



fundaciónvidasostenible

Ruiz, 26 bajo izq. 28010 Madrid
Tel.: 914 461 834. Fax 914 469 121
www.vidasostenible.org

Inscrita en el Registro de Fundaciones del Ministerio de Medio Ambiente, nº 280020. CIF G-83607770

Plan de actuación 2011

Índice

1. Antecedentes y misión
2. Presentación
3. Marchamos de calidad
4. Políticas
5. Convenios y acuerdos
6. Metodología de trabajo
7. Nuestro público
8. Qué es www.vidasostenible.org
9. Objetivos del plan de actuación
10. Actividades propias previstas a desarrollar durante 2010
11. Actividades mercantiles previstas a desarrollar durante 2010
12. Voluntariado
13. Recursos económicos

1. Antecedentes y misión

La Fundación Vida Sostenible se constituyó en el año 2003 y fue inscrita en el registro de Fundaciones del Ministerio de Medio Ambiente con el número 280020 en 2004.

La Fundación Vida Sostenible se propone como misión promover, participar, estimular e intervenir en iniciativas de carácter social en materia de medio ambiente, educación, consumo, desarrollo, y en general de sostenibilidad (procurar el desarrollo social sin menoscabo de la calidad ambiental del planeta), con el fin de potenciar y desarrollar estilos de vida sostenibles en la sociedad. Esta misión se resume para los documentos de difusión y publicidad como “potenciar y desarrollar en la sociedad estilos de vida responsables con nuestro futuro en el planeta”.

Esta nueva manera de entender la protección ambiental se enmarca en la dimensión social y es desde ahí desde donde plantea su labor. Su prioridad es llegar con contenidos ambientales a la sociedad para dar respuesta a sus inquietudes.

Para ello se apoya fundamentalmente en la página web www.vidasostenible.org, desde donde emanan los contenidos y acciones a llevar a cabo de cara a la sociedad en su sentido más amplio.

2. Presentación

El plan de actuación que aquí presentamos se enmarca en el plan estratégico que hemos definido de cara al periodo 2010-2013.

El fin de nuestro plan estratégico contempla la manera de relacionarnos con nuestro entorno, para garantizar la viabilidad y crecimiento de la Fundación Vida Sostenible y de su proyecto www.vidasostenible.org.

En el desarrollo del plan se vincula muy íntimamente el plan de la Fundación y el plan de www.vidasostenible.org, no podemos entender una cosa sin la otra, ambas son dependientes, y la existencia de una es debido a que existe la otra, y viceversa. Por lo que el estado de salud de que goce la Fundación va a ser un indicador directo del estado de salud de la página web.

El plan estratégico se realiza en un horizonte a tres años, evaluable cada anualidad y del que emanarán documentos más tácticos de acción anual como el que aquí presentamos.

Por último, tanto el documento estratégico como este plan de actuación han sido aprobados por el Órgano de Gobierno de la Fundación para que sean vinculantes para la organización.

3. Marchamos de calidad

La Fundación con el fin de establecer un modelo organizativo coherente y que permita diseñar una estrategia de calidad adecuada, está adherida a las siguientes certificaciones y distintivos de carácter voluntario, sin que por ello se renuncie a cualquier otro que pueda surgir en este periodo que hoy plañificamos y que pueda ahondar en este interés por tener una imagen de entidad fiable en la sociedad.

3.1. Certificación de calidad ambiental Emas.

Desde el año 2004 avala la implementación del sistema de gestión ambiental integrado de la Fundación, los mecanismos de control, medición y comunicación de los aspectos ambientales involucrados en la actividad.

3.2. Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Adheridos desde el año 2005 garantiza cada año que la Fundación ha trabajado en la alineación de sus objetivos a los 10 principios del Pacto Mundial sobre el respeto a la Declaración Universal de los Derechos Humanos en general, y de forma particular los apartados que involucran el derecho a la libertad de contratación, el derecho a la educación y el derecho a la libertad de opinión y expresión.

3.3. Guía de la transparencia y de las buenas prácticas en las ONG's.

Promovida por la Fundación Lealtad, participamos desde el año 2007, cumpliendo cada año con los subprincipios relativos a la financiación, comunicación, planificación y control de fondos.

4. Políticas

4.1. Proveedores

La política de selección de proveedores exige que cuenten con algún tipo de certificado de implantación de sistemas de gestión medio ambiental, de buenas prácticas ambientales, o que demuestren cumplir con los principios éticos y ambientales de la Fundación.

4.2. Las compras

Las compras de los productos y equipos que adquiere la Fundación se llevan a cabo intentando minimizar el impacto ambiental que dichos productos o servicios puedan conllevar, buscando productos reciclables con envases degradables, papel reciclado y libre de cloro, equipos de menores consumos energéticos, más eficaces y que provoquen menos ruidos.

4.3. El equipo de trabajo

Los contratos laborales se suscriben en el marco del Convenio Colectivo para el Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid.

Los contratos en prácticas se suscriben en el marco de los convenios de colaboración en prácticas que la Fundación mantiene con diferentes universidades. Ver el listado de universidades en el punto 4.

Los contratos de voluntariado se suscriben en virtud del contrato de voluntariado de la Fundación Vida Sostenible.

Todas estas formas de integración al equipo de trabajo se realizan libremente bajo ninguna forma de presión o coacción.

4.4. Respeto a los derechos humanos

La Fundación respeta la Declaración Universal de los Derechos Humanos en general, y de forma particular los apartados que involucran el derecho a la libertad de contratación, el derecho a la educación y el derecho a la libertad de opinión y expresión.

4.5. Apoyo a la erradicación del trabajo infantil

La Fundación declara abierta y públicamente el rechazo a todas las formas de trabajo infantil. Se niega a permitir colaboración de menores de edad y a colaborar con proyectos donde existan menores trabajando.

4.6. Rechazo a la corrupción, soborno y extorsión

La política de financiación de la Fundación rechaza el apoyo de partidos políticos, prácticas de soborno, aceptación de obsequios, regalos y cualquier método de corrupción encausado a la adquisición de fondos o a la inversión de proyectos.

5. Convenios y acuerdos

Con universidades (Autónoma, Rey Juan Carlos, Carlos III, Alcalá de Henares, UNED, Europea y Complutense; todas ellas de Madrid) además de la Autónoma de Barcelona. Estos convenios nos permiten disponer de personas en prácticas no remuneradas durante un periodo mínimo de tres meses. Facilitan la actualización y revisión de la página.

Con la asociación GAP España: para promover y desarrollar desde el programa GAP en el Hogar. Así como los programas GAP en la oficina y en la escuela y Ecodriving.

Con Ferrovial para la cesión a la web de esta empresa ciertos informes temáticos de sostenibilidad.

El desarrollo de convenios y acuerdos es una prioridad en las acciones de relaciones institucionales que se llevan a cabo desde la Fundación.

6. Metodología de trabajo

La elaboración de este plan se ha hecho en colaboración con el equipo habitual de trabajo de la Fundación ya que pretende ser un documento vinculante.

El método de elaboración del plan ha seguido las premisas de la transparencia para crear un puente de calidad y ética con la sociedad, en el interés de generar un estado de confianza hacia nuestra organización que nos permita seguir avanzando en el proyecto con paso firme.

Por otra parte, la metodología de la transparencia nos ha permitido construir un plan homogéneo y compacto donde se abordan todos los aspectos necesarios de la organización.

7. Nuestro público

El perfil de nuestro público está dentro de varios estándares:

- Técnicos de la administración.
- Técnicos de empresa.
- Estudiantes de bachillerato y universitarios.
- Ciudadanos, hombres y mujeres, inquietos por la evolución ambiental.
- Docentes.
- Periodistas y profesionales de la información y documentación.
- Organizaciones del tercer sector.
- Profesionales.

De enero a septiembre de 2010, los registros de dominios y usuarios identificados en la web www.vidasostenible.org revelan el siguiente orden de visitas por países:

1. España.

2. México.

3. Alemania.

A primera vista, evidentemente la segunda región del mundo que más utiliza la web de la Fundación, después de España, es América Latina. El idioma es una causa fundamental y sobre todo el modelo de desarrollo sostenible (guías de buenas prácticas, experiencias, legislación, educación, etc.) está siendo ampliamente acogido en América Latina. Por otra parte, existen varias grandes empresas españolas establecidas en la región que en los últimos dos años, han iniciado las inversiones de Mecanismo de Desarrollo Limpio en el marco del Protocolo de Kioto, una razón más que motiva el interés de la región por la información de tecnologías e innovación, por las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa y en general por las prácticas ambientales que se desarrollan en España.

Cabe destacar la presencia de Alemania dentro de las visitas que recibe la Fundación, en lo que va de año ocupa el tercer lugar en las sesiones con registro identificable.

En el año 2010, de enero a septiembre, la página web recibió 367.450 visitas, una media de 40.830 visitas mensuales.

Base de datos Urcin.

8. Qué es www.vidasostenible.org

Un análisis de cada una de las partes de la página atendiendo al orden de las más a menos vistas sería:

OBSERVATORIO DE LA SOSTENIBILIDAD, con dos apartados:

- Informes de sostenibilidad: Con algo más de 1.000 informes.
- Informes gráficos de sostenibilidad: Con 150 gráficos.

Es el canal más consultado de la web. Aporta información histórica actualizada. No se trata de notas de prensa o revista, sino de una recopilación de la sucesión de hechos y datos desde 2003, sobre los grandes temas en que trabaja la Fundación: energía, cambio climático, construcción, contaminación, agua, residuos y transporte principalmente.

Por otra parte, la información estadística, que aparece en el apartado “Observatorio” incluye una recopilación de información, en algunos casos, exclusiva de la Fundación, que ha resultado de gran interés para un sector de nuestro público.

MAPAS

Con unos 6.000 enlaces es el segundo sitio más visitado. Funciona como una gran guía del mundo ambiental. Facilita la búsqueda de información temática.

PORTADA

Con la noticia del momento, su periodicidad habitualmente es semanal. Es la tercera página más vista. Es clara y sencilla para la distribución del contenido.

CIUDADANOS

Con unos 500 enlaces actualizados, es el núcleo de la página. Es el único apartado que tiene la información recopilada en archivos PDF descargables de “Tu Casa y Tu Vida”.

BITÁCORA

Se ha posicionado en poco tiempo entre lo más visitado de la página. Sin embargo, existen muy pocos comentarios. Demanda una nueva estructura en la que cada nueva entrada tenga un cuadro de diálogo visible de fácil acceso, es decir, sin que se abran ventanas emergentes ni requiera registro del usuario.

EMPRESAS

Dirigido a las pymes comienza con una encuesta que guía al usuario en su visita. Se habla de 11 sectores de producción con sus guías de buenas prácticas enlazadas. Cómo están las certificaciones en España, las diferentes subvenciones a las que se puede optar e información administrativa sobre el comercio de emisiones.

Los interesados a los que se dirige el canal, encuentran información sobre buenas prácticas, recomendaciones, mejores opciones, etc. desde el enfoque de sus propias asociaciones gremiales.

LOCAL

Comienza igualmente con una encuesta. Se tratan cinco materias: movilidad, residuos, energía, ruido y agua; y cuatro herramientas para su desarrollo: Programa GAP, Agenda 21, redes supramunicipales y certificaciones de calidad ambiental. La información y el contenido de buenas prácticas ambientales está organizada en una versión guía para la puesta en marcha de iniciativas sostenibles.

EDUCADORES

Ofrece recursos de apoyo para los docentes encaminados a hacer de los centros educativos espacios más sostenibles, tanto desde su organización (secciones “Vida Sostenible y el centro educativo” y “Cómo hacer que el centro educativo sea sostenible”) como desde la práctica educativa (sección “Reducir la huella ecológica de nuestro centro”).

Entre los lectores de este canal ha despertado especial interés el apartado “Actividades” y “Reducir la huella ecológica del centro”.

SITES ASOCIADOS

La ruta de la energía: www.larutadelaenergia.org, site asociado y compacto.

Casa renovable: www.casarenovable.org site asociado y compacto, estando sus enlaces referidos a la Comunidad de Madrid.

APARTADOS RECIENTES

En este último mes del año se ha habilitado la nueva home de la página dando acceso a dos nuevas secciones:

- Guías FVS de la Sostenibilidad con 15 títulos.
- Programa GAP en el hogar.

Además de dar un acceso directo a las encuestas de medición de huella ecológica.

9. Objetivos del plan de actuación

OBJETIVOS GENERALES

Buscando la coherencia con la misión de la Fundación: “potenciar y desarrollar en la sociedad estilos de vida responsables con nuestro futuro en el planeta”. Los siguientes objetivos generales se refieren a la Fundación como organización.

- Llegar a la sociedad con un mensaje claro, objetivo y sencillo, y sobre todo que quite dramatismo y retórica a la información ambiental que se genera desde otros ámbitos para poder ganar voluntades de cara a la mejora ambiental.
- Crear un estilo informativo desmitificador: información puntual e incisiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos que a continuación se expresan se refieren en su gran mayoría al canal de divulgación que gestiona la Fundación www.vidasostenible.org y se encaminan al logro de los objetivos generales.

- Ref. 1. Consolidar www.vidasostenible.org reforzando los contenidos actuales y dotándola de otros nuevos.
- Ref. 2. Posicionar cada uno de los canales de la página dentro de su público objetivo como recurso de referencia en la sostenibilidad.
- Ref. 3. Crear “sites” monográficos asociados o no a www.vidasostenible.org que completen sus contenidos.
- Ref. 4. Crear estados de opinión en los medios de comunicación y en el mercado ambiental.

10. Actividades propias previstas a desarrollar durante 2011

REF. 1. CONSOLIDAR WWW.VIDASOSTENIBLE.ORG REFORZANDO LOS CONTENIDOS ACTUALES Y DOTÁNDOLA DE NUEVOS.

1. Mantenimiento de la información que actualmente contiene la página:

- Tu casa y tu vida sostenible.
- Mide tu huella ecológica.
- Mapas.
- Guías FVS de la Sostenibilidad.
- Programa GAP en el hogar.
- La bitácora.
- Observatorio.
 - + Informes de sostenibilidad.
 - + Indicadores gráficos de sostenibilidad.

a/ Metodología:

La revisión se hará trimestralmente para tu casa y tu vida sostenible, mide tu huella ecológica y mapas. Los informes tendrán una actualización cotidiana ya que la tendencia es ir refundiéndolos y crear nuevos según el estado de opinión y las noticias que se generan. La bitácora se actualizará diariamente y los indicadores gráficos de sostenibilidad se actualizarán periódicamente según se hagan públicos los datos desde los diferentes sectores.

b/ Recursos:

- Becarios: Es necesaria la participación de al menos dos becarios para acometer las tareas más laboriosas que son las referidas a la actualización de la información más estática de la página. Encargados de la actualización y revisión de los mapas de recursos y del resto de los enlaces del canal ciudadano, colaboran en el apartado informes de sostenibilidad y en general en la revisión de los nuevos apartados y productos.
- Personal estable: Mantenimiento general de la información.
- Becarios: Encargados del apartado informes de sostenibilidad.
- Voluntarios desde el Órgano de Gobierno: Encargados del apartado indicadores gráficos y bitácora.
- Voluntarios: La creación de un equipo de voluntarios permitiría descargar las tareas de los becarios y del equipo estable y hacer más estructurada las revisiones de la información estática.

c/ Acción comercial de Informes de Sostenibilidad:

Ofrecer contenidos a cualquier grupo interesado (asociaciones, federaciones, empresas y cualquier otra entidad pública y privada) dentro del ámbito que trabaja la Fundación, el contenido de la información que a ellos les interese divulgar, en la forma y por los medios de comunicación que tengan planeado. Hablamos de redactar los argumentos informativos de sus campañas publicitarias, de sus documentos de divulgación internos y externos.

Esta información contendría datos estadísticos comparables, información actual y veraz. Información dirigida al público concreto que pretendan captar y llegar. La información se elaboraría de forma exclusiva para cada financiador, y adecuada a lo que se pretenda obtener, alineado a su política. Por ejemplo, ganar el pulso a la energía nuclear. Con esta acción, el objetivo de la Fundación será crear un estilo informativo desmitificador: información puntual e incisiva.

d/ Guías FVS de la Sostenibilidad

Ofrecer la publicación de las 15 “Guías FVS de la Sostenibilidad” actuales y trabajar en nuevos títulos.

e/ Programa GAP en el hogar

Mantener el programa y los contenidos del Club GAP al que se accede una vez hechas las acciones que se promueven en el Programa.

f/ Indicadores y fuentes de verificación:

En los informes de progreso trimestrales de actuación se volcará el trabajo realizado y el avance que ha habido en las revisiones periódicas de la información de la página.

REF. 2. POSICIONAR CADA UNO DE LOS CANALES DE LA PÁGINA DENTRO DE SU PÚBLICO OBJETIVO COMO RECURSO DE REFERENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD.

Las acciones de esta referencia se pueden empezar en este periodo pero no está prevista su finalización en el mismo.

1. Canal empresas

Reformular completamente el Canal para transformarlo en el “Canal RSC para la empresa”. De esta manera se reestructurará la información actual y se dará cabida a varias secciones:

- Guía para la puesta en marcha de la certificación EMAS en 30 pasos: Emas Easy.
- Portal del voluntariado ambiental.
- Como hacer RS en la empresa.

2. Canal Local

Ofrecer a entidades como redes de sostenibilidad municipal o intermunicipal la posibilidad de financiar la actualización del Canal: reformular el apartado agua y energía, para convertirlo en directrices generales de gestión de estos recursos para pequeños municipios, al estilo de como lo están transporte y residuos. De tal manera, que sirva como una herramienta a los técnicos ambientales para la puesta en marcha y la redacción de las políticas y planes de sostenibilidad.

No se pretenderá elaborar un manual o guía, sino simplemente una herramienta que sirva de idea general para la redacción y planteamiento de sus propias propuestas.

Además, se tendría que actualizar el apartado “enlaces” a subvenciones, a otras entidades de interés, a las experiencias de otras ciudades y a los planes en marcha de otras ciudades.

3. Canal educativo

Trabajar en el diseño de una propuesta de trabajo en las aulas junto con el programa GAP que permita llevar a cabo en los centros la “revolución” sostenible.

REF. 4. CREAR ESTADOS DE OPINIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN EL MERCADO AMBIENTAL.

1. Ser proactivos con los medios de comunicación y el mercado ambiental en general.

a/ Metodología:

Comentando noticias que aparezcan en los medios, dando la opinión de la Fundación en algunos temas y solicitando información a los productores sobre sus novedades que dicen respetar el medio ambiente o ser sostenibles. En este último caso al ser una cuestión que engancha con las relaciones institucionales, las peticiones se deben canalizar desde un único interlocutor.

b/ Recursos:

Para su desarrollo se debería contar con los proveedores habituales de contenidos y desarrollo web. El presupuesto se debería definir en la ficha de proyecto correspondiente una vez sea aprobado y se ajusten sus contenidos.

c/ Indicadores y fuentes de verificación:

A definir en la ficha del proyecto.

11. Actividades mercantiles previstas a desarrollar durante 2011

REF. 3. CREAR SITES MONOGRÁFICOS ASOCIADOS O NO A WWW.VIDASOSTENIBLE.ORG QUE COMPLETEN SUS CONTENIDOS

La ejecución de este tipo de proyectos depende de las oportunidades que ofrezca el mercado así como de encontrar la fuente de financiación que permita ponerlo en marcha.

En definitiva este objetivo se puede considerar de gran dinamismo ya que el resultado de que se lleve a cabo al final alguna de las acciones aquí identificadas o no requiere de múltiples factores y, casi ninguno de ellos están en nuestras manos.

Enumeramos una serie de temas que pueden ser susceptibles de abordarse en este periodo:

- Agua.
- Energía.
- Movilidad.
- Sostenibilidad.
- Paisajes.
- Construcción.

a/ Recursos:

Para su desarrollo se debería contar con los proveedores habituales de contenidos y desarrollo web. El presupuesto se debería definir en la ficha de proyecto correspondiente una vez sea aprobado y se ajusten sus contenidos. Estos proyectos se plantean ser llevados a cabo como una prestación de servicio a quien demande el trabajo, como resultante el producto final puede quedar o no enlazado a vidasostenible.org. La experiencia nos dice que vía subvención es complicado en estos momentos y durante este periodo.

b/ Indicadores y fuentes de verificación:

A definir en la ficha del proyecto.

12. Voluntariado

Existe una necesidad real de personas voluntarias en la Fundación. La multiplicación de los contenidos de la plataforma web convierte en una tarea cada vez más difícil la necesaria revisión periódica de la misma junto a las nuevas aportaciones.

En el programa de voluntariado de la Fundación se definen los perfiles necesarios, además de los mecanismos de acceso a la organización.

El plan sigue vigente para este ejercicio confiando en que tenga una mayor repercusión.

13. Recursos económicos

Planteamos un presupuesto adecuado a las acciones que se vayan llevando a cabo. Como conceptos básicos están el de personal y el capítulo de alquileres, equipos y suministros.

Los costes derivados de los diferentes proyectos que se lleven a cabo durante este ejercicio tendrán su hoja de presupuesto independiente y adecuada a la ayuda recibida, ya sea vía subvención, patrocinio o prestación de servicios.

Con los dos costes indicados con anterioridad se cubren las tareas básicas de mantenimiento y creación de nuevos contenidos de la página www.vidasostenible.org.

Presupuesto general de costes básicos de las actividades propias

Ingresos:

Patrocinadores.....12.000 euros
Prestación de servicios.....8.000 euros


Gastos:

Personal.....12.500 euros
Alquileres, suministros y equipos informáticos.....7.200 euros
Varios.....300 euros
Subtotal.....20.000 euros

El presupuesto tiene subida cero con respecto al de 2010



Jesús Alonso Millán
Presidente



José Mª González Bengoechea
Secretario

En Madrid a 28 de diciembre de 2010