

Compra Pública con valores y criterios sociales y solidarios

COMPRA PÚBLICA ÉTICA

La presente iniciativa tiene como objetivo facilitar el debate institucional acerca de criterios sociales y solidarios como fundamentación de la compra pública. A través de diferentes paneles teóricos y prácticos buscamos promover una alianza estratégica entre productores, agentes sociales y representantes políticos a favor del Comercio Justo y en beneficio de los grupos productores desfavorecidos, además de una mayor sensibilización acerca del consumo responsable y el Comercio Justo en la sociedad en general, en la Administración Pública y en el tejido asociativo.

Introducción: Las autoridades públicas como agentes activos de consumo responsable

La Compra Pública juega un importantísimo papel en la economía de la Unión Europea. Cada vez que una autoridad pública adjudica un contrato de obra, suministro o servicio está ejerciendo un papel activo de consumidora que tiene un gran impacto en el mercado y en el entorno.

El impacto de la Compra Pública viene determinado por los siguientes elementos:

1º. La Administración como principal consumidora: de acuerdo al Informe sobre compra verde de la Comisión Europea¹ **el consumo público representa el 16% del PIB de la Unión Europea**. Sólo en **España las compras públicas supondrán el 28% del PIB nacional para el 2005**. Es evidente que la Administración en sus diferentes niveles (local, regional, nacional o europea) es actualmente el mayor consumidor en Europa, con un gasto equivalente a la mitad del PIB de Alemania.

2º. La Administración como referente: las administraciones públicas ejercen de modelo de referencia y comportamiento para otros actores socio-económicos, incluidos los ciudadanos y ciudadanas, las instituciones privadas y las compañías. Para crear conciencia, buenas prácticas e implementar acciones, son fundamentales los poderes públicos, que son capaces de llevar el pensamiento global al plano de la coherencia y la actuación local.

La introducción de criterios sociales o medioambientales en la contratación pública incentiva a las empresas a adoptar esos mismos criterios y a desarrollar tecnologías

¹ “Buying Green!” (Compra Verde) Documento de Trabajo de la Comisión. Bruselas 18-08-2004. SEC (2004) 1050.

y sistemas de producción que sean respetuosas con la dignidad de los trabajadores y el entorno.

3º. La Administración como gestora de los fondos públicos: el interés general como criterio fundamental en la gestión pública implica un comportamiento respetuoso con la sociedad y el medio ambiente y dar respuesta a la creciente sensibilidad de los consumidores y consumidoras respecto a las condiciones en las que se han elaborado y comercializado los productos o en las que se han desempeñado los servicios suministrados.

La Compra Pública Ética implica una respuesta libre por parte de las autoridades sobre aquello que piensan que es mejor para la comunidad; una opción que va más allá de criterios de calidad/precio e integra unas razones, valores y metas que muestran una cierta conciencia de sí y una responsabilidad por las elecciones tomadas².

La Compra Pública Ética significa tomar conciencia de que la compra de bienes y servicios por parte de las autoridades públicas puede y debe ser utilizada como un instrumento político para fomentar el consumo responsable, incrementar la igualdad social y reducir las injusticias del sistema comercial.

De la Compra Verde a la Compra Ética:

El desarrollo de la Compra Pública Verde ha sido posible gracias a la adopción por parte de las autoridades, empresas y organizaciones de un compromiso a favor del **Desarrollo Sostenible**:³

La **Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible organizada por Naciones Unidas en Río de Janeiro en 1992** se señala como el punto de partida para que los Estados, regiones y entidades locales tomaran conciencia de su papel como elementos clave en la sostenibilidad. A raíz de esta Conferencia, las autoridades hicieron pública su preocupación por el deterioro del Medio Ambiente y se comprometieron al desarrollo de una Estrategia de Desarrollo Sostenible que debía concretarse en el documento conocido como Agenda 21.

En 1994 se celebró en Aalborg (Dinamarca) la Conferencia Europea sobre Ciudades Sostenibles, en la que se adoptó la **Carta de Aalborg** (Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad) en la que las autoridades y organizaciones firmantes se comprometen a elaborar un Plan de Acción Local para la Sostenibilidad (lo que se conoce como **Agenda 21 Local**). La Carta de Aalborg dio paso, en la segunda Conferencia sobre Ciudades Sostenibles (Lisboa, 1996), a una nueva carta basada en las experiencias locales; en el año 2000, en el seno de la tercera conferencia en Hannover, se elaboraron los indicadores comunes europeos de sostenibilidad que pudieron ser adoptados voluntariamente por las autoridades locales europeas.

² Elaboración propia a partir de la definición de la ética de las organizaciones de Adela Cortina (Cortina, A. *Hasta un pueblo de demonios*, Taurus, Madrid, 1998 127-8; citado por Alvarez D. Y De la Torre, J *¿Empresas desalmadas? Una visión ética del mundo empresarial*, Dikynson, Madrid 2002 pág.222)

³ El Desarrollo Sostenible se define como “*Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades*”.

El proceso de la Agenda 21 ha sido adoptado por numerosas regiones y ciudades lo que ha implicado la elaboración de diagnósticos medioambientales y planes de acción. Pero es a partir de la **Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, 2002)** cuando las administraciones se comprometen a “promover políticas de contratación pública que propicien la creación y difusión de bienes y servicios que no causen daño al medio ambiente” (Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre, párrafo 19)⁴. Consolidándose una tendencia que venía dándose en la contratación de los países más avanzados desde hacía una década: la denominada Compra Pública Sostenible, también llamada Compra Verde o Compra Respetuosa con el Medio Ambiente, que *“pretende integrar las consideraciones medioambientales en todas las etapas del procedimiento de contratación, con el objetivo de reducir el impacto en la salud humana y el medio ambiente”*.⁵ **La Compra Verde “aumenta la demanda de productos más sostenibles, fomentan una producción respetuosa con el medio ambiente y ayuda a las energías limpias a conquistar el mercado. Al mismo tiempo, la compra verde permite ahorrar energía y recursos, y reduce la producción de residuos, lo que contribuye a una reducción de gastos públicos”**⁶

La Compra Verde es asumida por un número cada vez mayor de administraciones mediante la inclusión de cláusulas medio ambientales en los pliegos de la contratación pública. En este sentido, **la Comisión Europea ha elaborado un manual de Compra Verde**⁷ que explica a las responsables de la compra pública los pasos necesarios para introducir una estrategia de contratación con criterios medioambientales, organizar el procedimiento de contratación, definir los requisitos del contrato, selección de proveedores y contratistas, así como adjudicación y ejecución del contrato. El objetivo del manual es **introducir los criterios medioambientales respetando la obligación por parte de las autoridades de obtener la mejor relación calidad/precio y de ser imparciales en los procedimientos de contratación (proporcionar igualdad de oportunidades y transparencia)**.

En nuestro país estas cláusulas se han ido introduciendo tímidamente en la legislación nacional (finales de los 90) y autonómica (especialmente durante los años 2002-2003), incluyendo la “calidad ambiental” en algunas leyes sectoriales y regionales como un criterio a tener en cuenta a la hora de adjudicar un concurso. Actualmente Los Ministerios de Fomento y Medio Ambiente aplican valoración ambiental en sus ofertas de contratación pública y valorando positivamente a todas aquellas empresas que tengan implantados sistemas de gestión ambiental.

Si bien **el Desarrollo Sostenible incluye la triple dimensión: económica, social y medioambiental, los ejemplos de contratación pública que consideran criterios sociales son más escasos en nuestro país**. Las únicas cláusulas sociales que hasta hace poco encontrábamos en nuestra legislación son las que favorecen la adjudicación de contratos públicos a empresas con un

⁴ http://www.un.org/esa/sustdev/documents/WSSD_POI_PD/English/POIToc.htm

⁵ Documento “Procura +. Campaña por la compra pública sostenible”. Pág. 1. ICLEI, Friburgo 2005. Editado en España por Bakeaz.

⁶ Cristina García-Orcoyen, documento de la jornada “20º Club de Debate: Compra Verde”, Madrid, marzo 2005. Fundación Entorno.

⁷ Op.cit. SEC (2004) 1050.

número determinado de trabajadores discapacitados o de personal con contratos de larga duración, **sin que se haya contemplado de forma generalizada el impacto de la compra pública en los Países del Sur, pese a que muchos de los productos objeto de concurso público se realizan en países en vías de desarrollo (ej. ropa de trabajo, muebles de oficina, materiales promocionales, café, materias primas para comedores escolares..).**

Entendemos que la manera de promover un impacto positivo del consumo público desde el punto de vista social, es introducir cláusulas sociales en la contratación pública de manera que a igualdad técnica de las empresas concurrentes, **se valore especialmente aquellas empresas que demuestren un mayor compromiso con los derechos laborales, la igualdad hombre-mujer y la protección a la infancia en todo el proceso de fabricación/gestión del producto o servicio objeto del contrato**, no sólo en lo que respecta a los trabajadores europeos sino también a los trabajadores que a través de la cadena internacional de subcontratación se ven afectados por las condiciones de compra de las empresas y gobiernos europeos.

En este sentido, cada vez se hace más necesaria la introducción de cláusulas sociales que fomenten el Comercio Justo en la contratación pública. **El Comercio Justo es una herramienta de cooperación al desarrollo que promueve condiciones de vida sostenibles para productores desfavorecidos en países en vías de desarrollo, posibilitando un acceso al mercado en condiciones equitativas y empoderando a los productores para ser dueños de su propio desarrollo.** Las organizaciones de Comercio Justo realizamos una intensa labor comercial (asesoramiento en desarrollo de producto, importación y distribución) pero también una continua labor de sensibilización a los consumidores y empresas y presión política a los gobiernos e instituciones para lograr una mayor justicia en el comercio internacional.

La adquisición de productos provenientes de las organizaciones de Comercio Justo asegura que se ha respetado unas condiciones laborales dignas en la producción, un funcionamiento democrático en las organizaciones, pago de un precio justo, prefinanciación y relaciones a largo plazo. El respeto al medio ambiente y a la identidad cultural son asimismo criterios fundamentales. **Las redes de Comercio Justo garantizan los niveles más elevados de responsabilidad y transparencia a lo largo de toda la cadena de trazabilidad del producto** y un sistema de monitoreo y verificación externa que asegura el cumplimiento de los criterios. La promoción del Comercio Justo tiene además un impacto positivo en la lucha contra la explotación infantil y el empoderamiento de los grupos más desfavorecidos especialmente mujeres e indígenas.

Ya hay experiencias exitosas en este sentido en Cataluña y País Vasco; comunidades en las que diversas administraciones locales y regionales han modificado pliegos de condiciones en concursos públicos para en igualdad de condiciones dar preferencia a empresas que demuestren un especial compromiso social o medioambiental. También, en algunos casos de contratos de suministro, se ha introducido la obligatoriedad de ofrecer junto a productos del mercado tradicional productos de Comercio Justo (ej. cestas de Navidad que incluyan al menos 2 productos de Comercio Justo o máquinas de vending que ofrezcan café de Comercio Justo entre otras bebidas y aperitivos)⁸.

⁸ Para más información: VVAA *“El Comercio Justo en España 2004: situación y perspectivas”*. SETEM-Icaria Editorial, Barcelona, 2004. *Capítulo 4: “Comercio Justo y administraciones públicas”*. Pág.44.

En aquellos países europeos donde el Comercio Justo está más desarrollado (Italia, Alemania, Bélgica, Holanda, Reino Unido..) la concienciación de los consumidores tiene su fiel reflejo en la contratación pública de manera que ha aumentado espectacularmente la introducción de productos de Comercio Justo en las dependencias municipales, comedores escolares, hospitales, cafeterías universitarias..etc. De esta manera el efecto positivo se traduce en una mayor concienciación hacia el consumo responsable y solidario por parte de los ciudadanos y ciudadanas, de las autoridades públicas y de las empresas que genera mayores ingresos y una mejor calidad de vida para miles de familias en países desfavorecidos.

Iniciativas a favor de la Compra Pública Sostenible

La asociación **ICLEI (Internacional Council for Local Environmental Initiatives)** agrupa a más de 390 gobiernos locales comprometidos con el Desarrollo Sostenible. ICLEI Europa desarrolla en este momento la **Campaña "Procura +: campaña por la compra pública sostenible"** que se va a centrar en la implantación de la compra pública sostenible en una serie de productos concretos (electricidad, equipos informáticos, edificios, productos para comedores públicos, hospitales y servicios de catering, servicios y productos de limpieza, servicios públicos de transporte). En una primera fase contempla únicamente criterios medioambientales, pero se prevé ampliar la lista de productos e introducir además criterios sociales. La ONG Bakeaz coordina la Campaña en nuestro país.⁹

Doce miembros de la asociación de grandes ciudades europeas EUROCITIES han puesto en marcha el **Proyecto CARPE (Cities as Responsible Purchasers in Europe/Ciudades como Consumidoras Responsables en Europa)** en el que se investigan las posibilidades de las ciudades para aprobar criterios sociales y medioambientales en la contratación pública. En el marco del Proyecto se ha elaborado una guía práctica y una página web sobre consumo responsable. En España la ciudad de Sevilla lidera el proyecto junto con Barcelona y Bilbao.¹⁰

En cuanto al textil, la Campaña Ropa Limpia está dando un nuevo impulso a la Compra Pública Ética mediante la promoción de las **Comunidades de Ropa Limpia**, formadas por administraciones locales europeas que se comprometen con la compra ética de productos textiles (fundamentalmente ropa de trabajo como uniformes para los bomberos, servicios de limpieza..etc). Las Comunidades de RL deben establecer planes de acción con plazos concretos para asegurar que el compromiso se haga realidad. Esta iniciativa se está desarrollando con gran éxito en Holanda, Bélgica, Francia, Alemania y en nuestro país las primeras experiencias piloto se están siendo promovidas por la ONG Setem-Catalunya, miembro fundador junto con la Diputación de Barcelona, El Fons Català de Cooperació al Desenvolupament y los Ayuntamientos de Barcelona, Badalona y Manresa de la "Xarxa x CPE" (Red por la Compra Pública Ética de Cataluña).¹¹

⁹ Más información: <http://www.procuraplus.org>

¹⁰ Más información: <http://carpe-net.org>

¹¹ Más información: *Op.Cit.*. VVAA "El Comercio Justo en España 2004: situación y perspectivas". Pág.55-56. <http://www.ropalimpia.org/comprapublica>

Campaña Fair Procura

Desde **IDEAS** queremos contribuir a que las instituciones públicas incorporen la responsabilidad social en todas las decisiones de la Administración e incluyan la **justicia en las relaciones Norte-Sur como un eje fundamental del desarrollo sostenible**.

Por este motivo, IDEAS se ha adherido al proyecto europeo FAIR PROCURA (“Compra Pública Justa”), por medio del que diversas organizaciones miembros de EFTA¹² que promovemos el Consumo Responsable en general y el Comercio Justo en particular buscamos:

- **Concienciar** a las autoridades europeas, regionales y locales **sobre el impacto del consumo público** en las relaciones sostenibles Norte/Sur
- Asegurar un **compromiso de los políticos** para que incluyan criterios de Comercio Justo/sociales en la legislación de compras públicas
- Fortalecer la **dimensión social de compras públicas** sostenibles entre compradores institucionales

El Proyecto se desarrollará durante los próximos 3 años con el objetivo de estudiar las implicaciones legales de la introducción de cláusulas sociales a nivel europeo y nacional, recoger las mejores prácticas de Fair-Procure en Europa, desarrollar conferencias temáticas con representantes de la Administración y otros actores interesados y lograr una mayor concienciación y compromiso a favor del Comercio Justo por parte de las autoridades públicas.

Programa Compra Pública en Castilla La Mancha

Con el apoyo de la Dirección General de Consumo de la Junta de Castilla La Mancha IDEAS va a desarrollar un Programa de Compra Pública en la región con el objetivo de conocer las posibilidades de introducción de Comercio Justo en la Administración, la organización del I Congreso sobre Compra Pública Ética y la edición de materiales formativos.

Más Información:

Laura Rodríguez

IDEAS

Coordinadora Estatal Programa Compra Pública

CompraPublicaEtica@ideas.coop

¹² EFTA: European Fair Trade Association/ Asociación Europea de Comercio Justo.