

CÓDIGO DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE

I) INTRODUCCIÓN

La movilización ciudadana constituye uno de los ejes fundamentales de la actividad de Ecovidrio. Es un pilar fundamental para incrementar la tasa de reciclaje de residuos de envases de vidrio. Para conseguirlo, Ecovidrio realiza más de 300 campañas al año de movilización social dirigidas a toda la ciudadanía, contribuyendo así a fomentar el desarrollo sostenible y la Economía Circular.

Estas campañas se realizan tanto en el ámbito online (redes sociales, microsites...) como en el offline (publicidad en medios, campañas de exterior, eventos, activaciones en fiestas populares, competiciones deportivas...), dando especial importancia a los medios ganados.

Propósito del código

El propósito de este código es la identificación de aquellos principios y valores sobre los que se sustenta la sensibilización ciudadana, entendiendo ésta como "el conjunto de prácticas y procesos destinados a crear, comunicar y movilizar a todo tipo de públicos objetivos, para construir en ellos el hábito del reciclaje de envases de vidrio".

El porqué del código

La iniciativa de elaboración de un código de principios y valores éticos para la comunicación al ciudadano responde al convencimiento de que, guiados por este, nuestras campañas de movilización social generan mejores resultados en términos de eficacia, eficiencia, sostenibilidad y valor social.

La adopción de los principios del código garantiza que la comunicación de Ecovidrio es veraz, rigurosa y transparente. Asimismo, nos ayuda a construir relaciones basadas en la confianza con nuestros grupos de interés.

Además, el código ayuda a los profesionales del marketing, la publicidad y subdisciplinas a orientarles ante posibles dudas y conflictos surgidos durante el ejercicio de su labor.

Implantación y revisión

El presente código es un documento en vigor que puede ser susceptible de actualizaciones y revisiones en el futuro, dado el contexto actual cada vez más cambiante y exigente por parte de ciudadanos y públicos de interés.

II) PRINCIPIOS

El presente código se apoya en la asunción de unos principios generales de carácter transversal y universal.

4.a. RESPONSABILIDAD

En Ecovidrio somos conscientes de la responsabilidad que tenemos con los nuestros públicos de interés. Velamos por la integridad en el ejercicio de nuestra actividad, realizando nuestro trabajo desde el respeto hacia ellos y hacia nuestro entorno, asumiendo responsablemente nuestro papel de agente capaz de promover cambios positivos en sociedad.

Trabajamos desde el máximo respeto a la legalidad vigente en el territorio en el que se enmarcan las acciones y campañas de movilización realizadas y a las normas y reglamentos de las plataformas o medios que utilicen para el desarrollo de las actividades.

Además, contribuimos a generar una percepción positiva de las iniciativas de movilización social y trabajaremos con el propósito de generar confianza en la sociedad en general.

Este valor de la responsabilidad se declina de la siguiente manera:

- No consentiremos la denigración de la persona, de su trabajo, género, edad, orientación sexual, religión, ideología, cuerpo, peso, altura, aspecto o imagen, evitando el uso continuo y/o la ridiculización de estereotipos en campañas e iniciativas.
- Favoreceremos la inclusión de todo tipo de personas en nuestras comunicaciones y acciones, impidiendo que estas sean discriminatorias por razón de origen étnico, trabajando desde el respeto por las diversas culturas y tradiciones.
- Tendremos una actitud especialmente comprometida frente a los públicos más sensibles, como niños, ancianos o colectivos en riesgo de exclusión social.
- Ayudaremos a fomentar, la transmisión de valores positivos y colectivos en pro del interés general social. Trabajaremos con aquellas empresas y proveedores que trabajen con valores similares
- Como Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP), y, a través de nuestros mensajes de sensibilización, propugnaremos la protección del entorno en nuestra toma de decisiones y en segundo término procuremos la mejora de nuestro entorno en el ámbito social.
- Trabajaremos por incorporar en la planificación y actividades del I+D+i tanto criterios medioambientales (p.ej. eco-diseño) como criterios sociales (p.ej. innovación social).
- Garantizaremos la privacidad de los datos personales a los que tengamos acceso, dando pleno cumplimiento al Reglamento General de Protección de datos. Trabajaremos con responsabilidad y de acuerdo a la legislación vigente al recolectar y tramitar información personal de individuos con total respeto a su privacidad. En especial pondremos una atención adicional a la obtención de información de niños o menores que deberá tener aprobación de su padre o respectivo tutor. Nos aseguraremos que las personas involucradas estén al tanto del propósito de recopilación de información y que tengan conocimiento de su destino, contando siempre con una opción de "darse de baja". Adicionalmente, será importante que gestionemos bases de datos ajustadas a la legalidad vigente", asegurando que éstas obtienen los registros de forma claramente voluntaria.
- Cuando realizamos campañas en el ámbito digital, trabajamos con responsabilidad la gestión de las campañas de publicidad, para que estas no sean intrusivas ni invasivas.

4.b. HONESTIDAD Y VERACIDAD

En el desarrollo de nuestras acciones de comunicación se mostrarán y presentarán nuestros datos/servicios/actividades de forma veraz, honesta, íntegra, transparente y correctamente contextualizada, asegurando el rigor de lo que contiene.

- Velaremos porque nuestras afirmaciones sean siempre verdaderas, evitando aquellas que sean engañosas, falsas o que falten a la verdad por omisión o exageración, siempre teniendo en cuenta la impresión general que se muestra.
- Velaremos para que dentro de las estrategias de marketing digital en redes sociales, tanto la agencia o entidad generadora de los contenidos, como la que contrate dicho servicios, observen una rigurosa atención al contenido generado. Además, asegurando que el mensaje sea consciente y coherente con nuestro posicionamiento y nuestros valores.
- La investigación de mercado quedará claramente separada de cualquier actividad ajena a la propia investigación, quedando completamente al margen de cualquier intención comercial dirigida a los participantes en el estudio.
- Nuestras acciones en Internet no se valdrán de personalidades o cuentas ficticias para generación de movimiento en redes (engagement) o hacia la generación interacciones en redes sociales.
- El uso de material fotográfico para contenido de redes sociales deberá ser utilizado de una fuente fidedigna de fotografías citando al autor y en el caso de no ser auditoría inscribir el link o página de referencia.

4.c. TRANSPARENCIA INFORMATIVA

Informaremos de forma clara y suficiente de nuestra actividad de reciclaje de vidrio, sus características, magnitudes, beneficios medioambientales y procesos.

- Procuraremos dar información suficiente y clara, fomentando la comprobación directa de los datos que se han comunicado
- Prestaremos especial atención y comunicaremos de forma rigurosa y transparente los datos relativos al reciclaje de envases de vidrio en nuestro país en nuestras campañas de movilización y los materiales que de estas se deriven.
- Facilitaremos el acceso a la información, proporcionando los elementos clave para poder profundizar en el asunto de interés, y posibilitando las comprobaciones requeridas de manera que las afirmaciones o hechos sean siempre verificables de un modo ágil.
- En cuanto a subtítulos o aclaraciones respecto a lo que se ofrece y que puedan aparecer en cualquier medio de comunicación, serán fácilmente accesibles, suficientes en tamaño y proveerán de información adicional relevante en cuanto al tema tratado. Nunca serán usados para contradecir afirmaciones presentadas en la misma comunicación.

4.d. PROFESIONALIDAD

Los profesionales que ejercen el marketing se apoyan en buenas prácticas profesionales, colaborando con el trabajo de otros profesionales y ejerciendo su labor desde el respeto y escucha a los demás; no aprovechándose jamás de beneficios ligados a su profesión y extendiendo el cumplimiento de estas prácticas a la cadena de suministro.

- Seguiremos los preceptos y la legislación vigente relativa a la libre competencia.
- Trataremos con respeto y equidad a todos nuestros colaboradores, proveedores e intermediarios, facilitando su desempeño con una comunicación clara y constructiva.

- Respetaremos siempre otras prácticas profesionales, nunca presentando como el propio trabajo de otras personas ni incurriendo en delitos como el plagio o piratería, reconociendo, además, las contribuciones de otros, tales como consultores, empleados, agencia y compañeros de trabajo.
- Seremos especialmente cuidadosos en el desarrollo de la imagen de marca, no incurriendo en ejercicios de marca que sugieran explícita o implícitamente una copia, réplica o imitación de otra oferta de un competidor.
- Evitaremos el uso de información inexacta, no verificable o incompleta para atacar, denigrar o quitar crédito a la reputación de otras organizaciones o a su oferta.
- Evitaremos las situaciones en las que existan conflictos de interés.

4.e. SOSTENIBILIDAD

La misión de Ecovidrio es cumplir, de manera eficaz, eficiente y en estrecha colaboración con las administraciones públicas, las obligaciones de gestión de residuos de envases de vidrio que establece la Ley a las empresas adheridas, para contribuir a los principios de economía circular.

Para dar cumplimiento de esta misión, nos valemos de la movilización social como eje estratégico. En este sentido, nuestra estrategia de comunicación y sensibilización se articula para transmitir valores relacionados con el cuidado del medioambiente, el desarrollo sostenible, la economía circular y, más concretamente, la promoción del reciclaje de envases de vidrio.

En Ecovidrio impulsamos y fomentamos la puesta en marcha de las medidas necesarias para un correcto funcionamiento de la cadena del reciclado de envases de vidrio, que permita a la sociedad y a las generaciones futuras disfrutar de un entorno libre de residuos.

No apoyaremos ni participaremos de iniciativas que cuestionen la importancia del medioambiente, la preservación del entorno, la lucha contra el cambio climático, entre otros aspectos.

III) GESTIÓN DE FONDOS

En el desarrollo de campañas de movilización, tratamos de maximizar nuestro impacto en todos los grupos de interés: participando en momentos y eventos de gran consumo, eventos deportivos, elevando la notoriedad de las acciones con el apoyo de personalidades reconocidas, utilizando el potencial de la tecnología y acercando su estrategia de concienciación a centros educativos.

De forma anual, y tras la aprobación en Junta Directiva (tal y como establecen nuestros estatutos) Ecovidrio establece la inversión destinada campañas de comunicación y movilización social.

Cada año publicamos la inversión destinada a tal efecto en las memorias corporativas, un ejercicio de transparencia que ponemos a disposición de todos los públicos a través de nuestra página web.

La inversión en materia de comunicación y sensibilización atiende a criterios de eficacia, eficiencia y sostenibilidad. Se evaluarán las propuestas y realización de campañas dando cumplimiento de los estándares éticos y normativos, su potencial de difusión y notoriedad, su alineación con el objetivo final (incrementar la tasa de reciclado de envases de vidrio y promover el desarrollo sostenible), así como su impacto positivo para generar valor social y ambiental.