Consumo responsable y RSC

«Optemos por el poder de los mercados con la autoridad de los ideales universales. Optemos por conciliar las fuerzas creativas del espíritu de la empresa privada con las necesidades de los desfavorecidos y de las generaciones futuras.»

Kofi Annan
Ex secretario general de las Naciones Unidas

Coordina: Carolina López Álvarez

Apoyo jurídico *online* para mujeres en situación de vulnerabilidad

La Fundación Æquitas ha puesto en marcha un proyecto, en colaboración con Obra Social La Caixa, mediante el que se crea el Servicio de apoyo jurídico para la atención de las mujeres en situación de vulnerabilidad. La finalidad de este servicio es potenciar la autonomía personal de las mujeres que lo necesiten, mediante una asistencia jurídica *online*, como medida para luchar contra la discriminación y desigualdad en que se encuentra este colectivo. Esta orientación jurídica será prestada por profesionales expertos y comprometidos en la defensa de los derechos de las mujeres en situación de vulnerabilidad: notarios, fiscales, jueces, abogados, etc., todos ellos habituales colaboradores de la Fundación Æquitas.

El servicio cuenta con un portal virtual desde donde se gestionarán todas las consultas y solicitudes. La comunicación será principalmente vía correo electrónico, cumplimentando el correspondiente formulario de consulta *online*.

http://www.mujeres-aequitas.org

La Fundación Randstad y los psicólogos madrileños firman un convenio de colaboración

La Fundación Randstad, el Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid y Psicólogos Sin Fronteras Madrid firmaban recientemente un convenio de colaboración por el que prestarán servicios de atención psicológica a personas con discapacidad o familiares que necesiten este tipo de intervención.

En virtud de este innovador proyecto, la Fundación Randstad se encargará de designar a las personas que necesiten atención psicológica, ya sean personas con discapacidad o familiares. Por su parte, Psicólogos Sin Fronteras Madrid llevará a cabo la selección y supervisión de los psicólogos voluntarios que prestarán esta atención psicológica, así como del desarrollo de un plan de formación específica en discapacidad y terapia.

El Colegio de Psicólogos colaborará a través de la gestión, tramitación, coordinación, puesta en marcha y seguimiento de los objetivos de este convenio de colaboración. Este proyecto se enmarca dentro del objetivo de la Fundación Randstad de fomentar la integración sociolaboral de personas con discapacidad en la sociedad española y del Colegio de Psicólogos de contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

http://www.copmadrid.org/
http://www.psicologossinfronteras.net/
http://www.randstad.es

«Es hora de conciliar»

De izq. a derecha: Juan José Guemes, Jordi Sevilla Alberto Ruiz Gallardón e Ignacio Buqueras.

Durante el pleno de la Comisión Nacional para la Racionalización de los Horarios (CNRH) que tuvo lugar el 14 de septiembre en el Ayuntamiento de Madrid se presentaron las líneas generales del V Congreso Nacional para Racionalizar los Horarios Españoles, que se celebrará los días 19 y 20 de octubre en el Museo de la Ciencia de Valladolid.

Bajo el lema *Es hora de conciliar,* la Asociación para la Racionalización de los Horarios Españoles (ARHOE) y la Junta de Castilla y León han organizado esta quinta edición que constará de cuatro mesas redondas tituladas: Conciliación y competitividad; Conciliación 2.0; Parar el tiempo. Un tiempo de valores; Conciliando con humor.

Previamente al pleno, Alberto Ruiz Gallardón daba a conocer las medidas de racionalización de horarios y conciliación de la vida familiar y laboral en el Ayuntamiento y en los organismos autónomos. El alcalde de Madrid estuvo acompañado de Jordi Sevilla, ex ministro de Administraciones Públicas; Juan José Güemes, ex consejero de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid; Ignacio Buqueras, presidente de la CNRH, y María Garaña, presidenta de Microsoft España. Como informó Ruiz Gallardón, desde el 16 de septiembre el nuevo horario que asumirá el personal de la administración municipal que realiza su trabajo de lunes a viernes será hasta las 17 horas. Han calculado que, con esta medida, el consumo de calefacción y electricidad se reducirá un 20 %, lo que supondrá un ahorro de 1,3 millones.

http://www.horariosenespana.es/

Manual sobre herramientas de comunicación para la RSC

«La mayoría de los directores de comunicación considera que la crisis ha reforzado el papel de la Responsabilidad Social en las organizaciones». Esta es una de las principales conclusiones de una encuesta a 80 expertos realizada con motivo de la publicación del manual 'La aplicación de las herramientas de Comunicación a la RSE', editado por la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom), con el apoyo de la Dirección General de RSE y MediaResponsable.

En la publicación, que fue presentada en sociedad el 28 de septiembre en Madrid, se profundiza en la aplicación de las herramientas existentes a las labores relacionadas con la Responsabilidad Social, así como se presentan testimonios de profesionales del sector y ejemplos de buenas prácticas; todo ello con un carácter eminentemente práctico para ayudar a los profesionales de la comunicación a integrar mejor la Responsabilidad Social en sus organizaciones.

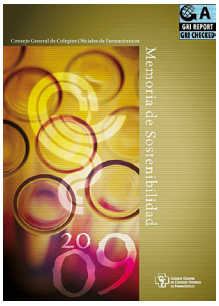
http://www.dircom.org
http://www.empresaresponsable.com/

El Consejo de Farmacéuticos presenta su Memoria de Sostenibilidad 2009

La Organización Farmacéutica Colegial publicó en el mes de septiembre su informe anual que, por segundo año consecutivo, ha sido elaborado en base al estándar internacional de Global Reporting Initiative, (GRI) consiguiendo el nivel A de certificación. A través de este informe, la organización ha querido dar respuesta a su compromiso con la transparencia en la gestión y en la información a todos los grupos de interés; lo que supone un importante hito, así como un triple balance: económico, social y medioambiental.

En la memoria se recogen los hechos más relevantes de la gestión del Consejo General durante el año 2009, tanto en el ámbito político profesional y de relaciones con la administración sanitaria, como en el área de servicios ofrecidos a los farmacéuticos, la actividad de representación internacional, la organización de congresos y jornadas, las campañas sanitarias o la actividad de las Vocalías Nacionales, entre otros temas.

El Consejo General fue, en el 2009, la primera organización colegial del ámbito sanitario que realizó su memoria en base a un estándar internacional como GRI, confirmando el liderazgo de la entidad en el ámbito de la responsabilidad social corporativa.



http://www.portalfarma.com

Promoviendo la responsabilidad social entre los colegiados

El Colegio de Oficial de Ingenieros Aeronáuticos de España (COIAE) firmaba recientemente un convenio de colaboración con Ingeniería Sin fronteras (ISF) - Asociación para el Desarrollo, en el que se incluyen programas de cooperación con preferencia en sectores profesionales relacionados con los colegiados, de colaboración en la captación de socios, de fomento de las actividades de difusión y sensibilización entre los colegiados, así como el asesoramiento en actividades del convenio, formación en cooperación y actividades que se consideren de interés mutuo. Asimismo, el Colegio se ha comprometido a informar sobre ISF, y sus actividades principales, a través de su página web.

Mediante este convenio, el Colegio de Ingenieros Aeronáuticos da respuesta a su inquietud de promover la responsabilidad social entre los colegiados y conseguir el apoyo a las iniciativas que persiguen el desarrollo de la sociedad a través de la implantación de soluciones de ingeniería aeronáutica.

http://www.coiae.com
http://www.isf.es/

Los Premios Corresponsables reciben más de 500 candidaturas

Más de 500 candidaturas se han presentado en la primera edición de los Premios Corresponsables, una de las primeras iniciativas de la Fundación Corresponsables, que distinguirán las mejores prácticas de responsabilidad social en cada una de las siguientes categorías: 'Grandes empresas', 'Pymes', 'Administraciones y entidades públicas' y 'Entidades sin ánimo de lucro'.

Para la selección de los premiados, la Fundación ha designado a un Comité Técnico formado por 12 consultoras expertas en responsabilidad social y sostenibilidad, que hará un análisis pormenorizado de las iniciativas. Posteriormente, un jurado integrado por 15 reconocidos académicos y políticos del sector de la responsabilidad social seleccionará las candidaturas premiadas. Los criterios que se tendrán en cuenta serán: la creatividad, la innovación, la alineación de la iniciativa con la actividad básica de la entidad, la sostenibilidad y el aporte de valor a sus grupos de interés.

Más de 30 entidades vinculadas con la responsabilidad social, entre ellas Unión Profesional, colaboran en la difusión de los Premios Corresponsables, que cuentan también con el apoyo del Ministerio de Trabajo e Inmigración, la Generalitat de Catalunya, la Comunidad de Madrid y la Diputació de Barcelona.

http://www.fundacioncorresponsables.org/

Aprobada la ISO 26000 sobre responsabilidad social

La Organización Internacional de Estandarización (ISO en sus siglas inglesas) aprobó el pasado 12 de septiembre la Guía ISO 26000 sobre responsabilidad social, que pretende ofrecer una orientación armonizada en el ámbito internacional sobre la responsabilidad social. La guía, de utilidad para todo tipo de organizaciones, informará sobre los principios básicos de la responsabilidad social y la manera de integrar el comportamiento socialmente responsable en las estrategias, sistemas de prácticas y procesos.

Dicha publicación, coherente y complementaria a las declaraciones y convenciones de las Naciones Unidas y sus organismos, está basada en las buenas prácticas ya existentes, tanto en el sector público como en el privado.

Consumo responsable, «yes we can»

Sandra Benbeniste Millán
Consultora en Responsabilidad Social y Cooperación al Desarrollo
www.responsabilidad-social.net

Consumir responsablemente es consumir de acuerdo a nuestros valores, reflexivamente, teniendo en cuenta el impacto, positivo y negativo, de nuestra compra. Se trata en primer lugar de consumir menos, solo lo necesario, ignorando los cantos de sirena de la publicidad de nuestra «sociedad de consumo». Y se trata además de consumir de otra manera: introduciendo en la ecuación, junto a los tradicionales criterios de calidad y precio, criterios sociales y ambientales.

Por criterios ambientales entendemos consideraciones relacionadas con todo el ciclo de vida del producto o servicio, desde su diseño hasta los residuos generados por su uso, pasando por su fabricación, los envases, etc.

Por criterios sociales entendemos aquellos que garantizan que se cumplen determinadas condiciones relacionadas con la calidad de vida y condiciones de trabajo de los productores y sus comunidades de origen.

Estos criterios pueden estar relacionados con el producto o servicio mismo como, por ejemplo, los productos de limpieza ecológicos, o con la empresa o profesional que los brinda o produce, así como con la selección de una determinada empresa de limpieza porque da empleo a colectivos socialmente excluidos.

Cada vez que decidimos consumir determinado producto o servicio votamos con nuestro dinero, y le damos nuestra confianza a una determinada empresa o profesional o se la quitamos.

Todos tenemos nuestros valores y podemos ser más o menos sensibles frente a causas distintas como la lucha contra el cambio climático, el ahorro de agua, el garantizar un salario digno a los caficultores de países en vías de desarrollo o el crear oportunidades de empleo para personas con discapacidad. En todos estos casos hablaríamos de un consumo responsable cuando ponemos nuestros valores en movimiento y escogemos aquel producto o servicio que sabemos está producido en consonancia con esas inquietudes.

Se suele asociar el consumo responsable al consumo individual o familiar, pero tanto las empresas como las organizaciones colegiales y las instituciones pueden también consumir de acuerdo a sus valores. ¿Qué puede hacer, por ejemplo, un colegio de arquitectos o de médicos para comprar de forma responsable?

Veamos algunos ejemplos.

Puede decidir comprar este año los regalos de Navidad tomando en consideración las mejores condiciones laborales de sus productores en los países más desfavorecidos. Para ello, puede comprar regalos de comercio justo, incluso on line (ver enlaces al final de este artículo). Y puede, además, decidir incluir en sus cocinas o máquinas de bebidas calientes: azúcar, té y café de comercio justo. Esto último lo puede hacer incluso sin tener que cambiar de proveedor, ya que muchos han optado por tener una parte de su producto certificado, aunque no lo ofrecen si no es el cliente el que lo pide.

Puede también ese mismo colegio querer reducir su consumo de agua y, para ello, instalar dispositivos ahorradores de agua en los baños de sus instalaciones. Y puede dar un paso más y reflexionar en torno al agua virtual, la cantidad real de agua requerida para la fabricación de cualquier bien o producto. No solo se consume el agua que se bebe o la que escapa durante el aseo. También se consume agua al comprar ropa o escribir en un folio.

Como profesionales, organizaciones colegiales o instituciones, es interesante reflexionar en clave de demanda (todos somos consumidores de bienes o servicios), pero también en clave de oferta.

Con relación a esta última, y a los servicios que un profesional brinda a sus clientes, puede este diferenciarse de su competencia incorporando consideraciones sociales o ambientales. Pongamos un ejemplo: un arquitecto puede decidir incluir en su proyecto criterios de eficiencia energética y ahorro de agua en casas o jardines, y puede asimismo decidir presentar sus proyectos en papel libre de cloro e impreso a doble cara, destacando por escrito que esta opción es fruto de su compromiso ambiental.

Algunas administraciones públicas han empezado a incluir en sus pliegos criterios de tipo social o ambiental, lo que supone un interesante incentivo.

La clave para un consumo responsable es disponer o brindar la información suficiente. Si somos los oferentes no nos tiene que avergonzar destacar estos aspectos; el consumidor tiene que poder diferenciarnos.

Si somos los consumidores, esto pasa frecuentemente por dedicarle tiempo a bucear en la red, y cribar la paja del trigo. Para ayudar en esta búsqueda existen revistas especializadas como Opciones o Es Posible, y portales temáticos. También hay organizaciones que ofrecen servicios de consultoría para facilitar la selección, como Nexos Compra Responsable.

Existen también sellos y certificaciones que quieren facilitar las cosas al consumidor responsable, como el sello de comercio justo FLO, el sello oficial de agricultura ecológica o el sello FSC para la madera proveniente de bosques gestionados de manera sostenible. Pero desgraciadamente los sellos otorgados por entidades creíbles con criterios objetivos y transparentes conviven en el mercado con otros inventados por empresas con pocos escrúpulos, que crean confusión. Es responsabilidad de las administraciones públicas y de las or-

ganizaciones de consumidores difundir los sellos que ofrecen garantías serias.

¿Pero qué son estos sellos y quiénes son las entidades certificadoras?

Tomemos el caso de la madera y entremos en algo de detalle a través de un ejemplo. Queremos hacer unas reformas en nuestra oficina y queremos estar seguros de que el parqué y las puertas no provienen de bosques tropicales talados a ritmos insostenibles.

La mejor forma es buscar producto con el sello FSC (Forest Stewardship Council). Este sello internacional está integrado por principios y estándares de certificación exigentes que describen cómo deben ser gestionados los bosques para satisfacer las necesidades ambientales, sociales y económicas, actuales y futuras. De esta forma, el consumidor conoce el origen de la madera que adquiere y las prácticas que han acompañado a su proceso de gestión.

El sello FSC fomenta la proliferación de la biodiversidad y la conservación de recursos como el agua o el suelo y garantiza, además, los derechos de las comunidades indígenas y de los pequeños propietarios de bosques. Este sistema permite, gracias a sus auditorías continuas, la transparencia en la gestión del bosque y en su explotación comercial.

El consumidor interesado puede encontrar en la página web de la organización FSC información detallada sobre los criterios, los integrantes de la entidad y lo más útil para realizar la compra, así como los puntos de venta de madera certificada.

Detengámonos también un poco en la certificación de comercio justo FLO (Fairtrade Labelling Organizations). Los criterios han sido elaborados con participación de productores del sur y de organizaciones de los países consumidores y garantizan aspectos tan diversos como que el productor recibe un precio digno por el fruto de su trabajo, por la no explotación infantil y por la toma de decisiones democrática en el seno de las cooperativas de productores, entre otros.

Nadie dice que consumir responsablemente sea fácil; implica un compromiso y una voluntad de cambio. Encontraremos resistencias y tendremos, a veces, que nadar contra corriente. Deberemos invertir energía y tiempo en buscar nuevos proveedores de servicios o productos y convencer a otros colegas y compañeros del porqué. La buena noticia es que «sí, podemos». La red nos ofrece hoy en día una ventana al mundo por la que encontrar la información que necesitamos.

Si queremos que nuestros clientes (incluidas las administraciones públicas) nos escojan algún día por nuestra responsabilidad con el planeta y la sociedad, empecemos escogiendo nosotros a nuestros proveedores por ello. ■

http://www.consumoresponsable.org/
http://www.economiasolidaria.org/consumo_responsable
http://www.sellocomerciojusto.org
http://www.fsc-spain.org/
http://www.ideas.coop/
http://www.tiendaintermonoxfam.org/
http://www.noxos.es/

Los diez principios del Pacto Mundial

El objetivo del Pacto Mundial es facilitar la alineación de las políticas y prácticas corporativas junto a valores y objetivos éticos universalmente consensuados e internacionalmente aplicables. Estos valores éticos básicos han sido formulados en diez principios clave en las áreas de derechos humanos, derechos laborales y protección del medio ambiente.

Derechos humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Derechos laborales

3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Medio ambiente

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Corrupción

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Cómo participar en la Red Española

El Pacto Mundial no es un club exclusivo; es un foro accesible cuyo objetivo es contar con una amplia participación de un grupo diverso de empresas y otras organizaciones.

Las empresas que deseen participar en el Pacto Mundial deben enviar una carta a la firmada por su presidente, director general o cargo equivalente, en la que expresen su apoyo al Pacto Mundial y su compromiso a adoptar las siguientes medidas:

- Hacer una declaración clara de apoyo al Pacto Mundial y sus diez principios, y propiciar públicamente el Pacto Mundial. Esta labor puede consistir, por ejemplo, en:

  • Informar a los empleados, los accionistas, los clientes y los proveedores.
  • Integrar el Pacto Mundial y sus nueve principios en el programa de desarrollo y formación de la empresa.
  • Incorporar los principios del Pacto Mundial en la declaración sobre la misión de la empresa.
  • Reflejar la adhesión al Pacto Mundial en el informe anual de la empresa y otros documentos públicos.
  • Hacer comunicados de prensa para dar a conocer el compromiso.
  • Presentar una vez al año un ejemplo concreto de los avances logrados o de la experiencia adquirida en la ejecución de los principios.

Esta carta debe ser enviada por correo electrónico en formato PDF a la siguiente dirección:

asociacion@pactomundial.org

Además de la incorporación de los principios del Pacto Mundial como parte integral de sus prácticas empresariales, Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas anima a las empresas a apoyar activamente los principios y los objetivos amplios de las Naciones Unidas, como, por ejemplo, la erradicación de la pobreza, participando en proyectos de ayuda a las personas más necesitadas, especialmente en los países en vía de desarrollo. Esta colaboración se puede lograr con cualesquiera de las entidades nacionales o internacionales, públicas o privadas, que prestan ayuda humanitaria y de cooperación al desarrollo.

Objetivos del Pacto Mundial

El éxito del Pacto Mundial se medirá por su eficacia para producir cambios y estimular la adopción de medidas. Las empresas deben empezar a actuar de forma diferente y lograr resultados tangibles. Para ello, el Pacto Mundial intenta conseguir los siguientes objetivos:

- Incorporar los diez principios en la visión estratégica y las prácticas de funcionamiento de las empresas en todo el mundo.
- Ofrecer un servicio de aprendizaje interactivo y orientado a la adopción de medidas, sobre la base de la experiencia de las empresas participantes, para dar a conocer qué medidas funcionan y cuáles no.
- Celebrar al menos un diálogo importante al año para abordar un problema decisivo sobre el que las empresas, en colaboración con las ONGs y otros interesados pertinentes, formulen recomendaciones destinadas a lograr un cambio significativo.
- Hacer que las empresas, los organismos de Naciones Unidas, el mundo laboral, las ONGs, los gobiernos y los grupos comunitarios colaboren para crear y ejecutar proyectos que fomenten los principios y beneficien especialmente a los más necesitados.