

Hay que distinguir entre las IIC (Instituciones de Inversión Colectiva) éticas, ecológicas o de responsabilidad social de las solidarias. En estas últimas, la Sociedad Gestora cede una parte de la comisión de gestión a determinadas entidades benéficas u ONGs, pero puede ser que no utilicen criterios éticos para seleccionar las empresas en las que invierten los fondos. No obstante, también puede haber una IIC ética o de responsabilidad social que sea también solidaria, combinando ambos aspectos (ver cuadro).

### Algunos productos y entidades financieras en España

Productos éticos	Carácter	Gestora
Santander Central Hispano Solidaridad, FIM	Ético y solidario	Santander Central Hispanogestión, S.A., SGIIC
Santander Central Hispano Responsabilidad, FIM	Ético y solidario	Santander Central Hispanogestión, S.A., SGIIC
Renta 4 EcoFondo, FIM	Ético y solidario	Renta 4 Gestora, SGIIC, S.A.
Morgan Stanley Fondo Ético, FIM	Ético y solidario	Morgan Stanley Gestión, SGIIC, S.A.
Fondo Solidario Pro Unicef, FIM	Ético y solidario	Gesmadrid, SGIIC, S.A.
Foncaixa Cooperación, FIM	Ético y solidario	Invercaixa Gestión, SA, SGIIC
BNP PARIBAS Fondo Solidaridad, FIM	Ético y solidario	BNP PARIBAS Gestión de Inversiones, SGIIC, S.A.
Caixa Catalunya Solidari, FIM	Ético y solidario	Caixa Catalunya Gestio, SA, SGIIC
Urquijo Inversión Solidaria, FIM	Ético y solidario	Urquijo Gestión, SGIIC, S.A.
BS Plan de Pensiones Ético y Solidario	Ético y solidario	Banco de Sabadell, S.A.
Depósito Solidario de BBK	Ético y solidario	Bilbao Bizkaia Kutxa
El Monte Fondo Dolidario, FIM (E.S)	Ético y solidario	Ahorro Corporacion Gestion, SGIIC, S.A.
Ahorro Ético, Libreta y Cuenta Corriente a la Vista	Ético y solidario	Colonya Caixa Pollença

CECUMadrid, 2006



Dirección General de Consumo  
CONSEJERÍA DE SANIDAD Y CONSUMO

Comunidad de Madrid



CONFEDERACIÓN  
DE CONSUMIDORES  
Y USUARIOS

R  
S  
I

LAS  
INVERSIONES  
SOCIALMENTE  
RESPONSABLES



## El consumo responsable

El modelo económico actual de nuestra sociedad, articulado a través del principio de la libre competencia, se fundamenta en la generación de riqueza, aumentando el beneficio y reduciendo los costes, para aumentar la rentabilidad. Este modelo genera grandes desigualdades así como un gran impacto medioambiental.

No obstante, existe otra forma de entender la economía, tanto en la producción y el comercio, como en la distribución de los productos y servicios de consumo; un modelo en el que el centro no es el beneficio económico, sino la calidad de vida de las personas.

El consumo responsable está relacionado con las ideas y las acciones que pretenden dar soluciones a los desequilibrios económicos, sociales y medioambientales, incorporando o reforzando una conducta más crítica tanto por parte de los ciudadanos y/o consumidores individuales como por la sociedad en general.

Es importante realizar un acercamiento crítico al consumo. Antes de adquirir un producto sería importante pensar si realmente lo necesitamos. Además, en caso de compra deberíamos dedicar un tiempo a informarnos de las condiciones sociales y medioambientales en las que se ha producido. Esa práctica es la que nos puede hacer consumidores responsables.

Se ha trabajado el Consumo Responsable -y se continúa haciéndolo- desde muy distintos puntos de vista. Sin embargo, podríamos decir que siempre se han mantenido unas metas comunes:

- Adquirir únicamente los productos que sean necesarios.
- Obtener información de las condiciones sociales y medioambientales en que han sido elaborados los productos que vamos a adquirir o los servicios que vamos a utilizar. Valorar las repercusiones medioambientales y sociales que puede tener el uso de un producto o servicio en todo su ciclo de vida: producción, transporte, distribución y residuos que genera al final de su vida útil.
- Plantearnos las alternativas al comercio convencional, como el comercio justo, las inversiones socialmente responsables y la banca ética, por ejemplo.
- Exigir calidad en los bienes que adquirimos, practicando así un consumo crítico y responsable, y buscando bienes más saludables y duraderos.

Nuestra actitud como consumidores críticos puede tener una importante influencia en las estrategias y modo de producción de las empresas. En la actualidad, la competencia global empuja a muchas empresas a prestar atención a las actitudes, exigencias y preferencias de los consumidores. El diálogo entre las empresas y los consumidores debería ser suficiente para poner en práctica medidas que aseguren ciertas condiciones sociales y medioambientales en los productos que adquirimos.

En cuanto a la publicidad, ya está comprobada la eficacia de las múltiples campañas desarrolladas por diferentes marcas o empresas. La sugestión y el condicionamiento inducen a sentir la necesidad del producto y a preferir una determinada marca a la hora de comprar.

### ¿Qué es inversión socialmente responsable?

Cuando depositamos nuestro dinero en un banco o una caja de ahorros, en un fondo de inversión o en cualquier opción de ahorro e inversión, podemos conocer la rentabilidad, el precio o el riesgo de ese producto, pero no se nos informa del uso que se le da a nuestro dinero. Y puede ser que ese uso sea contrario a nuestros principios éticos.

La **Inversión Socialmente Responsable (ISR)** es la que incorpora consideraciones éticas, sociales o medioambientales, junto a las financieras, en la toma de decisiones de inversión, tanto por la empresa como por los agentes inversores externos; y todo ello sin descuidar los objetivos de riesgo y rentabilidad financiera.

La inversión socialmente responsable garantiza que el dinero invertido por los consumidores o ahorradores va a tener en cuenta también criterios éticos sociales y medioambientales, diferenciándose de los productos financieros convencionales, que sólo se basan en criterios económicos.

# ISR

## Criterios valorativos

### de inclusión o exclusión

En los fondos éticos no se trata de medir prestaciones y costes, como en los productos tradicionales, sino de averiguar el contenido ético de los productos.

### Criterios valorativos o de inclusión

- **Medio ambiente:** Promoción de actividades para la protección del medio ambiente por parte de las empresas, más allá del cumplimiento de la normativa legal.
- **Relaciones laborales:** Principios de buen trato a los empleados por parte de las empresas
- **Relación con las comunidades locales:** participación social de las empresas en las comunidades en las que desarrollan sus actividades
- **Transparencia y justicia en la gestión** de las empresas.
- **Oferta de productos y servicios** que mejoran la calidad de vida de los consumidores y usuarios.

### Criterios excluyentes

- Empresas o corporaciones **productoras de armas.**
- **Producción y comercialización de tabaco, alcohol, material pornográfico, juego y productos dañinos para el medio ambiente.**
- **Violación de derechos humanos y explotación de comunidades locales.**
- **Condiciones de trabajo:** explotación infantil, discriminación y violación de normas de seguridad y salud en el trabajo.
- **Falta de transparencia y corrupción** (menos desarrollados).
- **Relación con estados con regímenes dictatoriales.**