

Objetivos y estrategia para la Responsabilidad Social

15 de marzo de 2007

Nuestra responsabilidad social

Bama Gruppen AS exige sinceridad, integridad y honestidad en todos los aspectos de nuestra actividad comercial. Por consiguiente, es un objetivo importante contar con una relación clara y ordenada para con nuestros empleados, socios, el medio ambiente y la sociedad en general. Según nuestra experiencia, es una buena filosofía comercial. Durante los últimos años, nuestro trabajo con la responsabilidad social ha ido ampliándose, de modo que también comprende nuestros proveedores y contactos fuera de nuestro país. Reconocemos que es un trabajo laborioso y complicado, y un trabajo que involucra a varios intereses, que parcialmente son contradictorios. También vemos que estos temas han obtenido un interés público cada vez más amplio. Con este motivo hemos definido y descrito nuestro fundamento para trabajar con la responsabilidad social y cómo este trabajo debe organizarse. Damos seguimiento a este trabajo a través planes de acción anuales.

Rune Flaen
Director gerente

1.0 Nuestra responsabilidad social

Para Bama, la responsabilidad social es un concepto que integra aspectos sociales y medioambientales en nuestras transacciones comerciales. Esto se consigue exigiendo requisitos a nuestros proveedores y a nosotros mismos en acuerdos escritos de obligado cumplimiento. Por “responsabilidad social” no sólo entendemos que deben cumplirse los estándares mínimos internacionales, sino que también deben tomarse medidas adicionales.

Comercio ético

Por “comercio ético” entendemos la corresponsabilidad que tiene Bama y nuestros proveedores por los derechos humanos, los derechos de los trabajadores y el medio ambiente en toda la cadena de proveedores.

Para más información sobre nuestras pautas éticas para compras, véase [aquí](#).

Comercio justo/Max Havelaar

Por “comercio justo” entendemos la corresponsabilidad que tiene Bama de asegurar a los pequeños productores los precios mínimos y el acceso al mercado mundial de exportaciones.

Para más información sobre comercio justo, véase [aquí](#).

Medio ambiente

Los requisitos medioambientales que exigimos a nuestros proveedores son los mismos que los de KSL (Control de Calidad de la Agricultura Noruega) o Eurepgap.

Para más información sobre KLS, véase [aquí](#), y sobre Eurepgap, véase [aquí](#).

Corrupción

Queda prohibido para los empleados o delegados de Bama hacer sobornos, corrupción o tráfico de influencias.

Las normas concretas para ello se encuentran [aquí](#).

2.0 Objetivos

La ambición de Bama es la de ser líder en nuestra industria en cuanto a responsabilidad social. Para tener éxito con ello, se exige una estrategia global en que la economía, el medio ambiente y los asuntos sociales queden integrados en el desarrollo de nuestros negocios.

Los dos objetivos principales para nuestra responsabilidad social son:

- Los clientes de Bama deben estar seguros de que llevamos a cabo nuestras operaciones de una manera justificable.
- Nuestros colaboradores, incluidos los que elaboran los productos que vendemos, deben quedar inspirados y estar orgullosos de la manera en que desempeñamos nuestra responsabilidad social.

3.0 Estrategia

Bama compra productos de todos los continentes y en algunos casos de países en los que puede haber infracciones de los derechos humanos y los derechos laborales fundamentales. Ya que nosotros no contamos con fábricas o plantaciones propias, se exige una atención y un seguimiento conscientes por parte de Bama de nuestros productores o proveedores. El trabajo para alcanzar nuestros objetivos constituye, por lo tanto, una tarea compleja que exige diferentes aproximaciones.

En la estrategia de Bama para responsabilidad social se dará prioridad al siguiente trabajo:

Colaboración y mejoras

Ya que Bama no posee plantas o plantaciones propias, nuestro enfoque principal debe ser el seguimiento de nuestros proveedores, tanto en Noruega como en el exterior. Debemos poner requisitos, también a nosotros mismos, que sean posibles de observar, y verificar su cumplimiento. Para ello se exigen conocimientos y rutinas que deben actualizarse continuamente.

En nuestro trabajo para conseguir mejoras continuas de las condiciones laborales y medioambientales de nuestros proveedores, debemos colaborar con, y escuchar a, interesados que puedan contribuir con competencia orientada a solucionar las tareas que afrontamos.

4.0 La relación con nuestras partes interesadas.

Además de su contacto con los proveedores, Bama también necesita colaborar con una serie de otras partes interesadas. Entre éstos, los siguientes influyen en gran medida en nuestras actividades:

- *Las autoridades de los países en que Bama hace sus compras*

Bama valora positivamente la colaboración con las autoridades de los países en que Bama tiene negocios. En muchos casos, tal colaboración puede contribuir a un proceso de mejoras continuas y sostenibles de las condiciones en las empresas de nuestros socios.

- *Los propietarios y los clientes de Bama*

Nuestros propietarios, clientes y socios exigen hoy día requisitos para la conducta ética de Bama. La compañía debe crear valores para sus propietarios y clientes, incluso demostrando responsabilidad social.

- *Los consumidores noruegos*

Una parte cada vez mayor de los consumidores noruegos dicen que les preocupan las condiciones en que han sido elaborados los productos que compran. Destacan las condiciones medioambientales, ecológicas y sociales. A través de sus actividades, Bama desea ser percibida por los consumidores como una sociedad responsable porque contribuye a conseguir mejoras continuas.

- *Los medios de comunicación*

Los medios de comunicación desempeñan un papel cada vez más importante como velador para que las compañías cumplan con sus promesas. En este sentido actuaremos con transparencia ante los medios difusivos y mostraremos a través de la actividad práctica que somos dignos de confianza.

- *Las organizaciones no gubernamentales (ONG)*

Cada vez más ONG, tanto en Noruega como en los países donde tenemos negocios, se empeñan en que las compañías asuman responsabilidad social. Varias de las organizaciones disponen de recursos que pueden resultar útiles para nuestro trabajo por aplicar nuestra responsabilidad social.

- *Los empleados y sus organizaciones*

El principal recurso con el que cuenta Bama respecto a nuestra responsabilidad social son nuestros propios empleados. Son ellos los que a través de su trabajo práctico y concreto deben cumplir los objetivos establecidos por la compañía para nuestra responsabilidad social. Asimismo, este también es el caso para los empleados de las empresas que producen las mercancías que vendemos. Gracias a la colaboración entre estos grupos y sus organizaciones, somos capaces de crear los mejores productos de calidad demandados por los consumidores.

5. La organización del trabajo

- *El consejo de administración* de Bama tramita una vez al año un informe sobre el trabajo con la responsabilidad social, además de lo contenido en el informe anual.
- *La dirección ejecutiva del Grupo* tiene la responsabilidad global para elaborar estrategias de responsabilidad social, informes anuales y contacto con los medios de difusión.
- *El departamento comercial (Trading)* es responsable para elaborar los planes de acción anuales, controlar y deliberar con los proveedores, iniciar medidas de mejora, mantener contacto con sindicatos locales, ONG y autoridades públicas.