



**AVANZANDO
HACIA UNA
ECONOMÍA
RESPONSABLE,
EQUITATIVA Y
SOLIDARIA**

EMPRESA Y DERECHOS HUMANOS

Coordinación _ **Economistas sin Fronteras Euskadi**

Propuesta metodológica _ **Grupo de formación e investigación social Tejiendo Redes**

Juan Rodríguez Medela,

Nayra García-González

María del Pilar Tudela Vázquez

Diseño y maquetación _ www.dosmasdos.info

Fotografía de portada _ **Slava Bowman**

Iconos interiores _ **freepik**

Eres libre de _



• **Compartir** – copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

• **Adaptar** – remezclar, transformar y crear a partir del material

Bajo las condiciones siguientes _



Reconocimiento – Debe reconocer adecuadamente la autoría, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de una manera que sugiera que tiene el apoyo del licenciador o lo recibe por el uso que hace



NoComercial – No puede utilizar el material para una finalidad comercial



CompartirIgual – Si remezcla, transforma o crea a partir del material, deberá difundir sus contribuciones bajo la misma licencia que el original.

Licencia _

Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España (CC BY-NC-SA 3.0 ES)

* Este material se terminó de redactar en Julio de 2018

TABLA DE CONTENIDOS

0 ■ GUÍA DE USO

- Contextualización de la guía
- Objetivos
- Estructura de contenidos
- Metodología
- Mecanismos de evaluación

1 ■ UNIDAD DIDÁCTICA 01 EMPRESA Y DERECHOS HUMANOS

- Objetivos de la Unidad
- Contenidos conceptuales
- Desarrollo de la Unidad:
 - Sesión 1
 - Sesión 2
 - Sesión 3
- Bibliografía

2 ■ UNIDAD DIDÁCTICA 02 EMPRENDIENDO DESDE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

- Objetivos de la Unidad
- Contenidos conceptuales
- Desarrollo de la Unidad:
 - Sesión 1
 - Sesión 2
 - Sesión 3
- Bibliografía

3 ■ UNIDAD DIDÁCTICA 03 COMUNICACIÓN CON ENFOQUE DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

- Objetivos de la Unidad
- Contenidos conceptuales
- Desarrollo de la Unidad:
 - Sesión 1
 - Sesión 2
 - Sesión 3
- Bibliografía

4 ■ ANEXOS

5 ■ MATERIAL COMPLEMENTARIO

Accede a los contenidos
haciendo clic en el apartado
que te interese





OBJETIVOS DE LA UNIDAD

Los objetivos planteados para el proceso de aprendizaje de esta UD. son:

- Comprender las interrelaciones entre lo local y lo global, en el contexto de la globalización
- Entender los impactos sociales y ambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos.
- Conocer las nociones básicas de la Responsabilidad Social Corporativa, la Banca Ética y el Consumo Responsable.
- Analizar las posibilidades de actuación de las empresas para ser social y medioambientalmente responsables.
- Analizar las características de la banca ética, asociadas a la Economía Social y Solidaria.
- Analizar las posibilidades que la ciudadanía consumidora y las asociaciones tienen para influir sobre las empresas, para avanzar hacia una economía social y medioambientalmente más justa.

CONTENIDOS CONCEPTUALES

■ **Impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos.** A nivel social, hablamos de: falta de derechos laborales (trabajar largas jornadas, salarios muy reducidos, condiciones de trabajo insalubres...); falta de desarrollo de capacidades, invisibilización del trabajo no monetarizado, discriminación de salarios entre hombres y mujeres, falta de medidas de conciliación, entre otros impactos. A nivel medioambiental, se analizan consecuencias como la contaminación (polución, vertidos, residuos), deforestación, eliminación de hábitats naturales, y con ello de la flora y fauna que albergan, agotamiento de recursos, etc. Estas consecuencias tienen que ver con el problema derivado del enfoque de desarrollo que entiende el crecimiento económico (y con ello los recursos) como algo ilimitado. Sin embargo, los recursos medioambientales son limitados, por lo que el crecimiento continuado que se plantea desde la economía capitalista no es sostenible.

■ **Responsabilidad Social Corporativa (RSC).** Se puede definir como el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, generando políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores (o grupos de interés). La economía, la rentabilidad y el dinero deben recuperar su sentido social y medioambiental. El Desarrollo Humano Sostenible y el consiguiente compromiso con la Responsabilidad Social tienen que estar presentes en la gestión de las organizaciones y en la conducta de las personas. La Responsabilidad Social no está exenta de críticas, distinguiéndose dos tipos de Responsabilidad Social: por una parte, aquella orientada a un lavado de cara de las empresas que contribuyen al desplazamiento y marginación de determinados colectivos sociales, así como al deterioro medioambiental; por otra parte, la responsabilidad social que entiende la empresa como parte de la comunidad en la que se inserta y, por tanto, busca contribuir tanto interna (condiciones laborales, protección del entorno natural) como externamente (proyectos y beneficios a la comunidad) a la misma.

■ **Banca Ética (BE).** Como alternativa a la “banca tradicional” que opera con un único objetivo, el económico, existe la Banca Ética que, operando bajo los principios de la Economía Social y Solidaria, hace compatible la rentabilidad económica con el respeto de los derechos humanos y el medio ambiente. La Banca Ética invierte únicamente en proyectos con valor añadido para la sociedad desde el punto de vista social, medioambiental, cultural, educativo, etc. facilitando a sus clientes que puedan saber dónde se invierten sus ahorros. Con la aparición de la banca ética surge un nuevo sistema financiero con el que se puede ahorrar e invertir, buscando un triple beneficio: social, medioambiental y económico.

■ **Consumo Responsable (CR).** Se refiere a la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran. Es decir, se trata de tener una visión integral del producto que consumimos, teniendo en cuenta todo el ciclo de vida de los productos y servicios: materias primas, procesos de producción, derechos laborales, modelo empresarial, modelo comercial, marcas, publicidad, transporte, embalajes, uso, residuos. Cuando añadimos el calificativo “responsable” a nuestro consumo estamos diciendo la importancia que tiene el consumidor para elegir entre las diversas opciones que le ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la justicia social, la ética y la solidaridad, y la protección del medio ambiente. La persona consumidora puede incidir sobre las empresas y el mercado a través de su “voto” materializado en la elección de consumo. No practicar el consumismo, consumir menos y reflexionar sobre el por qué consumimos son en sí mismo acciones de consumo responsable.

DESARROLLO DE LA UNIDAD

■ SESIÓN 1

Impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos, está dedicada a analizar los impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos.

■ SESIÓN 2

Medidas a tomar. Empresa, Financiera y Consumo, se orienta a trabajar en grupos sobre posibles medidas a tomar desde la empresa, la entidad financiera y el consumo, para avanzar hacia una economía social y medioambientalmente más responsable.

■ SESIÓN 3

Responsabilidad Social Corporativa, Banca Ética y Consumo Responsable, servirá para poner en común los proyectos elaborados por los grupos, así como para complementar las aportaciones del alumnado sobre los conceptos clave de la unidad: Responsabilidad Social Corporativa, Banca Ética y Consumo Responsable.

SESIÓN 1

Impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos

La sesión se estructura de la siguiente manera:

1_ Bienvenida: Presentación de la UD. *Empresa y derechos humanos*, del camino a recorrer, del proyecto a realizar, y del trabajo a desarrollar en la sesión **(10 min.)**

2_ Dinámica *Impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos*, orientada a indagar sobre los impactos sociales y ambientales que conlleva el sistema capitalista neoliberal, a través del análisis de casos **(45 min.)**

3_ Cierre, donde se hará una recapitulación de lo trabajado en la sesión y se presentará el contenido a trabajar en la siguiente **(5 min.)**

DESARROLLO DE LA SESIÓN

45 min 

Presentaremos algunas ideas previas para enmarcar el sentido de la unidad, despertar el interés y el debate **(3 min.)**



■ IDEAS PARA COMPARTIR

- Vivimos en un contexto dominado por el sistema económico capitalista que ha demostrado ser insostenible, tanto a nivel social como medio ambiental.
- Las empresas juegan un papel fundamental a la hora de aportar su grano de arena a la sostenibilidad de la economía y del planeta, pero también las entidades financieras y los consumidores y consumidoras. Todas/as podemos participar activamente, de forma más directa o indirecta, en la protección o incumplimiento de los Derechos Humanos.
- Vosotros/as tenéis la oportunidad de prepararos para contribuir con vuestra práctica (emprendedora, consumidora, inversora, ciudadana) a un mundo más sostenible y equitativo.
- Con esta unidad didáctica buscamos entender los riesgos que tiene continuar con el modelo económico en el que estamos y aprender cómo contribuir desde el emprendimiento, la inversión y el consumo a una economía más justa y equitativa, teniendo en cuenta los derechos humanos y el ecosistema social y natural que habitamos.

Introduciremos de manera general el proyecto a elaborar durante la UD (2 min.)

A lo largo de esta unidad trabajaremos para recrear diferentes formas en que cada persona (y a través del rol que desempeñamos o desempeñaremos como emprendedor/a, como inversor/a y como consumidor/a) podemos contribuir a una economía más justa y solidaria. Para ello, por equipos podremos meternos en la piel de una de las siguientes entidades:

- **La empresa PYME** porque si nuestro objetivo es aprender a emprender, debemos saber qué elementos debemos tener en cuenta para contribuir a la sostenibilidad y la justicia social.
- **La asociación de consumidores/as** porque es la forma en que actualmente vosotras/os podéis contribuir a esa sostenibilidad, ya sea a través de vuestras propias prácticas de consumo o de la presión que se puede hacer de forma colectiva para conseguir cambios en las empresas.
- **La entidad de Banca Ética** que quiere conectar las empresas que quieren contribuir a la sostenibilidad con personas que quieren invertir de manera responsable.

» DINÁMICA

Impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos



- **CONTENIDO:** Indagar sobre los impactos sociales y ambientales que conlleva el sistema capitalista neoliberal, a través del análisis de casos.
- **MATERIALES:** Pizarra y tizas, papelógrafo, papel continuo o folios y rotuladores, copia del Anexo 1.
- **TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN:** 40 minutos.

Comenzaremos preguntando por lo que el alumnado entiende por Derechos Humanos (DDHH). Tomaremos nota de las aportaciones. (5 min.)



- **RECUERDA**
Si vemos que al alumnado le cuesta participar, podemos ir dando pistas en forma de preguntas: ¿Es la educación un derecho? ¿Y la salud o la vivienda?
Si aun así encontramos al alumnado apagado, podemos pasar directamente a la presentación de las “ideas a compartir”.

A partir de las aportaciones del alumnado, introduciremos la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH) y los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (DESC) que servirán de referencia al alumnado para la detección de los impactos sociales y medioambientales de la empresa en la economía capitalista. (5 min.)



■ IDEAS PARA COMPARTIR

Los **Derechos Humanos** son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de nacionalidad, lugar de residencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, o cualquier otra condición. Todos tenemos los mismos derechos humanos, sin discriminación alguna. Estos derechos son interrelacionados, interdependientes e indivisibles.

Los derechos iguales e inalienables de todos los seres humanos establecen las bases para la libertad, la justicia y la paz en el mundo, según la *Declaración Universal de Derechos Humanos* (DUDH), adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948.

Los **Derechos Económicos, Sociales y Culturales** (DESC) son los derechos humanos de carácter socioeconómico, que se diferencian de los derechos civiles y políticos. Se desarrolla su protección en el *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales* (PIDESC) de 1966. El Pacto es parte de la *Carta Internacional de Derechos Humanos*, junto con la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*.

Entre los DESC que se recogen en el PIDESC, se encuentran los siguientes:

- Derecho al trabajo y a la libre elección de empleo (Art. 6).
- Derecho a condiciones de trabajo equitativas y satisfactorias (Art. 7).
- Libertad sindical y derecho de huelga (Art. 8).
- Derecho a la seguridad social (Art. 9).
- Protección de la familia y los menores (Art. 10).
- Derecho a un nivel de vida adecuado y a la mejora continua de las condiciones de existencia (Art. 11).
- Derecho a la salud (Art. 12).
- Derecho a la educación (Arts. 13 y 14).
- Derecho a participar en la vida cultural. Protección, desarrollo y difusión de la ciencia y la cultura (Art. 15).

Algunos DDHH que se pueden proteger/incumplir desde la empresa:

- **Emigración:** trato vejatorio, explotación laboral, discriminación cultural.
- **Segregación:** racial, social, cultural, características físicas, orientación sexual.
- **De género:** en derechos, cargo, remuneración trabajo laboral, conciliación vida personal, lenguaje sexista, violencia género.
- **Minorías:** opresión de su cultura, lengua, estilo de vida.
- **Infancia:** trabajo infantil, falta escolaridad.
- **Religión:** libertad religiosa, fanatismo religioso.
- **Costumbres:** lenguas, costumbres, vestidos, alimentación, estilos de vida, ocio.
- **Laborales:** libertad sindical, condiciones de salubridad, seguridad laboral.



También el **Medio Ambiente** es un Derecho. La Economía Solidaria va más lejos afirmando que la Naturaleza es sujeto de derechos. Algunos países también lo han reconocido así: los textos constitucionales de Bolivia o Ecuador recogen los derechos de la naturaleza.

Este Derecho puede ser vulnerado por las empresas de las siguientes formas:

- **Materias primas:** expolio recursos naturales (tierra y mar), especulación precios, guerras intereses económicos.
- **Energía:** especulación, ahorro energético.
- **Agua:** abusos privatización, despilfarro, deforestación.
- **Residuos:** industriales, nucleares, traslado a países empobrecidos, contaminación suelos.
- **Agricultura:** pesticidas, transgénicos, soberanía alimentaria.
- **Biodiversidad:** fauna y flora en peligro de extinción.
- **Catástrofes ecológicas:** vertido petróleo y de residuos minerales y otros tóxicos.
- **Cambio climático:** Sólo 90 empresas son causantes de 2/3 de las emisiones de CO².

La **Justicia Fiscal** es una obligación: las empresas, al igual que los individuos, deben pagar los impuestos correspondientes. El incumplimiento de estas obligaciones vulnera numerosos derechos humanos basados en la garantía de unos servicios públicos de calidad: derecho a la salud y a la educación, entre otros.

Para analizar el impacto real que tiene la actividad de empresas cuyo objetivo único es la acumulación de beneficio, dividiremos al alumnado en cinco grupos. A cada uno de los grupos se le entregarán las tareas a realizar y se le asignará aleatoriamente una noticia (ambos materiales los encontramos en el Anexo 1).



Cada grupo tendrá que realizar las siguientes tareas: (15 min.)

Una persona leerá en voz alta y el resto tomará nota individualmente de los impactos sociales y medioambientales que pensáis que atentan contra los Derechos Humanos.



Pondréis en común las notas y clasificaréis los impactos detectados en función de si afectan a las personas y/o al medioambiente.



Seleccionaréis la fase del ciclo productivo donde ubicaréis los impactos. Sabréis la fase a la que corresponden en función de las preguntas a las que podáis dar respuesta de las que vienen a continuación:

Extracción: ¿Qué impactos se derivan de la forma de conseguir la materia prima para la elaboración de productos?

Producción: ¿Qué impactos pueden suceder en la fabricación de los objetos de consumo?

Distribución: ¿Qué supone para las personas y el medio ambiente, llevar el producto desde la fábrica hasta los diferentes lugares de venta?

Consumo: ¿Cuáles son las formas de consumo? ¿Qué nos hace consumir así? ¿Qué consecuencias tiene nuestro consumo?

Deposición: ¿Qué ocurre con los desperdicios que generamos? ¿Cómo afecta la gestión de los mismos al entorno natural y social?

Reinversión de los beneficios: ¿Dónde van a parar los beneficios de la empresa?



Prepararéis el formato de presentación (algunas posibilidades son: dibujos y palabras clave, noticiario, mesa de debate radiofónico, spot publicitario, etc.).



Seleccionaréis a un/a portavoz que comparta lo trabajado con el resto de compañeros/as.

Transcurrido el tiempo estimado, nos juntaremos en gran grupo o foro y recorreremos de manera ordenada las fases del ciclo productivo. Para ello, iremos preguntando a los grupos a cuál de las fases corresponden los impactos que han detectado, y en función de estas, siguiendo una organización cronológica del ciclo, se preparará el orden de las exposiciones. El/la portavoz de cada grupo dispondrá de 2 minutos para exponer los impactos sociales y medioambientales que hayan extraído de la noticia analizada. A medida que se vayan mencionando los impactos, se irá tomando nota de los mismos en la pizarra. Puedes seguir el siguiente ejemplo de tabla. (10 min.)

Fase del ciclo productivo	Impactos sociales	Impactos medioambientales
Extracción		
Producción		
Distribución		
Consumo		
Deposición		
Reinversión de beneficios		

Cuando todos los grupos hayan intervenido, podemos hacer una recapitulación de los impactos, complementando aquellos elementos que consideremos oportuno. (10 min)



■ IDEAS PARA COMPARTIR

A continuación presentamos algunos de los impactos recogidos en las noticias y otros complementarios, ordenados según la fase del ciclo productivo. Así además de los ya identificados por el alumnado podremos debatir sobre otros impactos en los DDHH e invitar al alumnado a investigar sobre ellos:

EXTRACCIÓN

- **Explotación infantil** (mano de obra en las minas de coltán del Congo, mano de obra en industria algodonera).
- **Explotación laboral** (miseros salarios, largas jornadas laborales, suicidios de trabajadores/as).
- **Afección a la salud** (uso de productos químicos para la extracción, sin condiciones de seguridad, especialmente vulnerables los/as niños/as).
- **Agotamiento de recursos** (especialmente agua, hidrocarburos, minerales).
- **Deforestación** (ejemplo: deforestación del Amazonas por parte de la industria agroalimentaria para el cultivo de soja).
- **Contaminación** (uso de químicos para la extracción de recursos, vertidos...).

PRODUCCIÓN

- **Explotación infantil** (industria textil).
- **Discriminación cultural** (ejemplo: "los Dalit, la casta más baja de la India, considerada impura y dedicada a tareas marginales con miseros salarios: limpiadores, lavaderos, artesanos callejeros...").
- **Discriminación de género** (brecha salarial, techo de cristal, división sexual del trabajo)
- **Explotación laboral** (miseros salarios, largas jornadas laborales, falta de libertad de movimiento, prohibición de formar sindicatos, agresiones...).
- **Afección a la salud** (condiciones insalubres en centros de trabajo, uso de productos químicos sin la protección adecuada (mascarilla, guantes...))

DISTRIBUCIÓN

- **Contaminación** (polución del transporte en las cadenas globales de distribución).
- **Destrucción ambiental** (para la construcción de infraestructuras del transporte).

CONSUMO

■ Falta de transparencia sobre la procedencia de los productos.

■ **Desigualdad de género** (cosificación de la mujer; perpetuación de los roles de género en publicidad).

■ **Obsolescencia programada** (predeterminar la vida útil de productos) y percibida (lanzamiento de mismos modelos pero con diferente imagen para generar la necesidad de comprar para “estar a la última”).

■ **Afección a la salud** (neofilia –obsesión por tener lo más nuevo–; adicción a los móviles, etc., insatisfacción permanente).

■ **Contaminación /agotamiento de recursos** (hiperconsumismo, fast food, fast fashion).

DEPOSICIÓN

■ Excesiva producción de deshechos

■ **Contaminación** (vertederos marítimos; acumulación de residuos no biodegradables; filtraciones a la tierra y las aguas, contribución al efecto climático).

■ **Afección a la salud** (derivada de la acumulación de residuos y de la contaminación).

REINVERSIÓN DE BENEFICIOS EMPRESARIALES

■ **Desigual reparto de beneficios** (la deslocalización de la producción no beneficia a todos por igual, acumulación en manos de multinacionales e inversores).

■ **Evasión fiscal:** numerosas empresas internacionales practican la elusión fiscal o la evasión haciendo uso de los paraísos fiscales, como manera de escapar al pago de los impuestos debidos y desmantelando así el mantenimiento de los servicios públicos.

SESIÓN 2

Medidas a tomar. Empresa, Financiera y Consumo

La sesión se estructura de la siguiente manera:

1_ Bienvenida, donde se presentará el trabajo a realizar en la sesión **(5 min.)**

2_ Dinámica *Medidas para una economía más justa, solidaria y ecológica*, orientada a comenzar el trabajo en grupos sobre los tres conceptos clave de la unidad (Responsabilidad Social Corporativa; Banca Ética; y Consumo Responsable), desde la óptica de tres tipos de actores (una empresa; una entidad financiera; y una asociación de personas consumidoras), con el objetivo de recrear de una forma responsable el sistema de relaciones que se establecen entre la producción, la financiación y el consumo **(50 min.)**

3_ Cierre, donde se hará una recapitulación de lo trabajado en la sesión y se presentará el contenido a trabajar en la siguiente **(5 min.)**

DESARROLLO DE LA SESIÓN

50 min 

» DINÁMICA

Medidas para una economía más justa, solidaria y ecológica



■ **CONTENIDO:** Analizar las prácticas que tanto a nivel individual, como colectivo y desde las empresas y entidades financieras se pueden realizar para hacer frente a los impactos de la empresa desde una óptica de derechos humanos, contribuyendo así al avance hacia una economía más justa, solidaria y equitativa.

■ **MATERIALES:** Papelógrafo y rotuladores; pizarra y tizas o rotuladores; copia por grupo del Anexo 2.

■ **TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN:** 50 minutos.

Comenzaremos explicando la dinámica y el proyecto a realizar: En la primera sesión observamos los impactos que puede tener la empresa sobre las personas y el medioambiente. Como somos personas conscientes del mundo en que vivimos, y sabiendo que tal como estamos haciendo las cosas no nos espera un futuro prometedor, tenemos la posibilidad de trabajar para cambiar. Y nuestros papeles como consumidores/as, inversoras/es, emprendedores/as... nos dan la posibilidad de intervenir de una u otra forma para avanzar hacia una economía más justa. Por ello, vamos a trabajar para recrear de una forma responsable el sistema de relaciones que se establecen entre la producción, la financiación y el consumo. (5 min.)

Dividiremos al alumnado en tres grupos. Cada grupo deberá meterse en la piel de uno de los siguientes roles para recrear diferentes formas en que cada persona en nuestro rol como emprendedor/a, como inversor/a y/o como consumidor/a, podemos contribuir a una economía más justa y solidaria, y trabajar sobre un concepto de referencia (que bien se le será asignado de manera aleatoria o bien se le dará a elegir): (5 min.)

1_Grupo de gerentes de una empresa PYME que quiere ser social y medioambientalmente responsable (Concepto: Responsabilidad Social Corporativa).

2_Asociación de personas consumidoras que analiza qué es lo que cada persona puede hacer a título individual y qué puede hacer la ciudadanía consumidora a nivel colectivo (Concepto: Consumo Responsable).

3_Grupo de gerentes de una entidad financiera que quiere ser ética, tanto desde el punto de vista de la banca como de personas que quieren invertir de manera responsable (Concepto: Banca Ética).



■ **RECUERDA**

Si se opta por dar a elegir al alumnado el grupo en el que meterse en función del papel que le interese jugar, puede darse la situación de que algún grupo se quede sin gente y que otros estén desproporcionados. En caso de que esto ocurra, puedes preguntar a los grupos más masificados si habría alguien que cambiaría de grupo. Si finalmente uno de los grupos se queda sin gente, el profesorado puede optar por jugar ese papel y así completar el ejercicio.

A cada equipo le entregaremos las instrucciones generales y los materiales relativos a su concepto de referencia que se encuentran en el Anexo 2.



Cada grupo deberá elaborar un Plan de Empresa/Inversión/Consumo Responsable (25 min.):

Cada grupo deberá indagar y comprender el concepto clave de referencia y reflexionar sobre los elementos que ha de tener en cuenta para que desde la entidad en que participa se contribuya a una economía responsable, tanto en cuidado del medio como en asegurar el cumplimiento de los Derechos Humanos.



Partiremos de una reflexión individual durante 5 minutos y luego poner en común y organizar un listado de elementos que se han de tener en cuenta para que nuestra iniciativa sea social y medioambientalmente responsable.



Cada grupo elaborará el plan específico para cada entidad:

- Definición del concepto de referencia (Responsabilidad Social Corporativa, Banca Ética o Consumo Responsable)
- Definición de la Empresa/Entidad Financiera/Asociación de consumidores/as (nombre, tipo de producto/servicio que provee, etc.).
- ¿Qué puede hacer la Empresa/Entidad financiera/Asociaciones de consumidores y consumidoras para avanzar hacia una economía más justa?



Cada grupo deberá preparar la presentación pública de la entidad (a celebrar en la siguiente sesión), teniendo en cuenta que ha de convencer a los otros dos grupos de que cumple con los criterios de responsabilidad

Seleccionaréis a un/a portavoz que comparta lo trabajado con el resto de compañeros/as.

Transcurrido el tiempo de trabajo, haremos una puesta en común de los avances realizados por cada grupo en la sesión. Es decir, no se trata de presentar ya el plan (esto se hará en la siguiente sesión), sino de compartir el trabajo que han realizado y comentar las dificultades que se están encontrando. (15 min.)



■ RECUERDA

Debes recordar al alumnado que han de terminar el proyecto fuera del horario escolar, para lo que tendrán que organizarse los miembros de cada grupo. Se estima que con el tiempo dado en el aula **más dos horas de trabajo extra** servirán para completar la tarea.

SESIÓN 3

Responsabilidad Social Corporativa, Banca ética y Consumo Responsable

La sesión se estructura de la siguiente manera:

1_ Bienvenida, donde se presentará el trabajo a realizar en la sesión **(5 min.)**

2_ Dinámica, *Propuestas para una economía más justa social y medioambientalmente*, orientada a exponer los conceptos clave y las propuestas de planes de acción preparadas por los grupos (Empresa/Financiera/Asociación de personas consumidoras). **(45 min.)**

3_ Cierre, donde se realizará un resumen del recorrido del taller y se le entregará al alumnado el cuestionario de valoración. O se realizará la dinámica **Valoración participativa de la UD**, orientada a recoger las opiniones del alumnado en relación al diseño, los contenidos, la metodología y la evaluación, así como las relaciones y el clima generado, cómo se han sentido las y los participantes, etc. **(10 min.)**

DESARROLLO DE LA SESIÓN

45 min 

» DINÁMICA

Propuestas para una economía más justa social y medioambientalmente



- **CONTENIDO:** Exponer las propuestas preparadas por los grupos (Empresa/Financiera/Asociación).
 - **MATERIALES:** Pizarra y tizas o rotuladores.
 - **TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN:** 45 minutos.
-

Comenzaremos explicando lo que vamos a hacer en la sesión: Hoy llegamos a la sesión de cierre de la UD. Empresa y derechos humanos. Y toca compartir el trabajo que venimos haciendo en los grupos. **(5 min.)**



Cada grupo presentará su iniciativa y proyecto disponiendo de 5 minutos, pudiendo utilizar los diferentes recursos que considere oportuno **(30 min.)**

El orden de presentación será: a) Empresa; b) Entidad financiera; c) Asociación de consumidores/as.

El esquema de la presentación:

- Presentación del concepto de referencia (Responsabilidad Social Corporativa; Banca Ética; Consumo Responsable).
- Presentación de la entidad.
- Presentación del Plan de medidas a tomar por la entidad para ser social y medioambientalmente responsable.



Cada proyecto será valorado por los otros dos grupos, en sus respectivos roles. Por ello, después de cada exposición, dispondremos de 5 minutos para plantear dudas y que los otros grupos comenten si consideran el proyecto dentro de una economía responsable y aporten otros elementos que complementen el proyecto presentado.

Cerraremos la dinámica, recapitulando el camino recorrido en la UD., para acabar sintetizando y complementando los conceptos clave presentados por el alumnado. (10 min.)



■ IDEAS PARA COMPARTIR

A lo largo de estas tres sesiones hemos estado trabajando sobre tres conceptos clave: Responsabilidad Social Corporativa, Banca Ética y Consumo Responsable. A continuación recopilamos algunas ideas clave que pueden servir para el debate y para completar las aportaciones que realice el alumnado sobre cada concepto:

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA/EMPRESARIAL

- **La RSC debe aplicarse a todas las decisiones de la empresa.** RSC no es una campaña de Marketing con causa, sino una ética empresarial que atraviesa toda la gestión de la empresa teniendo en cuenta los impactos sociales y medioambientales que la actividad directa e indirecta de la empresa genera.
- **La RSC no es sustitutiva sino complementaria al respeto escrupuloso por parte de las empresas de las leyes** nacionales e internacionales que regulan sus operaciones.
- **La RSC es responsabilidad de la empresa, las administraciones públicas y los/as consumidores/as.** Aunque el primer responsable de la RSC es la empresa, también las administraciones públicas, en su rol de legisladores, deben garantizar un marco regulador que promueva el cumplimiento de los derechos humanos en la actividad empresarial. Por último, las personas como consumidoras y ciudadanas tenemos un rol que jugar (ver consumo responsable).

■ **La responsabilidad de la empresa debe garantizar la transparencia en la actuación empresarial.** Las empresas deben establecer mecanismos de diálogo con los diferentes agentes afectados (o grupos de interés) que permitan identificar y dar respuesta a sus preocupaciones particulares y deben proporcionar información transparente sobre sus actuaciones.

■ **La responsabilidad de la empresa debe garantizar la igualdad entre hombres y mujeres.** La RSC es feminista o no es RSC.

■ **La RSC debe aplicarse a toda la cadena de valor, respetando asimismo la soberanía y la cultura propia de las sociedades** donde la empresa actúa.

■ **Las entidades de Economía solidaria son ejemplo de una auténtica RSC.** La RSC no es algo externo, que se incorpora para alcanzar los estándares de responsabilidad de una empresa, sino que debería de suponer en sí misma una nueva forma de entender la empresa, con la integración de valores que reconozcan su papel en el desarrollo de su territorio, y que no deben aspirar como objetivo único el máximo beneficio.

BANCA ÉTICA

■ La **globalización financiera** pone en riesgo a países enteros y condiciona la vida de millones de personas. Debido a este **mayor impacto**, podemos decir que el sector financiero y los bancos tienen si cabe una mayor Responsabilidad social.

■ El sector financiero debe traducir esta **altísima Responsabilidad Social** tanto en sus políticas de activo en crédito e inversión como de pasivo en el diseño de sus productos, es decir financiar proyectos con alto impacto social y ambiental así como ofrecer productos de **inversión socialmente responsable** (ISR)

■ Como una apuesta integral hacia la recuperación del valor social del dinero, apoyamos las **finanzas éticas**, que, basadas en una total transparencia, financia exclusivamente actividades económicas con un impacto social y medioambiental positivo sin descuidar la rentabilidad económica.

■ Desde EsF apoyamos la Banca ética **FIARE** porque aporta como valor añadido su carácter descentralizado y sin ánimo de lucro, su desarrollo basado en las organizaciones sociales de cada territorio, y su constitución en cooperativa de crédito. Además seguimos de cerca proyectos que al igual que FIARE trabajan de manera cooperativa e invierten en proyectos sociales como puede ser Koop57.

■ Además desde las finanzas éticas se promueve el **acceso al crédito de personas en riesgo de exclusión.**

■ A nivel individual, cada persona podemos ser agentes de cambio en la consecución de una economía más justa: como ahorradores/as o inversoras/es socialmente responsables a través de las finanzas éticas.

CONSUMO RESPONSABLE

■ Se trata de tener **una visión integral del producto que consumimos**, teniendo en cuenta todo el ciclo de vida de los productos y servicios: materias primas, procesos de producción, derechos laborales, modelo empresarial, modelo comercial, marcas, publicidad, transporte, embalajes, uso, residuos.

■ Detrás de un **precio muy bajo** se puede esconder una reducción de los costes sociales y medioambientales con la consecuente pérdida o reducción de los derechos laborales y medioambientales.

■ **Tenemos que tomar conciencia de nuestro poder como consumidoras y ciudadanas.** Nos referimos por un lado al poder individual en nuestra elección de consumo de determinados bienes y servicios como instrumento de presión, exigiendo el cumplimiento de determinadas garantías sociales, laborales y medio ambientales. Como ciudadanos tenemos también la capacidad de organizarnos en colectivo y movilizarnos para exigir un cambio social mediante campañas de información y denuncia públicas, así como de incidencia ante instituciones públicas. Algunas redes y plataformas por un consumo responsable son: Sentzuz Konsumitu, Saretuz.

■ A pesar de la falta de transparencia de algunas empresas tenemos **fuentes de información alternativa** en las que conocer los impactos de la actuación empresarial: informes de ONGDs (OMAL, Amnistía internacional, Setem, Oxfam Intermón, Alboan...), campañas asociaciones (campaña Detox, Ropa Limpia, Banca sin armas, Tecnología libre de conflicto, BDS contra la ocupación israelí...) e incluso aplicaciones de móviles como el comparador ético de productos aboutit.eu.

» CIERRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

Empresa y Derechos Humanos



■ **CONTENIDO:** La sesión se cierra con un resumen del recorrido del taller. Facilitaremos al alumnado los cuestionarios de valoración.

■ **MATERIALES:** Fotocopias del Anexo Evaluación.

■ **TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN:** 5-10 min.

BIBLIOGRAFÍA

Responsabilidad Social Corporativa/Empresarial

- Economistas sin Fronteras (2015) ***Economía Social, Responsabilidad Social Empresarial, trabajo autónomo y emprendimiento: transformando los retos de la crisis en oportunidades***. Financiado por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (<http://ecosfron.org/wp-content/uploads/Informe-Econom%C3%ADa-Social-RSE.pdf>)
- Economistas sin Fronteras (2014). ***Empresas, Derechos Humanos y competitividad. ¿Una relación imposible?*** Economistas sin Fronteras y Cátedra Telefónica-UNED de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad (https://ecosfron.org/wp-content/uploads/VTerminada_Emp_Comp_DDHH_verFinal_11junio.pdf)
- Economistas sin Fronteras (2012) Actividad Económica y Derechos Humanos: ***¿Una cuestión de imagen? Estudio sobre los riesgos de vulneración de los Derechos Humanos en relación con la actividad económica*** (http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/Estudio_Actividad-Economica-y-Derechos-Humanos_EsF2011.pdf)
- Economistas sin Fronteras (2011) ***La inversión socialmente responsable como palanca de la Responsabilidad Social en la Pequeña y Mediana empresa***. (http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/ISR_Y_PYME.DEFINITIVO.pdf)

Banca Ética

- Economistas sin Fronteras (2006) ***Las finanzas éticas en Europa, SETEM***, Madrid. (http://finanzaseticas.org/pdf/01_FinanzasEuropa.pdf)
- Marcos de Castro Sanz [Coord.] (2013) ***Banca Ética ¿Es posible?*** Economistas sin Fronteras, Dossier nº 8 (<http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-8-BANCA-%C3%89TICA.pdf>)

- Ochoa Berganza, Jesús (2013). **“Finanzas para una economía humana sostenible: Hacia la Banca Ética”**. Revista de Dirección y Administración de Empresas, 20. (http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/Finanzas-%C3%A9ticas_hacia-la-banca-%C3%A9tica_JOchoa.pdf)
- SETEM. (2006). **“Finanzas Éticas y Comercio Justo: Fomentar el desarrollo”**. SETEM, 5. (http://finanzaseticas.org/pdf/03_FinanzasEticasyComercioJusto.pdf)

Consumo responsable

- Colectivo Consuma (2006) **Responsabilidad Consuma responsabilidad. Guía de consumo responsable y solidario en la Comunidad de Madrid**, Madrid, Traficante de Sueños. (http://www.educacionenvalores.org/IMG/pdf/guia_consumo_completa_web.pdf)
- Economistas sin Fronteras (2011) **¿Cambiar el mundo desde el consumo?**, Dossier nº. 2 (<http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/Dossier-2-Trim-2-2011.pdf>)
- Economistas sin Fronteras (2012) **Crisis, indignación ciudadana y movimientos sociales**, Dossier nº 6 (<http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/docs/DOSSIERES%20EsF%20n%C2%BA%206.pdf>)
- Lodeiro, Toni. **Consumir menos, vivir mejor. Ideas prácticas para un consumo más consciente**. Txalaparta, 2008 (<http://consumoetico.webs.uvigo.es/textos/menos.pdf>)

ANEXOS

UNIDAD 01

01



**AVANZANDO
HACIA UNA
ECONOMÍA
RESPONSABLE,
EQUITATIVA Y
SOLIDARIA**

**EMPRESA
Y
DERECHOS
HUMANOS**

ANEXO 1

Impactos sociales y medioambientales de la empresa desde una óptica de derechos humanos



Cada grupo tendrá que realizar las siguientes tareas: (15 min.)

Una persona leerá en voz alta y el resto tomará nota individualmente de los impactos sociales y medioambientales que pensáis que atentan contra los Derechos Humanos.



Pondréis en común las notas y clasificaréis los impactos detectados en función de si afectan a las personas y/o al medioambiente.



Seleccionaréis la fase del ciclo productivo donde ubicaríais los impactos. Sabréis la fase a la que corresponden en función de las preguntas a las que podáis dar respuesta de las que vienen a continuación:

Extracción: ¿Qué impactos se derivan de la forma de conseguir la materia prima para la elaboración de productos?

Producción: ¿Qué impactos pueden suceder en la fabricación de los objetos de consumo?

Distribución: ¿Qué supone para las personas y el medio ambiente, llevar el producto desde la fábrica hasta los diferentes lugares de venta?

Consumo: ¿Cuáles son las formas de consumo? ¿Qué nos hace consumir así? ¿Qué consecuencias tiene nuestro consumo?

Deposición: ¿Qué ocurre con los desperdicios que generamos? ¿Cómo afecta la gestión de los mismos al entorno natural y social?

Reinversión de los beneficios: ¿Dónde van a parar los beneficios de la empresa?



Prepararéis el formato de presentación (algunas posibilidades son: dibujos y palabras clave, noticiario, mesa de debate radiofónico, spot publicitario, etc.).



Seleccionaréis a un/a portavoz que comparta lo trabajado con el resto de compañeros/as.

Además de los artículos que se presentan a continuación os presentamos otro de interés:

<http://www.deia.com/2017/11/25/economia/las-empresas-ligan-la-responsabilidad-social-corporativa-a-la-competitividad>: se trata de un artículo sobre la RSC y cómo “Arcelor Mittal, la energética Bahía de Bizkaia Gas (BBG), la alimentaria Coca-Cola y la empresa de valorización de residuos Zabalgardi” la vincularon a la competitividad en un evento. Puede servir para hacer reflexionar sobre la RSC que queremos, y no como una herramienta de lavado de cara.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NOTICIAS

■ Amnistía acusa a Apple, Sony, Samsung y Volkswagen de usar cobalto extraído mediante explotación infantil.

https://www.infolibre.es/noticias/mundo/2016/01/19/amnistia_internacional_denuncia_que_apple_sony_samsung_utilizan_cobalto_minas_con_mano_obra_explotada_43545_1022.html

Viaje al corazón de África. Es en este punto, concretamente en la República Democrática del Congo, donde se produce el 50% del cobalto a nivel mundial, un mineral muy solicitado por multinacionales como Sony, Apple, Microsoft o Volkswagen para la fabricación de sus teléfonos móviles o automóviles eléctricos. Es en este país también donde niños y adultos son “explotados” en minas con “condiciones muy peligrosas” a hacer turnos de hasta 24 horas, según el informe emitido por Amnistía Internacional este martes.

La organización publicó un informe en el que, junto a la colaboración de Afreewatch, ha seguido durante meses la ruta del cobalto, desde su extracción hasta la comercialización con las grandes multinacionales. En su resultado, la plataforma denuncia como se usan a niños de “hasta siete años” como mano de obra para trabajar las minas.

Una vez extraído, el cobalto viaja hasta la Congo Dongfang Mining (CDM), la filial del gigante chino del comercio de minerales Zhejiang Huayou Cobalt Ltd que lo suministra. Esta firma, a su vez, vende el cobalto a empresas de China y de Corea del Sur.” En 2013 adquirieron cobalto por valor de 90 millones de dólares”, señala la investigación. Así concluye la ruta en manos de fabricantes de baterías que, a posteriori, suministran a las grandes empresas como Apple, Microsoft, Samsung, Sony o Volkswagen, entre otros.

[...]

Entre las compañías a las que le llega este suministro, el escrito cita las siguientes: Apple Inc., Dell, Hewlett-Packard Company, Huawei, Lenovo (Motorola), LG, Microsoft Corporation, Samsung, Sony and Vodafone, y las empresas Volkswagen, BYD y Daimler AG –cuya principal marca es Mercedes Benz–.

Muertes en las minas

Amnistía Internacional, para explicar cómo se vulneran los Derechos Humanos, llegó a hablar con 87 mineros –de los cuales 17 de ellos son niños– de distintas explotaciones del Congo así como 19 comerciantes que describieron sus condiciones y sus jornadas.

Ese es el caso de Paul, un niño huérfano de 14 años que llegó a pasar 24 horas sin salir a la superficie y que cuenta cómo su familia adoptiva le “explotaba”. [...] Como Paul hay 40.000 niños que son arrastrados a las minas del Congo a trabajar sin equipo de protección, un dato que ya denunció el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

El uso de niños para este trabajo llevó a Mark Dummett, el investigador de Amnistía Internacional sobre Empresas y Derechos Humanos, a comparar los “fascinantes escaparates y anuncios de las tecnologías de vanguardia” con “los niños cargados

con bolsas llenas de piedras y los mineros que desfilan por estrechos túneles excavados artificialmente, expuestos a sufrir daños pulmonares permanentes”.

El informe denuncia la muerte de al menos 80 mineros entre septiembre de 2014 y diciembre de 2015 que se jugaron la vida en los túneles del sur del país. “Se dejan los cadáveres enterrados bajo las rocas”, lamenta el informe. Por lo que “se desconoce la verdadera cifra” porque se ocultan los accidentes.

Amnistía Internacional lamenta que firmas como Apple, Samsung o Sony no hagan las “comprobaciones básicas” para saber de dónde y cómo se extrae una de sus materias primas.

Sin leyes, “las empresas seguirán beneficiándose de los abusos”

Un 50% de la producción del cobalto pertenece a este país africano, donde se atenta contra los derechos humanos de adultos y niños. El origen del cobalto y todo lo que arrastra “raras veces” es replanteado por los usuarios de las nuevas tecnologías, lamenta Dummett.

“Unas empresas cuyas ganancias globales ascienden a 125.000 millones de dólares no pueden afirmar con credibilidad que les resulta imposible comprobar de dónde proceden los minerales esenciales para sus productos”, ha denunciado Dummett, que ha insistido en que “los riesgos para la salud y la seguridad convierten la minería en una de las peores formas de trabajo infantil”.

“La extracción de estos materiales debería llevar prosperidad a los mineros” del Congo, indica Dummett.

En su opinión, hace falta “una iniciativa global” que abarque leyes que obliguen a las empresas a preocuparse y saber de dónde se extraen los minerales que usan para la fabricación de sus productos tecnológicos. De lo contrario, “las empresas seguirán beneficiándose de los abusos contra los Derechos Humanos”, señala.

Estos abusos a los Derechos Humanos se seguirán activando cuando se encienda un teléfono inteligente y nadie, ni las grandes compañías, se pregunten cómo se produce el cobalto africano.

■ **¿Por qué las mujeres ganamos menos? A día de hoy, la brecha salarial media entre hombres y mujeres se sitúa en Euskadi en un 26%, lo que supone tener que trabajar 79 días más que ellos si queremos llegar a cobrar lo mismo.**

<http://www.deia.com/2016/03/08/economia/las-mujeres-la-brecha-salarial-por-sectores>

Que continuamos percibiendo un sueldo menor que ellos es una realidad indiscutible, pero ¿cuánto menos y por qué? Según la catedrática de Economía de la UPV-EHU, Sara de la Rica, es ciertamente complejo dar respuesta a esta pregunta porque hay una paleta de matices grises que la frialdad de los números no es capaz de explicar. “Hay multitud de razones por las que las mujeres ganamos menos que los varones. En primer lugar, trabajamos menos horas de media que los hombres (casi un 20% de las mujeres lo hace a jornada parcial por solo un 5% de los hombres). En segundo lugar, estamos en ocupaciones que de media tienen salarios medios menores (sanidad, educación). En tercer lugar, la antigüedad media en las empresas de las mujeres es menor que la de los hombres, y dado que los salarios en España crecen con la antigüedad, los incrementos salariales de las mujeres son menores. En cuarto lugar, incluso al comparar hombres y mujeres en las mismas empresas y ocupaciones, los hombres reciben complementos salariales superiores a las mujeres, bien sea por trabajar más a turnos, por antigüedad, o incluso por extras salariales debidos a bonos. Todos estos factores elevan la diferencia salarial media entre hombres y mujeres a día de hoy a un 26%”, explica De la Rica, presidenta del Comité sobre la Situación de la Mujer en Economía (Cosme).

Sin engaños. Las estadísticas no engañan, aunque pueden confundir. La última Encuesta Anual de Estructura Salarial que recoge el informe Trabajar igual, cobrar igual elaborada por UGT, indica que la igualdad continúa estando mucho más lejos de lo que nos gustaría.

¿Es injusto? Claro que sí. Pero es tan injusto como cierto, por mucho que algunos se nieguen a quitarse la venda de los ojos y se empeñen en autoconvencerse de que estas cosas ya hace tiempo que no pasan. La realidad es más bien la contraria: la brecha salarial entre ambos sexos no ha logrado reducirse en años.

Los altos niveles actuales de acceso a la educación de las mujeres no se traducen en el ámbito laboral. “Las mujeres se encuentran en los empleos más vulnerables”, añade Carolina Pérez de Toledo, presidenta de la Asociación de Mujeres Empresarias (AED).

Considera que los trabajos a tiempo parcial y el cuentapropismo responden a la necesidad de flexibilidad que tienen las mujeres, porque todavía son las que acarrean con la mayor responsabilidad en el cuidado de los niños y los ancianos. “Las mujeres seguimos haciendo labores familiares y ahí es donde entra el trabajo a tiempo parcial para podernos dedicar a esa otra parte, ya que hoy en día seguimos haciendo el 80% de todos los trabajos de casa. Eso significa interinidad en el trabajo. Y cuantas menos horas en el trabajo, pues menos sueldo” argumenta quien subrayando que esto también trae consigo aparejados altos niveles de informalidad legal laboral. En opinión de la presidenta de AED, en plena coincidencia con Sara de la Rica, otra brecha persistente tiene que ver con la segregación ocupacional. Mujeres y hombres se ubican en diferentes sectores, profesiones y tipos de empresas, algo que ocurre desde la selección de la carrera universitaria. “No hay suficientes mujeres en sectores como las ciencias o ingenierías: se siguen decantando por las humanidades, por carreras que están peor consideradas y pagadas”, acota Pérez de Toledo.

Pero, como señala la empresaria de AED, también ocurre que las profesiones que ofrecen salarios más altos están claramente masculinizadas, mientras que en aquellas que ofrecen sueldos más bajos hay un persistente predominio de mujeres, con el agravante de que la brecha salarial es menor en las ocupaciones masculinizadas que en las feminizadas.

Los trabajos para mujeres se pagan peor. No hay un solo sector en la moderna y diversificada economía española en el que las mujeres cobren un sueldo medio más alto que los hombres.

[...]

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

■ La 'cara B' del 'Black Friday': consumo compulsivo y destrucción de empleo

<http://www.noticiasdenavarra.com/2017/11/23/economia/la-cara-b-del-black-friday-consumo-compulsivo-y-destruccion-de-empleo>

Ecologistas en Acción, Greenpeace, Amigos de la Tierra y UGT han advertido contra lo que el sindicato llama la "cara B" de la jornada de ofertas que tiene lugar este viernes como parte de la campaña 'Black Friday', debido a los efectos que un consumo elevado puede tener desde el punto de vista laboral y medioambiental.

Según Greenpeace, uno de los riesgos del 'Black Friday' está asociado a la tendencia de "comprar compulsivamente" que, según sostiene, afecta al 30% de los jóvenes, incentivado por la facilidad que supone el comercio 'online'. "Este ritmo de consumo contribuye a la pérdida de biodiversidad y al cambio climático, ya que en la actualidad se extraen y emplean alrededor de un 50% más de recursos naturales que hace tan sólo 30 años", advierten desde la organización.

De hecho, ponen de relieve que la producción de ropa se duplicó entre 2000 y 2014 y cada persona compra, de media, un 60% más de ropa que hace 15 años, algo similar a lo que se observa en relación a la tecnología, un sector que, desde 2007, ha fabricado más de 7.000 millones de smartphones. "Muchos son difíciles de reparar así que se cambian por otros, sin pensar en la peligrosidad de sus residuos. Sólo este año se esperan 50 millones de toneladas de residuos electrónicos", prevén.

[...]

Además, tanto Greenpeace como Ecologistas en Acción han hecho hincapié en la "supuesta felicidad" que, dicen, pretenden asociar las empresas al hecho de consumir. "Pero es una felicidad ficticia e insostenible", recalca la responsable de consumo de Greenpeace, Celia Ojeda.

En este sentido, Ecologistas en Acción ha puesto en marcha una campaña bajo el título '¿Consumimos felicidad?' y propone celebrar este viernes un 'Día sin compras' frente al 'Black Friday', como una "huelga de consumidores" en respuesta a la incitación al consumo y que se organiza simultáneamente en varios países.

[...]

La destrucción de empleo: el ejemplo de EEUU

Por su parte, UGT ha llamado la atención sobre el riesgo que los "gigantes de la venta electrónica" representan para los comercios de venta directa y al por menor y los efectos que su crecimiento pueden tener para el empleo. En este sentido, señalan el ejemplo de EEUU, donde el crecimiento de las plataformas de venta 'online' ha provocado, según sostiene, la desaparición de "decenas de firmas" y que "se tambaleen los cimientos de los gigantes de la distribución".

"233 de las mayores marcas de venta minorista han quebrado desde 2010; Bloomberg prevé que más del 10% del espacio comercial -alrededor de 305 millones de metros cuadrados-, cerrará como consecuencia de esta sustitución de la venta presencial por electrónica; Credit Suisse estima que 8.600 tiendas cerrarán sólo en 2017. Entre 1956 y 2005, EEUU construyó 1.500 centros comerciales (malls). En 2017, sobreviven 1.100. En diez años, su número se reducirá prácticamente a la mitad (800)", resume el sindicato.

Además, subraya que el traslado del comercio hacia las plataformas digitales supone que el empleo directo e indirecto que se crea es "temporal, muchas veces parcial, habitualmente mal pagado, con una altísima rotación, con turnos de trabajo

y horarios muy exigentes y con muy pocas garantías y derechos laborales”, además de con “una fuerte componente automatizable”.

“Desde un punto de vista puramente económico y fiscal, está el peligro de concentrar este negocio en manos de unas pocas empresas transnacionales, que no sólo podrán manejar el comercio a su antojo, sino que revierten sus beneficios y sus impuestos en otras latitudes, lo que lamina la economía nacional, la competencia y, por ende, el Estado del Bienestar”, advierte UGT en un comunicado.

Para el sindicato, pese a que en España estas consecuencias el impacto del comercio electrónico todavía no es equiparable al de EEUU, se trata de “una tendencia imparable”, algo que indica el dato de que el porcentaje de personas en España que compran a través de Internet una vez al mes ha pasado de un 34% en 2010 a un 50% en 2017.

“En este margen de crecimiento es donde España puede repetir lo visto en EEUU; el trasvase de comercio al por menor hacia medios digitales puede acabar cerrando miles de comercios minoristas, destruyendo muchísimos empleos, empobreciendo nuestra economía, acrecentando la desigualdad”, concluye el sindicato, que pide desarrollar regulaciones adecuadas, vigilancia económica ‘ad hoc’ y medidas de reconversión tecnológica del empleo para hacer frente a las consecuencias de la digitalización del comercio.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



■ 14 bancos españoles, con BBVA a la cabeza, financian armamento controvertido, según SETEM

<https://www.vivalebio.com/es/consumo-rebelde/233-bbva-el-banco-espanol-que-mas-invierte-en-armamento-controvertido.html>

14 bancos españoles, entre los que destacan BBVA, Santander y Bankia, están implicados financiera y económicamente en 19 de las principales empresas fabricantes de armas controvertidas que causan miles de muertes de civiles en todo el mundo. Entre las armas se encuentran las PROHIBIDAS armas químicas, las biológicas, las bombas de racimo, las minas antipersonas, las armas nucleares y las de uranio empobrecido.

Son datos del informe "Negocios Sucios. Bancos españoles que financian armas controvertidas" elaborado por Profundo en exclusiva para la Federación SETEM y publicado dentro de su actual campaña "Banca Limpia" (puedes descargarlo completo en <http://www.bancalimpia.com/pdf/negocios-sucios.pdf>).

Entre otras tristes revelaciones, el estudio desvela que el BBVA es el banco español con más presencia en el sector de las armas controvertidas, participando desde 2006 con más de 1.000 millones de euros en empresas que fabrican bombas de racimo, armas nucleares y armas de uranio empobrecido.

Una situación que, según SETEM, contrasta claramente con las políticas internas en materia de Derechos Humanos y medioambientales del BBVA, así como con las iniciativas voluntarias de Responsabilidad Social Corporativa a las que el BBVA está adherido, tales como los Principios de Ecuador, los estándares de RSE del Pacto Mundial de la ONU, la Iniciativa del Sector Financiero del PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente) o la Global Reporting Initiative.

A pesar de ello, como ya lleva tiempo denunciando la campaña BBVA sin armas, integrada por el Centro de Estudios por la Paz J.M. Delàs, el Observatorio de la Deuda en la Globalización (ODG) y SETEM, el Grupo BBVA financia e invierte en empresas que producen armas controvertidas, como BAE Systems, Boeing, EADS, Finmeccanica, General Dynamics, Honeywell, ITT Corporation, Jacobs Engineering, L-3 Communications, Larsen & Toubro, Northrop Grumman, McDermott International, Rolls Royce, Thales y Textro, fabricante, esta última, de las bombas de racimo utilizadas en la Guerra de Irak.

Gadafi bombardeó a la población libia con dinero español, según confirmó SETEM.

Pero BBVA no está ni mucho menos solo en este lucrativo negocio de la destrucción de vidas humanas. Ostentando un honorable segundo puesto en el ranking armamentista, encontramos al Santander (cuyos fondos de inversión poseen acciones de 13 compañías, además de haber concedido préstamos a siete compañías y ayudado a tres en la emisión de bonos) seguido de cerca por el pelotón formado por Bankia, Banco Madrid, Banca March, Banco Popular, Banco Sabadell, Bankinter, CatalunyaCaixa, Finanduro, Ibercaja y MAPFRE.

Bankia, según el informe, es el más importante de todos ellos, ya que sus fondos de inversión poseen acciones de ocho productores diferentes de armas controvertidas. El siguiente es el Banco Sabadell con acciones en siete productoras de armas.

El mismo día de presentación del informe a la prensa, SETEM confirmó también que las bombas de racimo fabricadas en España en 2007 y usadas por Gadafi para bombardear Misrata fueron financiadas por Cajalón, Caja España, Caja Mediterráneo, Bankinter, Ibercaja, Banco Popular, Banco Sabadell y La Caixa, sin ir más lejos.

■ **“Si compras ropa barata no está ganando la trabajadora, sino la compañía que hace negocio con ella”**

https://www.eldiario.es/norte/euskadi/trabajadoras-siquiera-cuesta-prenda-fabricado_0_760125243.html

El Bangladesh Center for Worker Solidarity (BCWS) -Centro de Bangladesh para la Solidaridad de los Trabajadores-, es una de las organizaciones de defensa de los derechos laborales más prominentes de Bangladesh. Su directora ejecutiva, Kalpona Akter, se ha acercado a Euskadi para hablar acerca de las condiciones laborales de las trabajadoras de la industria textil, casi cinco años después del desastre ocurrido en la capital del país tras el derrumbe del Rana Plaza.

En el edificio de ocho plantas se confeccionaba ropa que venden las marcas occidentales. El 24 de abril de 2013, hace casi cinco años, el Rana Plaza se colapsó y un derrumbamiento causó la muerte de 1.100 trabajadoras, resultando heridas más de 2.000. Las trabajadoras, que por un salario de miseria trabajaban largas jornadas en condiciones inhumanas, confeccionaban ropa para marcas como Primark, El Corte Inglés o Benetton, quienes confirmaron entonces que tenían acuerdos de producción con alguna de las empresas locales implicadas en el siniestro.

Kalpona Akter es una defensora de sus derechos laborales reconocida internacionalmente [...]

Ahora SETEM, coordinadora de la Campaña Ropa Limpia por las condiciones en las que estas trabajadoras siguen trabajando, organiza su paso por Euskadi.

Comenzó a trabajar con solo doce años en la industria de la confección y cobraba seis dólares al mes. La despidieron años más tarde y la pusieron en la lista negra por intentar formar un sindicato en la fábrica. A parte de por factores como su edad y su sueldo, ¿por qué las trabajadoras de aquel sitio necesitaban organizarse?

[...]

Cuando conocí la ley supe que mi horario debería ser de ocho horas diarias, que yo no debería ser golpeada, que mi fábrica debería ser segura, que si había un fuego debería haber salidas de emergencia. En mi fábrica solo había una salida de emergencia y la mitad estaba bloqueada por la mercancía. Con todo esto aprendí algo precioso: yo podía crear un sindicato. Mis compañeras y yo podíamos unirnos para ello y demandar al dueño de la fábrica. Esto es lo que yo realmente no conocía. Todo estaba escrito, pero nada de ello se aplicaba. Es lo que entendimos: si no nos uníamos, no podríamos cambiar nuestras condiciones laborales, las peores condiciones laborales en las que alguien podría trabajar.

[...]

Sobre el Rana Plaza, yo diría que las trabajadoras no tenían el poder de decir “no” a trabajar allí. Vieron que había unas grietas en el edificio, tenían miedo de ese colapso. Cuando fueron a la gerencia a decir “tenéis que cerrar la fábrica y traer ingenieros que lo revisen. Si no, estamos inseguras en el edificio”, fueron amenazadas de no ser pagadas y empujadas, golpeadas, para entrar a trabajar. No podían decir “no” porque no tenían sindicatos.

En Tazreen Fashions, cuando olieron el humo, los gerentes las empujaron a trabajar a las máquinas. Esta fue la situación. Pero cuando estas dos catástrofes pasaron... Yo no diría que fue un desastre, fue un desastre prevenible. No lo llamaría accidente. Lo que pasó después de esto es que vosotros, los periódicos en todo el mundo, cubristeis lo que pasó. Eso, presionó muchísimo a los gobiernos, presionó a las

marcas que se proveían de mi país. Los consumidores también presionaron, y esa presión llegó a mi Gobierno y hubo mucho cambio. Una de las cosas que pasó fue que las marcas globales y los sindicatos locales firmaron un documento legal sobre seguridad que causó un fenómeno en el sector. No la firmaron todas las compañías pero sí muchas, de 400.000 que habrá unas 16.000 tienen acuerdos de este tipo. Llegaron a cerrar unas cuantas por estar en las condiciones en las que estaba Rana Plaza, o algunas que no tenían las salidas de emergencia en caso de incendio tuvieron que instalarlas.

En términos de seguridad las condiciones son un poco mejores, pero los juzgados tienen que continuar su trabajo para no dar pasos atrás. Hay que llevar a esas fábricas a juicio y pedir responsabilidades. Esto es sobre seguridad, pero si hablamos sobre sindicatos no hay demasiada diferencia después de estos dos desastres. Antes, los trabajadores no eran libres de unirse, y aunque ahora con la presión el gobierno ha abierto una pequeña ventana para ello, muy pocas fábricas, igual menos de cincuenta, tienen sindicatos. En este aspecto no hay mucho cambio y el salario medio sigue siendo de 68 dólares al mes. No es suficiente. Se está tramitando una subida, no sabemos de cuánto será pero pedimos que el salario mínimo sean 250 dólares al mes.

[...]

En Occidente, a veces es más importante comprar barato que el origen de la ropa. ¿Puede imaginarse la gente las condiciones en las que trabajan las trabajadoras y trabajadores que fabrican lo que llevan puesto?

[...]

Es algo de lo que cada persona tiene que ser consciente. La ropa puede estar hecha en Vietnam, en India, en Myanmar, en China... Pero las condiciones no son buenas, no es Europa, no es EE.UU. Son todos esos países los que hacen producciones masivas. Solo piensa en la persona que está haciendo ropa para ti. Es necesario. Estos países y esas compañías tienen intereses de negocio. Ellos se llevan el gran beneficio. Antes de comprar solo piensa: ¿Deberías comprarte tanta ropa? ¿O deberías comprar una buena prenda que cueste un buen dinero para ayudar al progreso?

La Campaña Ropa Limpia es una red internacional de ONGs, sindicatos y organizaciones de personas consumidoras que trabaja para mejorar las condiciones de las trabajadoras y los trabajadores de la industria global de la confección.

[...]

■ La Hacienda de Bizkaia recupera 126 millones de euros de ocho empresas que evadieron impuestos a Suiza.

<http://www.elmundo.es/pais-vasco/2017/12/13/5a312d122268e3ee6608b4587.html>

La Unidad de Fiscalidad Internacional de la Hacienda de Bizkaia (UFI) ha recuperado en los tres últimos años un total de 125,9 millones de euros correspondientes a la regularización de los impuestos de operaciones vinculadas a ocho sociedades que habían evadido sus impuestos a Suiza. Estas empresas, que debían pagar impuestos en Bizkaia, formaban parte de grupos empresariales que habían constituido una estructura mediante la que depositaban sus beneficios en una sociedad con sede en Suiza, tributando allí en lugar de en Bizkaia.

[...]

En estos momentos, además de los 8 expedientes ya cerrados, se inspecciona a cinco empresas pertenecientes a cuatro grupos multinacionales para analizar la política de precios a la hora de la compra venta de empresas, ya que otra modalidad de fraude es subir artificialmente los precios de compra para rebajar los beneficios y reducir el pago de impuestos.

Por otra parte, dentro de la estrategia de la Hacienda de Bizkaia para recuperar el dinero que las arcas forales dejan de recaudarse por el fraude fiscal, la Hacienda de Bizkaia ha creado una unidad específica de inspectores para investigar a los condenados por delito fiscal [...]. El equipo [...] se dedica a bucear en las propiedades y cuentas del condenado y de su entorno familiar para descubrir patrimonios ocultos o actuaciones de ingeniería financiera para eludir sus deudas con Hacienda o presentarse como insolvente ante el juzgado.

Esto supone que no sólo se investiga al condenado, sino también a su familia e incluso a su actividad en las redes sociales para detectar gastos o estilos de vida que no casan bien con una situación de insolvencia.

Hasta el momento esta unidad de investigación ha finalizado desde su puesta en marcha tres expedientes con una deuda de 3,7 millones de euros, de los cuales, 2,4 millones corresponden a la Hacienda Foral y el resto a los juzgados en concepto de multa penal. Y en estos momentos se ha seleccionado a otros ocho condenados por delitos fiscales que van a ser investigados.

El diputado foral de Hacienda de Bizkaia, José María Irruarrizaga, y el director Aitor Soloeta, han explicado como ejemplo uno de los expedientes que se han cursado por parte de esta unidad. Un contribuyente condenado, que se declara insolvente, eludiendo el pago de la deuda, la multa e incluso el ingreso en prisión. Tras la investigación del Grupo Operativo de Investigación Concursal se han conseguido pruebas de que esta persona se encuentra residiendo en México y que obtiene ingresos a través de una empresa creada por él mismo a través varios familiares y empresas pantalla, lo que ha permitido que el juzgado haya emitido una orden de busca y captura sobre ella.

.....
.....
.....

ANEXO 2

Plan de Acción por una economía más justa¹



Cada grupo deberá elaborar un Plan de Empresa/Inversión/Consumo Responsable (25 min.):

Cada grupo deberá indagar y comprender el concepto clave de referencia y reflexionar sobre los elementos que ha de tener en cuenta para que desde la entidad en que participa se contribuya a una economía responsable, tanto en cuidado del medio como en asegurar el cumplimiento de los Derechos Humanos.



Partiremos de una reflexión individual durante 5 minutos y luego poner en común y organizar un listado de elementos que se han de tener en cuenta para que nuestra iniciativa sea social y medioambientalmente responsable.



Cada grupo elaborará el plan específico para cada entidad:

- Definición del concepto de referencia (Responsabilidad Social Corporativa, Banca Ética o Consumo Responsable)
- Definición de la Empresa/Entidad Financiera/Asociación de consumidores/as (nombre, tipo de producto/servicio que provee, etc.).
- ¿Qué puede hacer la Empresa/Entidad financiera/Asociaciones de consumidores y consumidoras para avanzar hacia una economía más justa?



Cada grupo deberá preparar la presentación pública de la entidad (a celebrar en la siguiente sesión), teniendo en cuenta que ha de convencer a los otros dos grupos de que cumple con los criterios de responsabilidad

Seleccionaréis a un/a portavoz que comparta lo trabajado con el resto de compañeros/as.

¹ Se le entregarán al alumnado esta página de instrucciones junto con las ideas y materiales de referencia sobre el concepto que les haya tocado trabajar y que se incluyen a continuación

GRUPO 1: Responsabilidad Social Corporativa

■ La RSC va más allá del beneficio empresarial

Entendemos que la Responsabilidad Social Corporativa es el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, generando políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores (o grupos de interés).

La consideración de la RSC exclusivamente desde la medición de los beneficios que ésta puede reportar a la empresa es sesgada e insuficiente: retención de trabajadores/as, mejora reputación de marca, aumento de ventas, etc. Si no se tiene en cuenta la actuación global de la empresa la RSC resulta ineficiente.

La RSC no es algo externo, que se incorpora para alcanzar los estándares de responsabilidad de una empresa, sino que debería de suponer en sí misma una nueva forma de entender la empresa, con la integración de valores que reconozcan su papel en el desarrollo de su territorio, y que no deben aspirar como objetivo prioritario el máximo beneficio.

■ La RSC empieza por pagar los impuestos debidos

Algunas grandes empresas se aprovechan de mecanismos o estrategias legales, de imprecisiones y aspectos de la ley que han quedado ambiguos o con lagunas para eludir el pago de impuestos. Un ejemplo típico: una empresa multinacional puede determinar que la parte más importante del valor añadido al producto, en realidad es consecuencia del diseño del mismo, por lo que desde la sucursal del país en que se diseña, v.g. un paraíso fiscal, emite una factura por asesoramiento, asistencia técnica, investigación o royalties a su empresa en España, por un valor similar al del beneficio del año, por lo que la empresa en España no tiene beneficio, porque este se ha trasladado a un paraíso fiscal donde no paga impuestos.

■ La RSC complementa y amplía las medidas legalmente establecidas

La RSC no es sustitutiva sino complementaria al respeto escrupuloso por parte de las empresas de las leyes nacionales e internacionales que regulan sus operaciones.

■ El enfoque voluntario de la RSC es insuficiente

Las estrategias en RSC de las empresas deben apoyarse en un marco de regulación que promueva la implantación de la RSC, que incentive y premie la adopción de aquellas estrategias más efectivas, que desincentive la omisión o consideración insuficiente de la responsabilidad social de las empresas y que garantice la respuesta a las demandas sociales en este ámbito a través de un sistema de control independiente. Entendemos que el **papel activo de las administraciones públicas** es fundamental.

■ La RSC debe tener en cuenta el impacto de todos los agentes afectados

La responsabilidad de la empresa respecto al impacto social y ambiental se refiere a todos los agentes que son afectados por sus operaciones. Estos son: empleados/

as, consumidores/as, inversores/as y accionistas, proveedores/as, comunidades y sociedad civil, administraciones públicas, y medio ambiente. Las empresas deben establecer mecanismos de diálogo con los diferentes agentes afectados (o grupos de interés) que permitan identificar y dar respuesta a sus preocupaciones particulares.

■ **La empresa responsable debe respetar la cultura, leyes y desarrollo de las comunidades donde opera**

La RSC se extiende allá dónde la empresa opere y hasta todos los lugares y comunidades afectados por su actividad. Esto implica que la estrategia de RSC debe aplicarse a toda la cadena de valor, respetando asimismo la soberanía, las leyes y políticas de desarrollo y la cultura propia de las sociedades donde la empresa actúa.

■ **La RSC lleva implícita la transparencia y la rendición de cuentas hacia la sociedad**, y debe ofrecer una medida fiel y rigurosa de los impactos sociales y medioambientales de las entidades.

■ **La RSC se debe aplicar a todo tipo de organización:** Empresas (RSE), Organizaciones No Lucrativas y Fundaciones, Administraciones Públicas, Entidades Educativas, etc.

■ **La Responsabilidad Social no sólo afecta a las empresas**

La Responsabilidad Social es un concepto que extendemos hasta el ámbito ciudadano, apelando a la responsabilidad de cada persona y colectivo social en la construcción de una sociedad más justa y sostenible.

RSC: Elementos para la reflexión

Elementos que se han de tener en cuenta para que una empresa sea social y medioambientalmente responsable:

■ **Producción:** ¿cómo se produce el producto o servicio que ofrecemos?

■ **Proveedores:** ¿Qué criterios se valoran a la hora de seleccionar a las empresas que suministran los productos identificados en el punto anterior? ¿El criterio único es el precio? ¿Se han tenido en cuenta criterios de responsabilidad social, como la compra de suministros (papel, cartuchos, etc.) reciclables o de productos de comercio justo?

■ **Clientes/as:** ¿Se tiene en cuenta la opinión de los/as clientes/as sobre los productos? ¿los productos o servicios son los mejores que podemos ofrecer a nuestros/as clientes/as? ¿qué mensaje se traslada a los clientes a través de la comunicación, publicidad y marketing de la empresa?

■ **Transparencia.** ¿Consideras que tus clientes están suficientemente informados de las actividades de la empresa? ¿Hay un acceso público a las cuentas generales de la empresa?

■ **Sociedad:** ¿Crees que tu empresa debería implicar más a la sociedad de lo que lo hace? ¿Cómo contribuye la empresa a la comunidad en la que se inserta? ¿qué aporta?

■ **Trabajadores/as:** ¿Qué tipo de contrato se realiza al personal? ¿Qué prestaciones sociales tienen los trabajadores? ¿Se tienen en cuenta las condiciones laborales de las personas trabajadoras (horas de trabajo, salario, condiciones de salubridad y seguridad, derecho a sindicarse, vacaciones, etc.)? ¿Existen medidas destinadas a conciliar la vida laboral y familiar del personal de la empresa? ¿Son estas medidas similares para todos/as los/as trabajadores con independencia de su cargo? ¿Existen mecanismos de participación abiertos a los/as trabajadores/as? ¿Se tienen en cuenta sus propuestas de mejora que vayan dirigidas hacia una mayor RSC de la empresa?

■ **Género:** ¿Se favorece un trato igualitario entre los trabajadores y trabajadoras? ¿Tienen las mismas oportunidades los trabajadores y trabajadoras de acceder a los mismos puestos en la empresa? ¿Cobran lo mismo por desempeñar el mismo trabajo? ¿Existe algún protocolo en la empresa para actuar frente a las conductas sexistas que puedan aparecer en la empresa? ¿Hay algún plan de actuación frente al trato discriminatorio entre los trabajadores y trabajadoras? ¿Qué trato se da a la mujer en la publicidad?

■ **Derechos Humanos:** ¿Hay algún protocolo de actuación contra la discriminación racial, social, cultural, por características físicas, por orientación sexual, lengua, religión y/o costumbres? ¿Se aprovecha la empresa de la situación irregular de las personas? ¿Existe algún plan de integración a personas migrantes y a colectivos en riesgo de exclusión social? ¿Cómo contribuye la empresa a la defensa de los Derechos Humanos?

■ **Medioambiente:** ¿De dónde se obtiene la materia prima? ¿Se reciclan o reutilizan materiales? ¿Se utilizan energías renovables? ¿Existe un gasto excesivo en electricidad? ¿Se controla que las ventanas queden cerradas cuando está puesta la calefacción? ¿Se abusa de la calefacción y del aire acondicionado? ¿Cómo procesamos los residuos?

■ **Responsabilidad Profesional de las personas trabajadoras,** en función del puesto ocupado en la empresa: ¿Qué podemos exigir para tener unas condiciones dignas de trabajo? ¿De qué manera podemos fomentar unas relaciones social y medioambientalmente equitativas? ¿Cómo podemos hacer que la empresa sea más responsable?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Grupo 2: Banca Ética

El sistema financiero cumple con una función básica dentro de la economía de mercado que es la de poner en contacto a través de los mercados financieros a las unidades económicas excedentarias con las unidades económicas deficitarias. Esto permite el traspaso de fondos desde los ahorradores hacia los inversores carentes de liquidez, logrando de esta forma la inversión productiva y contribuyendo a un desarrollo económico y social.

La globalización financiera actual ha proporcionado un extraordinario poder a las entidades financieras y organizaciones transnacionales que conlleva una similar Responsabilidad Social que ponga dicho poder al servicio del Desarrollo Humano Sostenible. Para lograrlo el negocio de intermediación bancaria y de inversión en los mercados financieros debe ser además de económicamente viable, socialmente beneficioso y ambientalmente responsable, persiguiendo el equilibrio entre estos tres componentes.

En aras de la recuperación del valor social del dinero, el sector financiero debe traducir esta altísima Responsabilidad Social tanto en sus políticas de activo en crédito e inversión como de pasivo en el diseño de sus productos.

Los movimientos de capital deben propiciar la inversión productiva frente al alto porcentaje de ellos que actualmente se realizan con carácter meramente especulativo y deben priorizarse en función de destinos beneficiosos para el conjunto de la sociedad y no exclusivamente en función de la rentabilidad financiera.

Desde la perspectiva de los productos financieros se encuentran las Inversiones Socialmente Responsables (ISR) que son aquellas que, además de buscar una rentabilidad económica razonable, incorporan en su diseño y gestión filtros sociales y medioambientales. La gestión de estos productos se ve facilitada por la existencia de los Índices Bursátiles Socialmente Responsables, que fijan unos criterios de admisión en función de aspectos de la RSE de las empresas cotizadas que los componen.

Como una apuesta integral hacia la recuperación del valor social del dinero, apoyamos la llamada Banca Ética, que, basada en una gestión interna con principios de la RSE y en una total transparencia, financia exclusivamente actividades económicas con un impacto social positivo sin descuidar la rentabilidad económica. Cada proyecto de inversión pasa, además del filtro del Comité Económico, también el del Comité Ético, priorizando la cobertura financiera del tercer sector y de la economía social y la lucha contra la pobreza y la exclusión social y financiera.

Como parte del impulso a la Banca Ética en nuestro país, desde EsF apoyamos el proyecto FIARE porque aporta como valor añadido su carácter descentralizador y sin ánimo de lucro, su desarrollo basado en las organizaciones sociales de cada territorio, y su intención de conversión en cooperativa de crédito, en primera instancia en nuestro país y posteriormente a nivel europeo.

El Inversor Socialmente Responsable es la figura clave en la consecución de unas finanzas y una economía más justas. Para poder avanzar en ISR y Banca Ética es indispensable que las personas seamos conscientes de que con nuestra inversión podemos hacer que nuestro excedente llegue a empresas que actúan bajo unos criterios de Desarrollo Humano Sostenible y no a aquellas que adoptan actitudes reprochables y perjudiciales para el resto de la sociedad buscando única y exclusivamente el máximo beneficio.

Banca ética: elementos para la reflexión

- **Inversión.** ¿Cuáles son los criterios de inversión de la entidad financiera? ¿Se financia la producción y venta de armamento? ¿La producción y venta de tabaco? ¿La utilización de mano de obra infantil? ¿La experimentación con animales? ¿El uso de madera procedente de bosques tropicales?
- **Transparencia.** ¿Se facilita la evasión de impuestos y utilización de paraísos fiscales? ¿Las cuentas de la entidad son públicas? ¿Se comunica a los/as clientes/as?
- **Gestión.** ¿La gestión se realiza de forma piramidal y jerárquica o se trata de sistemas de gestión participativa? ¿Cuál es la relación salarial entre directivos y trabajadores?
- **Clientes/as:** ¿Se tiene en cuenta la opinión de los/as clientes/as sobre los productos? ¿se consulta a los/as clientes sobre las inversiones a realizar? ¿pueden participar los/as clientes en las decisiones sobre las inversiones? ¿los productos o servicios son los mejores que podemos ofrecer a nuestros/as clientes/as? ¿qué mensaje se traslada a los clientes a través de la comunicación, publicidad y marketing de la empresa?
- **Sociedad:** ¿Crees que la entidad financiera debería implicar más a la sociedad de lo que lo hace? ¿Se proveen productos de alta calidad y servicios que son beneficiosos a largo plazo para la comunidad? ¿Cómo contribuye la entidad a la comunidad en la que se inserta?
- **Trabajadores/as:** ¿Qué tipo de contrato se realiza al personal? ¿Qué prestaciones sociales tienen los trabajadores? ¿Se tienen en cuenta las condiciones laborales de las personas trabajadoras (horas de trabajo, salario, condiciones de salubridad y seguridad, derecho a sindicarse, vacaciones, etc.)? ¿Existen medidas destinadas a conciliar la vida laboral y familiar del personal de la entidad financiera? ¿Son estas medidas similares para todos/as los/as trabajadores con independencia de su cargo?
- **Género:** ¿Se favorece un trato igualitario entre los trabajadores y trabajadoras? ¿Tienen las mismas oportunidades los trabajadores y trabajadoras de acceder a los mismos puestos en la entidad financiera? ¿Cobran lo mismo por desempeñar el mismo trabajo? ¿Hay algún plan de actuación frente al trato discriminatorio entre los trabajadores y trabajadoras de la entidad? ¿Se garantiza el acceso al crédito por igual a hombres y mujeres? ¿los mensajes publicitarios de la entidad tienen en cuenta la perspectiva de género o reproduce los roles tradicionales?
- **Derechos Humanos:** ¿Hay algún protocolo de actuación contra la discriminación racial, social, cultural, por características físicas, por orientación sexual, lengua, religión y/o costumbres? ¿Cómo contribuye la entidad financiera a la defensa de los Derechos Humanos? ¿Se evalúa el cumplimiento de los derechos humanos por parte de las empresas a la hora de conceder un crédito o aceptar un ahorro o inversión de ellas?
- **Medioambiente:** ¿De qué formas contribuye la entidad financiera a la conservación del medioambiente? (uso de papel, energía, agua, etc.) ¿Se evalúa el impacto medioambiental de las empresas a la hora de conceder un crédito o aceptar un ahorro o inversión de ellas?

Grupo 3: Consumo Responsable

Por Consumo Responsable entendemos la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran. Es decir, se trata de tener una visión integral del producto que consumimos, teniendo en cuenta todo el ciclo de vida de los productos y servicios: materias primas, procesos de producción, derechos laborales, modelo empresarial, modelo comercial, marcas, publicidad, transporte, embalajes, uso, residuos.

Cuando añadimos el calificativo «responsable» a nuestro consumo estamos diciendo la importancia que tiene el consumidor para elegir entre las diversas opciones que le ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la justicia social, la ética y la solidaridad, y la protección del medio ambiente.

La ciudadanía puede convertir su capacidad de compra en un importante instrumento de presión; como dice una organización pionera en estos temas, puede «votar por sus valores a través de su acto de compra». El consumidor y consumidora tienen a su alcance la posibilidad de premiar a los mejores y rechazar a los peores, exigiendo el cumplimiento de determinadas garantías sociales, laborales y medio ambientales.

En síntesis, el “consumo responsable, crítico o consciente supone tener en cuenta algunos aspectos como:

- 1_ Respeto al medio ambiente;
- 2_ 3Rs: Reducir (consumo y basura), Reutilizar y Reciclar;
- 3_ Atención a las condiciones laborales;
- 4_ Poner la vida en el centro: valorar los cuidados.

Todo ello, teniendo en cuenta que TODAS las personas podemos aportar en este camino hacia un mundo más justo y solidario.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Consumo responsable: Elementos para la reflexión

- **Consumo.** ¿Por qué compramos? ¿Compramos lo que necesitamos? ¿Cómo podemos reducir nuestro consumo? ¿Cómo se puede fomentar el comercio de cercanía? ¿Qué tipo de alimentación nos conviene? ¿Qué criterios debemos utilizar a la hora de seleccionar los productos? ¿Nos informamos de la procedencia de los productos o nos dejamos guiar únicamente por la publicidad o el precio? ¿Y del impacto social o medioambiental que conlleva su producción? ¿Qué papel jugamos como personas consumidoras en la economía? ¿Cuál es nuestro poder de acción?
- **Residuos.** ¿Cómo podemos reducir nuestro nivel de residuos y desechos que producimos? ¿Qué hacemos con los residuos que producimos?
- **Reutilización.** ¿Cómo podemos alargar la vida de las cosas?
- **Transporte.** ¿Cómo nos movemos por la ciudad/pueblo? ¿De qué forma podemos reducir la contaminación en nuestros desplazamientos?
- **Recursos.** ¿Cómo podemos ahorrar energía, agua, etc.?
- **Género.** ¿Cómo podemos contribuir a la igualdad de género a través de nuestras prácticas y nuestro lugar en la economía?
- **Derechos Humanos.** ¿Cómo contribuimos a la defensa de los derechos humanos desde nuestro papel como personas consumidoras? ¿Tenemos en cuenta el impacto de los productos que consumimos en los derechos humanos?
- **Denuncia pública.** ¿Qué haces cuando te encuentras con un producto que tiene un impacto negativo a nivel social o medioambiental? ¿Conoces colectivos o asociaciones que luchen contra estos impactos? ¿Cómo se puede hacer? ¿Cómo podemos incidir en las empresas para que cambien sus malas prácticas?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

EVALUACIÓN

Presentamos a continuación dos opciones para la valoración de las sesiones:

A. Cuestionario de valoración del taller¹

■ ¿Qué te ha gustado más del taller?

.....

.....

■ ¿Alguna sugerencia de mejora del taller respecto a los contenidos?

.....

.....

■ ¿Alguna sugerencia de mejora del taller respecto a las actividades?

.....

.....

■ ¿Cómo han sido las relaciones en el grupo, incluyendo alumnado y profesorado?

.....

.....

■ ¿Cómo te has sentido durante el taller?

.....

.....

■ ¿Qué has aprendido? ¿Crees que seguirás buscando información o indagando sobre los temas trabajados?

.....

.....

¹ A entregar al alumnado en la última sesión de cada unidad didáctica

B. Valoración participativa de la Unidad



■ **CONTENIDO:** Recoger las opiniones del alumnado en relación a los contenidos, la metodología y la evaluación, así como las relaciones y el clima generado, cómo se han sentido las y los participantes, etc.

■ **MATERIALES:** Post-it de colores; pizarra y tizas o rotuladores.

■ **TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN:** 10 min.

1_ Repartiremos post-it de colores a cada alumna y alumno. En cada post-it deberán escribir una idea, ya sea algo que le haya gustado o elementos que consideran que se podrían mejorar, en relación a las siguientes categorías: contenidos; metodología; evaluación; relaciones; otros.

2_ A medida que vayan terminando, se levantarán y pegarán los post-it en su lugar correspondiente de la tabla que dibujaremos en la pizarra o en papeógrafo, de la siguiente manera.

	Contenidos	Metodología	Evaluación	Relaciones	Otros
Ha salido bien					
A mejorar					

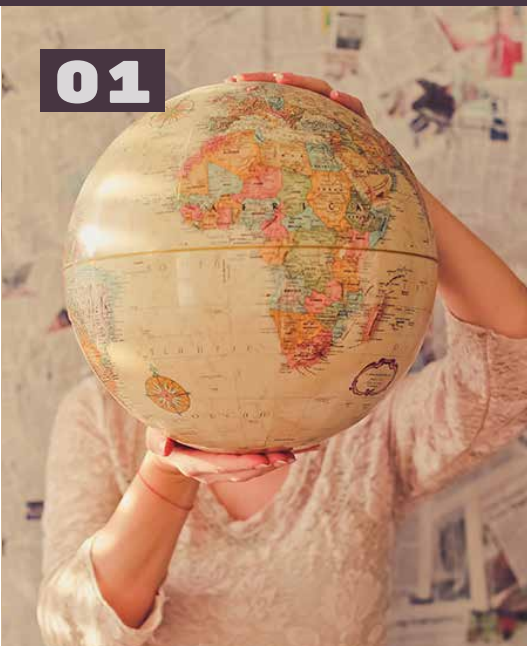
3_ Cuando todos los/as participantes hayan terminado de colocar sus aportaciones, pasaremos a realizar una puesta en común, pudiendo complementar el alumnado con nuevas opiniones a lo largo del proceso.

MATERIALES COMPLEMENTARIOS

A_ Recursos audiovisuales

B_ Actividades complementarias

01



**AVANZANDO
HACIA UNA
ECONOMÍA
RESPONSABLE,
EQUITATIVA Y
SOLIDARIA**

**EMPRESA
Y
DERECHOS
HUMANOS**

RECURSOS AUDIOVISUALES

Impacto del modelo económico en los DDHH

■ **Econopoly 4.0** | La Editora y EsF | 2015 | 7:20 min.

Corto que simula el videojuego en el que todo el mundo jugamos a sobrevivir con dos estrategias posibles, una economía justa de la que se benefician los 7000 millones de participantes o la economía neoliberal que perpetúa el desequilibrio en el juego.

<https://vimeo.com/97707382>

■ **La isla de las flores** | Jorge Furtado | 1989 | 12:33 min.

Lo que en principio no es más que la historia de un tomate, desde su origen en una plantación hasta el basurero, por obra y gracia del humor negro, poco a poco se transforma en una cruel y profunda reflexión sobre la condición humana. De la miseria humana, acaso sea más apropiado decir. Isla de las Flores ganó el Oso de Plata en Berlín, fue elegido el corto del año 90 en Brasil y en 1995, fue incluido por la crítica francesa en la lista de los 100 cortometrajes más importantes del cine. Es el trabajo de un genio, sin lugar a dudas.

<https://www.youtube.com/watch?v=9fEMHB9kksM>

■ **La historia de las cosas** | Storyofstuffproject | 2009 | 21:24 min.

Desde su extracción hasta su venta, uso y disposición, todas las cosas que hay en nuestras vidas afectan a las comunidades, y sin embargo la mayoría de todo esto se oculta. La Historia de las Cosas es un vídeo entretenido, dinámico y cargado de datos, que describe en 20 minutos el lado oculto de nuestros patrones de producción y consumo. La Historia de las Cosas expone las conexiones entre una gran cantidad de problemas ambientales y sociales, y hace un llamado a que nos unamos para crear un mundo más sustentable y justo. Les enseñará mucho, les divertirá y puede que cambie para siempre la visión que tienen sobre las cosas.

<https://www.youtube.com/watch?v=ykfp1WvVqAY>

Responsabilidad Social Corporativa

■ **Responsabilidad Social como Centro de la Estrategia Empresarial**

TEDx - Marcelo Tedesco | 2013 | 16:19 min.

Conferencia sobre dos modelos de empresas socialmente responsables. Aquellas que entienden la responsabilidad social como un sistema para lavar culpas contra las organizaciones que asumen la responsabilidad social como parte central de la estrategia de sus negocios.

<https://www.youtube.com/watch?v=aLJmPFI7dDO>

■ **“No a la venta”** | UNED | 2013 | 1:06:05

Se trata de un documental del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativo en coproducción con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

https://www.youtube.com/watch?v=u_FUW6aFmdM

Banca Ética

■ **Economistas sin fronteras eta Fiare Low** | EsF | 2015 | 5:30 min.

Jesús Ochoa, uno de los socios fundadores de la delegación de Euskadi de Economistas sin Fronteras, habla en este vídeo de nuestra organización, de las finanzas responsables, la banca ética y Fiare.

<https://www.youtube.com/watch?v=0SS8iGSp5q4>

■ **SPOT-SETEM Finanzas Éticas** | SETEM-Madrid | 2009 | 1:34 min.

Anuncio ganador del Tercer Premio del Jurado en el III Festival de Publicidad Social Solidar&dar (02/04/2009) de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). SPOT realizado por los alumnos Antonio Calderón, Daniel Escudero, Miguel Moreno, Sandra López, y Natalia Calvo.

<https://www.youtube.com/watch?v=dCARIYdym0c>

■ **La banca es la bomba. Banca limpia** | SETEM-Madrid | 2012 | 2:26 min.

Anuncio publicitario del informe “Inversiones que son la bomba: negocios de la banca con las empresas españolas de armamento” realizado por SETEM y Justicia i Pau.

<https://www.youtube.com/watch?v=Yw8Mmu6B9xA>

■ **Con tu dinero** | SETEM Hego Haizea | 2013 | 1:07:10

Este documental pretende reflejar las prácticas financieras alternativas a la banca convencional que podemos encontrar en la actualidad en el estado español.

<https://vimeo.com/59010358>

Consumo Responsable

■ **Sufrió una conmoción mientras compraba zapatos**

Campaña Ropa Limpia | 2015 | 1:23 min.

El corto muestra una mujer siguiendo un hilo que va desde sus zapatos hasta los impactos sociales y medioambientales que genera su producción.

<https://www.youtube.com/watch?v=VcmfqtVTVXI&list=PLFx2ow4MybA66wsdIR6lw4pAtnWlht70t&index=22>

■ **¿Qué es el comercio justo?** | SETEMPV | 2013 | 7:05 min.

De una manera clara, sencilla y didáctica se comparte cuáles son las bases del comercio justo, por qué es importante inclinarse por él, y cuáles son las diferencias con otras formas de consumir.

<https://www.youtube.com/watch?v=DjbZE9yyy6c>

■ **La historia del cambio** | Storyofstuffproject | 2015 | 6:28 min.

El video explora cómo podemos mover nuestra economía hacia una dirección más justa y sostenible, empezando con orientarnos hacia un nuevo objetivo.

<https://www.youtube.com/watch?v=Lut7cJMbsNk&t=7s>

■ **Bizi eta gozatu!** | Saretuz Sarea | 2016 | 0:43 min.

Breve síntesis de las claves para un consumo responsable.

<https://www.youtube.com/watch?v=vxUNiMkRnkU>

■ **Saretuz: Donostiako Kontsumo Arduratsu, Kontziente**

Saretuz Sarea | 2016 | 0:43 min.

Vídeo sobre Saretuz, la red de Consumo Responsable, Consciente y Transformador de Donostia.

https://www.youtube.com/watch?v=nAuxZq_X4Ng

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Las actividades complementarias permiten profundizar sobre determinados temas, así como complementar la formación sacando el aula a la calle o viceversa. Aquí tienes algunos ejemplos.

IDEAS PARA ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Responsabilidad Social Corporativa

Actividades	Recursos
<p>Video Fórum</p> <p>Para trabajar sobre dos modelos de empresas socialmente responsables: aquellas que entienden la responsabilidad social como un sistema para lavar culpas; y las organizaciones que asumen la responsabilidad social como parte central de la estrategia de sus negocios.</p>	<p>Responsabilidad Social como Centro de la Estrategia Empresarial</p> <p>TEDx - Marcelo Tedesco 2013 16:19 min.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=aLJmPFI7dD0</p>
<p>Cortos-denuncia</p> <p>A partir del visionado de cortos sobre la campaña Ropa Limpia, el alumnado por grupos puede idear el guión de un corto en el que de una manera creativa se denuncien situaciones de injusticia social y/o medioambiental que producen algunas empresas del sector textil o de otros (alimentario, energético, etc.), como hemos visto a lo largo de la unidad de RSC. Este guión puede ser posteriormente grabado y montando desde tecnología que habitualmente utiliza el alumnado, como por ejemplo, los teléfonos móviles.</p>	<p>Cortometraje '38'</p> <p>SETEM Catalunya 2011 3:45 min.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=_Z749ReErEM</p> <p>Sufrió una conmoción mientras compraba zapatos</p> <p>Campaña Ropa Limpia 2015 1:23 min.</p> <p>Ver video</p>

Consumo Responsable

Actividades	Recursos
<p>Visita a iniciativas</p> <p>Para comprobar cómo trabajan organizaciones que promueven el consumo responsable, se puede llevar el aula a la calle, y organizar un encuentro con alguna iniciativa que promueva y practique el consumo responsable de tu localidad.</p>	<p>Aquí tienes un listado de iniciativas de Consumo Responsable en Euskadi, que te puede servir de referencia para explorar el tipo de iniciativa que más te interese:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ REAS Euskadi: listado entidades socias: http://www.economiasolidaria.org/entidades ■ Alternativas para un consumo responsable: http://www.mecambio.net ■ Mercado social: http://mercadosocial.konsumoresponsable.coop/buscador-de-entidades?field_territorio_tid=All ■ Saretuz, Donostiako kontsumo arduratsu eta eraldatzailearen sarea: https://saretuz.eus/es/quienes-somos/ ■ Zentzuz Konsumitu: http://consumoresponsable.info/ ■ Kidenda, tienda de comercio justo: https://kidenda.org/
<p>Video Fórum</p> <p>Para profundizar sobre las diferencias entre consumismo y consumo responsable, así como para ilustrar con ejemplos lo que podemos hacer desde nosotras mismas para mejorar el planeta.</p>	<p>El ultimatum evolutivo</p> <p>SETEMPV ■ 2009 ■ 10:24 min. https://www.youtube.com/watch?v=c5SEHz3Y6q8</p> <p>Consumo responsable (Nivel 7)</p> <p>Santiago Segura ■ 2015 ■ 9:43 min. https://www.youtube.com/watch?v=uSpUKFvw3ew</p> <p>Dos tomates y dos destinos</p> <p>VSFtv ■ 2012 ■ 8:56 min. Ver video</p>



<https://ecosfron.org/euskadi>



Economistas sin Fronteras- EsF Euskadi



@EconomiaJusta