de ahorro** se reinvertió en la sociedad en el año 2005, 1.375 millones de euros lo que supone el 27,1 % sobre el total de los beneficios de estas entidades.

Casos:

La italiana **Banca Popolare Etica** y la **Fundación Fiare** tienen oficinas abiertas al público en Bilbao, San Sebastián y Pamplona, y a septiembre de 2006 han captado depósitos por encima de los 6 millones de euros.

El Banco Ético de origen Holandés, **Triodos Bank**, ha abierto dos oficinas en España, una en Madrid y otra en Barcelona. Su financiación va exclusivamente dirigida a la naturaleza, el medio ambiente, la cultura y proyectos de carácter social. Ofrece una cuenta corriente vinculada al comercio justo.

Caja de Ahorros El Monte tiene establecido en su código de conducta su adhesión al *principio de Banca Ética en la gestión, con total sometimiento a la misma de cualquier decisión o actuación. En base a esto, no serán admisibles intervenir en actuaciones cuyo único fin sea de naturaleza especulativa, ni en aquellas que no sean respetuosas con el medio ambiente o los recursos naturales; asimismo, las operaciones en que intervenga habrán de producir un valor social añadido, primando, en su caso, aquéllas cuyo beneficio social sea mayor. Igualmente se cuidará muy especialmente la intervención en operaciones relacionadas con paraísos fiscales.*

BBK Solidaria es un producto que está integrado en la actividad financiera de la caja, permitiendo a los depositantes ser plenamente conscientes de la gestión y destino de sus ahorros a través de políticas de total transparencia, al mismo tiempo que le hacen partícipes del proyecto mediante la cesión del 50% de los intereses a un Fondo de Solidaridad.

Caixa Galicia permite una inversión limpia a sus clientes a través de los Bonos Eólicos. Es un instrumento financiero que permite financiar la explotación del potencial eólico de Galicia haciendo partícipes a los ciudadanos de los beneficios que genera esta actividad, al trasladarles parte de los rendimientos empresariales. Los bonos eólicos son valores negociables emitidos sobre derechos de cobro de las industrias eólicas asentadas en Galicia.

Anexos

Oferta de Fondos de Inversión Éticos en España a junio de 2006

Entidad	Fondo de inversión	Carácter
GRUPO SANTANDER	SCH SOLIDARIDAD, FIM SCH RESPONSABILIDAD, FIM	ÉTICO Y SOLIDARIO ÉTICO
GRUPO BBVA	BBVA DESARROLLO SOSTENIBLE BBVA EXTRA 5 II GARANTIZADO	ÉTICO ÉTICO
CAJAMADRID	FONDO SOLIDARIO PRO UNICEF, FIM	ÉTICO Y SOLIDARIO
LA CAIXA	FONCAIXA COOPERACIÓN, FIM FONCAIXA I33 SOCIALMENTE RESPONSABLE	ÉTICO Y SOLIDARIO ÉTICO
BBK	BBK SOLIDARIOA FI	ÉTICO Y SOLIDARIO
CAIXA CATALUNYA	CAIXA CATALUNYA EUROPA VALOR, FI	ÉTICO Y SOLIDARIO
CAJA MEDITERRÁNEO	CAM FONDO SOLIDARIO	ÉTICO Y SOLIDARIO
BNP PARIBAS	BNP PARIBAS FONDO SOLIDARIDAD, FIM	ÉTICO Y SOLIDARIO
BANCO URQUIJO	URQUIJO INVERSIÓN SOLIDARIA, FIM	ÉTICO Y SOLIDARIO

MORGAN STANLEY	MORGAN STANLEY FONDO ÉTICO, FIM ⁴⁴	ÉTICO Y SOLIDARIO
GRUPO INTERDIN	CREACIÓN DE CULTURA EN ESPAÑOL, FIMF	ÉTICO

Fondos y Planes de Pensiones Éticos en España a junio de 2006

Entidad	Gestora	Fondos de pensiones	Carácter
GRUPO SABADELL -ATLÁNTICO	BANCO DE SABADELL, S.A.	BS PLAN DE PENSIONES	ÉTICO Y SOLIDARIO
CAIXA CATALUNYA	ASCAT	CAIXA CATALUNYA VIII	ÉTICO

Iniciativas que promueven la banca ética en España

Organización	Descripción	Web
FIARE	Se constituye como una fundación sin ánimo de lucro, independiente, abierta a la participación, al servicio de las necesidades financieras de la economía social y, desde el rigor profesional, se propone pro-	www.fiare.org

44. Utiliza la herramienta EIRIS.

Organización	Descripción	Web
GAP	<p>pone responder a la demanda creciente de ahorro e inversión según criterios éticamente exigentes.</p> <p>Asociación sin ánimo de lucro, constituida en 2002 que se define como "Club de inversión" para el intercambio de ideas, opiniones, criterios, documentación, etc. con el objetivo de ayudar a sus socios a invertir el dinero de una forma socialmente rentable.</p>	<p>www.gap.org.es</p>
COOP 57	<p>Cooperativa catalana de servicios financieros que desde 1995 presta este tipo de servicios a sus socios. Sus principales beneficiarios son cooperativas de trabajo asociado.</p>	<p>www.coop57.coop</p>
IDEAS	<p>Cooperativa con un ámbito de actuación en Economía Solidaria y Comercio Justo, que tiene como uno de sus objetivos el fomento de la banca y la financiación alternativa.</p>	<p>www.ideas.coop</p>

Organización	Descripción	Web
REAS	<p>Para ello ha habilitado una Sección de Crédito, que intentará canalizar los ahorros de los Socios/as.</p> <p>Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria, compuesta por más de un centenar de entidades agrupadas en redes territoriales y sectoriales, con actuación en todo el territorio español.</p>	<p>www.reasnet.com</p>
RUFAS	<p>Red de Útiles Financieros Alternativos y Solidarios, se fundamenta en unos principios básicos que reconocen el derecho del ahorrador a conocer el destino final de sus inversiones y el deber de obtener rentabilidad social y medioambiental a través de la misma.</p>	<p>www.reasnet.com/rufas/</p>
OIKOCREDIT	<p>Cooperativa mundial que promueve la justicia global animando a personas, iglesias y otros grupos sociales a compartir sus recursos a</p>	<p>www.oikocredit.org</p>

Organización	Descripción	Web
	través de inversiones socialmente responsables y apoyando a personas necesitadas mediante créditos.	

Otras iniciativas de finanzas alternativas

Organización	Territorio	Web
Asociación por un Interés Solidario	Sevilla	No tiene
La Alcanía	Cádiz	www.alcancia.tk
Asociación para la Financiación Solidaria	Zaragoza	www.financiacionsolidaria.org
Red Anagos	Tenerife	www.redanagos.org
Economía Solidaria Riojana	Logroño	No tiene
Luna	Valencia	www.iuna.org
Banca ética de Badajoz	Badajoz	www.badajoz.org/bancaetica

Productos y servicios de personas con dificultad de acceso al mercado laboral

En nuestra sociedad conviven colectivos de personas con dificultades especiales para incorporarse al mercado laboral: por un lado, personas con alguna discapacidad, y por otro lado personas en situación o con grave riesgo de exclusión social. Este segundo colectivo incluye desempleados de muy larga duración, jóvenes que no han terminado el período de la escolaridad obligatoria, ex-toxicómanos en proceso de rehabilitación y reinserción social, internos de centros penitenciarios y ex-reclusos en paro, pero también otros colectivos como pueden ser minorías étnicas, inmigrantes o personas con cargas familiares especiales y en situación de exclusión.⁴⁵

Para las **personas con discapacidad**, básicamente existen dos vías para lograr la integración laboral: el **mercado laboral ordinario**, y el empleo protegido. Respecto al mercado laboral ordinario, se establecieron regulaciones que buscan garantizar la integración de las personas con discapacidad. La más importante es la cuota de reserva: las empresas públicas y privadas con 50 o más trabajadores fijos en su plantilla, están obligados por ley a reservar el 2% de su plantilla a trabajadores con discapacidad. La Administración Pública, por su parte, debe reservar un 5% de las plazas en las convocatorias de funcionarios y de personal laboral. La realidad, sin embargo, demuestra que estas cuotas de reserva no se están cumpliendo, por lo cual desde el año 2000 se han creado unas medidas alternativas con carácter excepcional para su cumplimiento.⁴⁶ Una de ellas es la contratación de bienes o servicios a

45. Fuente: CEPES. Anuario 2003, p. 38/39.

46. Las medidas alternativas están reguladas por el Real Decreto 364/2005, de 8 de abril (B.O.E. de 20 de abril de 2005).

centros especiales de empleo. Los centros especiales de empleo son empresas de la economía social que combinan la viabilidad económica y su participación en el mercado con su compromiso social hacia colectivos con menores oportunidades en el mercado de trabajo.⁴⁷ Ofrecen un lugar de trabajo a aquellas personas con discapacidad que no logran incorporarse al mercado ordinario.

Para las **personas en exclusión social** o grave riesgo de padecerla y con grandes dificultades para encontrar un empleo, se han creado las **empresas de inserción social**. Son estructuras productivas que trabajan en el mercado produciendo bienes y servicios y tienen el objetivo adicional de la integración social de sus trabajadores. Actúan como empresas de tránsito donde personas con dificultades de inserción sociolaboral desarrollan las capacidades necesarias para el desempeño de un trabajo mediante la fórmula de “aprender trabajando”.⁴⁸

Muchos centros de empleo especial y empresas de inserción social trabajan para otras empresas, por ejemplo produciendo piezas para la industria. Otros centros o empresas sí producen para el consumidor final, pero todavía no existe una marca o un distintivo generalizado que permita identificar su origen y que guíe al consumidor responsable que busque contribuir a la integración de personas con dificultades para acceder al mercado laboral a través de la compra de sus productos. Sin embargo, podemos adoptar comportamientos que pueden facilitar su integración sociolaboral.

47. Fuente: CEPES. Anuario 2003. p. 36.

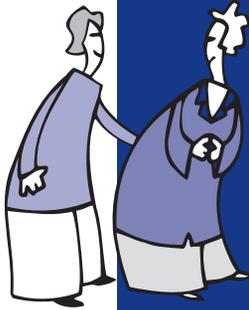
48. Fuente de la definición: Federación Española de Empresas de Inserción:

<http://www.fedei.org/index.asp?MP=2&MS=24>

Grandes pequeños actos⁴⁹

Qué hacer

Eliminar las barreras mentales



Comprar productos y optar por servicios ofrecidos por colectivos de personas con discapacidad o empresas de inserción

Reconocer las buenas prácticas de empresas no vinculadas a la inserción laboral

Cómo

- ❑ Demuestra paciencia con las personas que tarden más en el trabajo por alguna deficiencia o discapacidad.
- ❑ Ten presente que no existen personas discapacitadas, sino personas con discapacidad que puede dificultar ciertas actividades que consideramos “normales” en la sociedad.
- ❑ Adopta una actitud abierta hacia los profesionales que pertenecen o han pertenecido a algún colectivo en exclusión social.
- ❑ Infórmate sobre los productos que ofrecen las empresas de inserción y centros especiales de empleo en tu ciudad. La búsqueda se puede realizar a través de organizaciones especializadas como la FEDEI.⁵⁰
- ❑ Pregunta a las empresas de más de 50 empleados fijos en sus plantillas si cumplen con la cuota de reserva del 2%.

49. “Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado”. Charles Baudelaire.

50. Federación Española de Empresas de Inserción. <http://www.fedei.org/>

Qué hacer

Cómo

- ▣ Interésate también por otras prácticas que fomentan la integración laboral de personas con especial dificultad de acceso al mercado de trabajo.
- ▣ Reconoce estas buenas prácticas a través de la compra a estas empresas.

Beneficios

Contribuirás a una sociedad más integradora y social.

Apostarás por una economía con valor social añadido.

Contribuirás a que personas con dificultades vean cumplido su derecho a un empleo.

Sabías que...

Más de **3,5 millones de personas con discapacidad** en España (un 9% de la población total) están representadas por 2.900 asociaciones integradas en el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI).

A finales de 2005, en España existen **60 empresas de inserción** y **760 centros especiales de empleo**. El número de trabajadores en inserción alcanzo los 1.618 y el número de trabajadores con discapacidad los 65.440.⁵¹

La Fundación ONCE, creada en 1988 tiene por objetivo la realización de programas de integración laboral -formación y empleo para personas discapacitadas-, y accesibilidad global, promoviendo la creación de entornos, productos y servicios globalmente accesibles. En ella se integra el Grupo Fundosa para el desarrollo de iniciativas empresariales que dan empleo a 13.211 personas de las que un 70% son personas con discapacidad (9.247 personas).

Casos:

La Fageda es una **cooperativa catalana de iniciativa social** sin ánimo de lucro, cuya finalidad es la integración sociolaboral de las personas de la comarca de la Garrotxa que padecen discapacidad psíquica o trastornos mentales severos. Está formada por 203 personas, incluidos los usuarios y profesionales. El Mas Els Casals, la sede social, se encuentra en el hayedo de Jordà, una de las principales reservas del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa (Girona). En esta finca de 15 hectáreas, se llevan a cabo la mayoría de las actividades, tanto asistenciales como productivas. Las actividades productivas de la cooperativa son eminentemente agrícolas y se desarrollan dentro del marco administrativo de un Centro Especial de Empleo: un vivero forestal, una granja de vacas para la producción de leche, la planta de elaboración de productos lácteos, y la sección de jardinería. Las actividades

51. Fuente: CEPES. Anuario 2005, página 52.

asistenciales, un servicio de trabajo ocupacional, pisos asistidos para los trabajadores y actividades de ocio, persiguen mejorar al máximo la calidad de vida de sus usuarios. El principal producto de La Fageda es el **yogurt de granja**. La granja de vacas lecheras está avalada por la certificación de calidad ISO 9001 – 2000. La Diputación de Girona le ha otorgado, además, el premio de calidad a la mejor leche de la región gerundense.

<http://www.fageda.com/main.xml>

La cadena textil **Massimo Dutti** y la **Fundación El Molí d'en Puigvert** formalizaron en abril de 2002 el proyecto de colaboración **For & From Special People** para abrir un establecimiento comercial de la cadena en Palafolls. La Fundación gestiona esta tienda como un centro de trabajo para personas con trastornos mentales severos. Su objetivo es proporcionar empleo y capacitación profesional a este colectivo, con dificultades de inserción. La tienda vende prendas de fuera de temporada de Massimo Dutti a precios muy competitivos. La plantilla está formada por un equipo de cinco personas y tres de ellas tienen un diagnóstico de Trastornos Mentales Severos (TMS). El contacto directo y permanente con los clientes y la comercialización de productos en condiciones especiales suponen un importante paso para su integración socio-laboral.

La Fundación Privada El Molí d'en Puigvert es una entidad sin ánimo de lucro creada en 2002 por el Ayuntamiento de Palafolls, la Comunitat Terapèutica del Maresme y la Cooperativa Agrícola de Palafolls (Barcelona). La fundación nace con el objetivo de impulsar, crear y gestionar proyectos empresariales sociales, de carácter innovador y con autonomía de gestión para facilitar la integración laboral y social de personas con trastornos de salud mental. La tienda en

Palafolls factura aproximadamente medio millón de euros al año y el proyecto es viable económicamente sin precisar de aportaciones extraordinarias.⁵²

La empresa **MRW**, dedicada a servicios de mensajería, tiene firmado un acuerdo con la **Fundación ONCE** para integrar en plantilla a personas con discapacidad. Desde 1997 hasta el 31 de diciembre de 2005 se han contratado a 259 personas con discapacidad en todo el grupo. MRW ha contratado, además, a dos **centros especiales de empleo** (empresas con un 70% de discapacitados en plantilla), el tratamiento y reciclado de los residuos de la compañía y la venta de productos especiales. En 2005 estos servicios han supuesto una facturación de 7.221 y 18.733 euros respectivamente. MRW ha sido la primera empresa que ha obtenido la certificación EFR como empresa familiarmente responsable.

<http://www.mrw.es/index.asp>

Enlaces

<http://www.ine.es/inebase/cgi/um?M=%2FtI5%2Fp4I8&O=inebase&N=&L=Encuesta de Discapacidades, Deficiencias y Estado de Salud 1999. Instituto Nacional de Estadística>

<http://www.discapnet.es/Discapnet/Castellano/Empleo/Centros/default.htm>
Disc@pnet

<http://www.fedei.org/>
Federación Española de Empresas de Inserción

52. Fuente: Desempeño Social y Medioambiental. Memoria 2005. INDITEX.

http://www.fundaciononce.es/WFO/Castellano/Ambitos_Actuacion/Grupo_Fundosa/default.htm
FUNDOSA, Fundación ONCE

<http://www.ceosa.org/ceosa/es/>
Corporación Empresarial ONCE, ejemplos de empresas de inserción

<http://www.admolinos.org/>
Agrupación Desarrollo Los Molinos, ejemplos de iniciativas de inserción sociolaboral

<http://www.cermi.es/cermi/>
Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad

Turismo responsable

Cuando se acercan nuestras vacaciones, solemos tener ganas de cambiar de aire, vivir nuevas experiencias, descubrir culturas y lugares desconocidos en una palabra: permitírnos algo especial.

Vivir vacaciones especiales no significa, sin embargo, dejar de ser un consumidor responsable, ¡todo lo contrario! No ser un turista responsable sería como si el año tuviese solamente once meses.

Ser turista responsable es un reto especial ya que nos movemos en un contexto no habitual para nosotros. Somos consumidores de servicios que no suelen formar parte de nuestro consumo diario: el viaje, alojamiento, restaurantes, visitas culturales, deporte, recuerdos, etc.

La publicidad nos insinúa que merecemos algo especial y una temporada sin preocupaciones. Pero como consumidores responsables, valoramos el impacto que tienen nuestras vacaciones en el medioambiente y en el desarrollo de las sociedades que visitamos.

Desde mediados del siglo xx el turismo ha registrado un desarrollo explosivo y para muchos países se ha convertido en una fuente de ingresos sumamente importante. En muchos casos, las oportunidades de negocio han obviado, sin embargo, las consideraciones sociales y medioambientales. La explotación inmobiliaria de algunas costas españolas puede servir de ejemplo.

Desde un punto de vista económico, el turismo es un sector más en el que podemos observar profundas desigualdades entre la riqueza y la pobreza mundial. Estas desigualdades se plasman tanto en el origen y destino de los turistas, la rentabilidad del negocio turístico en los países visitados como en la capacidad de un desarrollo turístico sostenible y guiado.

A la luz de los impactos sociales y medioambientales experimentados y las lecciones aprendidas nacieron formas e iniciativas de turismo que buscan el equilibrio entre el beneficio económico, el desarrollo social, la preservación y contacto respetuoso con la cultura receptora, y el cuidado del medio ambiente. Las iniciativas que encontramos se suelen llamar turismo responsable, sostenible, ecológico o verde. Además de optar por agentes y ofertas de viaje que impulsan prácticas responsables, también podemos contribuir, a través de nuestro comportamiento personal, a un turismo más responsable.

Pequeños grandes actos⁵³

Qué hacer

Elegir conscientemente el destino turístico

Cómo

- ▣ Infórmate sobre la situación actual en el país que te interesa visitar. El Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación ofrece en su página web información por países y regiones que incluye recomendaciones de viaje.⁵⁴
- ▣ Si decides viajar a un país empobrecido, elige conscientemente si quieres pasar vacaciones como en una burbuja aislada de la realidad del país o si quieres conocer a la gente y contribuir con tu turismo al desarrollo de su situación socio-económica.
- ▣ Si optas por un país con graves conflictos políticos, gobernados por dictadores o donde se emplea trabajo forzado, evalúa el riesgo de hacerte cómplice de violaciones de derechos humanos.⁵⁵

53. "Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado". Charles Baudelaire.

54. <http://www.mae.es/es/MenuPpal/Paises/>.

55. Un ejemplo es Myanmar, anteriormente Birma. El gobierno ha empleado trabajo forzado para preparar sitios y servicios de interés turístico, y el turismo internacional se podrá interpretar como una aprobación del gobierno de Myanmar. Además, está prohibido viajar a varias zonas del país, sobre todo las habitadas por minorías. Es imposible visitar el país sin que alguna parte del dinero del turista vaya a la junta militar, y activistas reclaman que los dólares

Qué hacer

Optar por medios de transporte menos contaminantes

Cómo

- ❑ Sé consciente de que un destino lejano significa un desplazamiento en avión y conlleva un impacto medioambiental considerable.
- ❑ No dejes que te convenza una oferta turística económica sin tomar en consideración criterios sociales y medioambientales.
- ❑ Para viajes cortos de un fin de semana o pocos días, elige destinos cercanos y evita el avión. Las ofertas de las nuevas líneas aéreas de bajo coste son muy tentativas, pero poco sostenibles bajo un punto de vista ecológico.
- ❑ Evalúa qué opción es más respetuosa con el medio ambiente para tu destino de vacaciones.
- ❑ Evalúa qué movilidad buscas una vez que estás en el destino de viaje. Te puede compensar viajar en tren o autobús hasta tu destino y aprovechar luego el transporte público de la ciudad.
- ❑ Plantéate rutas en bicicleta y viaja al punto de salida en tren. Por lo general, se permi-

de los turistas alimentan directamente la represión por el gobierno. Aung San Suu Kyi, líder del movimiento pacífico por los derechos humanos y la democracia en Myanmar, ha pedido a los turistas que no visiten el país. (Fuente: <http://www.lonelyplanet.com/worldguide/destinations/asia/myanmar/> 17.10.2006)

Qué hacer

Elegir un alojamiento que cumple con su responsabilidad social y/o que contribuye al desarrollo socio-económico de la región

Respetar el medio ambiente en el lugar turístico

Cómo

te el acceso de bicicletas a los trenes de Renfe. Infórmate sobre los cupos y restricciones de horario que pueda haber en el trayecto elegido.

- ❑ Elige alojamientos que han obtenido algún distintivo de calidad reconocido como puede ser la Flor Europea⁵⁶ de medioambiente.
- ❑ Infórmate a través de las oficinas de turismo acerca de certificaciones medioambientales y sociales del país o de la región que visitas.
- ❑ Elige conscientemente entre un alojamiento de una cadena (internacional) de hoteles o un alojamiento particular. Este te ofrece la posibilidad de conocer la gente de tu destino y te permite contribuir al fortalecimiento de la infraestructura y el desarrollo económico local.
- ❑ Separa y recicla tu basura en el lugar de vacaciones tal como lo haces en casa. También en el extranjero reconocerás fácilmente los contenedores por los dibujos en sus pegatinas.

56. <http://www.eco-label.com/spanish/>

Qué hacer



Cómo

- ❑ Asegúrate de no despilfarrar agua y energía. Actúa en este sentido como en tu casa, por mucho que hayas pagado por tu alojamiento.
- ❑ En muchos hoteles, en lugar de de cambiar las toallas y sábanas todos los días, solamente lo hacen cuando el huésped las deja en el suelo. Con esto se ahorra agua, detergente y energía. Aprecia esta medida y colabora.
- ❑ Asegúrate de recoger tu basura, especialmente en los espacios naturales como la montaña, el bosque o la playa. Llévala de vuelta a las zonas urbanas e introdúcela en los sistemas de reciclaje. No tires tus colillas, guárdalas en una caja o bolsita hasta encontrar una papelería.
- ❑ Ten cuidado con el fuego. Una colilla o botella de vidrio tirada, una barbacoa o una hoguera pueden causar graves incendios.
- ❑ Desiste del golf en zonas de escasez de agua. Aunque las instalaciones se rieguen con agua no potable, ésta es necesaria en los ecosistemas.
- ❑ Evita practicar el esquí en zonas de escasez de nieve para no perjudicar sobremanera el medioambiente. Desiste de zonas que se

Qué hacer

Respetar la cultura en el lugar turístico

Cómo

equipan con nieve artificial o proveniente de otros lugares, dado que estas prácticas conllevan un gran consumo de energía de forma irresponsable.

- ❑ Si no tienes cámara fotográfica, pide una prestada a amigos o familiares. No optes por cámaras desechables, que generan residuos contaminantes.
- ❑ Adapta tus exigencias a la realidad del lugar. En un sitio perdido y paradisíaco no esperes una Coca-Cola fresca y una tienda de campaña con aire acondicionado. Supondrían un gasto energético desmesurado si no se emplean fuentes de energías renovables.
- ❑ Interésate por la cultura de tu destino turístico y sé respetuoso con los autóctonos.
- ❑ Si quieres sacar fotos a las personas, pídeles permiso y respeta su decisión.
- ❑ En los países empobrecidos, no busques el mismo estándar que tienes en casa. Está fuera de la realidad del país y puede significar un esfuerzo desmesurado para la gente.
- ❑ Descubre la gastronomía tradicional de tu destino turístico frente a lo conocido y glo-

Qué hacer

Elegir recuerdos sostenibles

Cómo

balizado. Contribuirás a conservar la diversidad cultural.

- ❑ No practiques el turismo sexual o el turismo sexual infantil. No se puede justificar por diferencias culturales o llamándolo por otro nombre. El sexo con menores de edad por dinero, comida o regalos significa explotación sexual infantil.
- ❑ No debes llevarte flora o fauna protegidas cuya exportación es un delito. También debes desistir de los animales disecados y los productos elaborados a partir de flora y fauna protegidas, como pueden ser joyas y bisutería, pieles, etc.⁵⁷
- ❑ En los países empobrecidos, asegúrate de no comprar recuerdos en cuya fabricación puede haber habido situaciones laborales precarias o explotación infantil. Lo puedes evitar comprando a cooperativas de mujeres o artesanos, y además estarás contribuyendo a fortalecer el tejido empresarial local.

57. Más información en la página web de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres. <http://www.cites.org/esp/>

Beneficios

Contribuirás al desarrollo de un turismo respetuoso con el medio ambiente.

Tendrás la oportunidad de relacionarte con la gente del país y vivir una verdadera experiencia intercultural.

Contribuirás a que sobreviva la variedad y riqueza cultural de los países.

Contribuirás al desarrollo económico del país de forma sostenible.

Sabías que....

Entre 1950 y 2000, el **número de turistas internacionales** pasó de pocas decenas de millones a cerca de 700 millones, y la tendencia apunta a un crecimiento sostenido. (Fuente: El Atlas de Le Monde Diplomatique, abril 2003)

Existe una **Organización Mundial del Turismo** (OMT) y tiene su sede en Madrid. Es una organización intergubernamental que representa un foro mundial en política y cuestiones turísticas. Entre sus Miembros figuran 144 países y territorios, así como más de 350 Miembros Afiliados de los sectores público y privado. La OMT pretende fomentar y desarrollar el turismo como instrumento importante para la paz y el entendimiento mundial, el desarrollo económico y el comercio internacional. En 1999, sus miembros adoptaron

un Código Ético Mundial para el Turismo. La página web de la OMT contiene una sección de Desarrollo Sostenible del Turismo.

Más información: http://www.world-tourism.org/index_es.htm

Ya son varias las organizaciones no gubernamentales especializadas en cuestiones de turismo, desarrollo, justicia y sostenibilidad. Ofrecen noticias, documentos, estudios, talleres, viajes y oportunidades de involucrarte como voluntaria/o. Ejemplos de organizaciones en España son “Turismo Justo” y “Acción por un turismo responsable”.

Más información: <http://www.turismojusto.org/> y <http://www.turismo-responsable.org/>

Casos:

La organización no gubernamental **SETEM** organiza **Campos de Solidaridad** en diversos países del Tercer Mundo como Ecuador, Perú, El Salvador, Guatemala, Bolivia, Nicaragua, Togo, la India y Nepal. A través de los viajes, SETEM quiere ofrecer la ocasión para vivir, entender y compartir las necesidades e inquietudes que afrontan día a día los hombres y mujeres de los países del Sur. Se pretende, además, originar en los participantes una nueva forma de ver el mundo y otra forma de plantearse el presente y el futuro, gracias la relación directa con las personas. Las áreas de acción de los campos de solidaridad son saneamiento, educación, comercio justo, animación socio-cultural y actividades de ocio y tiempo libre.

Más información: <http://www.setem.org/madrid/generales.php?id=13&lg=es>



En España, a mediados de 2006, son tres los alojamientos turísticos que han recibido la **etiqueta ecológica europea**, la Flor Europea. Son las instalaciones Sunwing Resort Arguineguin (Gran Canaria) y Bouganvilla (Cala Bona-Son Servera-Mallorca), y la empresa de turismo rural Mas Fuselles (Cornella de Terri – Girona). La Flor Europea en los servicios de alojamiento turístico significa que el consumo de energía y agua es limitado, se reduce la producción de residuos, se favorece el uso de recursos renovables y de sustancias que son menos peligrosas al medio ambiente y se fomenta la educación y la comunicación sobre aspectos medioambientales. En toda la Unión Europea, ya son más de 65 alojamientos turísticos y 11 campings que han obtenido esta distinción.

Más información a través de <http://www.eco-label.com/spanish/>.



“**Bandera Azul**” es un programa de la Fundación para la Educación Ambiental (FEE) que trabaja por un desarrollo sostenible en playas y puertos deportivos. Concede su etiqueta ecológica a aquellas playas y puertos que cumplen criterios estrictos de calidad de sus aguas de baño, información y educación ambiental, gestión ambiental, así como seguridad y otros servicios. Desde el año 1987 el número de playas y puertos deportivos participantes en Bandera Azul viene aumentando, pese al endurecimiento de los criterios de concesión. Estos criterios se revisan periódicamente a la luz de nuevos conocimientos científicos, cambios legislativos y en general, para que los participantes de la campaña se esfuercen constantemente por lograr una mayor calidad ambiental. La Fundación para la Educación Ambiental (FEE) coopera, además, con el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y con la

Organización Mundial del Turismo (OMT) en la extensión de la Campaña fuera de Europa. En junio de 2006, en España eran 480 playas y 82 puertos deportivos los que habían recibido la distinción ecológica.

Más información: <http://www.blueflag.org/blueflag/2006/Spain>

Enlaces:

http://www.world-tourism.org/index_es.htm

Organización Mundial del Turismo

<http://www.turismoresponsable.net/>

Directorio de asociaciones, instituciones, proyectos y eventos de turismo sostenible y responsable

<http://www.propoortourism.org.uk/>

Pro Poor Tourism

<http://www.icte.es/index.html>

Instituto para la Calidad Turística Española

<http://www.turismosostenible.info/>

Fundación Entorno

EVITAR RESIDUOS Y LA REGLA DE LAS 3 R: REDUCIR, REUTILIZAR, RECICLAR

Los residuos y su problemática

Nuestro actual estilo de vida basado en el consumo excesivo y la cultura del “usar y tirar” han llevado a un nivel insostenible la generación de residuos. Cada vez consumimos más productos procesados que conllevan sus embalajes y envoltorios. Consumimos gran cantidad de productos de poca durabilidad o sometidos a las modas efímeras que acaban pronto en la basura, por ejemplo porque su arreglo no parece rentable. La contaminación que causa nuestro consumismo es compleja y se produce tanto en el momento de obtener materias primas para fabricar productos, como durante la propia producción, comercialización y eliminación o recuperación de los residuos.

De esta manera la naturaleza se ve confrontada con cantidades de residuos de los cuales ya no se puede deshacer fácilmente. En España, sólo los residuos sólidos urbanos (RSU) han aumentado el 40% en el periodo 1996-2003, incumpliendo el objetivo de reducir el 6% de la generación de RSU establecido en el Plan Nacional de Residuos.⁵⁸

¿Qué entendemos por residuos?

“Residuo es todo material inútil o no deseado, originado por la actividad humana, en cualquier estado físico (sólido, líquido, gaseoso, y sus respectivas mezclas) y que puede ser liberado en cualquier medio receptor (atmósfera,

58. Informe de Greenpeace de 02/2006: Situación de las basuras en España.

agua, suelo). Incluye por tanto no sólo los residuos sólidos, sino también los efluentes líquidos y las emisiones gaseosas.”⁵⁹

En esta guía que se dirige al consumidor particular, nos limitamos a los denominados residuos sólidos urbanos (o municipales), que son las basuras domésticas y el resto de desechos generados dentro de una población. La responsabilidad de su gestión es de los municipios.⁶⁰ No debemos olvidar que también somos corresponsables de los residuos industriales, porque la fabricación de cualquier producto de consumo conlleva, por su parte, la generación de residuos y el uso de materias primas, energía y agua.

“Los Residuos Sólidos Urbanos (RSU) son las basuras que producimos diariamente en nuestras casas, tiendas, oficinas, mercados, restaurantes, calles, etc. También las fábricas producen algunos RSU, particularmente en las oficinas, almacenes o comedores (papel, cartón, envases y restos de alimentos...)”

Fuente: consumer.es:

<http://escuelas.consumer.es/web/es/reciclaje/online/pag0102.php>

¿Qué se puede hacer para abordar el problema de los residuos?

Evitar al cien por cien la generación de residuos es imposible, pero esto no debe servirnos como excusa para que todo siga igual. Como respuesta al consumidor para hacer frente al problema de los residuos se ha establecido **“La regla de las tres Erres”**:

59. Informe de Greenpeace de 02/ 2006: *Situación de las basuras en España*.

60. Fuente adaptada: ídem.

- ❑ Reducir *significa ahorrar materias primas.*
- ❑ Reutilizar *significa alargar la vida útil de los materiales.*
- ❑ Reciclar *significa reintroducir en el sistema productivo.*

En el siguiente apartado de “Pequeños Grandes Actos” te proponemos toda una gama de acciones que se basan en estas tres ideas fundamentales.

Residuos reciclables....

Son “todos aquellos desechos que pueden reciclarse (reintroducirse en el sistema productivo), o en procesos in situ (el mismo proceso productivo que los genera), o en alguna actividad de valorización que permita su aprovechamiento material en nuevos procesos productivos.”⁶¹ Se habla de “downcycling” en los casos de reciclaje donde la calidad de las materias primas disminuye con cada vuelta que dan por el proceso de reciclar.

Pequeños grandes actos⁶²

Qué hacer	Cómo
Reducir	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Evalúa tus verdaderas necesidades y en función de éstas realiza tu consumo. Sustráete a los efectos de la publicidad, y a modas superfluas.

61. Informe de Greenpeace de 02/2006: Situación de las basuras en España.

62. “Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado”. Charles Baudelaire.

Qué hacer



Reutilizar

Cómo

- ❑ Compra cantidades manejables de productos perecederos para no tener que tirarlos.
- ❑ Opta por productos con menos envase o envoltorio para reducir la basura.
- ❑ Llévate una bolsa de tela, una mochila o un carrito a la compra para evitar las bolsas de plástico.
- ❑ Rechaza la comida rápida por la basura desproporcionada que conlleva. “Coffee to go” (café para llevar) es muy cómodo, pero también muy negativo para el medio ambiente.
- ❑ Comparte utensilios que no utilizas a menudo con familiares, amigos o colegas de trabajo; por ejemplo máquina de coser, taladradora, tienda de campaña, etc.
- ❑ Utiliza los electrodomésticos de manera responsable: por ejemplo, pon la lavadora y el lavaplatos sólo cuando están llenos, y evita poner comida caliente en la nevera.
- ❑ Reutiliza bolsas, papel de regalo y el dorso de papel de escribir.
- ❑ Compra productos hechos a partir de materiales reciclados, como el papel reci-

Qué hacer



Reciclar

Cómo

- ▣ clado. Manifiesta tu interés por estos productos si tu comerciante no los vende.
- ▣ Almacena el agua de la ducha antes que alcance la temperatura que quieres y el agua de lluvia para regar plantas y flores y para limpiar.⁶³
- ▣ Compra bienes de segunda mano. Hay tiendas especializadas sobre todo en ropa, y periódicos como el Segunda Mano donde encuentras cualquier utensilio.
- ▣ Repara las cosas que se te rompen. A la hora de evaluar si vale la pena un arreglo profesional, considera también el impacto medioambiental que significa la fabricación de un nuevo producto. Es una nueva manera de entender la rentabilidad.
- ▣ Dona, regala o vende las cosas que ya no te sirven antes de tirarlas.
- ▣ Compra bebidas en envases de vidrio reutilizables siempre que puedas frente a las latas y botellas de un solo uso.
- ▣ Separa tu basura y entrégala a los servicios que ofrece tu municipalidad, que son los contenedores y “Puntos Limpios”.

63. Más información sobre un uso razonable del agua en <http://www.agua-dulce.org/>

Qué hacer



Cómo

- ❑ Dirígete al servicio de información de tu Ayuntamiento, o directamente a la Consejería de Medio Ambiente de tu comunidad para que te faciliten información sobre “Puntos Limpios” y servicios de recogida de muebles.
- ❑ Residuos peligrosos como baterías, pilas, material informático, electrodomésticos, pinturas y esmaltes o de gran volumen se tienen que entregar en los “Puntos Limpios” o “Ecoparques” de tu municipalidad. Infórmate sobre la lista completa de residuos que necesitan una entrega especial.⁶⁴
- ❑ Papel y vidrio se llevan a los contenedores azules y verdes en la calle. En algunos lugares también hay contenedores amarillos para envases; en otros casos se recuperan los envases directamente en un cubo con tapa amarilla de tu comunidad.
- ❑ Aprovecha tus residuos de masa orgánica para el compostaje. Constituye casi la mitad de tu cubo de basura.

64. Más información sobre los “Puntos Limpios” y residuos a entregar allí en <http://www.redcicla.com/>.

Qué hacer



Hacerte oír

Cómo

- ❑ Deposita los medicamentos caducados en tu farmacia.
- ❑ Cuando tengas que tirar un aparato eléctrico o electrónico, ponte en contacto con la empresa fabricante e infórmate sobre cómo reciclarlo. Las empresas son responsables de la recogida y reciclaje de sus productos.
- ❑ Apoya campañas de protección medioambiental. Tu firma o donación da peso a las acciones sobre empresas y administraciones públicas.
- ❑ Dirígete a las empresas por tu preocupación, por ejemplo si no estás de acuerdo con el envase de un producto o la publicidad agresiva con el medio ambiente que te llega a tu buzón.
- ❑ Contacta con las Administraciones Públicas si piensas que el sistema de reciclaje de tu municipalidad necesita ser mejorado.
- ❑ Busca el diálogo con tu empleador y colegas si piensas que se pueden evitar residuos en tu lugar de trabajo.

Beneficios

Reduciendo tu consumo y reciclando tus residuos, participarás activamente en la protección del medio ambiente y ayudarás a frenar el agotamiento de los recursos naturales. Contribuirás a un medio ambiente más sano.

Reutilizar las cosas y alargar su vida útil significará también un ahorro económico para ti.

Limitaciones en la responsabilidad del consumidor y otros agentes claves en temas de residuos

No todo el material que entregamos a los servicios municipales de recogida selectiva se aprovecha para el reciclaje.⁶⁵ También es cierto que el tratamiento de los residuos para algunos significa un negocio mientras nosotros, los consumidores, no recibimos ninguna remuneración económica por entregar nuestros desechos a los sistemas de reciclaje. Nuestra recompensa es mucho más idealista: un medio ambiente mejor.

Noticias sobre exportaciones ilegales de basura, el no aprovechamiento de parte de los residuos que entregamos o la contaminación causada por empresas o guerras pueden a veces poner en cuestión nuestros intentos como consumidores de hacer frente al problema de los residuos. Sin embar-

65. Véase el Informe de Greenpeace 2006 "Situación de las basuras en España", cap. 5: Las mentiras del "reciclaje".

go, todo eso no nos debe servir de excusa para no aplicar la regla de las 3 Erres y hacer todo lo que está a nuestro alcance y, por lo tanto, parte de nuestra responsabilidad.

Si pensamos que una empresa de cuyos productos o servicios disfrutamos, o las Administraciones Públicas podrían mejorar su responsabilidad, debemos buscar el diálogo con ellos y exigir que asuman sus responsabilidades. Puedes aprovechar las campañas de organizaciones medioambientales para hacerte oír y dar peso a tu opinión.

Sabías que:

Duplicando la vida útil de un coche ahorraríamos las 15 Tn de materiales que se requieren para fabricar uno nuevo, reciclando papel podríamos aprovechar la madera seis veces en lugar de una. (Fuente: Informe de Greenpeace de 02/2006: Situación de las basuras en España)

Según datos elaborados por Ecovidrio, durante 2005 los españoles reciclaron un 9,6% más de residuos de **envases de vidrio** que el año anterior, depositando en los contenedores 513.302 toneladas, 44.789 más que en 2004, año en el que se recogieron 468.512. Los datos presentados equivalen a una tasa de reciclado de cerca del 45%.

Fuente: Boletín Ecovidrio nº 19, abril-junio 2006

Ya puedes calcular el impacto medioambiental de tu estilo de vida. La calculadora de la **Huella Ecológica** estima cuánto terreno y espacio marino es necesario para generar todo lo que estás consumiendo y tirando a la basu-

ra. Después de responder a 15 preguntas sencillas, podrás comparar tu Huella Ecológica con la de otros y con la capacidad ecológica disponible en este planeta.

<http://www.earthday.net/footprint/info.asp>

España dispone de un “**Plan Nacional de Residuos Urbanos (2000-2006)**”. Tiene por objeto prevenir la producción de residuos, establecer sus sistemas de gestión y promover, por este orden, su reducción, reutilización, reciclado y otras formas de valorización. El Plan incorpora las directrices, prioridades y criterios establecidos por la Unión Europea, y viene a dar respuesta a la obligación de establecer planes de gestión de residuos, tal y como se especifica en la Directiva 91/156/CEE, conocida como *Directiva marco de residuos*.

Casos:



© **La cooperativa Abacus** y **Greenpeace** han firmado un convenio de colaboración para fomentar el consumo responsable de productos de papel. El convenio prevé que Greenpeace informe y asesore sobre productos elaborados con criterios sostenibles para que se distribuyan a la cooperativa y se hagan charlas en los establecimientos. Además, las dos entidades promoverán el uso de papel reciclado o de papel de fibra virgen certificada FSC⁶⁶ en los centros educativos. Así

66. Forest Stewardship Council (FSC) certifica que la materia prima basada en la madera proviene de bosques cuya explotación ha minimizado los impactos en el medio ambiente y en la población. Más información en <http://www.fscspain.org/>.

mismo, la cooperativa toma parte activa en la campaña de Greenpeace para defender los últimos bosques primarios del mundo, de los que solo queda el 20% de su superficie original.



En el mercado español, podemos encontrar también papel reciclado certificado con el “**Ángel Azul**”, un distintivo alemán de excelencia ambiental con una trayectoria de más de 25 años. Ya son alrededor de 3.600 productos y servicios los que tienen derecho a llevar este distintivo. En el caso del papel reciclado, el Ángel Azul garantiza que el papel es, al menos, 95% reciclado, blanqueado sin cloro (TCF), sin blanqueadores ópticos y cantidades mínimas de formaldehído y PCBs. Además de sus altas exigencias ambientales, también es un sello muy exigente en cuestión de calidades técnicas del papel. Por ejemplo, el papel de fotocopiadora debe cumplir las normas de calidad sobre durabilidad del papel y las normas para aptitud de impresión en fotocopiadoras. En Alemania, el Ángel Azul se ha convertido en una ayuda muy práctica para tomar decisiones de compra responsables.⁶⁷



El programa **Ropa Amiga**⁶⁸ es un proyecto de inserción laboral mediante la reutilización de ropa en buen estado en Cataluña. Se trata de una iniciativa conjunta de la Fundació Un Sol Món y las entidades Aires (Asociación Intersectorial de Recuperadores y Empresas Sociales de Cataluña), que aglutina a 32 empresas de inserción, y Càritas Catalunya, comprometida desde hace años con la recogida de ropa usada y con una importante aportación a todo el sector:

67. Fuentes: <http://www.blauer-engel.de/> y “Manual de autoayuda. Prácticas cotidianas para mejorar tu relación personal con los bosques”, editado por Ayuntamiento de Barcelona, 2006.

68. <http://obrasocial.caixacatalunya.es/osocial/main.html?idioma=2>.

La actividad que llevan a cabo las organizaciones de recuperación y reciclaje del textil tiene un doble impacto:

- ▣ **Social:** La actividad crea puestos de trabajo para colectivos con dificultades para insertarse en la vida social y laboral del país (colectivos con drogodependencias, con problemas de alcohol, con problemas psiquiátricos, mujeres con poca formación, parados de larga duración, etc.).
- ▣ **Medioambiental:** La recuperación y el reciclaje evitan la acumulación en el territorio de residuo textil: se calcula que el consumo anual por persona de textil es de entre 7 y 10 kg, sin contar la cantidad de residuo de este tipo que genera la industria del sector textil y confección.

Enlaces:

<http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/la-situacion-de-las-basuras-en-2.pdf>

Informe de Greenpeace de 02/2006: Situación de las basuras en España

<http://www.ecologistasenaccion.org/inicio.php3>

Ecologistas en Acción

<http://escuelas.consumer.es/web/es/reciclaje/index.php>

Escuela del consumidor - Fundación Eroski – Reciclaje

<http://www.ecodes.org/>

Fundación Ecología y Desarrollo

<http://www.redcicla.com/>

Portal únicamente dedicado al reciclaje

<http://www.ozonalia.org/principal.htm>

Ozonalia es el programa del UNICEF – Comité Español para el fomento del consumo responsable y comercio justo

<http://www.reciclapapel.org/>

Fechas, noticias, etc. Iniciativa del Gobierno de Aragón

http://ec.europa.eu/environment/index_es.htm

Comisión Europea _ Medio Ambiente

CONTRIBUIR A GENERAR UNA EMPRESA SOCIAL Y MEDIOAMBIENTALMENTE MÁS RESPONSABLE

Como hemos visto en capítulos y apartados anteriores, en el mercado existen ya algunos productos y servicios que cumplen con criterios sociales y medioambientales. Pero para que la RSC no se limite a ejemplos puntuales, se necesita una forma de gestión empresarial integralmente responsable.

Existen tipos de empresas cuya forma jurídica ya condiciona su manera de gestión empresarial más responsable, como es el caso de las cajas de ahorros⁶⁹ y entidades de la economía social.

69. Ver también capítulo sobre las inversiones socialmente responsables.

Empresas de la economía social

Bajo el umbral de **Economía Social** existen diversas formas de emprendimiento socialmente responsable, apostando por:

- ▣ La organización y la cultura empresarial democráticas.
- ▣ La primacía de la persona por encima del capital.
- ▣ La propiedad colectiva.
- ▣ El criterio colectivo en la distribución de beneficios, cuando éstos se reparten.
- ▣ La reinversión de resultados para reforzar el objeto social.
- ▣ La solidaridad con el entorno - compromiso con lo local.
- ▣ La cohesión social - integración sociolaboral de colectivos en riesgo de exclusión.
- ▣ Responsabilidad Social.

Cada forma de emprendimiento está marcada por una característica especial:

Formas de emprendimiento dentro de la Economía Social	Característica especial
Cooperativas	Estructura y funcionamiento democráticos.
Sociedades Laborales	El capital es mayoritariamente de los trabajadores.
Mutualidades	Previsión social.
Empresas de inserción	Integración sociolaboral de personas en exclusión.
Centros especiales de empleo	Formación y empleo para personas con discapacidad.
Fundaciones	Patrimonio al servicio del interés general.

Fuente adaptada: Anuario de la Economía Social, CEPES 2003, p.28.

A diciembre de 2005, existen en España 50.659 entidades de Economía Social, con 2.320.454 personas relacionadas económicamente y una facturación de 100.417 millones de euros.⁷⁰

70. Anuario de la Economía Social 2005, CEPES, p. 52/53.

Al elegir productos y servicios ofrecidos por empresas de la Economía Social, contribuimos al fortalecimiento de estas entidades y al fomento de sus buenas prácticas de RSC, aunque éstas no necesariamente engloban toda la magnitud del concepto. Hoy por hoy, sin embargo, resulta muy difícil cubrir nuestras necesidades únicamente con productos y servicios provenientes de la economía social o el Comercio Justo. Pero también hay empresas que no pertenecen a la Economía Social y que demuestran buenas prácticas de RSC.

Para que sea efectivo nuestro deseo de ejercer un consumo responsable, es necesario que cualquier tipo de sociedad mercantil - independientemente de su forma jurídica, tamaño, actividad, ubicación, etc. - implemente la RSC en su modelo de gestión. ¿Cómo podemos contribuir a este objetivo como consumidores? A través del reconocimiento a las empresas que más contribuyen a la RSC.

Exigir una mayor transparencia empresarial

Para que el consumidor pueda ejercer un consumo consciente y acorde con sus valores es esencial la transparencia empresarial. Si se dispone de una buena información se puede seleccionar un producto o servicio atendiendo a criterios de impacto en la salud, el medio ambiente y la sociedad. Por otra parte, puede contribuir a que las empresas busquen optar por buenas prácticas de RSC y rechazar malas prácticas como la corrupción o la infracción de leyes laborales, ya que temerían la mala reputación que conllevan.

La exigencia de transparencia empresarial se basa en tres pilares, que son:

- ▣ **información** actualizada y fiable sobre la actividad empresarial,

- ▣ **comunicación** responsable o de acceso fácil a esta información,
- ▣ **verificación** de la información.

La información no se debe limitar al producto final o al servicio que se presta, sino que debe de incluir a toda la cadena de valor; todos los procesos por los que transcurre a lo largo del ciclo de vida un producto o servicio, desde su I+D (investigación y desarrollo) hasta su consumo y eliminación. La empresa debe informar sobre su responsabilidad social corporativa más allá de la responsabilidad relacionada con sus productos o servicios.

¿Qué tipo de información sería útil para poder ejercer un consumo responsable?

Información sobre el producto

- ▣ Material / ingredientes / composición de un producto.
- ▣ Productos empleados durante la prestación de un servicio.
- ▣ Origen de un producto y sus componentes.
- ▣ Impacto medioambiental de elaboración de un producto o prestación de un servicio.
- ▣ Condiciones de trabajo en toda la cadena de valor.

- ▣ Intermediarios - ¿Quién gana qué a lo largo del ciclo de vida de un producto?
- ▣ Transporte e impacto ecológico del mismo.
- ▣ Impacto medioambiental del envase de un producto.
- ▣ Residuos que genera un producto o servicio.
- ▣ Posibilidad de reciclaje de residuos y envase.

Información sobre la organización empresarial

- ▣ Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa.
- ▣ Existencia de un Código de Conducta.
- ▣ Participación de los trabajadores en el proyecto empresarial y/o la estrategia de RSC.
- ▣ Cumplimiento con la cuota de reserva del 2% de puestos de trabajo para trabajadores con discapacidad.
- ▣ Diálogo con los diversos “stakeholders” (partes interesadas).
- ▣ Implicación de la empresa en el entorno social.
- ▣ Patrocinio y mecenazgo de actividades sociales y culturales.
- ▣ ...

Para obtener este tipo de información y para contribuir como consumidores a que aumente la transparencia empresarial, debemos adoptar un papel activo:

Información de los consumidores y transparencia. Los consumidores desempeñan un papel importante en la oferta de incentivos para una producción y una conducta empresarial responsables. Se espera que elijan de forma crítica y fomenten los buenos productos y las buenas empresas. Actualmente, a los consumidores les falta información clara sobre el rendimiento social y ambiental de bienes y servicios, incluida la información sobre la cadena del suministro. La Comisión estudiará, consultando con todos los interesados pertinentes, la necesidad de más medidas voluntarias para alcanzar los objetivos de transparencia e información de los consumidores, incluso en cuestiones de salud pública.

Fuente: COM(2006) 136 final, p.7 (Comunicación de la Comisión Europea sobre RSC)

Pequeños grandes actos⁷¹

Qué hacer

Pedir información a las empresas

Cómo

▣ Si tenemos duda sobre el impacto social o medioambiental de un producto o servicio en concreto, sobre su origen, composición o sus condiciones de elaboración, nos debemos dirigir directamente a las empresas para exigir esta información. El contacto puede establecerse por teléfono o por escrito, y no debemos darnos por satisfechos hasta obte-

71. "Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado". Charles Baudelaire.

Qué hacer

Consultar revistas de consumo, estudios y sitios de Internet de organizaciones especializadas en consumo

Cómo

ner una respuesta con la información solicitada. Si las empresas reciben este tipo de solicitud de información con frecuencia, tendrán que esforzarse para cumplir con la transparencia empresarial que se les pide y se darán cuenta de que el consumidor no acepta cualquier actividad empresarial.

- ▣ Algunas empresas grandes y multinacionales publican **memorias de sostenibilidad o de responsabilidad social corporativa** donde dan a conocer su compromiso social y medio ambiental y sus buenas prácticas en estos ámbitos. El problema surge cuando estas memorias no siguen estándares reconocidos, proporcionan información incompleta o carecen de verificación externa. Conviene contrastar la información suministrada unilateralmente por la empresa con otras fuentes de información.
- ▣ Consulta la última parte del apartado donde presentamos algunas organizaciones, revistas, portales de Internet y otras fuentes de información que te pueden guiar en un consumo responsable.

Qué hacer

Fijarte en las diferentes etiquetas, sellos y distintivos especiales que llevan algunos productos, servicios y empresas

Cómo

- ❑ Suscríbete a alguna revista o boletín electrónico de consumo.
- ❑ Infórmate bien sobre las entidades que publican estas orientaciones de consumo para excluir posibles intereses empresariales relacionados con los estudios y recomendaciones.
- ❑ Diferencia entre los diversos distintivos ecológicos, sociales y de seguridad. Es importante fijarse en dos aspectos a la hora de confiar en un etiquetado: quién otorga este distintivo; y qué es lo que exactamente se certifica.
- ❑ Se suelen certificar aspectos concretos. En el caso de los productos, puede ser el respeto al medio ambiente, el cumplimiento de los requisitos del Comercio Justo,⁷² la renuncia al trabajo infantil, la elaboración a partir de materias recicladas, su seguridad, etc. En las empresas, existen distintivos que certifican prácticas socialmente responsables o la forma de informar a las partes interesadas. (Ver anexo para ejemplos de distintivos.)

72. Ver también capítulo sobre el Comercio Justo.

Qué hacer

Tomar decisiones de consumo conscientes

Incidir en las Administraciones Públicas nacionales y europeas

Tomar una postura crítica ante la publicidad y sus efectos y sustraerse conscientemente a ellos

Cómo

- ▣ A través de la compra de productos y servicios de empresas que más asumen y viven su responsabilidad social corporativa, podemos expresar nuestro reconocimiento a estas empresas. Además, evitaremos comprar a empresas con cuyo comportamiento no estamos de acuerdo, promoviendo de esta manera las buenas prácticas de responsabilidad social corporativa.
- ▣ Exige a las Administraciones Públicas nacionales y europeas que favorezcan una mayor transparencia empresarial y un mayor compromiso en RSC de las empresas.
- ▣ Firma campañas de transparencia de organizaciones no gubernamentales, como por ejemplo la de 2006 por la Coalición Europea para Justicia Corporativa (ver “casos” de este capítulo).
- ▣ Recuerda que el objetivo de la publicidad comercial no es proporcionar información objetiva y desinteresada al consumidor, sino **crear necesidades** para llevarle a comprar el producto o servicio anunciado.

Qué hacer

Cómo

- ❑ Cuestiona el origen de tus necesidades, identifica tus **verdaderas necesidades** y hazlas criterio de tus decisiones de compra.
- ❑ Cuestiona el mensaje de la publicidad y comprueba si éste está acorde con tus valores sociales, medioambientales y de salud de un consumo responsable.
- ❑ Apaga o baja el volumen de la tele y la radio cuando emitan publicidad.
- ❑ Pon un cartel en tu buzón diciendo “Publicidad, no gracias”.
- ❑ Toma consciencia que también en el espacio público estamos constantemente expuestos a la publicidad en carteles, autobuses, lonas cubriendo obras, o monitores y altavoces en la red de metro.
- ❑ No olvides que muchas páginas de Internet que son gratuitas para el usuario, se financian (en parte) a través de publicidad ajena, en la parte superior o marginal de las páginas.

Beneficios

Contribuirás a que se respete tu derecho a la información veraz.

Podrás elegir productos acorde con tus valores sociales y medioambientales.

Contribuirás a que mejore la calidad y seguridad de los productos que consumes y las circunstancias de trabajo de todas las personas involucradas en su producción.

Las empresas notarán que sus clientes no son indiferentes a aspectos sociales y medioambientales.

Sabías que...

Algunas empresas han optado por un **Código de Conducta** donde formulan y se comprometen a garantizar criterios sociales, éticos y medioambientales en su actividad empresarial. Para este tipo de autorregulación existen estándares internacionales como el Global Compact, auspiciado por Naciones Unidas, y códigos sectoriales como en el caso del textil. Pero ten cuidado al fiarte del mero hecho de que una empresa tenga un código de conducta. No siempre hay una relación uniforme en cuanto a contenido y alcance del mismo y es muy importante que haya una verificación externa e independiente para que sea efectivo. También es conveniente que haya

una mínima separación entre los que dictan la norma y la empresa que está sometida a ella.

Cada vez son más las empresas españolas que publican información sobre su desempeño social y medioambiental, y 60 de ellas en el 2005 lo hicieron conforme al estándar de reconocimiento internacional GRI. La **Global Reporting Initiative** (GRI) se lanzó en 1997 como iniciativa conjunta de la ONG estadounidense Ceres y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. El objetivo de la GRI es reforzar la calidad, el rigor y la utilidad de la elaboración de informes relativos al desarrollo sostenible (memorias de sostenibilidad). Se basa en principios y prácticas que promueven la elaboración de informes rigurosos y hacen hincapié en la aplicación de las directrices.

<http://www.globalreporting.org>

El **Parlamento Europeo**, en su Resolución sobre Comercio Justo y desarrollo, aprobada el 6 de julio de 2006, “pide a la Comisión y a los Estados miembros que tomen las medidas oportunas para garantizar que los consumidores tienen acceso a toda la información que necesitan para tomar decisiones con pleno conocimiento de causa; considera que los consumidores deben tener derecho a un acceso rápido a la información sobre el producto, que debe ser comprensible y exponerse de manera clara.” (2005/2245(INI))

Solo 80 de las 500 empresas de más peso en el mundo respondieron a un **cuestionario de ONU sobre Derechos Humanos**. (Canal solidario – One World 2006)

Algunas Administraciones han creado a nivel autonómico y local **incentivos** para fomentar el desarrollo de buenas prácticas de RSC, incluyendo criterios sociales y medioambientales en sus contrataciones públicas. En Extremadura y Andalucía se están desarrollando **proyectos de ley** de RSC.

Ya existen algunas Administraciones que han creado **premios de reconocimiento de buenas prácticas de RSC**. Por ejemplo, el Gobierno de Aragón, en su interés por promover y difundir el concepto de la RSC ha creado en 2004 mediante el Decreto 12/2004 de 27 de enero, del Gobierno de Aragón, el «Premio Aragonés a la Responsabilidad Social Corporativa», que reconoce la labor de aquellas organizaciones que han demostrado en su quehacer diario una preocupación por el desarrollo social.⁷³ La empresa ganadora en 2004 ha sido Harineras Villamayor de Huesca.⁷⁴

Casos:

El portal de Internet **consumer.es** es una iniciativa de la Fundación Eroski. El objetivo del portal es ofrecer al consumidor información útil para la vida cotidiana. Se actualiza diariamente y cubre tan diversos ámbitos como alimentación, vivienda, derechos del consumidor, viajes, nuevas tecnologías, economía doméstica, bricolaje, motor, educación, ciencia, medio ambiente, salud, solidaridad y seguridad alimentaria.

Además, ofrece todos los ejemplares de la **revista del consumidor de hoy** íntegros desde 1998, entre otros en formato pdf.

73. Boletín Oficial de Aragón, N° 8.

74. <http://www.harinerasvillamayor.com/noticias/responsabilidad-social.html>.

Opcions es una revista bimestral publicada por el Centre de Recerca i Informació en Consum (Centro de Investigación e Información en Consumo, CRIC), con sede en Barcelona. El objetivo principal de la revista es ofrecer una herramienta útil para la práctica de un consumo responsable. Disponible en catalán y castellano, esta revista ofrece tres tipos de artículos:

- ▣ **Prácticos** (Opciones, Ideas, Herramientas): informaciones que se pueden usar en el consumo cotidiano.
- ▣ **Formativos** (Porqués, Argumentos, Opciones, Trampas, Vínculos): para entender mejor cómo funciona el mundo en el que vivimos y la razón de ser del consumo consciente (consumo responsable).
- ▣ **De reflexión y debate** (Posibilidades, Miradas, Viajes): opiniones, realidades poco conocidas que nos ayudan a enriquecer la reflexión sobre nuestro aquí y ahora.

Algunos de los artículos publicados en la revista están también disponibles en la página web.

La **Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU)** proporciona en sus oficinas y en su página web una amplia información orientadora al consumidor. Entre los temas que se abarcan en forma de noticias, campañas, estudios, guías, folletos y formatos radiofónicos, se encuentran, entre otros, alimentos, energía, juguetes, transportes, seguridad, turismo, etc.

El **Observatorio de Corporaciones Transnacionales** es una entidad investigadora sobre la responsabilidad social de las empresas, formada por

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria) y **ECO-JUSTO** (Consejo Colaborador con la Economía Alternativa y Solidaria). Ofrece al consumidor estudios sectoriales sobre muy diversos productos de consumo, como por ejemplo el sector de comida rápida, cacao, azúcar, textil o la industria de los juguetes. Los estudios se pueden descargar en la página web de la organización.

La ONG **Ecologistas en Acción** proporciona en su página web “Consume hasta morir” un espacio de análisis de anuncios publicitarios. No son los sociólogos los que tienen la palabra, sino cualquier consumidor interesado en comentarlos e intercambiar impresiones sobre ellos con otros consumidores a través de un “chat”.

Desde 2004 y con carácter anual, el Observatorio de RSC realiza un estudio sobre “**La RSC en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35**”. El objeto del estudio es analizar la **calidad de la información** sobre aspectos de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa contenida en documentos que hayan sido publicados y presentados por las empresas en sus Juntas Generales de Accionistas. El informe completo y el informe de conclusiones están disponibles gratuitamente en Internet.

La **Coalición Europea para Justicia Corporativa** (ECCJ, por sus siglas en inglés) ha lanzado en 2006 una campaña a nivel europeo de participación ciudadana, para exigir una **mayor transparencia** en las actividades de **lobbying empresarial** ante la **Unión Europea**. ECCJ elaboró una petición dirigida al Presidente de la Comisión Europea, Presidente Barroso, que podemos firmar y enviar a través de la página web de la organización. Los ciudadanos de cualquier

país podemos de esta manera manifestar nuestra preocupación por la carencia de transparencia en las actividades de grupos de presión empresariales y su influencia en la política europea. La petición exige que todos los grupos de lobbying (lobbyists) estén oficialmente registrados y obligados a proporcionar información sobre su presupuesto anual de lobbying y sobre sus clientes, y que la Comisión dé igual acceso a todas las partes interesadas (stakeholders) a los procesos de toma de decisión (por lo tanto acabando con acceso privilegiado dado a grupos empresariales de lobbying como el European Services Forum).

Más información:

<http://www.corporatejustice.org/> Sección: Transparency at European Level.

La Región de **Umbria**, en Italia Central, ha dictado una ley dando preferencia en contratos con el gobierno a empresas que han sido certificadas como en cumplimiento del **estándar social-ético SA8000** (ver abajo). El gobierno regional está creando un registro exclusivo de empresas certificadas por SA8000, y estas empresas tendrán prioridad en las licitaciones para trabajos públicos o para aprovisionamiento de mercancías y servicios, siempre que cumplan con las especificaciones de costos y calidad.⁷⁵

Ejemplos de certificaciones , etiquetas, distintivos y sellos

Veamos a continuación algunos distintivos, sellos, etiquetas y certificaciones que nos pueden guiar en nuestros hábitos de compra. Recuerda que siempre nos debemos fijar en la organización certificadora y en lo que se certifica.

75. Gobiernos refuerzan la certificación social, en Memorándum: Actualidad sobre códigos Número 14 , Junio de 2003

Red de Solidaridad de la Maquila <http://www.maquilasolidarity.org/>



La Etiqueta Ecológica de la Unión Europea es “La Flor”. Creada en 1992 por la Comisión Europea, esta etiqueta distingue los productos de consumo diarios y servicios más ecológicos y respetuosos con el medio ambiente, exceptuando los productos alimenticios y los medicamentos. Actualmente hay 23 grupos de productos que llevan esta etiqueta, desde colchones y electrodomésticos, papel, productos textiles hasta servicios de alojamiento turístico.

Más información en:

<http://www.eco-label.com/spanish/>

http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

“Etiquetas y distintivos ecológicos. Guía de información al consumidor.”, HIS-PACCOOP, 2000.



El logotipo redondo con la espiga y las estrellas es el distintivo de la Unión Europea para productos de Agricultura Ecológica. Su uso es facultativo e indica al consumidor que el producto ha estado sometido al régimen de control que establece la normativa europea (Reg. CE 331/2000), desde su cultivo hasta el envasado y etiquetado final, o a normas equivalentes si procede de un país tercero.

Más información en:

<http://www.caem.es/logos.htm>

En España, son las Comunidades Autónomas quienes tienen delegado el control de la denominación de un producto alimenticio como ecológico. Con



excepción de Andalucía, todas han adoptado por el logotipo rectangular que ves a la izquierda, en este caso el del Comité de Agricultura Ecológico de Madrid. La etiqueta debe incluir obligatoriamente el nombre y código del organismo certificador.

Más información en:

<http://www.caem.es/logos.htm>

“Guía de Seguridad Alimentaria. La calidad y la seguridad alimentaria y nutricional”, C.E.C.U., 2003



AENOR – Asociación Española de Normalización y Certificación – se dedicada al desarrollo de la normalización y la certificación en todos los sectores industriales y de servicios. Tiene como propósito contribuir a mejorar la calidad y la competitividad de las empresas, así como proteger el medio ambiente y, con ello, el bienestar de la sociedad. Hasta hoy en día ha certificado más de 64.000 productos y 12.000 organizaciones. El ejemplo a la izquierda es la Marca AENOR de Buenas Prácticas Comerciales para el Comercio Electrónico.

Más información en:

<http://www.aenor.es/desarrollo/certificacion/sistemas/descripcion.asp>



El sello FAIRTRADE (Comercio Justo en inglés), que se utiliza en más de 20 países, certifica que un producto cumple con los criterios internacionales del Comercio Justo. Se certifican casi exclusivamente productos alimenticios, con pocas excepciones como el balón de fútbol de Comercio Justo. Esta forma de economía alternativa y solidaria con los países

empobrecidos garantiza los derechos de las trabajadoras y trabajadores y el respeto del medio ambiente. (Ver también el capítulo sobre el Comercio Justo).

Más información en:

<http://www.sellocomerciojusto.org/es/>



Una empresa que ostenta este distintivo en su establecimiento o en su publicidad, asegura al consumidor o usuario que puede a través del Arbitraje de Consumo resolver los desacuerdos que puedan producirse con ella.

El Arbitraje de Consumo consiste en un procedimiento extrajudicial voluntario y económico que, sin formalidades especiales, atiende y resuelve con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes las quejas o reclamaciones de los consumidores o usuarios. Ya son más de 50.000 empresas las que disponen de este distintivo.

Más información en:

Junta Arbitral Nacional de Consumo. Instituto Nacional del Consumo.

Príncipe de Vergara, 54. 28006 Madrid.

<http://www.consumoinc.es/arbitraje/arbitraje.htm>



Bélgica ha sido el primer país del mundo en crear por ley una etiqueta social para promover la producción socialmente responsable y el respeto de las normas internacionales del trabajo en los países de producción.

Las empresas que lanzan un producto al mercado belga pueden solicitar esta etiqueta voluntariamente para un producto o servicio, cuando la cadena de

producción *completa* de un producto específico ha sido conforme a las normas básicas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Desde que entró en vigor la ley de la etiqueta social belga el 1 de octubre de 2003, la etiqueta solamente ha sido otorgada cinco veces: dos veces por servicios, y tres veces por productos. La concesión de la etiqueta conlleva controles y auditorías independientes y sanciones severas en el caso de que no se respeten los principios establecidos.

<http://www.social-label.be/>



La Global Reporting Initiative (GRI) se lanzó en 1997 como iniciativa conjunta de la ONG estadounidense Ceres y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. El objetivo de la GRI es reforzar la calidad, el rigor y la utilidad de la elaboración de informes relativos al desarrollo sostenible (memorias de sostenibilidad). Se basa en principios y prácticas que promueven la elaboración de informes rigurosos y hacen hincapié en la aplicación de las directrices.

Los indicadores elaborados en el marco de la GRI cubren las siguientes categorías: impacto económico directo, impacto medioambiental, prácticas laborales y trabajo decente, derechos humanos, sociedad y responsabilidad del producto. En la categoría «prácticas laborales y trabajo decente» figuran indicadores que reflejan el impacto sobre el empleo, las relaciones entre los empleados y los directivos, la salud y la seguridad, la formación y la educación, así como sobre la diversidad y las oportunidades.

<http://www.globalreporting.org>⁷⁶

La norma **AA1000** es una de las más ampliamente reconocidas a escala internacional. Al tratarse de una norma de proceso, puede combinarse con otras normas, aunque también puede aplicarse de forma aislada como norma independiente. La norma AA1000 ha sido creada con vistas a garantizar que la empresa integra a sus interlocutores en un proceso que tiene por objeto desarrollar los valores y los objetivos de la organización y establecer indicadores y sistemas de información (Oxford Research, 2003). Actualmente, el Institute of social and ethical accountability está elaborando una nueva versión de esta norma, se trata de la denominada «norma AA2000».

<http://www.accountability.org.uk>

SA8000 Standard es un sistema de certificación social-ética de las empresas, auditable mediante verificación por terceras partes. Está basado en varias convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Los elementos de este estándar son: trabajo infantil, trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, compensación, y sistemas de gestión.

76. Fuente para GRI y AA1000.

Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo.

La responsabilidad social de las empresas y la seguridad y la salud en el trabajo.

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

Más información:
<http://www.sa-intl.org/>



EMAS es un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales. Tiene por objeto promover mejoras continuas del comportamiento medioambiental de todas las organizaciones europeas y la difusión de la información pertinente al público y otras partes interesadas. En el marco de las auditorías voluntarias se comprueban todas las gestiones en cuanto a su impacto ecológico, por ejemplo si contaminan el suelo, el agua o el aire. Con la realización del sistema EMAS, las organizaciones se comprometen a cumplir con las normas ambientales, minimizar las contaminaciones, y mejorar continuamente la protección del medio ambiente. También se les pide que presenten los resultados en forma de una declaración medioambiental al público.

<http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l28022.htm>



La Fundación Europea para la Gestión de Calidad (EFQM) es una organización sin ánimo de lucro formada por organizaciones o empresas miembros y creada en 1988 por catorce importantes empresas europeas.

Su misión es ser la fuerza que impulse la excelencia en las organizaciones europeas de manera sostenida. Es la propietaria del Modelo EFQM de Excelencia (Modelo EFQM), una herramienta que puede servir para la auto-asesoría de una organización, como punto de referencia, para identificar áreas de mejora o estructurar el sistema de management. Además, gestiona los Premios Europeos a la Calidad.

En España, la EFQM está representada por El club Excelencia en Gestión.⁷⁷ Es una organización sin ánimo de lucro integrada por empresas y organizaciones de todos los tamaños y sectores de actividad, que quiere ser punto de referencia y lugar de encuentro para las organizaciones en su camino hacia la Excelencia. Nació en 1991 en Madrid.

<http://www.efqm.org/>
<http://www.clubexcelencia.org/>

Enlaces:

<http://www.opcions.org/cast/como.html>
Revista de Consumo Opciones

<http://www.consumer.es/>
Portal del consumidor de la Fundación Eroski

<http://www.madeingreen.com/es/home.html>
Made in Green - Certificación en el sector textil

<http://www.biodiversidad.fgua.es/observatorio/observatorio.asp>
Observatorio Medioambiental

77. Fuente: Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo.

La responsabilidad social de las empresas y la seguridad y la salud en el trabajo.

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas 2005.

<http://www.ideas.coop/portada.html>

IDEAS - Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria

<http://www.letra.org/consumehastamorir/secciones/publiescan/publiescan/index.php>

Análisis de Anuncios Publicitarios. Consume hasta morir

<http://www.reciclapapel.org/htm/info/tecnica/etiquetas/distgarantiaca.asp>

Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental (Cataluña)

<http://www.reciclapapel.org/htm/info/tecnica/etiquetas/ecoetiquetaipe.asp>

Ecoetiqueta IPE - Instituto Papelero Español

<http://www.observatoriodeltrabajo.org/otg2.asp?idpagina=100&buscar=&aparta do=3&id=3>

Observatorio del Trabajo en la Globalización

<http://www.corpwatch.org/>

ONG estadounidense CorpWatch

<http://www.ethicaltrade.org/>

Ethical Trading Initiative

<http://www.bsci-eu.org/>

Business Social Compliance Initiative

UNA PARTICIPACIÓN MÁS ACTIVA EN PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Voluntariado

Además de optar por productos y servicios socialmente responsables, como consumidores tenemos muchas más oportunidades para participar activamente en la responsabilidad social. Son prácticas que van más allá del consumo.

Una oportunidad para involucrarte activamente en la sociedad, es realizar una **actividad voluntaria**. La mayoría de las organizaciones no gubernamentales (ONG), asociaciones y fundaciones necesitan la colaboración de voluntarios para desarrollar sus proyectos y actividades. Según la Guía de Voluntariado de Hacesfalta,⁷⁸ para que una acción sea voluntaria ha de cumplir tres condiciones:

- ❑ Ha de ser desinteresada, es decir, el voluntario no persigue ningún tipo de beneficio ni gratificación por su ayuda.
- ❑ Es intencionada, persigue un fin y un objetivo positivo (buscar un cambio en la situación del otro) y legítimo (el voluntario goza de capacidad suficiente para realizar la ayuda y de cierto consentimiento por parte del otro que le permite que le ayude).
- ❑ Está justificada, es decir, responde a una necesidad real del beneficiario de la misma. No es un pasatiempo ni un entretenimiento sin más, sino que per-

78. Hacesfalta.org es un espacio en Internet que tiene como finalidad facilitar y fomentar el voluntariado, habilitado por la Fundación Chandra. http://www.hacesfalta.org/guia_voluntariado.asp

sigue la satisfacción de una necesidad que hemos definido previamente como tal.

Muchas organizaciones que trabajan a favor de algún cambio social, organizan **campañas** para hacerse oír, alcanzar a un número máximo de personas y hacer presión pública en Administraciones Públicas o empresas. También sirven para despertar el interés de los medios de comunicación y dar peso a las reivindicaciones de las organizaciones.

Pueden consistir en la recogida de firmas, acciones en la calle, puestos de información o el envío de cartas, etc. Como consumidores responsables, podemos apoyar estas campañas y promover de esta manera la labor de las respectivas organizaciones.

Bancos del tiempo

Otra oportunidad de apostar por una sociedad más responsable y social es la adhesión a un banco del tiempo. Son organizaciones de ciudadanos que intercambian servicios por servicios y favores por favores, donde los intercambios no se pagan con dinero, sino en unidad de tiempo. Se intercambian, una hora de clase de música por una hora de jardinería. El intercambio no tiene porqué realizarse entre las mismas dos personas: el “saldo activo” en la cuenta del usuario se puede utilizar para cualquier otra oferta en el banco del tiempo. Los bancos del tiempo no solamente son atractivos para las personas con pocas posibilidades económicas, sino también

para todas aquellas personas que busquen reanimar y fortalecer las relaciones humanas con sus conciudadanos, que en cierta medida se han ido perdiendo con el bienestar de las personas y una sociedad cada vez más individualizada y dominada por el dinero. Una forma especial de los bancos del tiempo son los **bancos escolares**⁷⁹ organizados, explotados y mantenidos por los escolares funcionan igual que un banco del tiempo normal, pero con la seguridad y tutela que los menores necesitan. Los estudiantes prestan sus servicios a la escuela o a personas o instituciones externas (aprobadas por la escuela), por lo cual se les retribuye en “horas” que ellos, por su parte, pueden utilizar en servicios ofrecidos por otros. Finalmente cabe mencionar los **bancos del tiempo online**⁸⁰ que se gestionan a través de un programa informático y que tienen un grupo de usuarios que contactan a través de él, controlan sus cuentas, ven las nuevas ofertas y demandas, reciben mensajes y noticias, etc.

Redes de intercambio

Son una forma de trueque, pero no es la única. Existen otras **redes de intercambio** basadas en el mismo concepto – intercambio de bienes, conocimientos y servicios sin intermediación del dinero – que incluso se utilizan entre empresas. Se conocen también como **redes de trueque**. Cada organización de trueque o intercambio definirá su “moneda social” para medir el valor de lo que se intercambia.

79. Fuente: <http://www.bancodeltiempo.org/modules.php?name=Encyclopedia&op=terms&eid=1<r=B>.

80. Ídem.

Pequeños grandes actos⁸¹

Qué hacer

Realizar una actividad como voluntaria/o

Implicarse directa o indirectamente en campañas diversas



Cómo

- ❑ Toma contacto con el servicio de voluntariado de tu ciudad para informarte sobre oportunidades de voluntariado. También puedes contactar directamente con la organización que despierte tu interés (ONG, centro de vecinos, iglesia, hospital, asilo de ancianos, etc.)
- ❑ Piensa qué opción se ajusta más a ti: preferencias, disponibilidad de tiempo y formación.
- ❑ Apúntate a un curso presencial u “online” de orientación para voluntarios. También ofrecen cursos técnicos sobre temas específicos.
- ❑ Empieza con un compromiso no demasiado extenso en el tiempo. Para las organizaciones es mejor un compromiso menor pero constante y fiable. Siempre podrás ampliar el tiempo que dedicas a un voluntariado.
- ❑ Infórmate sobre las campañas que llevan a cabo las organizaciones no gubernamentales (ONG) de tu interés.
- ❑ Apoya las campañas con tu firma o con una donación.

81. “Una sucesión de pequeños actos tiene un gran resultado”. Charles Baudelaire.

Qué hacer

Hacerse miembro de un banco del tiempo

Hacer uso de las redes de intercambio

Cómo

- ❑ Ofréctete como voluntaria /o para desarrollar campañas, informar a otras personas en un puesto de alguna ONG o recoger firmas.
- ❑ Contacta con un banco del tiempo en tu ciudad para informarte sobre cómo funcionan y cómo adherirte.
- ❑ Piensa en lo que te gustaría ofrecer y mira lo que se te ofrece.
- ❑ Si eres escolar, participa en el banco del tiempo de tu centro de enseñanza o impulsa la creación de uno.⁸²
- ❑ Ofréctete como “agente del tiempo”: son las personas que inician y mantienen un banco del tiempo y los responsables de propiciar los intercambios entre los usuarios.
- ❑ Toma contacto con una red de intercambio, club de trueque, etc.⁸³ para informarte sobre lo que intercambian sus miembros y sobre las condiciones de participación.
- ❑ Evalúa lo que estás buscando y lo que puedes ofrecer y decide en función de ello la red que

82. En la página web <http://www.bancoescolar.org/> encontrarás toda la ayuda para hacerlo.

83. Las redes de intercambio existen bajo diversos nombres.

Qué hacer

Cómo

más se adapte a ti: puede ser una red con más o menos relación directa con otras personas, más enfocada en el intercambio de servicios o de productos, un proyecto que realiza intercambios puntuales o más estables, etc.

- ▣ Infórmate sobre posibles cuotas que supone ser miembro de una red de intercambio.

Beneficios

Con una actividad voluntaria, repercutirás en el bien común y contribuirás a crear un mundo “más solidario” y “más humano”.⁸⁴

Con tu apoyo a campañas, darás peso a las reivindicaciones de las organizaciones detrás de ellas y contribuirás a que se consiga el objetivo de su lucha.

Participando en un banco del tiempo, fomentarás la red social entre los ciudadanos.

Ser miembro de un banco del tiempo te permite disfrutar de servicios y favores que de otra manera superarían tus posibilidades económicas.

Participando un banco del tiempo, valorarás tus habilidades y las de los demás.

84. Fuente adaptada: Guía de Voluntariado. www.hacesfalta.org

Beneficios

A través de una red de intercambio, podrás adquirir lo que necesitas, a cambio de lo que tienes, sin recurrir al dinero. También es una manera de reutilizar.

Sabías que....

Solamente el 4,9% de los **jóvenes españoles** dedican parte de su tiempo libre a participar en asociaciones u ONG, aunque al 22,4% le gustaría hacerlo. Sólo el 16% afirma no tener interés en los fines y preocupaciones de estas entidades. Prácticamente la mitad de las/los jóvenes consideran muy o bastante interesantes las actividades realizadas por las ONG.⁸⁵

Las **Administraciones Públicas**, tal y como establece la Constitución Española, facilitan, promueven y apoyan la participación ciudadana en actividades de voluntariado. Para ello, establecen un marco regulador, diseñan planes de actuación, aportan recursos económicos o firman convenios con las entidades de voluntariado.⁸⁶

Casos:

Fundación Chandra ha habilitado en Internet el espacio **Hacesfalta.org** con una bolsa de **trabajo voluntario**. Punto de encuentro tanto para personas que busquen una actividad voluntaria y quieran registrar su CV, como

85. Fuente: Diagnóstico de situación del Voluntariado en España. Plan Estatal del Voluntariado 2005-2009. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

86. Fuente: Ídem.

para las organizaciones que necesiten a voluntarios y deseen publicar una oferta. Ofrecen oportunidades de voluntariado en España y en algunos países extranjeros. Los interesados pueden especificar su búsqueda según la localidad, dedicación (puntual, continua, vacaciones), categoría (juventud, derechos humanos, ecología y medio ambiente, inmigrantes, etc.) y organización deseada.

http://www.hacesfalta.org/voluntario/buscar_oportunidad_vol.asp

Armas bajo Control se llama una **campaña** en que participa, junto con otras organizaciones, la ONG **Intermón Oxfam**. Llevan más de 10 años trabajando para conseguir que se reduzca la proliferación y el mal uso de las armas y presionar a los gobiernos para que regulen su comercio. El primer dossier “Paz y desarme”, publicado en 1982, fue el germen de campañas posteriores: “Hay secretos que matan” (1995- 1999), “Adiós a las armas” (1999-2001) y la actual “Armas bajo control”. Más de 500.000 personas en todo el mundo han apoyado esta campaña con su firma.⁸⁷

<http://www.controlarms.org/es/>

Bancodeltiempo.org es un espacio en Internet dedicado a ayudar a colectivos de cualquier característica que deseen iniciar de forma fácil y gratuita un banco del tiempo. Es una iniciativa de la Concejalía de Voluntariado, Sanidad, Mujer y Consumo del Ayuntamiento de San Javier (Murcia). Ofrece el software y material de marketing necesarios y listados de gente interesada en bancos del tiempo por zonas de España y de Latinoamérica.

<http://www.bancodeltiempo.org/index.php>

87. Revista IO de Intermón Oxfam N° 1, Abril 2006, página 26.

Intervac es una **red de intercambio** internacional que propone el **trueque de casas o de pisos** entre particulares para vacaciones. Inició su actividad en 1953 en Europa, y hoy en día hay miembros en más de 50 países de todo el mundo. El concepto de esta red de intercambio es vivir “en casa” mientras uno está de vacaciones: los miembros cuidan unos de la propiedad del otro, cuidan los animales domésticos y riegan las plantas. Antes de decidirse por una casa se conocen los futuros compañeros de intercambio, a través de la correspondencia y de las llamadas telefónicas.

<http://www.intervac-online.com/>

Enlaces

<http://www.bancodeltiempo.org/>

Bancos del tiempo en Internet. Una iniciativa de la Concejalía de Voluntariado, Sanidad, Mujer y Consumo del Ayuntamiento de San Javier

<http://www.bancoescolar.org/>

Banco Escolar

<http://www.red-bdt.org/>

Red de bancos del tiempo

<http://www.hacesfalta.org/>

Hacesfalta – espacio en Internet para facilitar y fomentar el Voluntariado

<http://www.munimadrid.es/escuelavoluntariado/>

Escuela de Voluntariado de Madrid

<http://www.solucionesong.org/>

Soluciones ONG– Un espacio para compartir el conocimiento en el Tercer Sector

**Sistematizar ser
un consumidor RES**



En los apartados anteriores, hemos visto que ser consumidor responsable, se puede manifestar en todo un abanico de comportamientos y hábitos: la compra de productos sostenibles; la regla de las 3 R; maneras de contribuir a generar empresas social y medioambientalmente más responsables; y actividades como el voluntariado, la participación en campañas o bancos del tiempo. Para que nuestros esfuerzos puedan alcanzar el máximo efecto positivo y lleguen a ser parte de nuestra vida cotidiana, nos ayuda sistematizar ser un consumidor RES. Las posibilidades van desde la participación societaria en cooperativas y mutualidades, la adhesión a un grupo de consumo, hasta la formulación de un código de consumo personal.

MODELOS DE PARTICIPACIÓN SOCIETARIA DEL CONSUMIDOR

En la economía social, existen modelos de empresas que permiten la participación societaria del consumidor: las cooperativas de consumidores y usuarios,⁸⁸ y las mutualidades.

La **cooperativa de consumidores** es una sociedad de personas cuyo objetivo es realizar actividades empresariales que tengan por objeto el suministro de bienes o servicios para sus socios y su entorno. A través de la cooperativa, los consumidores y usuarios satisfacen sus necesidades buscando mejores condiciones de calidad y precio y con transparencia informativa y económica de la gestión.⁸⁹

88. A continuación: Cooperativas de Consumidores.

89. Cooperativas de consumidores y usuarios. Cómo empezar. Barcelona: HISPACOOOP 2001. p.4.

Los criterios esenciales de la cooperativa de consumidores son gestión y el control democráticos, y el interés por la comunidad, lo que se refleja en sus características básicas:

- ▣ Adhesión voluntaria y abierta de los socios.
- ▣ Cada socio tiene un voto.
- ▣ Transparencia en las cuentas.
- ▣ Una parte de los excedentes se aplica a fondos de reserva para capitalizar y consolidar la entidad.
- ▣ Otra parte de los excedentes se aplica al Fondo de Formación y Promoción Cooperativa que se utiliza para desarrollar actividades en defensa de los intereses de los consumidores y hacia el entorno en que operan.
- ▣ Los fondos sociales son de propiedad colectiva.
- ▣ La parte restante de excedentes se reparte entre los socios en función de la actividad cooperativizada.⁹⁰

A través de una cooperativa de consumidores, el socio puede optar a una experiencia de gestión colectiva del consumo, participa e incide en su estra-

90. Fuentes: Cooperativas de consumidores y usuarios. Cómo empezar. Barcelona: HISPACOOOP 2001. p.5 –6. Anuario de CEPES 2003, p.30.

tegia de actuación, la selección de productos a comercializar y en las acciones sociales que la cooperativa desarrolla en su entorno.

En junio de 2004, las cooperativas de consumidores españolas lanzaron un Manifiesto por la responsabilidad social y la sostenibilidad con el fin de subrayar sus aportaciones a los principios y prácticas de responsabilidad social tales como su empeño en la mejora de la calidad de vida del consumidor; su funcionamiento democrático con protagonismo para los consumidores y los trabajadores y la función social centrada en la representación y defensa de los intereses del consumidor; la información, formación y campañas por un consumo responsable y sostenible, el compromiso de colaboración con el entorno local y la solidaridad global. Además se explicitan los compromisos de futuro de las cooperativas para avanzar en el desarrollo interno y externo de la responsabilidad social.

Las **mutualidades** son sociedades de personas, sin ánimo de lucro, de estructura y gestión democrática, que ejercen una actividad aseguradora de carácter voluntario, complementaria del sistema de previsión de la Seguridad Social Pública. Las mutualidades, en determinados casos, realizan también una actividad alternativa al sistema público.⁹¹ Entre las actividades aseguradoras de las mutualidades figuran las coberturas de pensiones, asistencia sanitaria, accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, prestación económica de incapacidad temporal, atención de personas con discapacidad psíquica y seguro de dependencia, entre otros.

Las principales características de las mutualidades son:

91. Fuente: Anuario de CEPES 2003, p.35.

- ❑ **Mutualidad:** coinciden las figuras de asegurado y de socio o mutualista. La actividad principal se realiza exclusivamente con los socios.
- ❑ **Solidaridad:** principio de la “no exclusión” del colectivo en aquellos riesgos que no pueden cubrir los sistemas individuales.
- ❑ **Participación democrática** de todos los mutualistas en los órganos de gobierno de la mutualidad.
- ❑ **Igualdad de derechos y obligaciones de los mutualistas**, sin perjuicio de la prima o cuota a pagar por las coberturas de seguro o de previsión social.
- ❑ **Asignación del excedente del contenido** a la formación de un patrimonio propio de la mutualidad que sirva de garantía para hacer frente a sus compromisos y al reparto de los beneficios obtenidos, entre todos los mutualistas.
- ❑ **Competencia exclusiva** de las Comunidades Autónomas.⁹²

GRUPOS DE CONSUMO

Un grupo de consumo es una asociación formal o informal de personas que se unen con el objetivo de realizar conjuntamente el abastecimiento de cier-

92. Fuente abreviada: ídem.

tos productos, como pueden ser, por ejemplo, los alimentos ecológicos. No existe una forma definida de grupos de consumo, aunque entre las características típicas figuran:

- ▣ La autogestión del grupo, es decir administrado por los participantes.
- ▣ Una estructura participativa y democrática.
- ▣ Decisiones por consenso.
- ▣ La relación directa con los productores (eliminación de los intermediarios).
- ▣ Productos de calidad, temporada y origen local.
- ▣ Precios asequibles.
- ▣ Un compromiso de medio a largo plazo de los participantes.
- ▣ Un ideario de valores y / o político.

El funcionamiento exacto del grupo de consumo se define por sus fundadores o participantes. Puede, por ejemplo, consistir en pagar una mensualidad fija y participar en el desarrollo del proyecto, a cambio de recibir una unidad fija (caja, bolsa) de productos cuya composición varía según la temporada y producción. Algunos se constituyen como asociación, otras como cooperativas de consumidores, y otras actúan sin una forma jurídica formal. En los últimos años hay un gran auge en el consumo de alimentos ecológicos: 24 experiencias en Valencia, 20 en

Cataluña, 13 en Madrid, 8 en Andalucía y también se han constituido en País Vasco, Navarra, la Rioja, Asturias y Galicia. Puedes encontrar algunas de ellas en:

http://www.vidasana.org/varios/consumo_cooperativas.asp

SISTEMATIZAR EL CONSUMO RESPONSABLE A NIVEL FAMILIAR U OTRA CONVIVENCIA

Como hemos visto en el capítulo segundo, los distintos aspectos del consumo responsable alcanzan prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida: los alimentos, los juguetes, la ropa, los productos de limpieza, el jardín, el turismo, nuestras inversiones financieras, los residuos, la forma de disfrutar nuestro tiempo libre, etc. Para alcanzar, poco a poco, una máxima coherencia en todos estos aspectos, ¡te proponemos dar una vuelta por tu casa! Habitación por habitación y armado de papel y lápiz, compara lo que te encuentras con tus nuevos conocimientos sobre el consumo responsable. ¿Puedes ahorrar agua en casa? ¿Hay algún producto de Comercio Justo en la despensa? ¿Se evitan y reciclan los residuos? Para no agobiarte ante la cantidad de pequeños grandes actos que te hemos propuesto, empieza por una habitación o un ámbito de tu vida como puede ser la alimentación, la limpieza o el ahorro de energía. Cuando ya consideres que lo manejas de manera responsable, te puedes dedicar a otro ámbito. No tires los productos que te encuentras en tu casa y que ya no cumplen con tus exigencias de un consumo responsable. Es mejor utilizarlos hasta el final de su vida útil y luego optar por una alternativa social y medioambientalmente más responsable.⁹³

93. Esto es válido sobre todo para los alimentos y la ropa. En algunos casos, sin embargo, puede ser indicado un cambio antes de terminar la vida útil de un objeto, por ejemplo en el caso de los electrodomésticos.

Para poder contar con el entendimiento y apoyo de las personas con quienes convivas, es conveniente que les expliques lo que es el consumo responsable. Explícales también todos los beneficios que conlleva el esfuerzo de cambiar las cosas. De nuevo, será mejor acercarlos al consumo responsable poco a poco, tratando temas concretos de forma separada en lugar de todo al mismo tiempo.

También puedes incluir en la “inspección de tu vida” tu lugar de trabajo. Si existe una relación de confianza, puedes proponer medidas de mejora que pueden ir desde la compra de café de Comercio Justo hasta el uso de papel reciclado y el ahorro de energía.

HAZ TU PROPIO CÓDIGO

Los códigos de conducta normalmente son propios de empresas y organizaciones. Es un documento escrito que formula unos compromisos concretos de actuación frente a las diferentes partes interesadas y que refleja los valores sociales y medioambientales de una organización. ¿Por qué no hacerte tu propio código? Sería un trato contigo mismo que te puede servir de referencia en tus decisiones de consumo. No hace falta que lo enseñes a nadie, pero te puede ayudar para revisar periódicamente tus avances hacia un consumo más responsable.

Enlaces:

<http://www.hispacoop.es/>

Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios

<http://www.eurocoop.org/>

Comunidad europea de cooperativas de consumidores (EUROCOOP)

<http://www.cneps.es/>

Confederación Nacional de Entidades de Previsión Social (CNEPS)

<http://www.aim-mutual.org/>

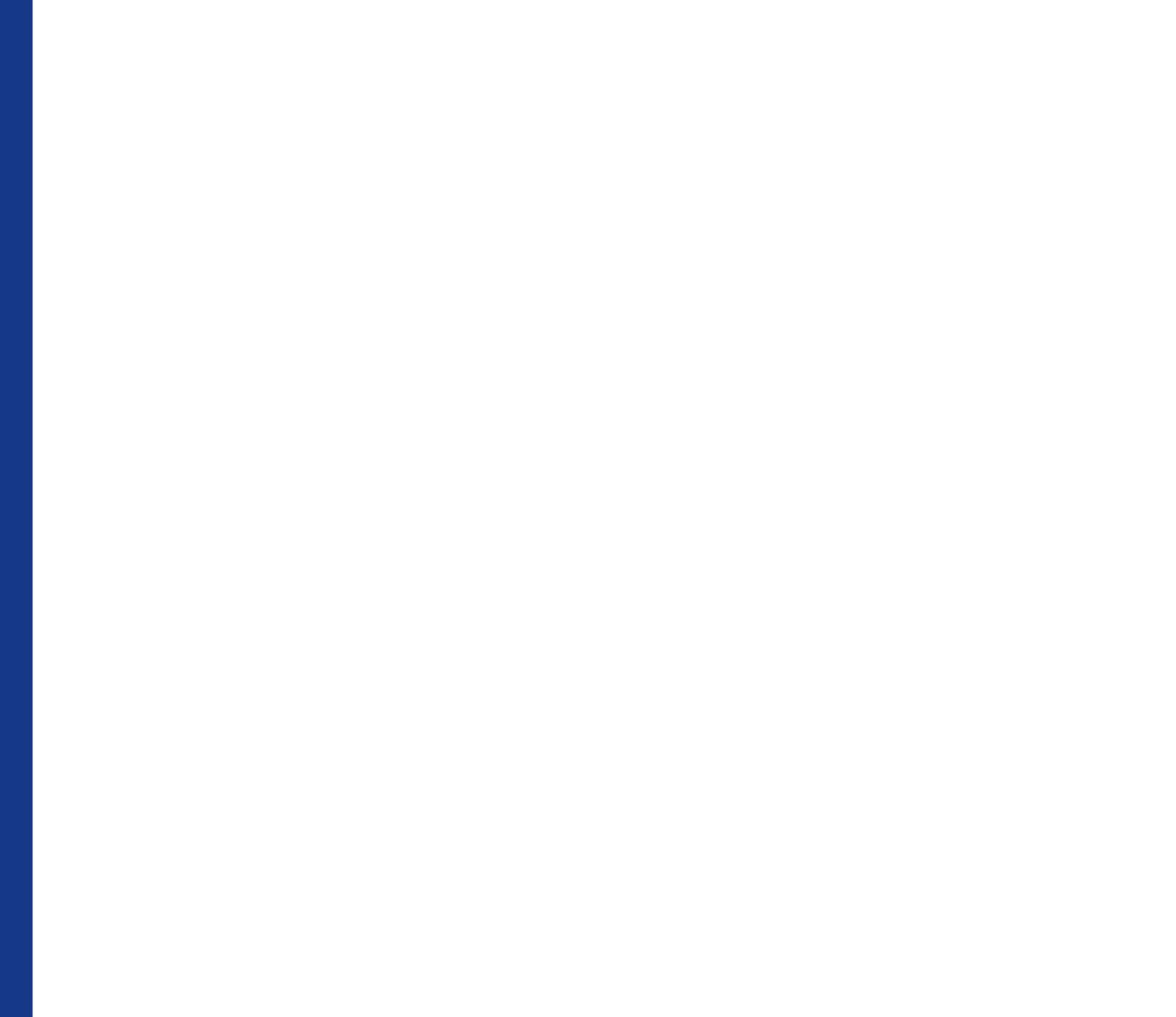
Asociación Internacional de Mutualidades (AIM)

<http://www.cep.es/index.cfm>

Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)

http://www.unaf.org/Medioambiente/medioambiente_2006/ecotest/ecotest.htm

Ecotest Familiar. Unión de Asociaciones Familiares



Anexos

Enlaces de interés – Responsabilidad Social Corporativa y/o Consumo

– Encontrarás otros enlaces de organizaciones e iniciativas relacionados con temas específicos al final de cada apartado del capítulo segundo –

HISPACOOOP –
Confederación
Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios

<http://www.hispacoop.es/>

Observatorio de
Responsabilidad Social
Corporativa

<http://www.observatoriorsc.org/>

CECU – Confederación
de Consumidores
y Usuarios

<http://www.cecuc.es/>

Ministerio de Sanidad
y Consumo

<http://www.msc.es/>

Instituto Nacional
de Consumo

<http://www.consumo-inc.es/>

Panorama de las actividades de la Unión Europea en el ámbito de los consumidores

Comisión Europea, DG Empresas e industria, políticas en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa

http://europa.eu/pol/cons/overview_es.htm

http://ec.europa.eu/enterprise/csr/index_en.htm

Bibliografía recomendada

– La bibliografía específica utilizada en el capítulo segundo se indica a lo largo de los temas tratados –

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo: Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2006/com2006_0136es01.pdf

de excelencia de
la responsabilidad
social de las empresas
COM(2006) 136 final

Comunicación de
la Comisión Europea
relativa
a la responsabilidad
social de las empresas:
una contribución
empresarial al desarrollo
sostenible (COM(2002)
347 final

Cortina, Adela:
Por una ética del
consumo: la ciudadanía
del consumidor en un
mundo global
Madrid:Taurus, 2002.
Colección: Pensamiento

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2002/com2002_0347en01.pdf

Colectivo ConSuma
Responsabilidad:
Guía de Consumo
Responsable y Solidario
en la Comunidad
Madrid.
Madrid: Traficantes de
Sueños, 2006.

CECU, Comisión
Europea, DG Empleo:
Ética y Mercado: Cómo
elegir.
Madrid: CECU 2004

<http://www.consumaresponsabilidad.com/>

Agradecimientos

A todas aquellas personas y organizaciones que de manera desinteresada han apoyado esta Guía de consumo responsable con sus conocimientos, aportaciones y entusiasmo:

A los compañeros Eduard Cantos y Fernando Contreras de Intermón Oxfam; Marta Isabel González Álvarez y Mónica Gómez de SETEM; Mónica Parilla, Alicia Cantero, José Luis García y demás compañeros de Greenpeace; Celia Guitián y Pilar Villada de CECU; Carmen Comos de CEPES; María Herranz Gete de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo; Pablo Cabrera de la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo; Javier Calvo de EUROCOOP; Miguel La Loma, Casilda Cabrerizo Sanz, María Pazos e Isabel Roser.

A todas las personas detrás de las iniciativas, instituciones, proyectos y empresas que figuran como ejemplos en esta guía y que demuestran que un consumo más responsable es posible.

Muy especialmente, a los coordinadores del proyecto, Teresa Udina Abelló y Orencio Vázquez Oteo.



Autora: Bettina Ausborn

Coordinadores: Teresa Udina Abelló y Orencio Vázquez Oteo

El **Observatorio de RSC** es una asociación integrada por organizaciones representativas de la sociedad civil, entre las que se encuentran ONG (Economistas Sin Fronteras, Intermon Oxfam, Caritas, Ingeniería Sin Fronteras, Fundación Luís Vives, SETEM, IPADE, Equipo Nizkor, Greenpeace y Cruz Roja), Sindicatos (CCOO) y Organizaciones de Consumidores (Hispacoop y CECU) que desde diferentes puntos de vista vienen trabajando en Responsabilidad Social Corporativa. Cuenta además con la cooperación de varias Universidades, entre ellas la Universidad Autónoma de Madrid, la Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Universidad Complutense. Desde su nacimiento, el Observatorio ha publicado diversos informes y celebrado numerosos encuentros, además de posicionarse en redes internacionales de RSC como Red Puentes y la European Coalition for Corporate justice.

HISPACOOOP, la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, agrupa y coordina a las cooperativas de consumidores de España y las representa ante instituciones y foros nacionales e internacionales. Ejerce su actuación en su doble vertiente de organización de consumidores y organización cooperativo-empresarial.

Con esta Guía pretendemos orientar al consumidor a cómo contribuir activamente para generar una empresa social y medioambientalmente más sostenible, ofreciéndole una herramienta útil y realista a través de propuestas muy concretas de acción, organización y de hábitos de consumo responsable.



OBSERVATORIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

C/ Francisco de Rojas, 2 -3º derecha cp. 28010 Madrid
tel. (0034) 91 444 08 66 / tel. (0034) 665 606 305
info@observatoriorsc.org
www.observatoriorsc.org



Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios



**HISPA
COOP**

HISPACCOOP
tel. (0034) 91 593 09 35
hispacoop@hispacoop.es
www.hispacoop.es