

Compra responsable

Guía práctica para organizaciones del tercer sector social

Diciembre 2023

Este documento ha sido fruto de un proceso de construcción colectiva promovido por la ONGD Alboan y REAS Euskadi, y dinamizado por SETEM Hego Haizea. La publicación se ha elaborado a partir del trabajo realizado en una serie de talleres con las entidades del tercer sector social Aspace Bizkaia, Bizilur, Cáritas Diocesanas de Bilbao, EDE Fundazioa, Momentu, Mugarik Gabe, Sepra y Zehar-Errefuxiatuekin.



Autoría: SETEM Hego Haizea
(Nora Silva Leis, Maider Arnaiz Igartua, Iratxe Arteagoitia Recalde)



Diseño y maquetación: ojobuey.com

Traducción: Lore Bilbao Aboitiz

Impresión: Gráficas Lizaso

Se permite libremente copiar, distribuir y comunicar esta obra siempre y cuando se reconozca su autoría y no se utilice para fines comerciales. Si se altera, transforma o se genera una obra derivada, sólo podrá distribuirse bajo una licencia idéntica a ésta.



REAS Euskadi Red de Economía Alternativa y Solidaria

Ekonopolo. Polo de Economía Social y Solidaria

Plaza de la Cantera 4, 48003 Bilbao

944 160 566

reaseuskadi@reaseuskadi.eus

www.reaseuskadi.eus

     @REASEuskadi

Alboan

Padre Lojendio 2 - 2º, 48008 Bilbao

Tel: 944 151 13 | Fax: 944 161 938

Avenida Barañain 2, 31011 Pamplona

Tel: 948 231 302 | Fax: 948 264 308

Andía 3, 20004 San Sebastián

Tel: 943 275 173 | Fax: 943 320 267

Monseñor Estenaga 1, 01002 Vitoria-Gasteiz

Tel: 945 202 676 | Fax: 945 202 676

alboan@alboan.org

www.alboan.org

 @alboan  ALBOANongd  alboan.tv

ÍNDICE



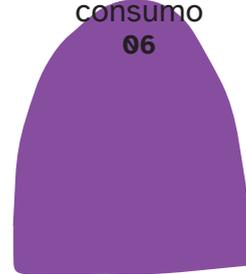
1
Presentación
02



2
Modelo de
producción y
consumo
04

3

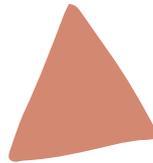
Alternativas
al modelo
dominante de
producción y
consumo
06



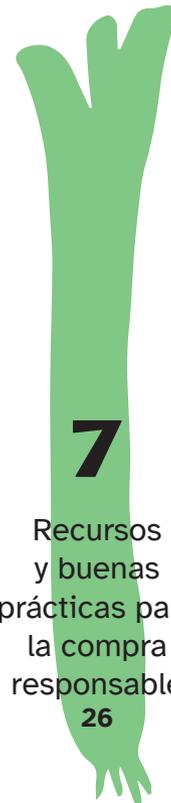
4
Compra
responsable en
organizaciones
del tercer
sector social
08



5
Etiquetado y
certificación
para la compra
responsable
14



6
Herramientas
prácticas
de compra
responsable
22



7
Recursos
y buenas
prácticas para
la compra
responsable
26



8
Anexos
30



1

PRESENTACIÓN

Esta publicación pretende ser una herramienta de sensibilización y de gestión de la compra responsable en un sector concreto, el de las entidades del Tercer Sector Social (TSS), ya que es un ámbito privilegiado para trabajar en esta dirección. Las entidades sociales desempeñan un papel crucial en el desarrollo de los derechos sociales y en la promoción de valores como la solidaridad, la justicia social y la sostenibilidad. En su conjunto, es un sector económico significativo en la compra de determinados productos y en la contratación de diferentes servicios y suministros, por lo que su potencial transformador en este ámbito es importante. Por otro lado, la práctica de una compra responsable posibilita conectar el ámbito de la gestión de las TSS con idearios y proyectos que, desde diversas perspectivas y modelos, tratan de fomentar el espíritu crítico y el desarrollo de una economía transformadora para el entorno.

Este trabajo, impulsado por Alboan y la Red de Economía Alternativa y Solidaria-REAS Euskadi, se inscribe en el proyecto “Prácticas y propuestas ecosociales para una economía al servicio de la vida desde un enfoque local-global”, cofinanciado por la Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo y la Diputación Foral de Bizkaia, que busca fortalecer las capacidades de agentes sociales, económicos y educativos del País Vasco para que transformen sus organizaciones y sus prácticas sociales y económicas para contribuir al desarrollo de una transición ecosocial con criterios de justicia.

Para elaborar esta guía, se ha desarrollado un proceso participativo, dinamizado por SETEM Hego Haizea, en el que entidades sociales han aportado desde su experiencia práctica. Se han llevado a cabo talleres con las entidades para construir los criterios que definen una compra responsable e identificar las cuestiones que la guía debería abordar. Asimismo, las entidades sociales han colaborado en la puesta en práctica de la guía, y con esta experiencia, se han realizado ajustes y se han incluido mejoras a la misma.

Este documento es resultado de ese proceso colectivo. En él, las organizaciones encontrarán recomendaciones para realizar una compra responsable. La guía recoge los criterios sociales y ambientales que es necesario tener en cuenta a la hora de comprar productos y servicios, y da pautas para incorporar dichos criterios. En concreto, incluye herramientas sencillas para que las entidades sociales den pasos en la compra responsable.

Somos conscientes de las dificultades que adoptar estas políticas tiene en organizaciones cuya gestión económica es compleja, por lo que consideramos que es importante plantearse estos cambios como un proceso en el que ir dando pasos progresivamente. Esta publicación pretende acompañar a las organizaciones sociales que lo deseen en ese camino de modificar sus políticas y prácticas para reforzar su función social y económica transformadora. Esperamos que sea útil y posibilite que las entidades sociales se sumen al movimiento en favor de un consumo alternativo y contribuyan, con ello, a construir sociedades mejores, comprometidas con la justicia ecosocial para todas las personas y para todo el planeta.

2

MODELO DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

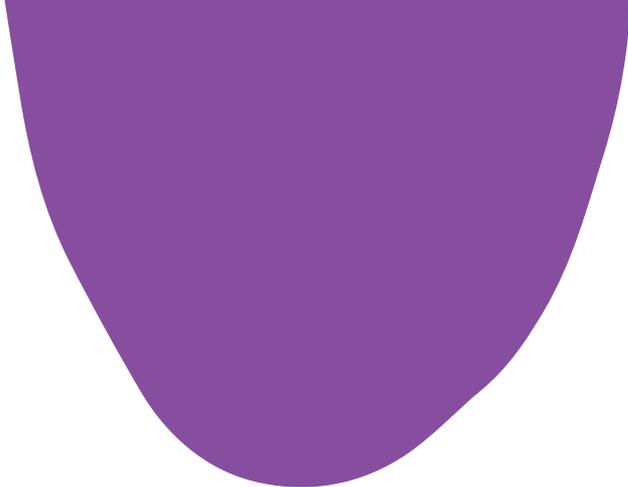
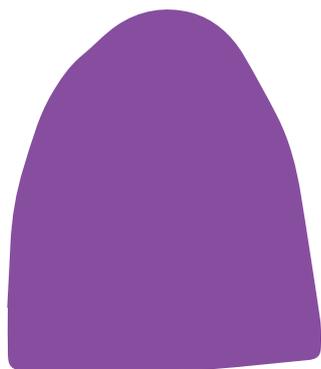
El modelo de producción y consumo dominante es un modelo globalizado en el que un número pequeño de grandes corporaciones multinacionales ostenta el poder de las acciones y decisiones y controla la economía global. Estas grandes empresas buscan maximizar sus ganancias a cualquier costo, incluida la explotación de las personas trabajadoras y de los recursos naturales. Bajo este sistema, el mercado se ha convertido en central, a tal punto de que el bienestar de la población se mide mediante el índice de producción y consumo del país (PIB), y **las vidas, tanto de la población en su conjunto como de la naturaleza, se ponen al servicio del capital.**

Este sistema se basa en dos premisas: por una parte, que es posible la apropiación y transformación de materiales y recursos naturales infinitamente; y por otra, que el consumo debe ser constante. Sin embargo, hoy en día, con la grave crisis climática y tras una pandemia que paralizó a una mayoría de la sociedad, sabemos que ambos supuestos son erróneos. Vivimos en un planeta con recursos naturales limitados, pero para alimentar este modelo de producción y consumo, se han explotado a una tasa insostenible, sin tener en cuenta las consecuencias a largo plazo. Ya no nos sostenemos globalmente sobre la riqueza que la naturaleza es capaz de regenerar, sino que estamos menoscabando los bienes de fondo que permiten esa regeneración. Comprender la dependencia ecológica (**ecodependencia**) que tenemos hacia el planeta para nuestra pura subsistencia (agua, alimentación, luz, etc.) es fundamental para garantizar la continuidad de los procesos de la naturaleza y el desarrollo humano. En este contexto, mantener la espiral de producción y consumo de este modelo no hará más que acelerar la destrucción del planeta.

Además de explotar y destruir la naturaleza, este sistema genera **exclusión y precariedad en una gran parte de la población mundial**, especialmente en el Sur global, en beneficio de una minoría. Ejemplo de ello son mecanismos como la deslocalización, práctica que constituye una nueva forma de colonialismo y consiste en que grandes empresas trasladen parte de sus actividades a otros países (normalmente del Sur global) con el objetivo de abaratar costes. Estas empresas se aprovechan de la mano de obra barata y de las laxas leyes laborales y medioambientales de esos países. Además, disminuyen los costos laborales y sociales mayoritariamente con mujeres trabajadoras, que son contratadas en condiciones precarias y a menudo sin acceso a protección social o sindicatos que defiendan sus derechos. Esto supone una violación sistemática de los derechos de las mujeres, que suelen encontrarse en una situación de mayor vulneración frente a la precariedad y a la violencia en el ámbito laboral dadas las desigualdades de género existentes en la sociedad.

Frente a este sistema que nos hace creer que todas las necesidades se pueden cubrir por medio del consumo, resulta necesario ser **críticas con nuestros hábitos de compra**. También es esencial **reconocernos como agentes tractor de transformación** y por tanto responsables con nuestra producción y consumo, y adoptar un enfoque más sostenible y responsable, teniendo en cuenta la finitud de los recursos naturales, los límites planetarios y los derechos humanos. Esto incluye reducir el consumo y producir de manera más eficiente, sostenible y ética, promover la economía circular y la reducción de residuos, y respetar los derechos de la naturaleza y de las comunidades locales.

3



ALTERNATIVAS AL MODELO DOMINANTE DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

El sistema socioeconómico capitalista no funciona debido a que se ha centrado en el mercado, el crecimiento y el beneficio individual, dejando de lado los derechos de las personas productoras y trabajadoras, así como los derechos de la naturaleza.

Por tanto, es necesario impulsar un cambio de paradigma que nos permita poner en el centro de nuestras sociedades la sostenibilidad de las vidas. Esto requiere reorganizar el conjunto de la economía y tener en cuenta el funcionamiento de la naturaleza, sus dinámicas y los límites que no se deben sobrepasar. En esto precisamente se fundamenta la propuesta de la **Economía Social y Solidaria (ESS)**, que surge como una alternativa al modelo económico capitalista y heteropatriarcal.

Este modelo se basa en la gestión democrática y participativa, en la justicia social, en la sostenibilidad medioambiental y en la equidad de género.

La ESS se centra en la satisfacción de las necesidades humanas en lugar de en la maximización de los beneficios, y busca la creación de un modelo económico justo, equitativo y sostenible, poniendo en el centro la sostenibilidad de las vidas.

Se propone potenciar el bienestar humano y la equidad social a través de un modelo de producción y consumo responsable que promueva la dignidad humana y el respeto a los derechos humanos, así como el cuidado y la protección del medioambiente. La ESS no es sólo una propuesta económica, sino una propuesta transformadora socio-cultural que nos permite construir un mundo en el que las necesidades tanto de la comunidad en su conjunto como de la naturaleza sean centrales en la sociedad.

Desde la [Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria](#), se reivindica la transición hacia nuevos modelos que se fundamenten en los **principios de equidad, trabajo digno, sostenibilidad ecológica, cooperación, reparto justo de la riqueza y compromiso con el entorno.**

Frente al consumo acrítico que está instalado en nuestra cotidianidad, la ESS propone un Consumo Consciente, Responsable y Transformador (CCRT).

El **Consumo Consciente, Responsable y Transformador** hace referencia a la acción de compra, o de no compra, que **promueve una transformación social y escoge los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también según criterios éticos, culturales, sociales y medioambientales**, potenciando la adquisición de aquellos más justos y sostenibles. En la práctica, el CCRT consiste en:

- Repensar sobre la necesidad de compra (trueque, no compra, alquiler, préstamo, etc.).
- Informarse sobre la procedencia, los procesos de producción (de qué están hechos y en qué condiciones) y los impactos de los productos y servicios.
- Conocer e investigar sobre la política de la empresa proveedora.
- Priorizar la compra de productos locales, agroecológicos, de comercio justo y con certificaciones ambientales.
- Reducir, reutilizar y reciclar los productos y embalajes, prolongando la vida útil, de manera que se reduzcan los residuos.
- Elegir productos duraderos y de calidad en lugar de opciones de un solo uso.
- Fomentar la economía circular.
- Apoyar a empresas comprometidas con prácticas sostenibles y responsables.

El CCRT va más allá del consumo responsable, ya que hace hincapié en generar cambios profundos en los patrones de producción y consumo actuales. Implica cuestionar y desafiar el sistema económico y social dominante, y promover alternativas más inclusivas y solidarias. Fortalece la idea de que las **personas consumidoras, así como las entidades sociales, tenemos el poder** y por tanto la responsabilidad mediante nuestro consumo (o no consumo) de exigir la defensa de los derechos humanos y los derechos de la naturaleza.

A día de hoy, la necesidad de esta transformación ha adquirido reconocimiento a nivel mundial. En 2015, Naciones Unidas aprobó la **Agenda 2030**, un plan de acción que tiene como fin abordar los desafíos económicos, sociales y medioambientales que enfrenta el mundo, y mejorar la vida de las personas y el planeta para el año 2030. Los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** incluidos en la agenda abarcan una amplia gama de temas como la erradicación de la pobreza, la seguridad alimentaria, la salud, la educación, la igualdad de género, el acceso a agua limpia y saneamiento, la energía limpia, la protección del medioambiente, la justicia social, la paz y la inclusión.

Las organizaciones del Tercer Sector Social (TSS), como fundaciones, cooperativas y asociaciones, desempeñan un papel crucial en el desarrollo de los derechos sociales y en la promoción de valores como la solidaridad, la justicia social y la sostenibilidad.

Las organizaciones del TSS son esenciales para la transformación hacia una sociedad más justa y sostenible. Su misión es expresar el compromiso desde la sociedad civil organizada, contribuir a construir un modelo que evite la exclusión de determinados colectivos y asegure a todas las personas unos niveles justos de bienestar. Asimismo, las entidades del tercer sector social generan empleo y riqueza y contribuyen al desarrollo económico de las comunidades donde operan.

La responsabilidad en la promoción de prácticas económicas más justas y sostenibles en las organizaciones del tercer sector social debería ser un eje primordial y la **compra responsable** les permite **ejercer una práctica transformadora con su propio consumo.**

4

COMPRA RESPONSABLE EN ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR SOCIAL

4.1

Criterios sociales

09

4.2

Criterios ambientales

12

La compra responsable es una práctica que consiste en tener en cuenta criterios sociales y ambientales a la hora de comprar y escoger productos, servicios y proveedoras que respeten los derechos humanos y el medioambiente.

Estos criterios no son excluyentes entre sí, sino complementarios. La compra responsable busca integrarlos de manera equilibrada en todas las fases del proceso de producción, adquisición y gestión de residuos de bienes y servicios.

Integrar los criterios es un proceso de largo recorrido que conlleva reflexión y un continuo **replanteamiento de nuestros hábitos de compra y contratación**. Por ello es importante hacer un ejercicio realista con nuestros objetivos, dar pasos e ir haciendo pruebas con aquellas compras en las que resulte más fácil aplicar los criterios, así como hacer seguimiento y evaluación de los pasos dados.

Además, antes de demandar el cumplimiento de dichos criterios a empresas proveedoras, es importante poner la mirada en nuestras propias prácticas, y procurar buscar la coherencia entre la visión de nuestra empresa y aquello que solicitamos a nuestras proveedoras. Por tanto, el primer paso sería el de reflexionar e incorporar los criterios sociales y ambientales al interno de nuestras organizaciones.

4.1. Criterios sociales

Los criterios sociales de la compra responsable se refieren a aquellos aspectos relacionados con la adopción de prácticas comerciales justas, éticas y transparentes, que respeten los derechos humanos en el ámbito laboral y comunitario, eviten la corrupción y la explotación, y promuevan la lucha contra el trabajo infantil a lo largo de toda la cadena de suministro, así como el apoyo a iniciativas y productos de comercio justo en el comercio internacional. Los criterios sociales considerarán cuestiones tales como la calidad en el empleo, la perspectiva de género, la contratación de personas con capacidades diferentes o la contratación de empresas de inserción y centros especiales de empleo y la promoción del desarrollo local, lo que redundará en una mayor vinculación económica y social de la comunidad con la empresa u organización.

Para aplicar los criterios sociales, las empresas deberían establecer políticas y prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades, el respeto a los derechos humanos, la participación comunitaria y la colaboración entre las partes interesadas.

La inclusión de estos criterios implica que, en el proceso de selección de proveedores y productos, se debe conocer la procedencia del producto y las condiciones de producción y fabricación. De este modo, se promueve que las empresas sean transparentes en sus prácticas comerciales y proporcionen información sobre su cadena de suministro.

A continuación listamos los criterios, acompañados por posibles acciones para aplicarlos:

Criterio

1. Buenas condiciones de trabajo

Acciones

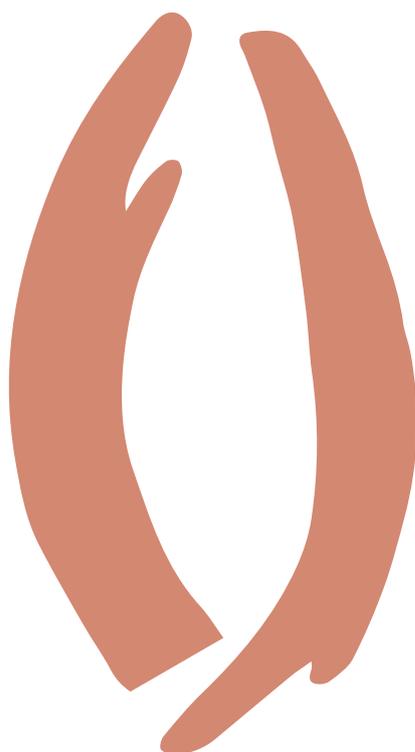
- Exigir a los proveedores el respeto a los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Preguntar a los proveedores sobre sus condiciones laborales y confirmar que sean justas y seguras valorando a aquellos que tengan mejoras voluntarias en materia laboral (alargamiento de permisos maternal/paternal/lactancia; mayor nº de personal indefinido, etc.), salarial o de seguridad y salud laboral.
- Contratar proveedores con una adecuada política de prevención de riesgos laborales, también para las empresas subcontratadas por el proveedor.

2. Equidad de género

- Promover la igualdad de género en la cadena de suministro, por ejemplo, contratando a proveedoras mujeres y/o no cisheteronormativas.
- Investigar si las entidades proveedoras tienen políticas internas de igualdad, protocolos de actuación frente a las violencias machistas y la discriminación.
- Comprar servicios a proveedoras con políticas que fomenten la igualdad de género y la diversidad y que tengan una política contra el acoso sexual y acoso por otros motivos.

3. Inclusión social

- Priorizar la compra de servicios a proveedores que tienen políticas de diversidad, con especial hincapié en el empleo de colectivos con dificultades para incorporarse al mercado laboral (personas trans, personas migrantes, jóvenes, mujeres, personas mayores de 50 años, minorías étnicas, personas con diversidad funcional, paradas de larga duración, etc.).
- Contratar, promover y apoyar a personas con diversidad funcional, personas en desventaja social o en riesgo de exclusión, etc.
- Fomentar la inclusión social y la promoción de organizaciones de economía social solidaria, como las que emplean a personas en riesgo de exclusión en general. Para ello, se puede consultar el [mercado social de REAS](#).
- Apostar por trabajar con centros de inserción o centros especiales de empleo. Para ello se puede consultar el [directorio de Gizatea](#), asociación de empresas de inserción de Euskadi.
- Optar por proveedores que incorporan condiciones necesarias de accesibilidad, entendida como el conjunto de condiciones de comprensibilidad y usabilidad que deben cumplir los espacios, los servicios, los medios de transporte, los procesos, los productos, las herramientas, los mecanismos para que todas las personas puedan utilizarlos y disfrutarlos con seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible.



Criterio

Acciones

4. Promoción del desarrollo local y la participación comunitaria

- Priorizar la contratación de proveedores locales y pequeñas empresas que apoyen a sus comunidades locales y a colectivos más vulnerabilizados para fomentar el desarrollo económico local.
- Conocer e investigar sobre las medidas de apoyo a la comunidad que las proveedoras están realizando, si apoyan proyectos de valor para la comunidad (programas educativos, sanitarios, culturales, deportivos, etc.).

5. Promoción de prácticas comerciales justas

- Buscar productos y proveedores que garanticen el pago de un precio justo que cubra el coste de producción y permita unas condiciones de trabajo y de vida aceptables para las personas productoras.
- Verificar el cumplimiento de las prácticas comerciales justas mediante auditorías y monitoreo.
- Generar relaciones comerciales basadas en el respeto y la confianza y que sean largas en el tiempo.
- Optar por el comercio justo al adquirir productos provenientes del Sur; por ejemplo, en los regalos y obsequios, catering de eventos y máquinas expendedoras de las empresas.

6. Uso y promoción de herramientas de finanzas éticas y seguros éticos

- Utilizar la banca ética para la gestión financiera y la política inversora de la entidad.
- Contratar los seguros a aseguradoras que hagan una gestión ética y solidaria de los seguros, visibilicen los beneficios sociales e introduzcan las prácticas asociadas a la banca ética y al mutualismo en el mercado asegurador.
- Seleccionar proveedoras que empleen herramientas de finanzas éticas y seguros éticos.

7. Transparencia y responsabilidad en la cadena de suministro

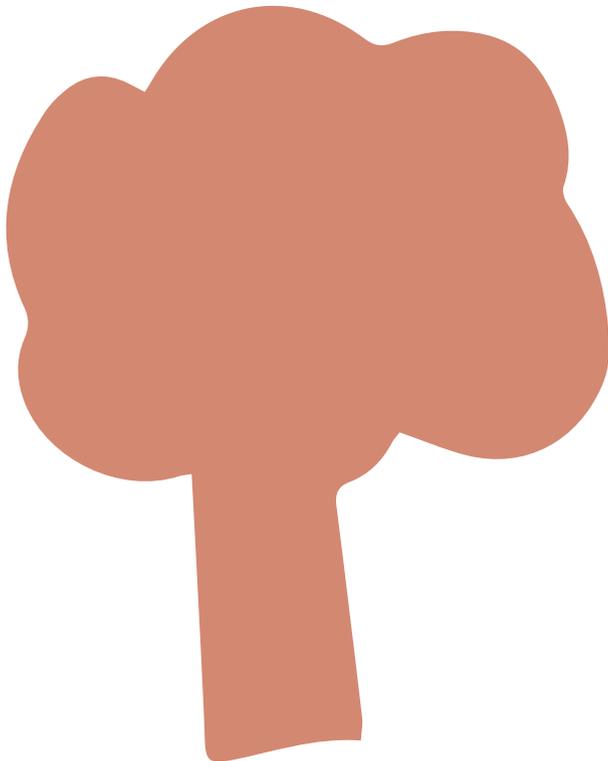
- Crear un comité que haga seguimiento y evaluación de la incorporación de los criterios de compra responsable.
- Investigar sobre la trazabilidad de los productos que se adquieren.
- Solicitar a las proveedoras transparencia sobre las condiciones en las que desarrollan su producción.



En definitiva, las organizaciones sociales pueden incorporar estos criterios en su gestión a través de diferentes estrategias y herramientas y, de este modo, asegurar que su impacto social sea positivo y sostenible en el tiempo.

4.2. Criterios ambientales

La amenaza del cambio climático, la creciente presión sobre unos recursos naturales cada vez más escasos y los costes e impactos sociales asociados a estos problemas nos obligan a repensar los efectos medioambientales vinculados al modelo de producción y consumo vigente. Una alternativa para generar un impacto ambiental menor a escala global consiste en incorporar criterios ambientales en los procesos de adquisición, desde la producción hasta el fin de su ciclo de vida.



Incorporar criterios ambientales implica considerar la huella de carbono, el consumo de recursos naturales (materiales, agua, energía), si contienen elementos tóxicos, la gestión de residuos, el uso de materiales reciclados y la contaminación generada en la producción y distribución de los productos y servicios.

En el caso de la economía social y solidaria, estos criterios también incluyen la promoción de la biodiversidad, el respeto a los derechos de los animales y la preservación de ecosistemas naturales y culturales. La ESS, además, busca fomentar la producción y el consumo local y la cooperación entre las empresas y organizaciones del sector para lograr un impacto ambiental positivo y duradero.

Estos son los criterios ambientales y las acciones que pueden facilitar su aplicación:

Criterio

Acciones

1. Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero

- Investigar si las empresas proveedoras llevan un control interno de emisiones de CO2 y si utilizan la herramienta calculadora de huella de carbono¹.
- En el caso de que sea necesaria la adquisición de vehículo, priorizar los que sean a motor no contaminante o de tracción eléctrica.

2. Gestión de residuos adecuada, incluyendo la reducción, reutilización y reciclaje de materiales

- Investigar si las empresas proveedoras utilizan herramientas como el análisis del ciclo de vida (ACV) o la evaluación del impacto ambiental (EIA) en la totalidad del ciclo de vida de aquello que producen.
- Adquirir productos que eviten o reduzcan la generación de residuos y emisiones, faciliten su posterior reparación y/o reciclado y estén compuestos por materiales reciclados.

3. Conservación de recursos naturales

- Reducir el uso de recursos naturales implementando medidas para disminuir el uso de energía, agua y otros recursos naturales como prácticas de eficiencia energética en los edificios y la producción y la gestión eficiente del agua.
- Contratar empresas que generen, produzcan y comercialicen energías renovables para el suministro de calor y electricidad, y favorezcan el autoconsumo y la soberanía energética en la medida de los posible.

4. Promoción de productos y servicios que reduzcan el impacto ambiental

- Comprar alimentos y productos procedentes de la agricultura ecológica.
- Adquirir productos de segunda mano siempre que sea posible.
- Comprar materiales reciclados.
- Optar por las líneas de productos ecológicos que ofrecen las proveedoras.
- Apostar por productos y empresas de proximidad, con el objetivo de promover y fortalecer la actividad local y así emplear medios de transporte de mercancías menos contaminantes.
- Reflexionar sobre la necesidad de compra de determinados productos, y buscar alternativas como el alquiler o el préstamo.
- Evitar la compra de productos tóxicos o contaminantes.

5. Certificaciones y sellos ambientales que acrediten el compromiso con prácticas sostenibles y responsabilidad ambiental

- Seleccionar proveedores responsables comprometidos con la sostenibilidad ambiental y social, para así trabajar conjuntamente en la mejora continua de la cadena de suministro. Una manera de saber que las proveedoras cumplen este criterio es escoger empresas y entidades de la economía social y solidaria. Podemos encontrar este tipo de empresas, entre otros, en los buscadores del [Mercado Social](#) y [Me Cambio](#).
- Optar por empresas que acrediten etiquetas y certificaciones ambientales (más información en el apartado 7).



En definitiva, los criterios ambientales favorecen que los procesos de adquisición sean respetuosos con el medioambiente y que el modelo de producción y consumo transite hacia la sostenibilidad.

¹ En el apartado 6 de este documento se comparten varias herramientas al respecto.

5

ETIQUETADO Y CERTIFICACIÓN PARA LA COMPRA RESPONSABLE

5.1

Empresas y entidades de economía social y solidaria

16

5.2

Certificaciones e iniciativas con criterios sociales y de comercio justo

17

5.3

Certificaciones ambientales

19



En ocasiones es complicado conocer las condiciones de producción de los productos, por lo que tanto el etiquetado como la certificación ambiental y social ayudan a reconocer y garantizar las condiciones de extracción, producción y procesado de los mismos. Estos certificados varían en criterios y cada uno de ellos hace hincapié en uno o más criterios nombrados anteriormente, pero todos ellos se basan en los derechos humanos y los de la naturaleza. Es decir, garantizan que los productos tienen un menor impacto sobre el medioambiente y/o que se han respetado todos los derechos de las personas productoras y trabajadoras en el sistema de producción.

Además de la información obligatoria, el etiquetado de productos puede contener información valiosa sobre la procedencia de los productos, su producción y la calidad del mismo.

Los procesos de certificación tienen el potencial de propiciar una corrección interna de las estrategias y acciones y encaminarlas a insertar valores sociales y ambientales en las mismas.

A pesar de que la legislación en torno a la protección medioambiental y de derechos humanos es cada vez mayor, y por tanto el etiquetado y los certificados contienen más información, la obtención de las certificaciones continúa siendo optativa. Sin embargo, hay productos y empresas que, aun no contando con etiquetados y certificaciones reguladas local o internacionalmente, cumplen con los criterios sociales y ambientales que se avalan a través de **certificaciones participativas, de confianza**, etc. Un ejemplo son los **Sistemas Participativos de Garantía (SPG)**, que consisten en involucrar a las partes interesadas en la producción y el consumo de los productos en el proceso de inspección y certificación. Los SPG se basan en principios y objetivos comunes, y se ajustan a las realidades sociales, geográficas y humanas de las personas productoras que los desarrollan. En el ámbito de la agroecología, en nuestro entorno podemos encontrar el SPG impulsado por **EHKOLEktiboa**, que permite identificar a personas agricultoras con criterios agroecológicos.

Aunque muchas empresas asimilan los criterios sociales y ambientales como verdadero compromiso y estrategia, esta asimilación también se ha convertido en la última década en tendencia o moda rentable para muchas empresas, lo que ha provocado el uso indiscriminado de estos conceptos como herramienta de *marketing* para conseguir más popularidad y por tanto más ventas. Es por ello necesario tener una mirada crítica y conocer las diferentes certificaciones y etiquetas que sí garantizan que se cumplen estos criterios.

5.1. Empresas y entidades de economía social y solidaria

Una forma fidedigna de **optar por proveedoras con criterios responsables es recurrir a la economía social y solidaria**. Al poner la economía al servicio del bienestar de las personas y el entorno natural, la incorporación de los criterios sociales y ambientales es una característica intrínseca de este tipo de entidades. Además, deben dar cuenta de su aporte transformador.

REAS (la red de economía social y solidaria) dispone de una herramienta de auditoría social con la que se ofrece garantía de que las empresas y entidades, así como sus productos y servicios, responden a los valores propios de la economía solidaria.

Su cumplimentación y comunicación pública es el sello de confianza para quienes consumen y se relacionan con estas empresas y entidades.

Asimismo, en la actualidad existe el denominado **Mercado Social**, que es una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituida tanto por empresas y entidades de la economía social y solidaria como por consumidores/as individuales y colectivos. Los **productos y servicios que ofrecen los mercados sociales** de cada territorio son muy diversos: finanzas y seguros éticos, asesoría y servicios jurídicos, comunicación e imagen, limpieza, energía, electrónica, informática y TIC, industria y construcción, gestión de residuos, papelería e imprenta, vivienda y urbanismo, consultoría e investigación, alimentación, muebles, menaje y decoración, salud y cuidados, textil, calzado y complementos, etc.

Estas son algunas de las redes de economía social y solidaria más importantes:

Red	Ámbito	Descripción	Web
REAS (Red de Economía Alternativa Solidaria Solidaria) Euskadi	CAPV	Asociación sin ánimo de lucro de segundo grado que reúne a entidades de diferentes figuras jurídicas: cooperativas, asociaciones, empresas de inserción, redes, etc., que se identifican con la economía solidaria, comparten objetivos y colaboran en la construcción de una economía más sostenible, justa e inclusiva.	https://reaseuskadi.eus/
REAS Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria	España	Red confederal desplegada en el Estado español y relacionada con otras realidades estatales o transfronterizas dedicadas al impulso de la economía social y solidaria. En la actualidad, está compuesta por 15 redes territoriales y 4 sectoriales que aglutinan a más de 50.000 personas en 944 entidades y empresas.	https://reas.red/

RIPESS (Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria)	Internacional	Red mundial de redes continentales comprometidas con la promoción de la economía social y solidaria. Las redes miembros de RIPESS (América Latina y el Caribe, América del Norte, Europa, África, Asia y Oceanía) reúnen a su vez redes nacionales y sectoriales. Su alcance local y global le da legitimidad para promover la economía social solidaria, favorecer la cooperación intercontinental e incidir sobre políticas a distintos niveles.	https://www.ripess.org/?lang=es
OlatuKoop	Euskal Herria	Red de economía social y transformadora que fomenta la cooperación entre entidades, el bienestar social y que la actividad económica contribuya al bien común.	https://olatukoop.eus/

5.2. Certificaciones e iniciativas con criterios sociales y de comercio justo

La **certificación social** considera aspectos como los **derechos laborales**, la calidad del empleo, grupos sociales específicos en relación al empleo (personas con diversidades funcionales o en riesgo o situación de exclusión social), el enfoque en **empresas de economía social y solidaria**, la promoción de la **igualdad de oportunidades** y la **accesibilidad**. Aunque existen numerosas iniciativas, es cierto que estas certificaciones son las menos conocidas en el mercado.

Por otra parte, la **certificación de comercio justo** ofrece garantías de que los productos se han elaborado y comercializado bajo un modelo que protege los **derechos de las personas productoras**, especialmente en el Sur global. El comercio justo garantiza el pago de **salarios dignos** y condiciones laborales adecuadas y seguras, y además contribuye a la **lucha contra la explotación infantil** y favorece la **igualdad de género**.

Estas son algunas de las certificaciones sociales y de comercio justo más importantes:

SOCIALES Y DE COMERCIO JUSTO			
Certificado / Iniciativa	Ámbito	Descripción	Web
Auditoría social de Mercado Social	CAPV/España	Certifica que las empresas cumplen con los principios de la economía social y solidaria. <ul style="list-style-type: none"> • Buscador para entidades de la CAPV: https://merkatusoziala.eus/ • Catálogo de la red estatal: https://mercadosocial.net/ 	https://reaseuskadi.eus/hacemos/auditoria-social/

Gizatea, Asociación de Empresas de Inserción	CAPV	<ul style="list-style-type: none"> Tiene como objetivo contribuir a la mejora y fortalecimiento del sector, fomentar la intercooperación o facilitar su interlocución ante las instituciones públicas y ante la sociedad. Cuenta con un buscador de empresas de inserción social de la CAPV por empresas, productos y servicios. 	https://www.gizatea.net/productos-y-servicios
ETI (Iniciativa del Comercio Ético)	Internacional	Alianza de una serie de compañías, ONG y entidades comerciales que trata de promover y mejorar la implementación de códigos de conducta.	https://www.ethicaltrade.org/
Fair Wear Foundation (FWF)	Internacional	Esta fundación trata de promocionar las condiciones laborales en la industria textil.	https://www.fairwear.org/
ISEAL	Internacional	Alianza de Etiquetado para la Acreditación Social y Ambiental Internacional.	https://www.isealalliance.org/
JO-IN	Internacional	Iniciativa común de responsabilidad corporativa y derechos de las personas trabajadoras.	https://jo-in.org/pub/about.shtml
Fair Labor Association (FLA)	Internacional	Tiene como misión mejorar las condiciones laborales a lo largo de todo el mundo por medio de la promoción de las normas internacionales de trabajo de forma que empresas y organizaciones se adhieran a ellas.	https://www.fairlabor.org/
Fiare Banca Ética	Europa	Banco cooperativo que tiene como objetivo recuperar el valor social del dinero con el fin de canalizar el ahorro de personas y organizaciones para la financiación de empresas y entidades con proyectos vinculados a la economía social y solidaria.	https://www.fiarebancaetica.coop/eu
EthSI (Ethical and Solidarity Based Insurance)	España	Distintivo de calidad ética y solidaria que valora el grado de transparencia y buenas prácticas que llevan a cabo las compañías aseguradoras, los gestores aseguradores y los productos que comercializan.	https://ethsi.net/es/

COMERCIO JUSTO			
Certificado / Iniciativa	Ámbito	Descripción	Web
WFTO	Internacional	Está basado en un sistema de auto-evaluación, evaluación mutua y certificación por tercera parte independiente en base al cumplimiento de los criterios de comercio justo promulgados por la Organización Mundial de Comercio Justo.	https://wfto.com/

FairTrade	Internacional	El sistema FLO garantiza que la producción cumple los criterios de comercio justo. Se aplica a productos.	https://www.fairtrade.es/
SPP GLOBAL	Internacional	Iniciativa surgida en 2006 de mano de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC). Actualmente es miembro de FairTrade International.	https://spp.coop/
Fair for Life	Internacional	Programa de certificación de comercio justo para agricultura, fabricación y comercialización, otorgado por el organismo independiente Ecocert.	https://www.fairforlife.org/
Ethiquable (marca)	Francia	Empresa francesa totalmente dedicada al comercio justo y que trabaja principalmente con grupos productores del Sur.	https://www.ethiquable.coop/
Alternativa3 (distribuidora/ marca)	España	Cooperativa dedicada al comercio justo y ecológico.	https://alternativa3.com/
Ideas (distribuidora/ marca)	España	Cooperativa española afincada en Córdoba dedicada al comercio justo. Trabaja tanto con personas agricultoras como con otras marcas.	https://ideas.coop/

5.3. Certificaciones ambientales

La certificación ecológica o ambiental se basa en la **incorporación de criterios ambientales en los procesos de gestión productiva, empresarial y comercial**, tales como la eficiencia energética, el empleo de energías renovables, la minimización de emisiones de gases de efecto invernadero, el uso de productos procedentes de la agricultura ecológica o la adecuada gestión de los residuos.

El caso de las certificaciones ambientales, existen tres categorías de sellos:

- Las etiquetas ecológicas oficiales, que pueden ser internacionales, nacionales o provinciales.
- Las auto-declaraciones, que son las iniciativas voluntarias de la empresa sin valoración

externa y que únicamente evalúan un aspecto medioambiental del producto, y no del producto en su totalidad.

- Los perfiles ecológicos, donde se hace una comparativa entre los productos de la misma familia atendiendo al Análisis del Ciclo de Vida (ACV).

El sello ecológico es un certificado por el que una empresa productora obtiene la calificación de ecológica para su producto. Para obtener este sello, la empresa productora debe cumplir un conjunto de estándares de producción durante todo el proceso de cultivo, procesado, *packaging*, almacenaje y distribución, garantizando la calidad del producto y

certificando el control del proceso de producción.

Además, no sólo se evalúa el producto, sino que también las empresas y su edificación, por lo que nos podemos encontrar con:

- Las etiquetas “verdes” para empresas, que evalúan las cualidades profesionales de las personas artesanas o de las empresas de construcción.

- Las etiquetas ecológicas relativas al edificio, que evalúan el rendimiento energético o medioambiental de un edificio completo.
- Las etiquetas de emisiones del producto.

AMBIENTALES			
Certificado / Iniciativa	Ámbito	Descripción	Web
AENOR Medio Ambiente	España	Certificado basado en la ISO 14001, referente a los ciclos de vida del producto.	https://www.aenor.com/certificacion/medio-ambiente
Certificado de Eficiencia Energética (CEE)	España	Documento que informa sobre el consumo energético y sobre las emisiones de CO2 de un edificio.	https://labor.eus/CertificadoEficienciaEnergetica
PEFC y FSC	Internacional	Certificados forestales que garantizan que todos los espacios naturales a nivel global se gestionan y explotan de manera sostenible.	https://www.pefc.es/ https://www.es.fsc.org/es-es
EHKolektiboa	Euskal Herria	Sistema participativo de garantías que identifica y distingue los caseríos bio-ecológicos, autóctonos, granjeros y populares de Euskal Herria.	https://ehkolektiboa.eus/
Agricultura y Ganadería Ecológica Euskadi-Ekolorra	CAPV	Distintivo propio que identifica los alimentos ecológicos que se producen y/o elaboran en la CAPV y que, además, añade algunos requisitos a los mínimos establecidos por el etiquetado ecológico de los alimentos, para diferenciarlos y ponerlos en valor. <u>Buscador de productores ecológicos.</u>	https://ekolorra.eus/
Sello ecológico europeo	Europa	Permite que las personas consumidoras identifiquen los productos ecológicos y que las personas agricultoras puedan comercializarlos en todos los países de la UE.	https://labor.eus/SelloEcologicoEuropeo
Biocoop	Francia	La marca "Ensemble solidaire avec les producteurs" fue creada por BioCooP en Francia en 2000 para desarrollar relaciones comerciales especiales con organizaciones de agricultores 100% ecológicos.	https://www.biocop.es/
Naturland Fair	Internacional	Es una de las mayores organizaciones internacionales que promueve la agroecología en todo el mundo.	https://www.naturland.de/es/
EcoLabel	Europa	Permite hacer una comparativa con los productos y saber si un producto o servicio ha sido elaborado bajo la política de producción y consumo sostenible, reduciendo el impacto negativo de la producción.	https://www.ecolabel.net/es/belgelendirme/

Oeko-Tex Standard 100	Internacional	Certificación de productos sostenibles en la industria textil y de cuero.	https://labur.eus/Oeko-Tex
AENOR Residuo cero	España	Certifica la gestión organizada de residuos que permita reducir su generación, prepararlos para ser reutilizados y/o transformar el residuo en materias primas, reintroduciéndolas en la cadena de valor.	https://www.aenor.com/certificacion/medio-ambiente/residuo-cero
AENOR Desperdicio alimentario cero	España	Pone en valor el trabajo de las organizaciones para reducir el desperdicio de alimentos.	https://www.aenor.com/certificacion/medio-ambiente/residuo-cero

Las certificaciones anteriormente detalladas proporcionan un alto grado de confianza con respecto al cumplimiento de los criterios sociales y ambientales. Sin embargo, en caso de no encontrar productos o entidades proveedoras que cuenten con dichos certificados, la tenencia de **certificaciones ISO** puede orientar a la hora de escoger productos y proveedoras.

Estas certificaciones son elaboradas por la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés), y son un conjunto de normas técnicas internacionales creadas con el objetivo de ayudar a todo tipo de organizaciones a establecer unos niveles de homogeneidad en relación con la gestión, prestación de servicios y desarrollo de productos en la industria. Son la normativa base a cumplimentar en la totalidad del mercado, nacional

e internacional, que, aun siendo de aplicación voluntaria, han ido ganando un gran reconocimiento y aceptación internacional.

La **ISO 20400, relativa a la compra sostenible**, establece criterios y principios que las empresas pueden utilizar para guiar sus prácticas de compras y adquisiciones responsables y sostenibles. Es una norma que recae directamente en cualquier compra de un producto y servicio, dado que comprende que dicha acción de compra puede tener un impacto positivo y multiplicador en la cadena de suministro, el medioambiente y la sociedad en general, haciendo conscientes a las entidades de su poder de transformación y responsabilidad social.

Algunas de las normativas ISO que atienden a criterios sociales y ambientales son las siguientes:

Certificado	Descripción
ISO 20400	Proporciona directrices para la compra sostenible.
ISO 14001	Establece los requisitos para un sistema de gestión medioambiental.
ISO 14046	Permite realizar e informar de una evaluación de huella de agua única o individual, o como parte de una evaluación ambiental más integral.
ISO 26000	Recoge los requisitos para integrar la responsabilidad social corporativa, con el fin de ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. No es una norma certificable.
ISO 50001	Recoge los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión energética en una organización.



HERRAMIENTAS PRÁCTICAS DE COMPRA RESPONSABLE

6.1

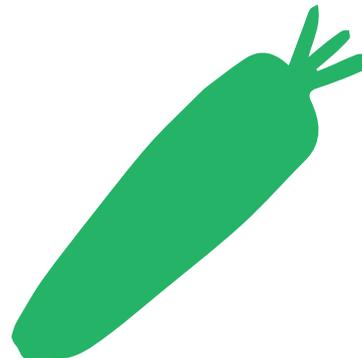
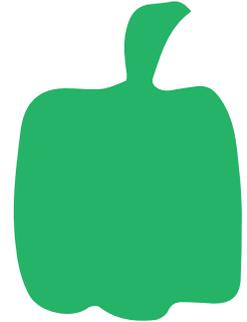
Política de compra responsable
24

6.2

Modelo de plan de acción con criterios de
compra responsable
24

6.3

Cuestionario para empresas proveedoras
25



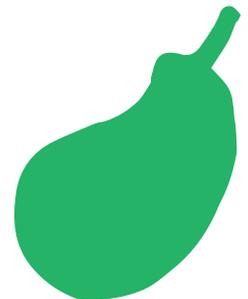
En este apartado se recogen algunas herramientas que podrían ser de utilidad para la incorporación de la compra responsable. La aplicación de estas herramientas debe conllevar un **replanteamiento de los valores-visión-misión de la organización**, dado que la compra responsable no es sólo una propuesta de consumo, sino una propuesta transformadora socio-cultural basada en los derechos humanos y los derechos de la naturaleza.

Las herramientas que se proponen son 1) una política de compra, que constituiría el documento que refleja la apuesta política de la entidad por la compra responsable; 2) un plan de acción con el que concretar dicha apuesta; y 3) un cuestionario para las empresas y entidades proveedoras, que podría servir para recoger información relevante sobre sus prácticas y, así, determinar si cumplen con los criterios priorizados.

Cada herramienta práctica que se propone en este apartado **debe ser adecuada a la realidad de cada entidad**.

Llevar a cabo una compra responsable es un proceso progresivo en el que se pueden ir dando pasos con objetivos temporales que conduzcan a esas metas finales a las que queremos llegar.

Por eso, es importante hacer un ejercicio realista con los objetivos y tiempos de cada una, valorar la posibilidad de establecer planes piloto, seleccionar aquellas compras en las que resulte más fácil aplicar los criterios, así como hacer seguimiento y evaluación de los pasos que se den al respecto para que el proceso hacia una compra más responsable sea exitoso.



6.1. Política de compra responsable

Desarrollar una política de compra responsable es un paso importante y necesario para garantizar que la totalidad de nuestra entidad integra este enfoque en sus quehaceres, afianzando de forma real y efectiva la apuesta por la compra responsable. Esto nos permitirá ser coherentes con las empresas proveedoras a las que solicitaremos que cumplan con esos criterios.

Al priorizar este enfoque como estrategia global de la entidad, antepone los criterios de compra responsable a los meramente económicos, lo que permite **concienciar y sensibilizar a través de la práctica** no sólo a las **proveedoras**, sino también a las **personas trabajadoras** y a las usuarias de los servicios que ofrece nuestra entidad.

Por medio de la creación de una política de compra responsable, la organización reconoce su responsabilidad en la sociedad asumiendo el poder que tiene como generadora de transformación y como agente tractor hacia una sociedad más justa, ética y sostenible. De esta forma interviene en el mercado generando impacto positivo también a nivel social y medioambiental.

En el **anexo I**, se incluye un modelo de política de compra responsable que puede servir como ejemplo para que cada entidad construya su propia política de acuerdo a su realidad.

6.2. Modelo de plan de acción con criterios de compra responsable

Para poder incorporar los criterios sociales y ambientales en las prácticas de compra y contratación, es necesario que la entidad haga una apuesta real en tiempo, recursos y esfuerzos. Para ello, elaborar un plan de acción puede resultar muy útil, ya que permite concretar el proceso de implementación de los criterios, así como hacer seguimiento de dicha implementación.

En el enlace/QR de más abajo, se incluye un modelo de plan de acción con el que definir objetivos, identificar oportunidades de mejora, y medir y evaluar el progreso. Esta herramienta contiene tres pestañas:

- Pestaña 1 “Indicadores y alcance deseado (ejemplo)”: se trata de un prototipo del plan de acción en el que las entidades encontrarán ejemplos e inspiración para elaborar sus propios planes de acción.
- Pestaña 2 “Indicadores y alcance deseado (a rellenar)”: en esta pestaña se reflejará el plan de acción ideado en las propias entidades para realizar una compra responsable.
- Pestaña 3 “Seguimiento (a rellenar)”: podrá reflejarse el progreso que la entidad realiza con respecto al plan de acción elaborado y reflejado en la pestaña 2.



Modelo de plan de acción

6.3. Cuestionario para empresas proveedoras

Para una compra responsable con criterios sociales y ambientales es esencial generar espacios de confianza entre nuestra empresa y las proveedoras.

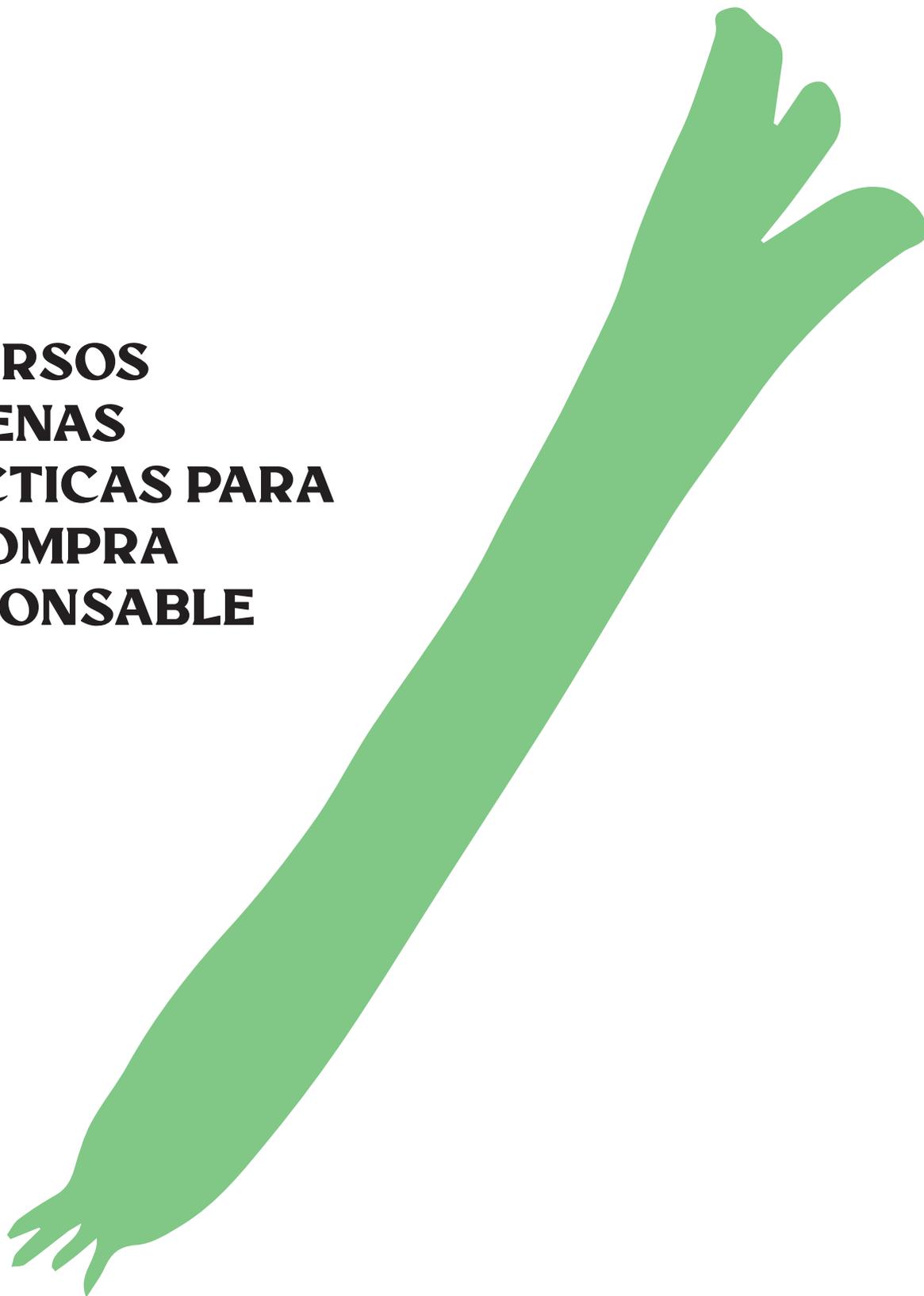
Habrà ocasiones en las que los criterios sociales y ambientales no se puedan garantizar debido al entramado empresarial de la producción del producto, o que no se pueda optar por una producción local debido a la inexistencia de las materias primas o productos manufacturados en el país. Sin embargo, comunicar a las empresas proveedoras que nuestra entidad prioriza a aquellas que garantizan el cumplimiento de estos criterios puede estimularlas a dar pasos en esta dirección.

Al mismo tiempo, es importante conocer cuáles son las prácticas de las proveedoras y qué impactos sociales y ambientales tienen para saber si cumplen con los criterios que priorizamos. Para ello, la actuación más sencilla es consultarles a ellas mismas, lo que puede hacerse a través de un cuestionario.

En el **anexo II**, se propone un modelo de cuestionario con una serie de preguntas que permitirá conocer si la empresa proveedora cumple con los criterios de compra responsable. Se trata de un modelo general que convendría que cada entidad lo adecuara a sus necesidades específicas y al sector en el que trabaje.

7

RECURSOS Y BUENAS PRÁCTICAS PARA LA COMPRA RESPONSABLE



Buscadores de empresas

<p>Mercado social REAS Euskadi</p>	<p>Iniciativa promovida por REAS Euskadi con el objetivo de impulsar prácticas económicas alternativas al servicio de las personas y de la sostenibilidad de la vida. En este buscador/ mapa de mercado social se pueden encontrar los diferentes servicios y productos que ofrecen más de 110 entidades de 19 sectores.</p> <p>https://merkatusoziala.eus/</p>
<p>OlatuKoop</p>	<p>Red compuesta por empresas, asociaciones, organizaciones y cooperativas que operan de forma transformadora en la economía y el emprendimiento económico. Cuenta con un buscador con criterios de compra responsable.</p> <p>https://olatukoop.eus/</p>
<p>Gizatea, Asociación de Empresas de Inserción de Euskadi</p>	<p>Tiene como objetivo contribuir a la mejora y fortalecimiento del sector, fomentar la intercooperación y facilitar su interlocución ante las instituciones públicas y ante la sociedad. Cuenta con un directorio de Empresas de Inserción Social de Euskadi.</p> <p>https://www.gizatea.net/productos-y-servicios</p>
<p>Saretuz</p>	<p>Red por el Consumo Consciente y Transformador de Donostia. Entre sus objetivos se encuentra fomentar el consumo local y de proximidad, promover prácticas de consumo sostenible y consciente, y desarrollar una red de intercambio y colaboración entre los miembros. Cuenta con un mapa de comercios con criterios de compra responsable.</p> <p>https://saretuz.eus/es/</p>
<p>Zentuz</p>	<p>Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Vitoria-Gasteiz formada por tres organizaciones, que trabaja por el fomento del comercio justo y el consumo responsable de bienes y servicios en Vitoria-Gasteiz. Cuenta con un mapa de comercios con criterios de compra responsable.</p> <p>https://consumoresponsable.info</p>
<p>Coordinadora Estatal de Comercio Justo</p>	<p>Directorio de tiendas online de comercio justo en el Estado.</p> <p>https://comerciojusto.org/tiendas/tiendas-on-line/</p>
<p>EHLABE (Euskal Herriko Lan Babestuaren Elkartea)</p>	<p>Asociación vasca de entidades no lucrativas que fomentan la inclusión sociolaboral de las personas con discapacidad. Disponen de un banco de datos.</p> <p>https://www.ehlabe.org/es/</p>
<p>SANNAS, Asociación de Empresas por el Triple Balance</p>	<p>Estas empresas comparten un modelo basado en el triple balance –económico, ecológico y social- y tratan de transformar el modelo empresarial tradicional, contribuyendo a construir una sociedad más sostenible y equitativa. Cuentan con un directorio de las empresas socias.</p> <p>https://www.sannas.eu/empresas-socias/</p>

Herramientas

<p>Fem-Check</p>	<p>Lista de verificación y un manual de uso con los que se puede evaluar de forma sencilla las acciones de una organización desde una perspectiva de género.</p> <p>https://www.emaus.com/pdf/DEF_fem_check_CAST.pdf</p>
<p>Calculadora de huella de carbono</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de REAS Navarra sobre cómo hace el cálculo de su huella de carbono. <ul style="list-style-type: none"> • https://reasna.org/como-se-calcula-la-huella/ • https://reasna.org/que-nuestro-co2-no-deje-huella/ • Herramientas desarrolladas por el Ministerio para la Transición Ecológica para facilitar el cálculo de la huella de carbono de organizaciones y pymes y la estimación de las absorciones de dióxido de carbono que genera un proyecto de absorción. <p>https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/mitigacion-politicas-y-medidas/calculadoras.aspx</p>
<p>Cómo desarrollar una política de derechos humanos</p>	<p>Guía para empresas y organizaciones realizada por la oficina del Pacto Mundial y la Oficina de Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.</p> <p>https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/publications%2FPolítica-de-Derechos-Humanos-traducida.pdf</p>
<p>Consumo Colaborativo</p>	<p>Listado de proyectos de consumo colaborativo.</p> <p>http://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/</p>

Vigilancia de la sociedad civil sobre actividades empresariales

<p>Observatorio de RSC</p>	<p>El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa es una iniciativa promovida por organizaciones sociales que tiene como misión la correcta aplicación de la responsabilidad social corporativa.</p> <p>https://observatoriorsc.org</p>
<p>Plataforma por Empresas Responsables</p>	<p>Plataforma de organizaciones de la sociedad civil que promueve la adopción en el Estado español de una ley vinculante de debida diligencia en materia de derechos humanos y medioambientales para las empresas.</p> <p>https://empresasresponsables.org</p>
<p>Campaña Global para Desmantelar el Poder Corporativo</p>	<p>La Campaña Global para Reclamar la Soberanía de los Pueblos, Desmantelar el Poder Corporativo y Poner Fin a la Impunidad (es una red de movimientos sociales, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos y comunidades afectadas por las actividades de las Corporaciones Transnacionales.</p> <p>https://www.stopcorporateimpunity.org</p>
<p>OMAL (Observatorio de Multinacionales en América Latina)</p>	<p>Se trata de una iniciativa promovida por la organización Paz con Dignidad que promueve la vigilancia y la denuncia del papel de las empresas trasnacionales en América Latina.</p> <p>https://omal.info</p>

Corporate Europe Observatory	El CEO es una iniciativa de investigación, movilización y denuncia sobre el papel y la influencia de las corporaciones empresariales y sus grupos de presión en las políticas de la UE. https://corporateeurope.org
Tribunal Permanente de los Pueblos (TPP)	Es un tribunal de opinión internacional que tiene como objeto pronunciarse sobre cualquier delito grave cometido en perjuicio de los pueblos y las minorías. Destacan sus iniciativas relacionadas con el papel de las empresas transnacionales en la violación de derechos humanos, sociales, culturales, ambientales y económicos. https://permanentpeopletribunal.org
Clean Clothes Campaign Campaña Ropa Limpia	Se trata de una red internacional de ONG, sindicatos y organizaciones de personas consumidoras que trabajan para mejorar las condiciones laborales y empoderar a las personas que trabajan en la industria global de la confección. En el Estado español la campaña está coordinada por la Federación SETEM. https://ropalimpia.org y https://cleanclothes.org
Tecnología Libre de Conflicto	Es una propuesta de la ONG Alboan para dar a conocer la conexión que existe entre control y explotación de recursos naturales, vulneración de derechos humanos, destrucción medioambiental y tecnología. https://www.tecnologialibredeconflicto.org
Make ICT Fair	El proyecto Hagamos las TIC Justas, promovido por redes internacionales de la sociedad civil y de gobiernos locales, persigue reformar las cadenas de suministro de la manufactura y de los minerales. https://bit.ly/ICTfair
Banca Armada	Iniciativa que persigue denunciar a las instituciones bancarias que financian la industria militar, con el objetivo de sensibilizar y exigir unas políticas éticas y responsables de inversión. https://bancaarmada.org

Más información sobre cadenas de suministro y consumo

Opciones	Revista dedicada al consumo consciente, impulsada por una comunidad de personas que creen que el consumo es una poderosa herramienta que tenemos a nuestro alcance para cambiar nuestro entorno y acercarnos a un modelo social basado en la justicia global y el cuidado del medioambiente y de las personas. https://opcions.org/es/
Carro de combate	Colectivo destinado a realizar investigaciones en torno al consumo y la sostenibilidad. https://www.carrodecombate.com

8

ANEXOS

ANEXO I

Política de compra responsable

Modelo

31

ANEXO II

Cuestionario general para
empresas proveedoras

Modelo

34

ANEXO I

Política de compra responsable

Modelo

1. Objeto de la política

La Política de compra responsable (en adelante, la política) tiene como finalidad establecer un marco general de actuación que permita asegurar que la selección y contratación de proveedores se ajusta a la normativa interna y se ciñe al compromiso de sostenibilidad asumido por la entidad [nombre de la entidad].

Dentro de la gestión responsable que se persigue, esta política incluye directrices y criterios de compra de bienes y servicios que aúnan el equilibrio entre los aspectos económicos, ambientales y sociales.

Los principales objetivos de esta política se resumen en:

- a) Establecer y dar a conocer el compromiso de sostenibilidad de [nombre de la entidad] en la relación con las entidades proveedoras de forma que haya un compromiso y coherencia con nuestra identidad.
- b) Promover entre las entidades proveedoras el cumplimiento de estándares mínimos y los criterios ambientales y sociales que se definen más adelante en este documento.

2. Ámbito de aplicación de la política

Esta política de compra responsable se refiere al proceso de adquisición, producción, procesado y gestión de residuos de bienes, productos y servicios de toda índole.

Teniendo en cuenta estos objetivos, esta política establece dos niveles de exigencia: de forma externa criterios dirigidos a proveedores que se desarrollan en el punto 3; y de manera interna, en el apartado 4, relativo al compromiso de la entidad con la compra responsable.

Es de ámbito corporativo y, por tanto, es de aplicación para todas las personas trabajadoras de [nombre de la entidad], especialmente al personal que componen las áreas de compras, con el objeto de que en sus actuaciones sigan unos principios y directrices coherentes con los que se establecen en esta política. Se considera, por tanto, que esta política es un documento de referencia y que sirve de guía para todos los departamentos de compras.

Sin perjuicio de lo anterior, esta política se desarrollará y complementará con las diferentes políticas que se aprueben en la entidad que tengan relación directa con los principios de actuación definidos en el punto 3.

Se realizarán las adaptaciones que procedan, en su caso, para cumplir con la normativa nacional y comunitaria, así como con las recomendaciones o requerimientos formulados por los organismos correspondientes.

[nombre de la entidad] es la responsable de establecer las bases, las herramientas y los mecanismos de seguimiento y evaluación necesarios para garantizar el cumplimiento de la presente política de compra responsable.

3. Principios y criterios sociales y ambientales para la compra responsable

[nombre de la entidad] reconoce a aquellas entidades proveedoras que apliquen principios similares a los de la entidad y que puedan demostrarlo.

En cualquier caso, y partiendo de la ya mencionada actitud de respeto y cooperación, [nombre de la entidad] espera de sus proveedores el cumplimiento de los siguientes estándares básicos vinculados al comportamiento ético, los derechos humanos, laborales, la seguridad y salud en el trabajo, y el respeto por el medioambiente. Los estándares que se incluyen a continuación constituyen normas mínimas, no máximas.

Además de la aplicación de estos estándares básicos, se espera de las empresas el cumplimiento de la legislación que resulte aplicable en cada caso (local, regional, nacional, internacional, etc.). En el caso de que las disposiciones de la ley y estos estándares básicos aborden el mismo tema, se aplicará la disposición que suponga una mayor protección para las personas trabajadoras en cada caso.

3.1. Criterios sociales de compra responsable

[nombre de la entidad] considera necesario que las entidades proveedoras cumplan con los siguientes criterios sociales relacionados con la responsabilidad social y los derechos humanos en el ámbito laboral y comunitario. En general, estos criterios incluyen:

1. Buenas condiciones de trabajo.
2. Equidad de género.
3. Inclusión social.
4. Promoción del desarrollo local y la participación comunitaria.
5. Prácticas comerciales justas.
6. Uso y promoción de herramientas de finanzas éticas y seguros éticos.
7. Transparencia y responsabilidad en la cadena de suministro.

3.2. Criterios ambientales para la compra responsable

[nombre de la entidad] está firmemente comprometida con la preservación del medioambiente en todas sus actividades, para lo cual promueve la

gestión ambiental sostenible, la economía circular y la conservación de los ecosistemas.

Por tanto, [nombre de la entidad] espera de sus entidades proveedoras, además del cumplimiento de la legislación medioambiental aplicable en cada caso, un comportamiento similar al de la compañía en términos de respeto medioambiental. Por ello, se solicitará a las entidades proveedoras que cumplan con las siguientes cuestiones:

1. Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
2. Gestión de residuos adecuada incluyendo la reducción, reutilización y reciclaje de materiales y residuos; uso de materiales que faciliten su posterior reparación y/o reciclado y que estén compuestos por materiales reciclados.
3. Conservación de recursos naturales.
4. Promoción de productos y servicios que reduzcan el impacto ambiental.
5. Certificaciones y sellos ambientales que acrediten el compromiso con prácticas sostenibles y responsabilidad ambiental.

4. Compromiso con la política

Con el fin de dar el adecuado seguimiento y supervisión al cumplimiento de los principios de actuación anteriormente expuestos, [nombre de la entidad] implementa un modelo de compra responsable que, en líneas generales, contempla los siguientes aspectos:

- 1. Compromiso público y transparencia:** revisión, actualización y difusión de la presente política a todas las personas trabajadoras y voluntarias de [nombre de la entidad] y otras partes interesadas, como entidades proveedoras; y será accesible en la página web.
- 2. Proceso de seguimiento y evaluación de entidades proveedoras:** se realizará el seguimiento y evaluación de las entidades

proveedoras con las que se trabaja actualmente y se guardará registro de todas aquellas que cumplen criterios ambientales y sociales en una base de datos interna. Para ello, se elaborará una ficha de seguimiento con los datos de las entidades y los criterios que cumplen.

Las entidades proveedoras deben comprometerse con el cumplimiento de dicha política que [nombre de la entidad] establece dentro de la organización.

3. Análisis y búsqueda de entidades proveedoras de la ESS: implementación de un análisis en base a los criterios, de entidades proveedoras que, por sus características, singularidad e idoneidad, resultan estratégicos para [nombre de la entidad].

4. Mecanismos de comunicación: las áreas o el personal de compras de [nombre de la entidad] permanecerán en constante contacto con los proveedores ante cualquier solicitud, duda o cuestión relacionadas con la presente política.

Por último, cabe resaltar que [nombre de la entidad], en coherencia con la presente política, evitará la contratación de aquellos proveedores de los que se tenga constancia que han incurrido en algún incumplimiento legal, laboral, ambiental, en materia de seguridad y salud o de derechos humanos en los últimos cinco años y no lo hayan solucionado. En el caso de que no se respete algún criterio de esta política [nombre de la entidad] se reserva el derecho de rescindir la relación con la entidad proveedora.

5. Evaluación y seguimiento de la política

El [órgano] de [nombre de la entidad] es el órgano responsable de aprobar la presente política de compra responsable y, por tanto, de velar por el cumplimiento de los principios y compromisos contenidos en el presente marco normativo.

A su vez, se crea y asigna a [nombre de órgano] la responsabilidad de supervisar el desempeño y de realizar el seguimiento en el cumplimiento de la presente política.

Para ello, [nombre de la entidad] hará uso de las siguientes herramientas:

- Cuestionario de seguimiento para empresas.
- Plan de acción para la compra responsable.

La política de compra responsable se divulgará dentro de la empresa y a entidades proveedoras, y estará disponible y actualizada para que todos los grupos de interés la conozcan.

6. Aprobación y revisión de la política

Esta política de compra responsable ha sido aprobada por [nombre de la entidad], el [día] de [mes] de [año], tendrá una vigencia indefinida y será objeto de publicación en la página web de [nombre de la entidad]. Su contenido estará sujeto a revisión periódica, y se realizarán los cambios o modificaciones que se consideren convenientes.

ANEXO II

Cuestionario general para empresas proveedoras

Modelo

Fecha de realización:	
-----------------------	--

Persona que responde al cuestionario	
Nombre y apellidos:	
Cargo:	
Datos de contacto:	

Información general sobre la empresa:	
Nombre de la empresa:	
NIF:	
Fecha de constitución:	
Dirección:	
Sitio web:	
¿Pertenece a algún grupo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Nombre:	
Principales accionistas:	
Productos o servicios que suministra:	

Personal:	Mujeres		Hombres		No binario	
	nº	%	nº	%	nº	%
Total personal contratado:						
Contratos indefinidos:						
Contratos de jornada completa:						
Puestos de responsabilidad:						
Participación en grupos internos, comisiones o sindicatos de la entidad:						
Personas con diversidad funcional:						

Cuestionario general con criterios para la compra responsable:

1. Criterios sociales	Sí	No	NS / NC
1.1. ¿Está su empresa o su producto certificado con algún sello o etiqueta social?			
Anexa copia de certificado en vigor			
1.2. ¿Su empresa es un centro especial de empleo, de inserción sociolaboral, de economía social u ONG? (Especifique)			
1.3. ¿Tiene implementado su empresa un código ético o de conducta?			
Anexa copia			
1.4. ¿Tiene su empresa un plan de igualdad?			
Anexa copia			
1.5. ¿Tiene su empresa un protocolo frente al acoso y violencia sexual?			
Anexa copia			
1.6. ¿Cuenta con medidas concretas para la conciliación familiar y personal de las personas empleadas?			
Anexa copia			
1.7. ¿Tiene su empresa un plan de no discriminación por razón de origen étnico, diversidades sexuales y de género o diversidad funcional?			
Anexa copia			
1.8. ¿Integran laboralmente a personas con diversidades múltiples o colectivos en riesgo de exclusión social?			
1.9. ¿Realiza la identificación y evaluación de riesgos y se establecen medidas dirigidas a minimizar estos riesgos?			
1.10. ¿Tienen alianzas con entidades del tercer sector social?			
Especifica cuáles:			
1.11. ¿Apoyan iniciativas comunitarias existentes?			
Especifica cuáles:			
1.12. ¿Incorporan disposiciones en las especificaciones técnicas que garantizan la accesibilidad universal?			
1.13. ¿Está su empresa o su producto certificado con algún sello o etiqueta social o de comercio justo?			
Anexa copia de certificado en vigor			
1.14. ¿Su empresa está adherida a alguna iniciativa internacional en materia de responsabilidad social como Pacto Mundial, Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social, etc.?			
Anexa copia			
1.15. ¿Selecciona a sus proveedores teniendo en cuenta criterios de empresas socialmente responsables?			
1.16. ¿Es conocedora de las condiciones socio-laborales (en materia de derechos laborales) de sus empresas proveedoras tanto internacionales como nacionales?			
1.17. ¿Su empresa cuenta con alguna herramienta que verifique los derechos laborales de sus empresas proveedoras?			
Anexa herramienta			

2. Criterios ambientales	Sí	No	NS / NC
2.1. ¿Está su empresa o su producto certificado con algún sello o etiqueta ambiental?			
Anexa copia del certificado en vigor			
2.2. ¿Su empresa tiene y aplica un plan de gestión o política ambiental?			
Anexa copia			
2.3. ¿Selecciona a sus proveedores en base a criterios de gestión ambiental?			
2.4. ¿Están identificados los residuos y se gestionan correctamente?			
2.5. ¿Implementa prácticas y procedimiento de ahorro y eficiencia de los recursos naturales en la producción o manufacturación?			
2.6. ¿Disponen de almacenes en la localidad o provincia en la que está situada su entidad?			



