

## Hacia la gestión de una compra responsable en entidades del tercer sector social

**La compra responsable consiste en la incorporación de criterios sociales y ambientales en los procesos de selección de empresas proveedoras y de la compra de productos, servicios y suministros por parte de organizaciones y agentes sociales**

### Consumo consciente

Preguntarse sobre la necesidad real de la compra de determinados productos y/o servicios.

### Consumo responsable

Informarse sobre condiciones laborales, sociales y ambientales en las que se ha producido y comercializado un producto y las consecuencias que su consumo tiene.

### Consumo transformador


Elegir empresas, productos y servicios que promueven modelos empresariales y económicos alternativos y transformadores.

### Compra responsable para promover

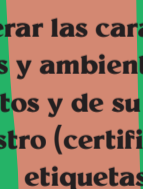
- La defensa de los derechos humanos y unas condiciones laborales justas.
- Relaciones comerciales más equitativas, inclusivas, democráticas y sostenibles.
- Una economía social y solidaria, más feminista y ecológica, al servicio del bien común.
- Una economía para la sostenibilidad ambiental y social de la vida.

### La compra responsable en entidades del TSS es

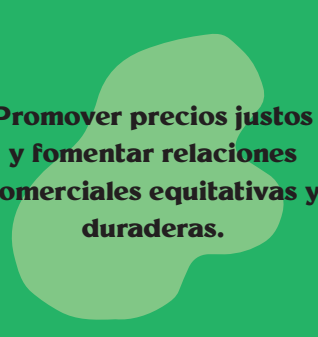
- Una política con un gran potencial de impacto positivo.
- Una práctica coherente con el ideario y la misión de la entidad.
- Una práctica transformadora para el desarrollo de los derechos sociales y la promoción de valores como la solidaridad, la justicia social y la sostenibilidad.
- Una apuesta por reducir el impacto medioambiental de la entidad.



**Seleccionar empresas y productos con mayor compromiso social y ambiental.**



**Considerar las características sociales y ambientales de los productos y de su cadena de suministro (certificaciones y etiquetas).**



**Promover precios justos y fomentar relaciones comerciales equitativas y duraderas.**

### Criterios sociales de compra responsable

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

### Criterios ambientales de compra responsable

1. Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
2. Gestión de residuos adecuada.
3. Conservación de recursos naturales.
4. Promoción de productos y servicios que reduzcan el impacto ambiental.