



El Comerç Just i les administracions públiques

***La introducció de criteris socials
en la contractació pública***

Capítol 3. Sumari

- 59 **1. INTRODUCCIÓ**
- 59 **2. CONTEXT INTERNACIONAL**
- 59 **2.1. Marc legal sobre el Comerç Just i la Responsabilitat Social Corporativa (RSC)**
- **Nacions Unides**
 - **Unió Europea**
 - o Normativa europea sobre Comerç Just
 - o Normativa europea sobre RSC
 - **Iniciatives legislatives nacionals de països europeus**
 - o L'Etiqueta social de Bèlgica
 - o Els informes de sostenibilitat de França, Alemanya i Anglaterra
 - o El Kompakt de Noruega
 - o L'Índex Social de Dinamarca
 - o Iniciatives legislatives estatals a Espanya
 - o Iniciatives legislatives autonòmiques a Espanya
- 66 **2.2. Iniciatives de promoció i de certificació en l'àmbit del Comerç Just i de la RSC**
- **Iniciatives internacionals de promoció de la RSC**
 - o Global Compact de les Nacions Unides
 - o Sustainability Reporting Guidelines de la GRI
 - o Línies Directrius per a Empreses Multinacionals de l'OCDE
 - o World Business Council on Sustainable Development
 - o Corporate Social Responsibility Europe
 - **Iniciatives multilaterals de certificació social**
 - o Iniciatives de certificació social de productes
 - o Iniciatives de certificació social d'empreses
- 73 **2.3 Iniciatives per impulsar la compra pública ètica**
- **Nacions Unides**
 - o Sustainable Procurement del Programa Mediambiental de les Nacions Unides
 - **Unió Europea**
 - o Procura+. Campanya de compra sostenible de l'ICLEI
 - o Grup sobre Consum Responsable d'Eurocities
 - o Coalition for Green and Social Procurement
- 75 **3. CRITERIS SOCIALS EN LA CONTRACTACIÓ PÚBLICA**
- 76 **3.1. La introducció de criteris socials en els processos de contractació pública**
- 77 **3.2. Algunes experiències de compra pública ètica**
- **Estats Units**
 - o Ciutat de Bangor
 - o Estat de Maine
 - **Europa**
 - o Schone Kleren Kampagne d'Holanda
 - o Éthique sur l'étiquette de França
 - o Schone Kleren Kampagne de Bèlgica
 - o Kampagne für Saubere Kleidung d'Alemanya
 - **Catalunya**
 - o Universitat Autònoma de Barcelona
 - o Ajuntament de Barcelona
- 82 **4. CONCLUSIONS: El Comerç Just i les administracions públiques**

Ana Alcantaud i Bettina Schaefer

Membres de l'Ecoinstitut de Barcelona

El Comerç Just i les administracions públiques

La introducció de criteris socials en la contractació pública

1. INTRODUCCIÓ

Una Conferència de Rio sobre el desenvolupament humà de 1992 va significar un punt d'inflexió en el plantejament del desenvolupament sostenible. Fou el punt de partida del procés d'inclusió de la perspectiva mediambiental i social en l'activitat de les institucions públiques i en el funcionament de les empreses.

De fet, des de 1992 han sorgit nombroses iniciatives per promoure la sostenibilitat en l'àmbit social com la *Clean Clothes Campaign*, l'*Agenda 21 Local* o les iniciatives multilaterals de Responsabilitat Social Corporativa. És en aquest context que s'emmarca la possibilitat d'introduir clàusules socials en la contractació de les administracions públiques.

En aquest informe s'aborda la viabilitat de la compra pública ètica, és a dir, de la introducció de la variable social en els processos de contractació de les administracions públiques, tot contextualitzant-ho en el marc internacional.

En una primera part exposem les normatives més remarcables de les Nacions Unides, de la Unió Europea i d'alguns països europeus, inclosa Espanya, en matèria de promoció del comportament sostenible de les empreses i del Comerç Just. També presentem diverses iniciatives multilaterals de certificació social, tant d'empreses com de productes. Aquest primer apartat finalitza amb una breu descripció de les principals campanyes internacionals que promouen la contractació sostenible de les administracions públiques, és a dir, que fomenten un consum social i mediambientalment responsable per part dels poders públics.

En una segona part descrivim el funcionament de la contractació pública i estudiem els mecanismes per introduir-hi la variable social. A continuació, presentem algunes experiències pioneres de compra pública ètica als Estats Units, a Europa i a Catalunya. I conclouem aquest informe amb una anàlisi de les possibilitats i de la viabilitat de la inclusió de clàusules socials en la contractació pública de les administracions de casa nostra.

En aquest informe es tracta de la viabilitat de la compra pública ètica

2. CONTEXT INTERNACIONAL

2.1 Marc legal sobre el Comerç Just i la Responsabilitat Social Corporativa (RSC)

A continuació indiquem quines són les principals iniciatives legislatives de les Nacions Unides, de la Unió Europea i de països europeus encaminades a fomentar un comportament sostenible en el món productiu, ja sigui a través del suport al Comerç Just (CJ), ja sigui per mitjà d'iniciatives per promoure la responsabilitat social de les empreses.

El 7 d'agost de 2003 les Nacions Unides van aprovar les "Normes sobre responsabilitats de les empreses en els drets humans"

- Nacions Unides

El 7 d'agost de 2003 la Subcomissió per a la promoció i la protecció dels Drets Humans va aprovar les "Normes sobre responsabilitats de les empreses transnacionals i d'altres empreses comercials sobre els drets humans"¹.

Aquestes normes recullen les pautes i les recomanacions que han de seguir les empreses en matèria de Drets Humans. Així, s'esmenta el dret a la igualtat d'oportunitats dels treballadors i la no discriminació per motius de raça, color, sexe, religió, etc.; es recomana un entorn de treball segur i saludable, i un salari que garanteixi un nivell de vida adequat; s'incorpora de manera explícita el reconeixement dels drets dels treballadors, la protecció al consumidor i el medi ambient; i, per últim, es fa un especial esment de la corrupció i a l'actuació de les empreses en zones de conflicte.

Aquesta norma no té un caràcter vinculant, però el text estableix que les Nacions Unides realitzaran inspeccions, alhora que considera els Estats com els responsables de vetllar pel compliment de la normativa.

- Unió Europea

A partir de la dècada dels 90 la Unió Europea (UE) ha aprovat diversos documents legals destinats a estimular un marc europeu en el qual l'activitat econòmica contribueixi a un desenvolupament sostenible en termes econòmics, socials i mediambientals.

En aquest sentit, en el marc del desenvolupament sostenible, dins de la legislació de la UE es distingeixen dues línies de treball diferenciades. D'una banda, la normativa corresponent al CJ; i, de l'altra, la normativa relativa al comportament sostenible de les empreses, que inclou des d'indicacions sobre la responsabilitat social de les empreses, fins a l'impuls a la creació d'una "etiqueta social"².

o Normativa europea sobre Comerç Just

Al llarg de la dècada dels 90, gràcies a la pressió realitzada per les organitzacions de CJ, la UE ha dut a terme nombroses declaracions institucionals de suport al CJ³.

El 1991 el Parlament Europeu adoptà la "Resolució sobre el consum de cafè com activitat de suport als petits productors de cafè del Tercer Món i sobre la introducció d'aquest cafè a les institucions comunitàries"⁴. En aquesta resolució, el Parlament Europeu instà el Consell de Ministres a suprimir els impostos directes i indirectes sobre el cafè, el tè i el cacau existents en alguns Estats membres; demanà la protecció dels petits productors d'una competència que no poden resistir, i atorgà un reconeixement explícit al segell de CJ Max Havelaar. A més, amb motiu d'aquesta resolució, el Parlament Europeu va decidir "utilitzar exclusivament cafè de CJ en les seves dependències i fer una crida a les altres institucions comunitàries perquè adoptin la mateixa decisió".

1. E/CN.4/Sub.2/2003/12Rev.1

2. Una etiqueta social en un producte o empresa és aquella que certifica al consumidor o al comprador que el producte o empresa té un valor social i ambiental afegit.

3. Veure el capítol "El reconocimiento institucional" del llibre **El porqué del Comercio Justo. Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas**, Eduard Cantos. Ed. Icaria Antrazyt, 1998.

4. Document de sessió del Parlament Europeu A3-228/91, de 8 d'octubre de 1991, a DOCE No. C280, pp.33-35.



Aquesta resolució va ser un primer pas que va motivar l'adopció d'altres mesures de suport al CJ per part del Parlament Europeu, com la "Resolució sobre un CJ entre el Nord i el Sud"⁵ de 1994, i la posterior "Resolució a favor del CJ", de l'any 1998⁶. En aquesta última, es posa en el suport a la creació d'una etiqueta europea comuna de CJ.

D'altra banda, l'abril de 1996 el Comitè Econòmic i Social de la Unió Europea donà suport a la creació d'aquesta etiqueta en el seu document "Moviment a favor d'una marca de CJ europea"⁷.

L'última declaració institucional de la Unió Europea sobre aquesta matèria és la "Comunicació relativa al CJ" de 1999, un document on es defineix el concepte de CJ i es fa una breu descripció de la situació del CJ a Europa. En aquest document, es distingeix entre "CJ"⁸ i "Comerç Ètic". Per a la UE, l'objectiu del CJ es assegurar que els productors dels països del Sud rebin un preu pels seus productes que cobreixi la seva aportació en treball, recursos i habilitats, més una part proporcional del benefici de la seva producció. En canvi, el "Comerç Ètic" fa referència al comportament de les empreses multinacionals que demostren responsabilitat ètica i social en relació als treballadors i altres col·laboradors quan operen en països en vies de desenvolupament. En aquest sentit, per a la UE, el "Comerç Ètic" seria un concepte equiparable al de Responsabilitat Social Corporativa (RSC) o responsabilitat social empresarial.

o Normativa europea sobre Responsabilitat Social Corporativa

La RSC consisteix en l'adopció per part de les empreses de polítiques de gestió i de funcionament quotidià que incorporen la perspectiva econòmica, social i mediambiental. Per a algunes ONG i institucions⁹, això vol dir que la RSC hauria de contemplar tota la cadena de producció de l'empresa (subcontractacions) i comprometre-la a garantir la transparència informativa dels resultats assolits i l'escrutini o control extern i independent d'aquests resultats.

Un dels instruments existents per poder regular el comportament de les empreses són els anomenats "codis ètics o de conducta"¹⁰. En aquest sentit, la UE afirma en el document de 1999 esmentat anteriorment la necessitat de revisar els codis de conducta de les empreses amb la participació de tots els afectats, així com la necessitat d'establir uns requisits bàsics en aquests codis. Alhora, remarca la importància de les etiquetes socials com a instrument per informar els consumidors.

L'any 2001 la Unió Europea va aprovar el "Llibre verd: Fomentar un Marc Europeu per a la Responsabilitat Social de les Empreses"¹¹. Es tracta d'una declaració institucional que té l'objectiu d'estimular el debat sobre el concepte de responsabilitat social de les empreses o corporativa i de definir els mitjans per promoure-la a Europa. En el Llibre Verd es defineix la RSC com "la integració voluntària per part de les empreses de les preocupacions socials i mediambientals en les seves operacions comercials i en les seves relacions amb els interlocutors".

El 1999 la Unió Europea afirmà la necessitat de revisar els codis de conducta de les empreses amb la participació de tots els afectats

5. Document de sessió del Parlament Europeu A3-0373/93, del 19 de gener de 1994 a DOCE No. C 44, pp.119-121.

6. Resolució a favor del Comerç Just del 2 de juliol de 1998, doc.A4-0198/98.

7. Dictamen del Comitè Econòmic i Social sobre el "Moviment a favor d'una marca de Comerç Just europea", CES 538/96, de 24 d'abril de 1996.

8. COM (1999) 619 final Brussel·les, 29 de novembre de 1999.

9. Per exemple, segons la Campanya Roba Neta internacional (Clean Clothes Campaign).

10. Document que recull els compromisos que ha adquirit l'empresa en relació als treballadors, la societat i el medi ambient.

11. COM (2001) 366 final, Brussel·les, 18 de juliol de 2001.

Al Llibre Verd del 2001 de la Unió Europea es defineix la Responsabilitat Social Corporativa (RSC)

Aquesta declaració institucional va ser seguida per la "Comunicació de la Comissió relativa a la responsabilitat social de les empreses: una contribució empresarial al desenvolupament sostenible"¹², on es marquen les pautes per fomentar un marc europeu de suport a la responsabilitat social de les empreses. Per promoure la convergència i la transparència de les pràctiques i dels instruments de la RSC, aquesta comunicació esmenta, entre d'altres ítems, les etiquetes i els codis de conducta. En relació als codis de conducta, esmenta els requisits bàsics que han de complir:

- Han de tenir com a normes mínimes de referència els convenis fonamentals de l'OIT i les directrius de l'OCDE per a empreses multinacionals
- Han d'incloure mecanismes d'avaluació i de control
- Han d'implicar en la seva elaboració, aplicació i control als interlocutors socials i altres parts interessades (*stakeholders*¹³), tant en els països del Nord com als del Sud
- Han de divulgar les experiències i les pràctiques concretes

Pel que fa la certificació social de productes, en aquesta mateixa comunicació, la Comissió Europea valora amb satisfacció els esforços realitzats per les iniciatives de certificació de CJ agrupades al FLO (Fair Trade Labeling Organisations) per tal de racionalitzar l'etiquetatge social de productes en una nova etiqueta comuna de productes de CJ, i indica que s'adoptaran mesures addicionals per promoure-la.

En darrer terme, aquest document, quan tracta el tema de la integració de la responsabilitat social a les polítiques comunitàries, fa referència a la "Política de contractació pública", on recorda que "les comunicacions de la Comissió relatives a les disposicions comunitàries aplicables als contractes públics i a la integració dels aspectes socials¹⁴ i mediambientals¹⁵ han clarificat el ventall de possibilitats que ofereix el marc jurídic comunitari per als compradors públics que vulguin incloure consideracions socials i mediambientals en els procediments de contractació pública, respectant el principi de l'oferta més avantatjosa per als contribuents i la igualtat d'accés de tots els proveïdors comunitaris."¹⁶

A més del Llibre Verd i de la Comunicació de la Comissió abans esmentada, que tenen com a objectiu establir un marc de promoció de la responsabilitat social de les empreses, el 15 de maig de 2002 en la "Resolució del Parlament Europeu sobre la recomanació de la Comissió relativa a les orientacions generals de política econòmica per als Estats Membres i la Comunitat (període 2003-2005)", es proposa la creació d'una etiqueta social europea, per tal d'identificar les empreses que tinguin un comportament ètic.

- Iniciatives legislatives de països europeus

A més de les declaracions institucionals de la UE, són molts els països europeus que han iniciat polítiques públiques per promoure i controlar el comportament mediambiental, social i econòmic de les empreses. Seguidament, es resumeixen algunes d'aquestes iniciatives:

12. COM (2002) 347 final, Brussel·les, 2 de juliol de 2002.

13. Grups d'interès de l'activitat empresarial (treballadors, sindicats, socis, clients, proveïdors, comunitats locals, medi ambient, accionistes, associacions...). Algunes definicions de RSC consideren bàsic el diàleg amb els *stakeholders*.

14. COM (2001) 566 final Brussel·les, 15 d'octubre de 2001.

15. COM (2001) 274 final, 4 de juliol de 2001.

16. COM (2002) 347 final, Brussel·les, 2 de juliol de 2002.



o L'Etiqueta Social de Bèlgica

A finals de gener del 2002, el Parlament belga va aprovar una llei per estimular la producció socialment responsable (la "Llei de l'etiqueta social"). L'etiqueta garanteix que el producte ha estat fabricat respectant els drets socials fonamentals que estableix l'OIT: absència de mà d'obra infantil, llibertat d'associació dels treballadors, i absència de discriminacions envers els treballadors (per raó de sexe, ètnia...), amb independència del lloc de fabricació del producte. Aquesta etiqueta s'aplica als productes, no a l'empresa productora, i per aconseguir l'etiqueta social, l'empresa s'ha de sotmetre a una auditoria realitzada per una empresa acreditada pel govern belga. Posteriorment, un comitè format per federacions d'empresaris, ONG, sindicats, organitzacions de consumidors i l'administració pública, és el responsable de revisar les auditories socials de les empreses i decidir la concessió de l'etiqueta. Aquesta llei de l'etiquetatge social de Bèlgica preveu multes de fins a 2,5 milions d'euros i 5 anys de presó en el cas que s'utilitzi l'etiqueta en productes que no hagin estat certificats.

A més de la iniciativa de l'etiqueta social, a Bèlgica s'ha implementat una "clàusula social" en els contractes públics de l'Estat.

o Els Informes de sostenibilitat de França, Alemanya i Anglaterra

El 15 de maig de 2001 el Parlament francès va aprovar la llei sobre informes de sostenibilitat, una llei que obliga grans empreses que cotitzen a la Borsa a publicar Memòries de Triple Compte de Resultats, consistents a recollir en la memòria de l'empresa no només el balanç econòmic sinó també el mediambiental i el social. Segons l'article 116 de la llei, la memòria anual ha d'informar sobre com l'empresa té en compte les conseqüències ambientals i socials de la seva activitat. Des del punt de vista social, les empreses han d'informar, entre d'altres qüestions, sobre els contractes dels treballadors, l'horari laboral, els ingressos dels treballadors i les condicions de salut i de seguretat en el treball.

Alemanya i Anglaterra són altres dos països que han legislat per obligar determinades empreses a elaborar i fer públics informes de triple compte de resultats.

o El Kompakt de Noruega

L'any 1998 el Ministeri d'Afers Exteriors de Noruega va crear el Kompakt, un grup consultiu del ministeri format per representants de les empreses, sindicats, ONG i l'administració, que té l'objectiu d'assegurar que les empreses noruegues respectin els drets humans quan operen en tercers països.

o L'Índex Social de Dinamarca

L'any 2000 el Ministeri d'Assumptes Socials i el Ministeri de Treball de Dinamarca van posar en marxa l'Índex Social, una eina per mesurar el grau de responsabilitat social d'una empresa pública o privada. L'índex és un nombre del 0 al 100 que mesura en quin grau el comportament de l'empresa és socialment responsable, tant en relació als treballadors com en relació a d'altres interlocutors o *stakeholders*.

L'índex es pot emprar de dues maneres diferents: es pot utilitzar internament com a mètode d'avaluació del comportament empresarial; o bé es pot fer públic. En aquest segon cas, un inspector ha de supervisar i avaluar l'índex de l'empresa i, si l'índex supera els 60 punts, l'empresa obté el dret d'utilitzar un logotip que acredita que és una empresa socialment responsable.

El 2002 el Parlament belga aprova la "Llei de l'etiqueta social" i s'implementa una "clàusula social" en els contractes públics de l'Estat

A Espanya algunes administracions autonòmiques han donat passes concretes en la compra pública ètica

o Iniciatives legislatives estatals a Espanya

A Espanya, a diferència d'altres països europeus i, fins i tot, de les iniciatives de la Unió Europea, no hi ha hagut cap canvi fonamental en la legislació a favor de promoure la responsabilitat social de les empreses.

Quant a la promoció del CJ, s'han produït algunes declaracions institucionals, però aquestes només han conduït en la pràctica a la concessió de subvencions a les ONG que fomenten el CJ, en el marc de les convocatòries anuals de cooperació al desenvolupament, sense implicar cap canvi en les pràctiques internes de la pròpia administració estatal.

A la pàgina següent resumim en un quadre (taula 1) les iniciatives legislatives aprovades i/o rebutjades a Espanya en relació a ambdós temes¹⁷

o Iniciatives legislatives autonòmiques a Espanya

Algunes comunitats autònomes foren pioneres en el reconeixement del CJ a l'Estat espanyol. D'altra banda, a diferència de l'administració de l'Estat, algunes administracions autonòmiques també han donat passes concretes per comprometre la pròpia administració en el consum o en la compra pública ètica més enllà de les declaracions institucionals.

País Basc

"Proposició no de llei referent al foment d'un CJ i solidari entre Nord i Sud" del 12 de juny de 1995, que inclou:

1. La integració orgànica del CJ en el marc de la política de cooperació per al desenvolupament del Govern basc
2. L'obertura de línies de finançament per a la promoció de les organitzacions de CJ similars als mecanismes establerts per a les Pimes
3. Que es destini una quantitat igual a la recaptada en concepte d'IVA dels productes procedents del CJ a les organitzacions que el promouen
4. Que es reconegui i protegeixi una etiqueta que distingeixi els productes de CJ i solidari
5. La substitució del cafè procedent del comerç tradicional per cafè procedent de CJ a totes les dependències del Parlament i del Govern basc.

Madrid

L'Assemblea de Madrid va aprovar per unanimitat el 17 de maig de 1997 una proposició no de llei que reconeix i dona suport al moviment de CJ. Tanmateix, aquesta proposició no compromet la pròpia administració d'una forma clara.

17. **Responsabilidad Social Corporativa y Administraciones Públicas. Iniciativas en España.** Fundación Ecología y Desarrollo, Saragossa, abril de 2003; **El porqué del Comercio Justo.** Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas. Eduard Cantos. Ed. Icaria Antrazyt, 1998

Taula 1. Iniciatives legislatives aprovades i/o rebutjades a Espanya en relació a la RSC i al Comerç Just

Iniciativa Legislativa	Contingut	Aprovació
Proposició no de Llei que valora positivament el Comerç Just i insta el govern a prendre mesures per fer-lo realitat a Espanya.	<p>Compromet el govern a presentar davant la Comissió de Cooperació i Ajut al Desenvolupament un programa comprensiu de línies d'actuació que el Govern ha de portar a terme per fomentar el Comerç Just i el Consum Responsable.</p> <p>La primera part del document va rebre un impuls important en la Llei de Cooperació Internacional per al Desenvolupament aprovada pel Congrés dels Diputats el juny de 1998, on es reconeix expressament el Comerç Just com una forma més de la cooperació espanyola.</p>	Aprovada el 20 de desembre de 1996 per tots els membres de tots els partits polítics representats en la Comissió de Cooperació per al Desenvolupament del Congrés dels Diputats.
Proposició de Llei relativa a la modificació de la llei 8/97 de regulació dels Plans i Fons de pensions per a la introducció de criteris ètics, socials i ecològics i l'impuls de la Responsabilitat Social Corporativa (RSC). 14 febrer de 2002	Modificar l'article 19 de la Llei de Regulació dels Plans i Fons de Pensions (1987) per a que inclogués el següent text: "Les entitats Gestores estaran obligades a rendir comptes en els seus informes sobre la consideració atorgada als criteris ètics, social i mediambientals, en la forma en què materialitzen la inversió dels seus recursos disponibles".	Rebutjada pel Congrés dels Diputats
Proposició de Llei sobre la responsabilitat social de les empreses. 10 de maig 2002	Aquesta proposició de Llei contenia: <ul style="list-style-type: none"> - La inclusió de criteris de responsabilitat social en la gestió de fons de pensions - La publicació d'informes de triple compte de resultats - La certificació i normalització de la RSC 	Rebutjada pel Congrés dels Diputats
Creació d'una comissió tècnica d'experts. 25 novembre de 2002	Creació d'una comissió d'experts sobre la RSC en el marc del Ministeri de Treball i Assumptes Socials com a pas previ a l'adopció de mesures legislatives.	Aprovada pel Congrés dels Diputats
Moció per la qual s'insta el Govern a prendre les mesures necessàries per introduir una obligació informativa dirigida a les institucions d'inversió col·lectiva i els Plans i Fons de Pensions sobre si utilitzen criteris ètics o de responsabilitat social i mediambiental en la selecció dels seus inversors.	Aquesta moció reclama que els gestors de fons de pensions estiguin obligats per llei a informar sobre en quina mesura es tenen en compte consideracions sobre la RSC en les seves decisions d'inversions.	La moció es va aprovar amb una esmena en la qual es reclama que la iniciativa sigui contemplada per la "Comissió d'experts"

Es corre el risc que el que hauria de ser una altra manera de gestionar les empreses es converteixi en un simple "rentat de cara"

Catalunya

El Parlament de Catalunya va aprovar el 3 d'abril de 1997 una "Proposició no de llei de reconeixement i suport al CJ i solidari", en la qual instava les institucions de Catalunya a "establir relacions de cooperació amb empreses de CJ i Solidari, fundacions, ONG i altres organitzacions que desenvolupin projectes en aquest camp".

Aquesta proposició va conduir mesos després a substituir el cafè de la pròpia cafeteria del Parlament, i a impulsar el consum de cafè de CJ a les màquines i bars de totes les dependències oficials de la Generalitat de Catalunya.

A més, l'11 de desembre de 2001 el Parlament de Catalunya va aprovar una resolució sobre la responsabilitat social de les empreses, que inclou:

1. Donar suport a la Campanya Roba Neta
2. Demanar a les empreses productores i distribuïdores que assumeixin la seva responsabilitat social en els processos de fabricació i que sotmetin les seves activitats a un control efectiu que garanteixi el respecte dels drets més elementals dels treballadors
3. Impulsar la creació d'una etiqueta o certificació social que permeti als consumidors identificar els productes que han estat elaborats respectant els convenis bàsics de l'OIT

Aragó¹⁸

El 17 d'octubre de 2002 el Departament d'Indústria, Comerç i Desenvolupament va publicar una Ordre per la qual es convocava la concessió d'ajudes a empreses industrials aragoneses per a l'exercici del 2003, en què incorporava per primera vegada el concepte de RSC. A més, les ajudes incloïen la integració de la informació econòmica, social i mediambiental a les memòries anuals de les empreses, seguint el model del Global Reporting Initiative, i l'obtenció de certificació en normes com SA8000 o AA1000.

2.2. Iniciatives de promoció i de certificació en l'àmbit del Comerç Just i de la Responsabilitat Social Corporativa

Des de la dècada dels 90 han sorgit nombroses iniciatives per promoure la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) a les empreses. Totes les iniciatives que es presenten a continuació, si bé no comparteixen una única definició del que és la RSC, tenen en comú la voluntat d'adopció de codis i/o de pautes en la línia de la RSC.

Tanmateix, tot i que hi ha un notable moviment internacional per promoure la RSC a les empreses, actualment es corre el risc que el que hauria de ser una altra manera de gestionar les empreses i els seus efectes més immediats en el medi ambient, la societat i l'economia, es converteixi en un simple "rentat de cara" de les pràctiques empresarials. Per això és tan important la transparència informativa de les empreses i la corresponent fiscalització per part de la societat, dels sindicats, de les ONG i de la mateixa administració pública per poder destriar "el gra de la palla".

L'OCDE va impulsar l'any 2000 un codi de conducta per a les empreses multinacionals

18. Font: **Responsabilidad Social Corporativa y Administraciones Públicas. Iniciativas en España.** Fundación Ecología y Desarrollo, Saragossa, abril 2003



En relació a aquest últim punt, un aspecte fonamental que hem de tenir en compte a l'hora de valorar les iniciatives de promoció i de certificació de la RSC i del CJ és conèixer quin és l'origen de la iniciativa i quins en són els seus impulsors (empreses, administració pública, ONG, múltiples actors, etc.); així com esbrinar quins mecanismes s'han establert per garantir el compliment dels compromisos adquirits i el seu grau d'independència.

- Iniciatives internacionals de promoció de la Responsabilitat Social Corporativa

o Global Compact de les Nacions Unides

Global Compact és una iniciativa de les Nacions Unides que sorgeix l'any 2000 amb l'objectiu de promoure el civisme empresarial responsable a través de la promoció de nou principis, basats en la Declaració Universal dels Drets Humans, la Declaració de Principis de l'OIT relativa als drets fonamentals dels treballadors i la Declaració de Rio sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament. Tot i que no defineix el terme RSC, es dedueix que es refereix a la responsabilitat de les empreses en matèria de medi ambient, societat i economia.

El Global Compact està format per empreses, organitzacions de treballadors, ONG i administracions públiques, i no és un instrument regulador, és a dir, no vigila, ni imposa, ni avalua l'actuació de les empreses.

o Sustainability Reporting Guidelines de la GRI

La Global Reporting Initiative (GRI) és una institució internacional independent, amb una estructura de govern on hi participen empreses, institucions internacionals, ONG, consultores, etc. i que té com a principal objectiu el desenvolupament d'informes corporatius de sostenibilitat de les empreses que incloguin els aspectes ambientals i socials al mateix nivell que la informació financera.

Per assolir aquest objectiu, la GRI ha creat les "Directrius per a l'Elaboració de Memòries de Sostenibilitat" (Sustainability Reporting Guidelines) que consta dels tres elements de sostenibilitat següents:

- **Àmbit econòmic:** inclou, per exemple, informació sobre les nòmines, productivitat laboral, creació de llocs de treball, despeses en I+D, inversions en formació dels treballadors, estat financer de l'empresa, etc.
- **Àmbit mediambiental:** inclou l'impacte dels processos, els productes i els serveis sobre l'aigua, la terra, la biodiversitat i la salut.
- **Àmbit social:** inclou la salut i la seguretat a la feina, l'estabilitat laboral, els drets humans i laborals, els salaris i condicions laborals de les operacions externes.

o Línies Directrius per a Empreses Multinacionals de l'OCDE

L'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) va impulsar l'any 2000 un codi de conducta per a les empreses multinacionals. Tot i que les línies directrius no defineixen explícitament la RSC, entre els objectius es menciona "potenciar la contribució de les empreses multinacionals al desenvolupament sostenible" per "garantir una coherència entre els objectius socials, econòmics i ambientals"¹⁹.

És important conèixer quin és l'origen de la iniciativa, quins en són els seus impulsors i quins mecanismes s'han establert per garantir el seu compliment i grau d'independència

19. Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales, OCDE 2000

El Consell Mundial per al Desenvolupament Sostenible considera clau la RSC

o World Business Council on Sustainable Development

El World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) o Consell Mundial per al desenvolupament sostenible és una xarxa de 165 empreses internacionals que considera la RSC clau per garantir un desenvolupament sostenible. Aquesta xarxa es dedica a proporcionar eines a les empreses perquè siguin més ecoeficients i incloguin la RSC.

Al llarg de la seva trajectòria el WBCSD ha anat definit el terme de la RSC i, tot i que reconeix que no vol donar una definició oficial, considera que la RSC és el "compromís de les empreses de contribuir al desenvolupament econòmic sostenible, treballant amb els empleats, les seves famílies, la comunitat local i la societat en general per millorar la seva qualitat de vida"²⁰.

El WBCSD defineix unes línies de treball de la RSC a les empreses (drets humans, drets dels treballadors, protecció del medi ambient, participació en la comunitat, relació amb els proveïdors, transparència, educació al consumidor, i corrupció), que es complementen amb dos aspectes transversals: la participació de les parts interessades en l'empresa (sindicats, administracions públiques...) i el seguiment i l'avaluació de la RSC.

o Corporate Social Responsibility Europe

CRS Europe és una xarxa d'empreses europees que compta amb el suport de la UE i es dedica a generar espais de diàleg entre empreses, entitats de la societat civil i administracions públiques perquè es puguin posar en pràctica els principis de la RSC.

CSR Europe ha elaborat una matriu on es recullen els aspectes relatius a la informació que ha de contemplar la RSC de les empreses. Entre els elements de la matriu destaquen:

- **Condicions del lloc de treball:** salut i seguretat en el treball, salaris, igualtat d'oportunitats...
- **Diàleg social i relacions industrials**
- **Drets humans,** dins i fora del lloc de treball
- **Participació en la comunitat:** relacions amb les associacions locals, participació dels treballadors...
- **Desenvolupament econòmic local:** creació de llocs de treball, suport a la formació de joves, regeneració econòmica local...
- **Medi ambient:** sostenibilitat, gestió de residus...
- **Mercat:** relació amb proveïdors, relacions amb clients...
- **Ètica:** en aquest punt hi ha aspectes molt diversos que van des de la lluita contra la corrupció fins a la prevenció de conflictes.

20. Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense, WBCSD 2000 i Corporate Social Responsibility, The WBCSD Journey, WBCSD 2002.

En tots aquests eixos que marquen el camí de la RSC no s'inclou el disseny dels valors i de la missió de l'empresa, perquè des de CSR Europe es considera que a les empreses socialment responsables aquests s'han de definir en col·laboració amb les parts interessades (entitats, administracions públiques...) i s'han d'incorporar al funcionament diari de l'empresa.

- Iniciatives multilaterals de certificació social

Les "etiquetes socials" són un instrument per certificar un producte o una empresa i indicar-li de forma visible al consumidor o comprador que aquell producte o empresa ofereix un valor social i ambiental agregat. Quan l'etiqueta social s'aplica a un producte es pretén comunicar que es compleixen determinats estàndards socials en la seva producció (per exemple, els principis del CJ, mentre que quan aquesta s'aplica a empreses significa que s'avalua i certifica el comportament global de l'empresa i, per tant, la seva responsabilitat social.

o Iniciatives de certificació social de productes

Les organitzacions de CJ, davant la proliferació al final dels anys 80 d'Organitzacions de Comerç Alternatiu (ATO) que importaven i distribuïen productes, i a fi d'ampliar i diversificar els canals de comercialització, van posar en marxa una iniciativa pionera en el sector: la certificació de productes de CJ, mitjançant una etiqueta o segell que garanteix una sèrie d'estàndards a tota la cadena de producció i de comercialització.

La primera iniciativa d'etiqueta o segell de CJ sorgí a Holanda l'any 1988, sota el nom de Max Havelaar, a fi de certificar cafè i, més tard, altres productes com el cacau, el tè, la mel, el sucre o els plàtans. Uns anys després la iniciativa s'estengué, amb diferents noms, a Bèlgica (1990), Suïssa (1992), França, Alemanya i Luxemburg (1993), Àustria, Anglaterra, Japó i Canadà (1994), Itàlia, Irlanda i Dinamarca (1995), Estats Units (1996), Suècia (1997), i Noruega i Finlàndia (1998). L'any 1997 totes aquestes iniciatives de certificació social es van agrupar en l'Organització Internacional de Segells de Comerç Just (Fair Trade Labeling Organizations International - FLO). L'aparició de FLO va tenir com a efecte la unificació dels estàndards de certificació de 10 productes de CJ: cafè, cacau, tè, sucre, mel, plàtans, suc de fruita, arròs, flors i pilotes esportives. A més, a partir de l'any 2004 l'etiqueta Fair Trade de FLO substituirà i unificarà els segells o etiquetes que existien a cada país anteriorment.

FLO garanteix una certificació independent, transparent i competent en l'àmbit del desenvolupament econòmic i social. I avui segueix treballant per a la certificació de nous productes. La certificació és realitzada per una unitat autònoma dins de FLO, que coordina totes les tasques i processa tota la informació relacionada amb la inspecció dels productors, l'auditoria dels contractes comercials i la certificació dels productes. FLO es regeix pels estàndards ISO-65 per a organismes de certificació.

FLO estableix com a principals elements de la certificació de productes de CJ els següents:

1. Avaluar si els productors compleixen els estàndards del CJ: convencions de l'OIT, funcionament democràtic, no discriminació, respecte del medi ambient...
2. Garantir que els beneficis del CJ es destinin al desenvolupament social i econòmic de les comunitats productores.
3. Supervisar els compradors per garantir que els beneficis establerts arribin directament als grups productors.
4. Garantir que l'etiqueta o segell Fair Trade s'utilitzi únicament en productes que provenen de grups productors certificats.

CSR Europe ha elaborat una matriu on es recull la informació que ha de contemplar la RSC de les empreses

El 1997 totes les etiquetes de Comerç Just es van agrupar en l'organització FLO i van unificar els estàndards de certificació de deu productes de Comerç Just

Pel que fa els productors del Sud, FLO estableix dos tipus d'estàndards: per als petits productors, i per als treballadors dependents o contractats. Els primers poden participar del CJ si estant constituïts en organitzacions cooperatives o similars capaces de contribuir al desenvolupament econòmic i social dels seus membres i de les seves comunitats, i que estiguin sota el control democràtic dels seus membres. En el segon cas, les empreses amb treballadors assalariats poden participar en la certificació de CJ si els sindicats estan reconeguts i si l'empresa està disposada a promoure el desenvolupament dels treballadors i a compartir amb ells els beneficis econòmics addicionals generats pel CJ.

Pel que fa les organitzacions comercialitzadores del Nord, FLO estipula els següents estàndards:

1. Pagar un preu als productors que cobreixi les despeses d'una producció sostenible i d'una vida digna.
2. Pagar una prima als productors per al seu desenvolupament, que ells mateixos gestionin democràticament.
3. Pagar una part de les comandes per avançat si els productors ho demanen.
4. Signar contractes a llarg termini amb els productors que permetin la seva planificació i el desenvolupament de mètodes de producció sostenibles.

Finalment, cada producte certificat per FLO ha de complir certs estàndards específics en relació a la qualitat, el preu i els requisits de processament.

El moviment de CJ a Espanya no disposa encara del sistema FLO, malgrat que des de fa uns anys la Coordinadora Estatal de CJ i diverses ONG estan treballant per impulsar-lo.

A més del sistema de certificació FLO, existeixen en alguns països altres iniciatives de certificació social de productes, entre les que destaquem els següents:

- **Rugmark:** certificació de catifes fabricades sense treball infantil, nascuda a Alemanya. Des de 1995 ha certificat gairebé dos milions de catifes elaborades a Índia, Nepal i Pakistan.
- **FSC:** certifica productes forestals de boscos gestionats de forma sostenible a tot el món i ja ha certificat més de 20 milions d'hectàrees. Certifica la gestió forestal i la cadena de producció, i està integrat per organitzacions ecologistes i indígenes, silvicultors, indústries de la fusta, associacions de boscos comunals i entitats de certificació especialitzades. A Espanya s'ha creat el WWF-Grupo 2000, un espai de col·laboració entre WWF/Adena, empreses i entitats creat per desenvolupar la certificació FSC al nostre país.

Cal esmentar també que en aquests últims anys han aparegut altres sistemes de certificació social de productes que, tanmateix, no són equiparables al sistema FLO en relació als estàndards aplicats, origen de la iniciativa, països d'implantació, destinataris, etc. Ens referim, per exemple, a la certificació Rainforest Alliance i al segell de cafè Utz Kapeh. La primera és una certificació fonamentalment ambiental nascuda als Estats Units com a iniciativa privada. Atorga eco-etiquetes a plàtans, cafè, cítrics, cacau i flors produïts en finques que compleixen determinats estàndards mediambientals i socials menys exigents que els de FLO, en no contemplar un preu mínim de garantia. Actualment certifica el 100% de les finques que produeixen plàtans per Chiquita Brands International, una de les més grans multinacionals bananeres del món que a principis de la dècada dels 90 va rebre un boicot internacional per denunciar les seves pràctiques laborals a les plantacions

d'Amèrica Llatina. Un altre exemple és el segell de cafè Utz Kapeh, que sorgeix com a iniciativa d'una de les més grans companyies de cafè del món: l'Ahold Coffe Company.

o Iniciatives de certificació social d'empreses

Com hem vist, la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) implica l'adopció per part de les empreses de polítiques de gestió i de funcionament quotidià en les quals s'inclou la perspectiva econòmica, social i mediambiental. La RSC hauria de contemplar tota la cadena de producció de l'empresa (subcontractacions) i comprometre-la a garantir la transparència informativa dels resultats assolits i l'escrutini o control extern i independent d'aquests resultats.

Un dels principals instruments existents fins avui per poder regular i, per tant, certificar el comportament de les empreses són els anomenats "codis ètics o de conducta", que recullen els compromisos que ha adquirit l'empresa en relació als treballadors, la societat i el medi ambient. La major part dels codis ètics o de conducta fan referència als drets laborals fonamentals definits a les convencions de l'OIT.

Els codis ètics o de conducta poden haver estat elaborats per organitzacions externes a l'empresa, generalment organismes internacionals (són els anomenats "codis d'interès múltiple"); o bé per la pròpia empresa (són els anomenats "codis d'empresa"). Sembla lògic pensar que, al marge del sistema de verificació i de control dels codis, seran més fiables aquells codis de conducta que no hagin estat promoguts per les mateixes empreses, ja que si no, ens trobem en situacions en les quals les empreses són "jutge i part" del problema.

A la pàgina següent presentem una taula (Taula 2) amb els principals codis d'interès múltiple existents i amb el seu contingut.

Observant el contingut d'aquests quatre codis podem notar que existeixen notables diferències entre ells. Així, per exemple, en la qüestió dels salaris, els tres primers s'atenen al salari mínim, el qual és inferior en molts països al nivell de subsistència. Altres no protegeixen específicament la negociació col·lectiva i la llibertat d'associació. I també hi ha força diferències a l'hora de regular l'establiment de la jornada laboral i el pagament d'hores extres.

Tanmateix, quan parlem d'iniciatives de certificació social ens referim a iniciatives que contemplin tant l'adopció d'un codi de conducta com els mecanismes de verificació i de control en relació al compliment del codi adoptat. Per això, un altre aspecte fonamental a tenir en compte és el sistema de verificació i de control del codi. En tant que instruments per regular la RSC els codis de conducta esdevenen "paper mullat" si no contemplen un sistema de verificació i de control. En aquest punt hi ha dues qüestions importants a valorar: primer, quina és l'entitat que verifica, bàsicament si és independent o no; i, segon, el grau de transparència dels criteris del codi i dels resultats de la verificació, és a dir, si s'han establert d'una manera clara i concisa quins són els criteris i el protocol de verificació i que els criteris i el sistema de verificació del codi siguin clars, concisos i sobretot públics.

Així mateix, a l'hora de certificar socialment una empresa s'hauria de tenir en compte el compliment dels compromisos adquirits durant tot el procés de producció, incloent la cadena de subcontractació en aquells països on l'empresa produeix i en aquells on compra les seves matèries primeres. Això implica també considerar el màxim nombre d'actors implicats en el procés, tant a nivell local (sindicats, ONG, etc.) com internacional.

Els codis d'interès múltiple descrits a la taula següent no són avaluats en tots els casos per organismes independents i/o transparents, i la major part no tenen en compte tots els actors implicats en la cadena de producció. Així, el FLA, per exemple, no obliga l'empresa a revelar informació sobre les fàbriques proveïdores ni sobre els resultats de la verificació

Els codis de conducta esdevenen "paper mullat" si no contemplen un sistema de verificació i de control extern i independent

TAULA 2. Comparació del contingut d'alguns codis d'interès múltiple

CODI	Fair Labor Association (FLA) Associació pel treball just	Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP) Responsabilitat Mundial de Producció d'Indumentària	SA8000 (Social Accountability 8000)	Ethical Trading Initiative (ETI) Iniciativa de Comerç Ètic
PAÍS	Estats Units Va ser impulsat per la Casa Blanca. Es dirigeix a les empreses de confecció.	Estats Units Va ser llançat per l'AAMA (Associació dels Estats Units de Fabricants de la Indumentària).	Estats Units i Europa Neix del sector empresarial. S'ha dissenyat per certificar qualsevol sector industrial a qualsevol país.	Gran Bretanya L'ETI està formada per empreses, federacions sindicals i ONG.
ORIGEN INICIATIVA	Treball infantil: edat mínima 15, o 14 si el país de la manufactura ho permet, o l'edat en què es completa l'educació obligatòria (si aquesta és major de 15 anys) Treball forçat: prohibit	Treball infantil: edat mínima 14; o l'edat per completar l'escolarització, o l'edat mínima establerta per llei, la que sigui major. (excepció per membres de la família immediata d'un negoci familiar) Treball forçat: prohibit	Treball infantil: edat mínima 15; o 14 si està comprés en les excepcions de país en vies de desenvolupament; o l'edat mínima local si aquesta és major Treball forçat: prohibit. No exigir als treballadors deixar "dipòsits" o documents d'identitat als empleadors.	Treball infantil: edat mínima 15; o 14 si està comprés en les excepcions de país en vies de desenvolupament; o l'edat mínima local si aquesta és major Treball forçat: prohibit. No exigir als treballadors deixar "dipòsits" o documents d'identitat als empleadors. Els treballadors tenen la llibertat de marxar després d'un preavis raonable.
CONTINGUT del CODI	No discriminació en la contractació, salaris, beneficis, promocions, disciplina, acomiadament o jubilacions, sobre la base de gènere, ètnia, religió, edat, discapacitat, orientació sexual, nacionalitat, opinió política i origen ètnic o social Assetjament i abús: Cap treballador podrà ser subjecte a cap tipus d'assetjament, abús físic, sexual, psicològic o verbal Llibertat d'associació i de negociació col·lectiva: On el dret està restringit per llei, el contractador no haurà de buscar l'assistència de l'Estat per prevenir els treballadors exercir aquest dret. Salut i seguretat: Es requereix un ambient de treball segur i higiènic, també en espais utilitzats pel contractador a part de la planta de treball, com per exemple l'habitatge. Hores de treball setmanals: 48 hores, o el límit legal, o hores regulars de treball setmanal si no hi hagués límit legal, el que sigui menor Hores extres: 12 hores per setmana, o el límit legal, el que sigui menor Dies lliures: 1 dia cada 7 Salaris i beneficis: Salari mínim local, o salari prevalent en la indústria, el que sigui més alt. Compensar les hores extra amb una taxa especial, o com a mínim igual a la compensació per hora regular. Beneficis establerts legalment	No discriminació sobre les bases de les característiques o creences personals. Assetjament i abús: No assetjament, abús o càstig corporal o de qualsevol tipus Llibertat d'associació i de negociació col·lectiva: Dret legal de llibertat d'associació, incloent el dret d'incorporar-se o no a una associació Salut i seguretat: Es requereix un ambient de treball segur i higiènic. Si es proporciona un habitatge ha de ser segur i higiènic Hores de treball setmanals: Límit legal Hores extres: No hi ha disposicions específiques. Dies lliures: 1 dia cada 7 Salaris i beneficis: Salari mínim local. No hi ha disposicions sobre paga per hores extres. Beneficis establerts legalment	No discriminació en la contractació, compensació, accés a la capacitat, acomiadament o jubilació, sobre la base de raça, casta, origen nacional, religió, discapacitat, gènere, orientació sexual, afiliació sindical o política Assetjament i abús: No càstig corporal ni mental; no coerció física ni abús verbal. No comportament sexualment coercitiu, abús o d'explotació Llibertat d'associació i de negociació col·lectiva: Dret a afiliar-se a un sindicat de la seva elecció o formar un sindicat i dret a la negociació col·lectiva. Allà on aquest dret estigui restringit per la llei, el contractador facilitarà mitjans paral·lels per a la lliure associació i negociació. No discriminació contra representants dels treballadors i accés dels mateixos al lloc de treball. Salut i seguretat: Es requereix un ambient de treball segur i higiènic. Si es proporciona un habitatge ha de ser segur i higiènic. Prendre mesures de prevenció d'accidents i ferides. Capacitació regular en salut i seguretat pels treballadors. Accés a sanitaris nets i aigua potable. Emmagatzematge d'aliments higiènic. Funcionari de gerència responsable de la salut i la seguretat. Hores de treball setmanals: 48 hores, o el límit legal, el que sigui menor Hores extres: 12 hores per setmana, i no s'exigeix si no és per circumstàncies comercials excepcionals i a curt termini. Dies lliures: 1 dia cada 7 Salaris i beneficis: Salari mínim local o prevalent en la indústria, i que satisfaci les necessitats bàsiques i proporcioni un ingrés discrecional. Compensar les hores extres amb una taxa especial. Beneficis establerts legalment. No realitzar deduccions per raons disciplinàries. Detall clar de salaris i beneficis. Salaris i beneficis pagats en beneficis o txecs. No evitar pagaments per seguretat social o altres obligacions legals a través de la contractació de treballs falsos o contractes d'aprenentatge.	No discriminació en la contractació, compensació, accés a la capacitat, acomiadament o jubilació, sobre la base de raça, casta, origen nacional, religió, discapacitat, gènere, orientació sexual, afiliació sindical o política Assetjament i abús: No abús o disciplina física, amenaça de abús físic, sexual o una altra mena d'assetjament, abús o intimidació Llibertat d'associació i de negociació col·lectiva: Dret a afiliar-se a un sindicat de la seva elecció o formar un sindicat i a la negociació col·lectiva. Allà on aquest dret estigui restringit per la llei, el contractador facilitarà mitjans paral·lels per a la lliure associació i negociació. No discriminació contra representants dels treballadors i accés dels mateixos al lloc de treball. Actitud oberta vers els sindicats Salut i seguretat: Es requereix un ambient de treball segur i higiènic. Si es proporciona un habitatge ha de ser segur i higiènic. Prendre mesures de prevenció d'accidents i ferides. Capacitació regular en salut i seguretat pels treballadors. Accés a sanitaris nets i aigua potable. Emmagatzematge d'aliments higiènic. Funcionari de gerència responsable de la salut i la seguretat Hores de treball setmanals: 48 hores, o el límit legal, o l'estàndard de la indústria, el que sigui menor Hores extres: Voluntàries. No més de 12 hores per setmana. No exigides regularment. Dies lliures: 1 dia cada 7 Salaris i beneficis: Salari mínim local, o salari prevalent en la indústria, i que satisfaci les necessitats bàsiques i proporcioni un ingrés discrecional. Compensar les hores extres amb una taxa especial. Beneficis establerts legalment. No realitzar deduccions per raons disciplinàries. Les deduccions no previstes en la llei només es permeten amb el permís dels treballadors. Donar als treballadors informació escrita i comprensible dels salaris abans de començar la relació de treball. La composició del salari detallada clarament en cada període de pagament. No evitar pagaments per seguretat social o altres obligacions legals a través de la contractació de treballs falsos o contractes d'aprenentatge.

 Font: www.maquilasolidarity.org/espanol/recursos/codigos/55codigoscomp.htm

del codi. Altres, com la SA8000, no contempen la cadena de subcontractació de les empreses que certifiquen. Per últim, el WRAP deixa la responsabilitat de la certificació d'una fàbrica en mans dels propietaris locals de les empreses.

2.3. Iniciatives per impulsar la compra pública ètica

En paral·lel a aquestes iniciatives centrades en introduir la variable social en polítiques empresarials, als països nord i centreeuropeus hi ha una experiència consolidada des dels anys 80 en l'àmbit de la "compra verda pública", és a dir, la introducció de criteris ambientals en la contractació pública. Posteriorment, les administracions públiques han començat a incorporar elements socials en la contractació pública de manera prudent, després d'haver recorregut un llarg camí que té el seu inici amb l'informe Brundtland de l'any 1987, que defineix per primera vegada el terme "desenvolupament sostenible". La sostenibilitat, quan deixa de ser un concepte teòric només utilitzat per experts, basat en tres eixos –l'econòmic, el social i el mediambiental-, passa a ser un terme del debat polític quotidià.

Les administracions públiques, des de la Conferència de Rio sobre el desenvolupament humà de l'any 1992, cada cop més basen les seves polítiques ambientals i socials en els compromisos establerts a l'Agenda 21, que s'entén com a pla d'acció per al segle XXI, i que ha de tenir traducció i concreció a nivell estatal, regional, local i, fins i tot, individual. En l'àmbit europeu, la Carta d'Aalborg signada l'any 1994 per un gran nombre d'ajuntaments europeus fou el primer pas significatiu per concretar i plasmar les Agendes 21 locals.

Els actors de l'Agenda 21 Local, en gran part Departaments de Medi Ambient o d'Educació Ambiental, a l'inici entenen el concepte de la sostenibilitat com a "justícia intergeneracional", que vol dir no consumir més recursos dels disponibles perquè n'hi hagin per a les generacions futures. En aquest sentit, es promouen les energies renovables, l'eficiència en l'ús de recursos, la protecció dels boscos mundials, etc. Però també s'inclou progressivament el concepte de "justícia intrageneracional", que vol dir que els habitants de l'hemisferi nord i de l'hemisferi sud tinguin un accés equitatiu a la riquesa i a la distribució dels recursos naturals, la quals cosa s'expressa en conceptes com la "petjada ecològica".

A mesura que es van establint vincles entre les organitzacions no governamentals de desenvolupament i els processos d'Agenda 21, va guanyant terreny la redefinició del concepte de "sostenibilitat", que si bé en un principi substitueix el terme "ecològic" o "mediambiental", a poc a poc passa a incloure no només els aspectes ambientals sinó també els aspectes socials i econòmics.

En aquest sentit, els anys 90 estan marcats per un procés d'aprenentatge i d'aproximació dels principals actors vinculats amb les compres públiques en termes mediambientals i socials, i per aquesta redefinició de conceptes.

El desenvolupament i l'aplicació de normes de qualitat social i mediambiental i la seva incorporació, no només en la contractació pública, sinó també en el propi funcionament intern, s'ha d'entendre també des de la perspectiva de la importància del paper exemplificador de les administracions públiques. Aquest paper es fonamenta en la "coherència corporativa" i en el rebuig al "maquillatge" en què han convertit aquesta política algunes grans empreses.

L'Agenda 21 ha incorporat progressivament el concepte de "justícia intrageneracional"

Les administracions públiques poden influir en el mercat a través dels contractes de subministraments, serveis i obres que, segons la Comissió Europea, equivalen a un 14 % del PIB europeu

-Nacions Unides

o Sustainable Procurement del Programa Mediambiental de les Nacions Unides

El Programa Mediambiental de les Nacions Unides (UNEP) està impulsant des del Departament de Tecnologia, Indústria i Economia, el programa "Contractació Sostenible" (Sustainable Procurement). Actualment l'UNEP està definint, amb el Banc Mundial, criteris per a la contractació pública, partint de:

1. **El comportament social de les empreses:** condicions de treball, transparència, formació interna i política de sous.
2. **La relació de les empreses amb la societat civil:** existència i qualitat de les relacions amb associacions locals, ONG i institucions públiques.
3. **Les relacions comercials de les empreses amb clients i proveïdors:** preus i qualitats dels productes.
4. **La qualitat ambiental dels productes i serveis que s'ofereixen.**

-Unió Europea

o Procura+. Campanya de compra sostenible de l'ICLEI

L'ICLEI (International Council for Local Environmental Initiatives), associació internacional de municipis que impulsa i acompanya entre d'altres campanyes l'elaboració d'Agendes 21 Locals, està preparant una nova campanya, anomenada Procura+. En l'àmbit europeu, l'ICLEI promou des de fa anys una xarxa de compradors municipals, el BIG-Net (Buy It Green). En el marc del BIG-Net s'han dut a terme nombrosos projectes de col·laboració entre municipis per tal d'introduir criteris ambientals en la compra i en la contractació pública. La nova campanya Procura+ pretén, d'una banda, estendre les experiències acumulades en un context geogràfic més ampli i, d'altra banda, el canvi de nom també significa una ampliació del concepte: el desenvolupament de criteris socials per a la contractació pública. Entre les administracions pioneres que donen suport a la campanya n'hi ha dues de catalanes: els Ajuntaments de Barcelona i de Badalona.

o Grup sobre Consum Responsable d'Eurocities

Eurocities, una associació de les grans ciutats europees, ha establert un grup de treball sobre "Consum Responsable" encapçalat per la ciutat de París. Les prioritats d'aquest grup de treball estan relacionades amb el desenvolupament dels criteris socials relacionats amb el consum responsable a nivell municipal. Les àrees de treball identificades són: els productes socialment responsables, els productes de CJ, els productes i serveis procedents de l'economia solidària, els aliments i productes ecològics, i les inversions ètiques. Eurocities forma part de l'aliança europea "Coalition for Green and Social Procurement".

o Coalition for Green and Social Procurement

La "Coalició per a un mercat més ecològic i social" és una plataforma formada tant per associacions d'autoritats locals (Eurocities, Aliança del Clima...) com per associacions d'ONG ambientals i socials (European Environmental Bureau, Greenpeace, WWF, Campanya Roba Neta, European Fair Trade Association, Oxfam, European Disability Forum...) com per la Federació Sindical Europea de Serveis Públics. Aquesta plataforma es va constituir amb motiu de l'elaboració d'una nova Directiva Europea sobre els procediments d'adjudicació



dels contractes públics de subministrament, serveis i obres (COM 275 2000 final), amb la finalitat d'exigir a la Comissió Europea la introducció en l'esmentada directiva d'una autorització expressa per dur a terme la compra pública amb criteris socials i mediambientals.

Alguns dels exemples de bones pràctiques esmentats per aquesta Coalició són aquells que donen preferència a productes i serveis produïts respectant el medi ambient, de manera socialment responsable i comercialitzats en condicions equitatives, com poden ser la fusta procedent de boscos gestionats de manera sostenible, l'energia verda, els aliments biològics o els productes de CJ²¹.

3. CRITERIS SOCIALS EN LA CONTRACTACIÓ PÚBLICA

Si bé les administracions públiques poden demostrar el seu compromís ètic, mediambiental i social per la via de concessions, convenis, subvencions i ajuts a les iniciatives de les ONG i d'altres actors socials, els contractes de subministraments, serveis i obres constitueixen l'àmbit d'actuació més important a partir del qual poden influir en el mercat. De fet, la Comissió Europea estima que aquestes contractacions equivalen a un 14% del PIB europeu.

Per aquest motiu és prioritari d'explorar les vies, més enllà d'accions de promoció puntuals, que permetin donar entrada als criteris socials i ambientals en els processos de contractació de l'administració pública.

En el marc dels diferents tipus de relacions econòmiques que l'administració pública pot establir amb els agents socials i econòmics, a grans trets podem remarcar els següents:

1. **Contracte de consultoria:** contractació d'assessoria i consultoria.
2. **Contracte de subministraments:** compra directa de productes, per exemple roba de treball.
3. **Contracte de serveis:** compra indirecta de productes mitjançant la contractació d'un servei (instal·lació de màquines de vending amb contractes que inclouen el manteniment i la reposició de consumibles) o mitjançant la contractació de serveis que inclouen la utilització de productes fungibles, eines, maquinàries i personal (servei de neteja d'edificis).
4. **Contracte d'obres:** projectes tècnics i d'execució d'obres.
5. **Concessions:** gestió d'instal·lacions esportives o culturals, cessions d'ús d'edificis.
6. **Convenis:** col·laboració amb entitats sense ànim de lucre per dur a terme actuacions concretes.
7. **Subvencions i ajuts:** finançament de projectes presentats per entitats en les línies de subvenció establertes anualment per l'administració.

La contractació de l'administració pública està regulada per una sèrie de directives comunitàries d'àmbit europeu, així com per la normativa estatal i autonòmica²². La base de les polítiques europees és el Tractat d'Amsterdam. El Tractat fixa, entre d'altres, dos criteris bàsics que afecten la contractació pública: la lliure circulació de mercaderies, persones i

Les administracions públiques tenen l'oportunitat de definir i de puntuar criteris ambientals i/o socials que siguin més exigents respecte al producte o servei

21. "Coalición en favor de la enmienda para un mercado más ecológico y social: Propuesta de la Directiva sobre coordinación de los procedimientos de adjudicación de los contratos públicos de suministro, de servicio y de obras" (COM(2000)275-C5-0367/2000-2000/0115(COD)), a www.epsu.org/projects/procure/CoalsP.pdf

22. La informació sobre aspectes legals es basa en el "Informe sobre la integració de consideracions ambientals en la contractació pública del Ayuntamiento de Barcelona" del gener del 2003, (no publicat), així com en la "Comunicación interpretativa de la Comisión sobre la legislación comunitaria de contratos públicos y las posibilidades de integrar aspectos sociales en dichos contratos (COM(2001)566 final)

23. "Comunicación interpretativa de la Comisión sobre la legislación comunitaria de contratos públicos y las posibilidades de integrar los aspectos medioambientales en la contratación pública COM (2001) 274 final"

Als Estats Units la "compra pública ètica" neix arran de l'activisme social promogut per la South Sound Clean Clothes Campaign

serveis; i el principi de no discriminació entre els països que formen la Unió Europea. A nivell pràctic, això significa que no es poden prioritzar productes locals (per exemple, no es poden tenir en compte les emissions associades al transport de productes en els criteris d'adjudicació d'un contracte). A nivell més concret, el marc legal europeu està definit per una sèrie de reglaments europeus, les "Directives de Contractació Pública". Aquestes directives són aplicables a tots els contractes públics que tinguin un valor econòmic igual o superior al límit fixat en les directives. Per als contractes no afectats per les directives (contractes per un valor econòmic inferior), s'apliquen els criteris del Tractat juntament amb la legislació nacional.

Les Directives de Contractació Pública actualment estan en fase de revisió, i s'espera que les noves directives facilitin la introducció explícita de criteris socials i ambientals en la contractació pública. Actualment, la normativa europea vigent ja deixa oberta aquesta possibilitat sempre que es respectin els principis de la no discriminació i de la transparència, i sempre que es defineixi correctament la introducció d'aquests criteris durant el procés de contractació²³.

3.1. La introducció de criteris socials en els processos de contractació pública

En la contractació pública es diferencien els contractes de subministraments, de serveis i d'obres. Mentre que en el primer cas es tracta d'una compra de productes, com pot ser roba de treball o ordinadors, en els contractes de serveis i d'obres es combina la utilització de productes amb la disposició de recursos humans durant la prestació del servei.

El procediment de contractació està regulat tant per les directives europees com per les nacionals. En el cas de l'Estat espanyol, aquest està regulat pel "Real Decreto 2/2000" de 16 de novembre, que aprova el text refós de la "Ley de Contratos de las Administraciones Públicas"²⁴, en el qual es diferencien les fases del procediment de contractació.

D'acord amb aquesta legislació vigent, a continuació analitzem les possibilitats d'introducció de criteris socials en cadascuna d'aquestes fases:

Definició de l'objecte del contracte

Previ a la pròpia contractació, l'administració pren una decisió sobre quin tipus de producte o servei vol adquirir. La determinació de l'objecte del contracte és el primer moment en el qual es poden tenir en compte consideracions socials i ambientals.

Especificacions tècniques

L'objecte del contracte es concreta en les especificacions tècniques, que poden incloure requisits relatius a la protecció de la salut de les persones, l'accessibilitat per a persones amb mobilitat reduïda o altres característiques (sempre que es respecti el Dret Comunitari en general i que aquestes especificacions tècniques no eliminin o avantatgin determinats licitadors).

A més dels exemples citats, que es basen en la normativa existent en matèria social, les especificacions tècniques també poden definir que els productes o serveis es produeixin d'una determinada manera, sempre que el mètode de producció determini les característiques del producte final (per exemple, paper blanquejat lliure de clor).

24. BOE 148 de 21 de juny del 2000

25. "Comunicación interpretativa de la Comisión sobre la legislación comunitaria de contratos públicos y las posibilidades de integrar aspectos sociales en dichos contratos COM(2001)566 final"

26. És el cas de la decisió recent del Tribunal de Justícia Europeu del 7 de juliol del 2003 respecte al cas C-513/99, conegut com a "Helsinki Bus Case", en el qual ha fallat a favor de l'Ajuntament de Helsinki. L'Ajuntament havia introduït criteris ambientals estrictes en l'adquisició d'autobusos, definint el sistema de puntuació de les ofertes en el plec de condicions.

Selecció dels licitadors

En la selecció dels licitadors hi ha dos elements que poden permetre introduir criteris ambientals i socials. D'una banda, estan definides les circumstàncies que poden excloure un licitador, entre d'altres l'incompliment de la legislació social o les faltes professionals greus.

D'altra banda, la legislació estableix la comprovació de l'aptitud d'un licitador respecte a la seva capacitat econòmica, financera i tècnica. La capacitat tècnica es pot comprovar, per exemple, a partir de la composició i formació del personal de l'empresa o el control de qualitat intern. Si el contracte requereix un coneixement específic en matèria social, es pot exigir al licitador l'aportació de proves sobre la seva "solvència social" o "responsabilitat social"²⁵.

Adjudicació del contracte

Una vegada seleccionats els licitadors, s'entra en la fase d'avaluació de les ofertes. Per a l'avaluació de les ofertes, les directives europees permeten dues opcions: el del preu més baix, o el de l'oferta econòmicament més avantatjosa". En aquest segon cas és necessari que en el plec de condicions s'anunciïn clarament els criteris d'avaluació de les ofertes. És aquí on les administracions públiques tenen l'oportunitat de definir i de puntuar criteris ambientals i/o socials respecte al producte o servei que siguin més exigents²⁶.

Execució del contracte

Una altra possibilitat d'introduir criteris socials en les compres públiques és fer-ho en la definició de les condicions d'execució del contracte. Alguns exemples són²⁷:

1. L'obligació de donar treball a aturats de llarga durada, a discapacitats o d'organitzar activitats de formació en realitzar la prestació del servei.
2. L'obligació de promoure la igualtat d'oportunitats entre gènere, ètnies, i religions.
3. L'obligació de respectar en la realització de la prestació les disposicions dels convenis de l'OIT.

Encara que segons la Comunicació Interpretativa és "més difícil imaginar clàusules contractuals referides al modus d'execució quan es tracta de contractes de subministrament", hi ha algunes actuacions exemplars de les administracions locals europees d'introducció de criteris socials i ambientals en contractes de subministrament: és el cas de l'Ajuntament de Munic (adquisició de tèxtils, joguines i aliments) i de l'Ajuntament de Barcelona (adquisició de fusta). Aquests exemples s'expliquen en el següent capítol.

3.2. Algunes experiències de compra pública ètica

o Estats Units

Als Estats Units la "compra pública ètica" neix arran de l'activisme social promogut per la South Sound Clean Clothes Campaign (SSCCC). La SSCCC és una organització que aplega diverses associacions d'estudiants, sindicats i organitzacions de caire religiós, la qual es dedica a informar i sensibilitzar sobre les condicions laborals dels treballadors de productes tèxtils i a fomentar la compra responsable.

La col·laboració entre la SSCCC, diverses administracions locals i l'administració de l'Estat de Maine ha donat els seus fruits en l'adopció d'una política de "compra pública ètica" a

**La Campanya
Roba Neta és
una xarxa
d'organitzacions
implantada a
dotze països
europeus**

27. "Comunicación interpretativa de la Comisión sobre la legislación comunitaria de contratos públicos y las posibilidades de integrar aspectos sociales en dichos contratos COM(2001)566 final"

Per formar part de la Clean Clothes Community un ajuntament ha de formular una política de compra ètica

les ciutats de Bangor, Orono i Biddeford, i a la seu de Farmington de la Universitat de Maine; així com en l'aprovació del "Codi de conducta de l'Estat per a compres d'uniformes, calçat i altres productes tèxtils" de l'Estat de Maine. En aquesta mateixa línia, el novembre de 2003 a la ciutat d'Olympia (Washington- EUA) se sotmeté a votació en el plenari municipal una proposta de compra ètica.

A continuació, presentem les dues iniciatives més pioneres de "compra pública ètica": la de la ciutat de Bangor i la de l'Estat de Maine.

o Ciutat de Bangor

Bangor és una ciutat de 30.000 habitants situada a l'Estat de Maine als Estats Units. L'any 1997 l'Ajuntament de la ciutat va aprovar una resolució per la qual declarava que tots els productes tèxtils que es venessin al municipi (ja fossin fabricats als Estats Units o no) havien d'haver estat produïts d'acord amb els convenis internacionals de les Nacions Unides i de l'OIT.

Dos anys després, el 1999, l'Ajuntament adoptà la "Compra pública ètica", una llei consistent en establir els criteris ètics per realitzar la compra dels uniformes del personal de policia i de bombers, de calçat, de samarretes i de pilotes de futbol, a fi de garantir que hagin estat produïts d'acord amb la normativa de les Nacions Unides i de l'OIT en relació a les condicions laborals dels treballadors. L'Agent de Compres de l'Ajuntament és la persona encarregada de realitzar una primera avaluació de les condicions de treball de les empreses productores de tèxtils. Aquesta primera avaluació es du a terme a través d'un qüestionari que es distribueix a les empreses. L'informe resultant es comunica al Comitè de Finances, el qual avalua l'oferta des del punt de vista econòmic, i també utilitza informació facilitada per les ONG locals, nacionals i internacionals en relació al comportament de l'empresa per tenir-ho en compte a l'hora de concretar l'oferta guanyadora.

o Estat de Maine

El febrer de 2003 aquest Estat nord-americà va aprovar el "Codi de conducta per a compres d'uniformes, calçat i altres productes tèxtils". Aquest codi regula els estàndards de les condicions de treball dels productes subjectes a la compra pública, i inclou:

- Un codi de conducta basat en la Declaració Internacional dels Drets Humans, que les empreses participants en els concursos públics han de signar.
- El compromís de treballar a favor de l'educació i el suport a la societat civil en aquest àmbit (*empowerment*).
- El compromís de col·laborar en la millora de les condicions de treball en les empreses on s'hi detectin condicions de treball que no compleixin els Drets Humans o les normes bàsiques de l'OIT.

Així, si una empresa vol vendre uniformes, calçat o altres tèxtils a l'administració de l'Estat de Maine haurà d'aportar una declaració jurada davant notari conforme compleix el Codi de Conducta de l'Estat. En el cas que l'empresa no compleixi aquest codi de conducta, l'Agent de Compres de l'Estat es posarà en contacte amb l'empresa perquè canviï les seves pràctiques laborals. L'Agent de Compres de l'Estat donarà suport a l'empresa, però també facilitarà informació i formació als treballadors sobre els seus drets laborals i permetrà l'entrada a l'empresa d'inspectors d'organitzacions independents de Drets Humans. Tot i això, l'Agent de Compres es reserva el dret de fer públiques les condicions laborals de l'empresa quan s'hagi violat el codi de conducta de l'Estat.

- Europa

Nombroses administracions públiques del centre i nord d'Europa, capdavanteres en el terreny social, al llarg dels anys 80 van concretar el seu compromís social envers els països del Sud per mitjà del consum institucional de productes de CJ a les seves dependències. I així, nombrosos governs locals i parlaments nacionals d'Holanda, Suïssa o Alemanya, i el mateix Parlament Europeu, van introduir el consum de cafè i tè certificats de CJ en màquines, bars i serveis de restauració dels centres oficials.

Però aquesta voluntat política d'introduir la "compra pública ètica" per mitjà de l'adquisició de productes del CJ no va poder arribar gaire més lluny a causa de la poca disponibilitat de productes de CJ en el segment de productes de compra habitual per part de les administracions. En efecte, molts articles que s'ofereixen a les botigues i punts de venda del CJ són articles artesans que no formen part de les adquisicions habituals de les administracions. I per aquest motiu el cafè ha seguit essent durant molts anys el "producte estrella" en totes les iniciatives de consum ètic de les administracions.

Però a partir de la dècada dels 90 dins del moviment del CJ emergeix la Clean Clothes Campaign (CCC) o Campanya Roba Neta, una iniciativa que sorgeix a Holanda amb l'objectiu de pressionar les grans marques de roba per defensar els drets dels treballadors dels països del Sud. Actualment, la CCC és una xarxa d'organitzacions a nivell europeu implantada a dotze països, formada per sindicats, associacions de consumidors, drets humans, CJ, etc., que si bé actuen independentment a nivell estatal, es coordinen i actuen conjuntament en accions internacionals. A Espanya, la Campanya Roba Neta va iniciar les seves activitats l'any 1997 sota l'impuls i la coordinació de SETEM.

La CCC té diverses àrees d'activitat, entre les que remarcuem la pressió sobre les empreses fabricants de tèxtils, les campanyes d'informació als consumidors i la Clean Clothes Community, una iniciativa d'impuls de la "compra pública ètica" en les administracions públiques europees.

La Clean Clothes Community està formada per les administracions locals europees que han decidit dur a terme una compra ètica de productes tèxtils (bàsicament uniformes pel personal municipal). Per a l'administració local, aquesta campanya s'emmarca perfectament dins dels objectius de l'Agenda 21²⁸.

Per formar part de la Clean Clothes Community un ajuntament ha de:

- Declarar en plenari municipal que està d'acord amb els criteris de la Fair Wear Foundation²⁹.
- Formular una política de compra ètica que inclogui:
 - qui serà el responsable de les compres
 - quins són els proveïdors
 - els criteris que es tindran en compte a l'hora de valorar les ofertes en termes de condicions laborals i medi ambientals
 - on es produeixen i quines són les condicions laborals de fabricació dels uniformes utilitzats fins al moment
- Desenvolupar un pla d'acció en el qual s'ha d'especificar el termini en què es posarà en pràctica la compra d'uniformes "nets".

A França hi ha al voltant de 250 ajuntaments que han aprovat una resolució a favor de la compra pública ètica

28. La idea de l'Agenda 21 neix el 1992 amb la Conferència de Rio i consisteix en dur a terme un treball conjunt amb la ciutadania per contribuir a construir unes ciutats més sostenibles des del punt de vista mediambiental i social.

29. Fundació holandesa que treballa en la verificació de les condicions de treball de la indústria tèxtil. Proposa un codi de conducta basat en els convenis fonamentals de l'OIT, amb disposicions sobre llibertat d'associació, hores de treball i salari per viure.

A la darrereria de 2003 a Catalunya hi havia prop de 400 màquines amb cafè de Comerç Just en centres oficials

A més, es demana a l'administració local que participi en activitats de conscienciació de la població, que informi els comerços locals de les condicions laborals i que doni suport als grups locals que treballen sobre els drets laborals.

Seguidament, s'expliquen les experiències més destacades de països on estan prosperant les *Clean Clothes Communities*.

o Schone Kleren Kampagne d'Holanda

L'any 2000 l'Ajuntament d'Amsterdam va adoptar una resolució per la qual els criteris socials i ambientals es tindrien en compte en la compra pública d'uniformes del personal municipal. La resolució encara no s'ha posat en pràctica perquè a l'Ajuntament d'Amsterdam les compres es fan de manera descentralitzada i es vol establir una agència central de compres que supervisi la implantació d'aquesta política. Tanmateix, moltes altres ciutats holandeses han seguit fins avui l'exemple d'Amsterdam.

o Ethique sur l'étiquette de França

El maig de 1999 el Parlament francès va aprovar una llei en la qual instava les ciutats, escoles i famílies a no comprar productes fabricats per infants. Arran d'aquesta llei la CCC de França, sota el nom de campanya "Ethique sur l'étiquette", va iniciar una campanya per convèncer els ajuntaments d'esdevenir consumidors ètics. Com a resultat d'això actualment a França hi ha al voltant de 250 ajuntaments que han aprovat una resolució a favor de la compra pública ètica.

Per posar en marxa aquesta resolució, la CCC francesa ha publicat una guia on s'explica el sistema d'implantació de la resolució i on s'inclou un qüestionari per obtenir informació de les empreses que es presenten als concursos públics.

En darrer terme, el 2001 es va crear un grup de treball de responsables municipals amb la finalitat de posar en comú i resoldre les seves necessitats de compra pública ètica.

o Schone Kleren Kampagne de Bèlgica

A la Bèlgica flamenca hi ha avui al voltant de 50 ajuntaments que han adoptat una resolució per posar en marxa la compra ètica de productes tèxtils. I tres d'aquests ajuntaments ja han introduït clàusules socials en els plecs de condicions de la compra pública.

o Kampagne für Saubere Kleidung d'Alemanya

A Alemanya una de les ciutats pioneres en la compra pública ètica, que ja disposa d'una revisió dels criteris de contractació pública tenint en compte les exigències de la CCC, és la ciutat de Munic. Així, l'Ajuntament d'aquesta ciutat ha regulat la compra de grups de productes en els quals s'hi ha pogut detectar en algun moment l'existència de pràctiques de treball infantil, com són: articles d'esport, tèxtils, joguines, catifes, pedres, productes de pell, i alguns productes agrícoles com cacau o suc de taronja.

Els licitadors que ofereixen productes d'aquests grups han d'aportar un certificat de procedència del producte (de matèries primeres i del procés de producció). En cas de provenir d'Àsia, d'Àfrica o d'Amèrica del Sud, també han d'aportar un justificant que certifiqui que el producte compleix la convenció 182 de l'OIT (treball infantil). El compliment d'aquest criteri es pot justificar amb la possessió d'una certificació de CJ, o amb el segell



"Rugmark" en el cas de les catifes. Com a segon criteri s'exigeix la possessió d'un Codi de Conducta o estàndard social, així com la descripció de les mesures socials correctores preses per l'empresa ofertant.

- Catalunya

Fins avui el compromís amb el CJ per part de les administracions públiques catalanes s'ha traduït bàsicament en la concessió d'ajuts i subvencions a les ONG que promouen aquesta forma alternativa de comerç; i en el consum de productes, fonamentalment cafè, en dependències oficials.

Des de les primeres 10 màquines amb cafè de CJ que foren instal·lades al Departament de Benestar Social de la Generalitat de Catalunya l'any 1997, s'havia arribat a finals del 2003 a prop de 400 màquines amb cafè de CJ en funcionament en centres oficials de Catalunya: un 38% en universitats i centres d'ensenyament; un 26% en ajuntaments i centres municipals; un 21% en dependències de la Generalitat; un 10% en equipaments esportius; i un 5% en centres sanitaris³⁰.

Malgrat que, més enllà del cafè, a Catalunya no disposem encara de cap altra experiència de "compra pública ètica" com les descrites a d'altres països europeus, convé remarcar l'existència de nombrosos exemples d'una altra experiència propera: la introducció de clàusules socials en la contractació pública com a lluita contra l'exclusió. Així, el març del 2002 l'Ajuntament de Barcelona va aprovar una Mesura de Govern en la qual es defineix l'obligació dels contractistes de reservar un nombre de llocs de treball per a persones dels programes de foment de l'ocupació. Concretament, es preveu aquesta obligació per als contractes d'obres, els contractes de neteja de la Via Pública i dels Parcs i Jardins, així com per a la gestió de serveis socials, culturals i de joventut. Altres municipis catalans també han introduït aquest tipus de clàusules socials en els darrers anys, com Cerdanyola del Vallès, Sant Boi de Llobregat, Girona, Vilafranca del Penedès, Castellbisbal, Sant Boi de Llobregat, etc. També hem de remarcar l'existència del Programa "Posa't a punt", un projecte d'inserció desenvolupat per l'empresa pública ADIGSA que s'ha convertit en el concurs públic més important que inclou clàusules socials en les seves licitacions a Catalunya³¹.

o Universitat Autònoma de Barcelona

La UAB fou la primera institució de Catalunya que va implantar la compra de productes de CJ per mitjà d'un concurs públic. Concretament, el concurs de Gestió de Serveis Públics de la UAB de 1999 establia l'obligatorietat de garantir criteris mediambientals i socials en les màquines automàtiques de menjar i de begudes instal·lades al campus universitari. D'aquesta manera, des d'inicis de l'any 2000 totes les màquines expenedores de begudes calentes de la UAB ofereixen cafè de CJ.

En el Plec de Prescripcions Tècniques i Sanitàries del concurs per a la instal·lació de màquines de begudes a la UAB, en el punt 8.3.2. s'especifica que: "Les màquines de begudes calentes utilitzaran obligatòriament el cafè denominat de CJ. Per tal de garantir l'autenticitat d'aquest cafè els explotadors hauran de justificar documentalment la procedència mitjançant la presentació d'una certificació expedida per una ONG o empresa importadora d'aquest tipus de cafè. És obligatori publicitar visiblement sobre la mateixa màquina la procedència del cafè, fent constar l'etiqueta de CJ"³².

El marc legal europeu de la contractació pública permet la compra pública ètica

31. Font: Revista Parrac, núm. 15-16, octubre de 2003.

32. Plec de Prescripcions tècniques i sanitàries que regirà el concurs públic 647/99 per adjudicar el contracte de gestió de serveis públics consistent en la concessió de l'ús de domini públic per a la instal·lació de màquines expenedores de begudes i menjar als centres de la Universitat Autònoma de Barcelona

S'ha de combinar des de les administracions la incorporació d'aquests nous criteris amb proves pilot que permetin desenvolupar gradualment criteris més exigents

o Ajuntament de Barcelona

Podem trobar altres exemples de productes amb certificació social i mediambiental que l'administració pública es planteja d'introduir en les seves compres. Aquest és el cas de la fusta tropical. L'Ajuntament de Barcelona va constituir el juliol del 2003 una comissió de treball per analitzar i millorar la compra de productes de fusta a l'Ajuntament. La comissió, formada per responsables municipals, membres d'associacions i experts, ha elaborat una proposta de declaració institucional on es recullen criteris mediambientals i socials que formaran part de la política de compra de fusta de l'Ajuntament de Barcelona. En aquesta Declaració, l'Ajuntament es compromet a promoure la compra de fusta que:

- Estigui certificada amb certificacions independents i compromeses en termes ecològics i socials.
- Ofereixi les degudes garanties de protecció del medi i compliment de les Normes Internacionals del Treball i els Drets Humans.
- Siguin fustes certificades que incloguin el reconeixement dels pobles indígenes, la millora de les condicions laborals i socials dels treballadors i les comunitats locals, i la participació i el consens amb les ONG.

4. CONCLUSIONS: El Comerç Just i les administracions públiques

El marc legal europeu de la contractació pública permet la integració de la variable social, la promoció de l'adquisició de productes provinents del Comerç Just (CJ) i, en general, la compra pública ètica, sempre que es respectin les regles de joc establertes per les directives comunitàries i la legislació nacional. El fet que la legislació espanyola no estableixi criteris exigents al respecte, al contrari del que està succeint a països com Bèlgica o França, no és cap impediment perquè les administracions autonòmiques o locals encapçalin processos d'inclusió de criteris socials referents als productes o serveis que adquireixen.

Hi ha una sèrie de condicions i passos necessaris previs per promoure la compra pública ètica i incorporar el CJ en les contractacions de les administracions. La primera és que la societat civil reconegui els valors, les actituds i els comportaments a favor de la justícia social intra i intergeneracional en general, i a favor del CJ en particular. Això vol dir que el primer pas és la difusió àmplia del concepte i dels valors dels productes ètics i de CJ, que actualment encara són menys coneguts que els productes ecològics³³. En aquest sentit, les subvencions públiques per a la promoció del CJ en el marc d'activitats ciutadanes (actes, festes populars...) constitueixen un eix d'actuació política imprescindible que convé seguir potenciant i desenvolupant.

El següent pas és la traducció dels valors en compromisos polítics que transformin la pràctica de les administracions. L'aprovació d'una declaració institucional o d'una resolució pot fer visible aquest compromís polític i marcar l'inici del treball tècnic. Les mateixes declaracions institucionals poden incorporar la constitució d'un grup de treball intern de l'administració, a qui s'encomani el desenvolupament dels elements tècnics necessaris per incorporar els criteris ambientals i socials en els corresponents plec de condicions.

33. Enquesta sobre el Comerç Just i enquesta sobre el consum sostenible, en el marc de l'Òmnibus municipal de març del 2003, Ajuntament de Barcelona



En aquest moment, a nivell pràctic, una limitació clau per impulsar la compra pública ètica és la disponibilitat de productes de CJ en el segment de productes de compra habitual per part de les administracions. Molts articles que s'ofereixen a les botigues i punts de venda del CJ són articles artesans que no formen part de les adquisicions habituals de les administracions. És per aquest motiu que el cafè segueix essent el "producte estrella" de totes les iniciatives de consum del CJ de les administracions. Així doncs, cal obrir el ventall d'opcions de millora ambiental i social i fixar criteris per a la certificació social d'altres productes que, com els tèxtils, també es produeixen moltes vegades en condicions d'injustícia social. En aquest sentit, és necessari definir mecanismes que garanteixin la responsabilitat social de les empreses licitadores de l'administració, tenint com a referent les iniciatives de certificació social que hem analitzat en aquest estudi.

Malgrat que, en comparació amb d'altres països europeus, a Espanya no han prosperat les propostes legislatives per regular el comportament sostenible de les empreses, i que les poques iniciatives legislatives autonòmiques existents en aquest àmbit són extremadament tímides, les administracions públiques disposen d'un marc legal suficient per iniciar experiències de compra pública ètica. A més, cal ser conscients que el desenvolupament de la compra pública ètica i la incorporació de criteris socials i mediambientals en la contractació pública és un procés gradual, i que des de les administracions és necessari garantir el proveïment (per exemple, de roba de treball) per als empleats, encara que l'empresa guanyadora no compleixi els criteris òptims definits en una possible declaració institucional. En aquest sentit, s'ha de combinar des de les administracions la incorporació d'aquests nous criteris amb proves pilot, en contractacions específiques que permetin desenvolupar criteris més exigents gradualment. Amb tot, aquest plantejament gradual pot comportar un perill: que després d'un primer esforç es tingui la sensació d'haver fet ja els deures i no avançar en la definició de criteris més exigents a mesura que les empreses ja hagin incorporat uns criteris mínims.

En definitiva, és imprescindible que les administracions públiques de Catalunya impulsin la compra pública ètica i la incorporació de clàusules socials i ambientals en la contractació pública, amb l'objectiu que aquest canvi transcendeixi la contractació pública i esdevingui la primera pedra d'una transformació social i cultural més profunda que abasti els hàbits de consum de tota la nostra societat.

És imprescindible que les administracions públiques de Catalunya i les ONG que promouen el Comerç Just col·laborin per impulsar la compra pública ètica







Amb el suport de



Generalitat
de Catalunya

Fundació UN SOL MÓN

CAIXA CATALUNYA

*Fons Català
de Cooperació
al Desenvolupament*