	<b>Título:</b> Relaciones con empresas (Criterios excluyentes)		<b>Identificación del documento:</b> PT-D-003
	<b>Emisor:</b> Dirección		
	<b>Emisión:</b> 10/06/2009	<b>Actualización:</b>	<b>Versión:</b> 1

## 1. Introducción:

Se recoge a continuación el texto íntegro del documento elaborado en Junio de 2004, por el que se regularon las relaciones con empresas.

A estos efectos nos conducimos por los criterios establecidos por las ONGD pertenecientes a la Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo de España (CONGDE), cuyo texto se recoge a continuación.

### RELACIONES DE LAS ONGD DE LA CONGDE CON EMPRESAS

Este documento tiene como objetivo recoger los principales elementos discutidos por el Grupo durante su trabajo así como los principales criterios y orientaciones que el Grupo considera relevantes de cara a las relaciones entre las ONGD miembros de la CONGDE y las empresas, Las conclusiones han sido adoptadas por consenso entre los miembros del Grupo.


Este documento tiene carácter orientador. A partir de los elementos recogidos en el mismo, el Grupo elaborará en los meses siguientes una propuesta más reducida de texto, destinada a desarrollar el Código de Conducta de las ONGD en este ámbito. Este texto reducido tendrá el mismo carácter y estará sujeto a idéntico cumplimiento que el resto de los aspectos recogidos en el Código.

#### 1.- BASES PARA LA RELACIÓN

El Grupo entiende que la empresa es un actor social de gran relevancia, tanto en nuestra sociedad como en los países del Sur en los que trabajamos. La finalidad nuclear de la empresa es la producción y comercialización de bienes y servicios y la obtención de un beneficio a partir de esta actividad. Pero además de este objetivo, las empresas deben ser sensibles a las demandas de la sociedad y de los colectivos con lo que se relacionan. La responsabilidad social, el respeto ambiental y las contribuciones a causas solidarias, son elementos cada vez más presentes en esas demandas y por lo tanto en las estrategias empresariales.

Las ONGD según lo recogido en el Código de Conducta, contamos entre nuestras características esenciales, con tener una “voluntad de cambio o de transformación social” dirigida a la lucha contra la pobreza y a la superación de las brechas de la desigualdad como objetivos últimos.

Esta claridad en la identidad de ambos actores nos permite abordar la relación desde la complejidad que lleva implícita. Una relación con múltiples facetas -de la denuncia a la colaboración pasando por ámbitos – en la que la diversidad y pluralidad, tanto en el mundo empresarial como entre las ONGD, requieren un análisis cuidadoso y el establecimiento de criterios orientadores con el añadido de unos mínimos de cumplimiento obligado, que

	<b>Título:</b> Relaciones con empresas (Criterios excluyentes)		<b>Identificación del documento:</b> PT-D-003
	<b>Emisor:</b> Dirección		
	<b>Emisión:</b> 10/06/2009	<b>Actualización:</b>	<b>Versión:</b> 1

permitan fijar los límites de lo que no se debe traspasar si queremos mantener nuestra identidad y los valores solidarios por encima de modas volátiles.

Constatamos que la búsqueda de alianzas y el trabajo conjunto de diverso tipo, entre empresas y ONGD puede realizar una aportación relevante al desarrollo de los pueblos empobrecidos.

## **2. REFLEXIÓN Y ACTIVIDADES ANTE LA EMPRESA COMO ACTOR EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS PAÍSES DEL SUR**


Es un hecho que la empresa privada se ha convertido en un actor de los procesos de desarrollo. La inversión privada directa multiplica varias veces el volumen de ayuda al desarrollo y la empresa española ya participa de este proceso con una significación creciente y con una presencia fuerte especialmente en América Latina y el Norte de África.

El proceso de desarrollo incorpora múltiples factores, incluyendo ámbitos como la gobernabilidad, el fortalecimiento de la sociedad civil, etc. Entre ellos los procesos de transnacionalización de las empresas, la liberalización y la privatización (especialmente de servicios sociales básicos) afectan en gran medida y de diversas formas a la población empobrecida con la que trabajamos en los países del Sur. En estos procesos las empresas son actores centrales y se requiere de las ONGD un mayor trabajo de estudio y reflexión en el Sur. En estos procesos las empresas son actores centrales y se requiere de las ONGD un mayor trabajo de estudio y reflexión, en alianza con las contrapartes con las que trabajamos, para ser conscientes formar posiciones ante estos procesos acelerados y de alto impacto. Esta actividad debe englobar también en el futuro la reflexión sobre las negociaciones actuales en el seno de la OMC (Organización Mundial del Comercio), acuerdos regionales, políticas del FMI (Fondo Monetario Internacional) y del Banco Mundial, etc.

En el marco de nuestras relaciones con las empresas trataremos de influir de forma positiva en las prácticas de las mismas en los países del Sur, de forma prioritaria en los ámbitos de los derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, poblaciones indígenas, salud pública, etc. Esta influencia se llevará a cabo principalmente a través de la promoción de códigos de conducta que sean adoptados por las empresas y que puedan ser verificados externamente. Las ONGD no pretendemos validar la actuación empresarial sino contribuir a que esta actuación sea socialmente responsable y que la verificación se realice de forma independiente por las instituciones adecuadas.

Este trabajo de influencia puede llevar tanto a resaltar los efectos positivos en el desarrollo como en ocasiones a la denuncia fundamentada en la actuación de una empresa concreta si tiene un efecto negativo constatado sobre la población.

## **3.- LAS RELACIONES CON LA EMPRESA EN LA EJECUCIÓN DE LA COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO**

	<b>Título:</b> Relaciones con empresas (Criterios excluyentes)		<b>Identificación del documento:</b> PT-D-003
	<b>Emisor:</b> Dirección		
	<b>Emisión:</b> 10/06/2009	<b>Actualización:</b>	<b>Versión:</b> 1

Al tratar este tema, el Grupo ha constatado que las relaciones entre ONGD y empresas son limitadas aunque hay posibilidades de que se incrementen. El Grupo aprecia de forma positiva la necesidad de contar con la empresa para el suministro de equipos o la aportación de conocimientos en proyectos de desarrollo de todo tipo. A pesar de la singularidad de los proyectos de las ONGD, es posible una colaboración que también se produzca en los proyectos que apoyamos, especialmente en ciertos sectores como el de energía, salud o desarrollo rural. Como hecho positivo, en ocasiones las aportaciones de la empresa son realizadas de forma gratuita o a bajo coste.


Con frecuencia creciente en el futuro, se darán oportunidades de acudir de forma conjunta –una empresa y una ONGD- a licitaciones de Administración de todo tipo (Unión Europea, Bancos de Desarrollo, Gobiernos, etc.) para desarrollar proyectos de cooperación enmarcados en los programas de estas Administraciones. En estos casos la ONGD deberá velar por mantener sus singularidades, entre ellas la de contribuir al fortalecimiento del tejido social y organizativo de los países del Sur, evitando convertirse en un mero ejecutor de acciones. Trascendiendo este tipo de colaboración, la empresa puede y debería convertirse en aliada, en un proceso de transformación social profundo, comprometiéndose con metas sociales.

En clara sintonía con la Ley de Cooperación, y en los casos en los que las empresas participen en los fondos de Ayuda al Desarrollo y en especial en los FAD, estos deben ajustarse a los criterios fijados por la OCDE y financiar proyectos que tengan asegurada su sintonía con el desarrollo, en los que participen los beneficiarios, viables social y culturalmente y con un estudio de impacto ambiental que evite efectos negativos.

#### **4.- RELACIONES CON LA EMPRESA DE CARA A COLABORACIONES ECONÓMICAS, PATROCINIOS Y CAMPAÑAS**

El Grupo ha compartido diversas experiencias de colaboración entre empresas y ONGD, tanto a partir de informaciones de miembros del Grupo como invitando a personas pertenecientes a comités de empresa, universidades y empresas. Se ha constatado que existe una gran diversidad de formas de colaboración entre la empresa y las ONGD que contribuyen de manera positiva a los fines de nuestras organizaciones. Tanto las aportaciones económicas como en productos, servicios o conocimiento, repercuten en mejorar nuestra capacidad de actuación. En cualquier caso las relaciones de colaboración con la empresa deben respetar los valores de independencia, transparencia y eficacia, entre otros, que deben caracterizar el trabajo de las ONGD.

Creemos que un elemento clave para incluir en esta relación es la participación de los trabajadores de la empresa. En ocasiones son los propios trabajadores los que promueven una contribución a una actividad de una ONGD y es a partir de su iniciativa cuando logran que la empresa también la respalde con aportaciones similares a las de los trabajadores. Aunque la iniciativa surja de la dirección de la empresa, pensamos que involucrar a los trabajadores tanto

	<b>Título:</b> Relaciones con empresas (Criterios excluyentes)		<b>Identificación del documento:</b> PT-D-003
	<b>Emisor:</b> Dirección		
	<b>Emisión:</b> 10/06/2009	<b>Actualización:</b>	<b>Versión:</b> 1

en la acción como en la información y sensibilización que se produzcan alrededor de la misma, es un elemento que ha demostrado ser muy positivo.

Hay infinidad de empresas de diversos tipos y tamaños, dedicadas a actividades múltiples y con culturas empresariales diferenciadas. Creemos que con la gran mayoría de ellas podemos colaborar, respetando algunos criterios que se recogerán en un punto siguiente.


Con respecto a los donativos, desde el grupo se distingue entre donativos de libre disposición y vinculados a proyectos concretos. En los segundos se resalta la importancia de que las prioridades e intereses de la empresa no se sitúen por encima de las planificaciones de las ONGD y de las prioridades de las comunidades con las que trabajamos. En los casos de empresas que, bien directamente o a través de instituciones vinculadas, ya tienen convocatorias abiertas y estables para la adjudicación de fondos a proyectos de desarrollo se recomienda que ésta cuenten con mecanismos de transparencia y criterios claros de adjudicación contando con sistemas de justificación de los gastos ágiles, flexibles y adaptados a las singularidades de la cooperación, sin reproducir necesariamente los esquemas de las Administraciones Públicas.

### **CRITERIOS PARA COLABORAR**

Creemos que hay algunos criterios mínimos que debemos respetar a la hora de articular la colaboración de empresas con ONGD. La razón para hacerlo se encuentra en la necesidad de no vincular nuestra imagen y nuestra actividad con actuaciones que son claramente dañinas para el ser humano, las comunidades y su entorno ambiental. Actuaciones que de forma evidente están en contra de los principios que decimos asumir en nuestro Código de Conducta.

En caso de tener información significativa y contrastada sobre incumplimiento de lo indicado en los criterios que siguen, las ONGD no iniciaremos una colaboración o interrumpiremos la que se esté manteniendo. Desde el grupo se considera positivo que las empresas avancen por la senda de las certificaciones, como la FSC (Forest Stewardship Council), que garantiza el correcto origen de la madera. Estas certificaciones aplicadas en ámbitos diversos dan más seguridad sobre la actuación responsable de la empresa.

1. Las empresas con las que colaboremos deben respetar los derechos humanos así como la dignidad, diversidad e identidad de las personas con las que se relacionen. También deben respetar los tratados y convenciones internacionales sobre los trabajadores migrantes y sus familias, así como los relativos a la lucha contra el racismo y la xenofobia.
2. Las empresas deben cumplir los ocho Convenios fundamentales de la OIT (referidos al trabajo forzoso, el trabajo infantil, y el derecho a la educación). Este requisito es especialmente relevante en aquellas empresas que actúan en países del Sur donde la legislación es más laxa y se incumple con más frecuencia.

	<b>Título:</b> Relaciones con empresas (Criterios excluyentes)		<b>Identificación del documento:</b> PT-D-003
	<b>Emisor:</b> Dirección		
	<b>Emisión:</b> 10/06/2009	<b>Actualización:</b>	<b>Versión:</b> 1

3. Las empresas con las que establezcamos una colaboración deberán ser respetuosas con el medio ambiente, cumpliendo la legislación vigente del país donde radica la casa matriz (o país de origen), y manteniendo los mismos estándares en cualquier lugar en el que actúen.

4. No estableceremos relaciones con empresas que fabriquen armas o trafiquen con ellas.

5. Las empresas deben ser respetuosas con la salud pública tanto en sus productos como en sus procesos de producción, cumpliendo la legislación vigente en el país de origen. Las ONGD no nos asociaremos con ninguna campaña publicitaria que potencie y promueva el consumo de productos dañinos para la salud como el tabaco o el alcohol destilado, (como referencia para estas concreciones, acudimos a los acuerdos y recomendaciones de la OMS sobre el tabaco y a la consideración como alimento por parte de la FAO de los productos fermentados como el vino o la cerveza).


6. El grupo ha debatido sobre las diferencias que existen entre la llamada “acción social corporativa de la empresa” y el “marketing con causa” y, aceptando ambos instrumentos, claramente apuesta porque la relación con las empresas avance hacia el primero de ellos. Creemos que la opción de una empresa por vincularse con causas solidarias ha de tener un claro componente de perdurabilidad.

7. A la hora de realizar una campaña de marketing con causa debe haber una proporción razonable entre la aportación de la empresa a la ONG y el coste total de la campaña. Es lógico que la ONG compute como aportación el coste de la publicidad de su actuación ligada con la campaña, cuidando que esta publicidad sea dedicada a comunicar el objeto de la colaboración y no de forma mayoritaria a la promoción de la empresa y sus productos.

8. Como grupo se constata la preocupación por la instrumentalización de los valores solidarios y el riesgo de desvirtuarlos, así como por los mensajes publicitarios que confunden compromiso con consumo, En los mensajes que se haga explícito el agente de cooperación – ONG, Ministerio ....– titular de la acción solidaria. En cualquier caso las organizaciones no gubernamentales tienen el derecho y la obligación de trabajar de forma conjunta con la empresa en las campañas donde se utilicen los logos, marcas o nombres de sendos grupos.

9. En cuestión de imagen una de las principales referencias es el “Código de Conducta, Imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo”, del Comité de Enlace de las ONGD Europeas, aunque el grupo reconoce que las emergencias humanitarias tienen sus especificidades. Además, se recomienda aplicar el “Código de Conducta publicitaria”, en especial su artículo 27 referido a las campañas con causa social.

Art. 27.1.- “Cuando en la publicidad se haga referencia a la participación de un anunciante en un acto o campaña benéfica, la publicidad deberá respetar de forma escrupulosa los principios de veracidad y buena fe”.

	<b>Título:</b> Relaciones con empresas (Criterios excluyentes)		<b>Identificación del documento:</b> PT-D-003
	<b>Emisor:</b> Dirección		
	<b>Emisión:</b> 10/06/2009	<b>Actualización:</b>	<b>Versión:</b> 1

Art. 27.2.- “Además deberán observarse las siguientes reglas”:

- a) El anunciante deberá revelar de forma explícita, inequívoca, y sin inducir a error, el alcance de su participación en el correspondiente acto o campaña benéfica.
- b) Si en la publicidad se hace referencia a alguna organización de carácter solidario, deberá contarse con el consentimiento de ésta y deberán también respetarse las instrucciones impartidas por ésta o las condiciones bajo las cuales fue concedida la autorización.