

COMUNICACIÓN: ONGD Y EMPRESAS

Lugar: **CONGDE**
Fecha: 21-11-2012
Página 1 de 5

1.- Antecedentes y objetivos

La Comisión de Seguimiento del Código de Conducta (CSCC), ha considerado conveniente emitir esta comunicación, en función de las responsabilidades derivadas de los Estatutos, con el objeto de ayudar a interpretar mejor lo definido por el Código de Conducta de la Coordinadora, en lo relativo al sub-apartado 3.5 *Relaciones con empresas*, así como a los sub-apartados 2.1 y 2.2 del apartado *Campos de trabajo de las ONGD*. Esta comunicación pretende orientar y aclarar directrices sobre cuestiones que, aunque no están explicadas explícitamente en el código, se consideran prácticas esperadas o recomendadas para las ONGD en la gestión de la relación colaborativa con las empresas.

También pretende dar algunas recomendaciones sobre posibles líneas de trabajo en el ámbito de la relación entre ONGD y empresas, para que se considere y analice su pertinencia por parte de la Junta de Gobierno. El texto siguiente fue elaborado a partir de las conclusiones del curso avanzado sobre el Código de Conducta que se realizó en julio de 2011.

2.- Contexto

En los últimos años, en diversos documentos de planificación de políticas y estrategias cooperación internacional al desarrollo, y en decisiones de la administración pública, se está dando a la empresa un mayor protagonismo. Han cuajado como actores del sistema de desarrollo. También se observa que ante la situación de crisis y el recorte de la financiación pública en la cooperación internacional, las ONGD buscan ampliar y diversificar sus fuentes de financiación y recursos, poniendo en muchos casos su foco en la potencialidad de las empresas como financiadores y aliados en las intervenciones. Esta situación se entiende que puede generar tanto oportunidades, como riesgos, frente a los objetivos de desarrollo y de las propias ONGD, y que por tanto debe ser planificada y gestionada adecuadamente. Se evidencia que dependiendo del objetivo, existirán tipos e intensidad de relaciones de colaboración más o menos adecuadas. También que la colaboración entre empresa será más eficaz, desde el punto de vista del desarrollo, si la gestión de la misma se ajusta al tipo e intensidad de la relación colaborativa más apropiada a la misma. Por ello el sector de las ONGD debe desarrollar capacidades apropiadas para hacer más eficaces las relaciones con el sector privado, sean colaborativas o no, aprovechando las oportunidades y evitando los riesgos asociados a las mismas.

Aunque la empresa ya estaba presente en distintos papeles en el sistema de cooperación, en realidad esto no era tan visible, y sobre todo no estaba tan señalado por las estrategias e instrumentos del desarrollo. Muchas empresas ya aportaban recursos al sector, a través de las ONGD, aunque estos no eran, en general, muy significativos frente a otros socios, (base social y administraciones

COMUNICACIÓN: ONGD Y EMPRESAS

Lugar: **CONGDE**
Fecha: 21-11-2012
Página 2 de 5

públicas), y el tipo de relación normalmente no era tan vinculante (en su mayor parte donaciones).

En la actualidad el sector empresarial se ve así mismo, y desde las estrategias y políticas, nacionales e internacionales, como un actor que va estar más implicado en las estrategias de cooperación internacional. Esta visión ve al actor-empresa no sólo como financiador, a través de su acción social sino también en otros papeles. Observando tanto el sistema de cooperación español como otros sistemas, se identifica que puede haber relaciones de distinto tipo entre ONGD y empresas: proveedor productos y subcontratista servicios; contraparte o actor en intervenciones (intervenciones, comercio justo, tejido productivo); Financiador (condicionada o no condicionada); Colaboradores/aliados en gestión de intervenciones (técnicos, logísticos), estratégicos (incidencia, sensibilización o intervención), entre otras. Cada una de ellas tiene asociadas sus oportunidades y riesgos que las ONGD deben gestionar adecuadamente. También hay otras características que pueden marcar el nivel de oportunidad y riesgo asociado a cada relación, dependiendo de: si el grado de los contenidos de la relación son coherentes con las actividades de la misión o finalistas (intervenciones de desarrollo, sensibilización, Incidencia...), el grado de intensidad y frecuencia de la relación, perfil de la empresa (sector, ámbito geográfico, tamaño, propiedad, complejidad jurídica...), la relación de la imagen corporativa, entre otros.

La propia interacción con otros actores de distinta naturaleza, puede generar interesantes oportunidades: en la innovación en las intervenciones, en las sinergias que mejoren la eficacia, en el aumento de recursos tanto financieros como no financieros que permiten alcanzar los objetivos de desarrollo, en la incorporación de nuevas capacidades profesionales y técnicas que ayuden a la mejora de la eficacia de las intervenciones. Pero también se pueden generar riesgos como: una dependencia financiera desproporcionada, alienar las intervenciones a los objetivos del financiador, pérdida de la reputación y de independencia por tener una relación cooperativa muy estrecha y no controlada. Este comunicado no quiere resaltar ninguna de las dos situaciones, sino animar a las ONGD a reforzar sus sistemas de gobierno y gestión para poder optimizar cualquier relación, asegurando que se respetan los valores del *Código de Conducta de la CONGDE*.

En este contexto se identifican varios desafíos, entre ello la falta de capacidades históricas en los distintos actores para ser más eficaz, desde el punto de vista del desarrollo. Muchas de las empresas, aunque nuevos actores, no tienen un conocimiento profundo sobre el ámbito del desarrollo (principios, estrategias, lógicas, instrumentos...), según está consensuado por parte de los actores tradicionales: organismos internacionales de desarrollo, cooperación española y ONGD. Por otro lado, tampoco muchas organizaciones, de países donantes o receptores de la ayuda, saben cómo incorporar (herramientas o procedimientos) a las empresas en el marco de sus estrategias.

COMUNICACIÓN: ONGD Y EMPRESAS

Lugar: **CONGDE**
Fecha: 21-11-2012
Página 3 de 5

Aunque en el código, en el punto 3.5., se menciona la relación de las ONGD con las empresas, y en los puntos 2.1 *Programas y proyectos de desarrollo* y 2.2 *Ayuda humanitaria y de emergencia*, se hacen referencia a las mismas, la realidad en el momento de su elaboración era otra, con menor presencia de las empresas en el sistema de cooperación, y contando con las corporaciones más como donantes que como actores de desarrollo. También se puede entender que en los apartados 2.3 *Sensibilización y Educación para el desarrollo*, el 2.4. *Investigación y reflexión*, el 2.5. *Incidencia política* y el 2.6 *Comercio Justo* cada vez el sector privado está más involucrado, haciendo que por la propia naturaleza de las organizaciones sociales interactúen, debiendo de aprovechar las oportunidades y limitar los riesgos.

Conclusiones del Taller del curso avanzado sobre el Código de Conducta . Julio de 2011.

Se detecta la oportunidad y necesidad de realizar una reflexión y posicionamiento que permita definir directrices más concretas sobre la relación entre ONGD y empresas desde la Coordinadora.

1. Identificar y sociabilizar buenas y malas prácticas en este ámbito, que permitan obtener lecciones aprendidas, así como orientaciones a las organizaciones.
2. La necesidad de criterios concretos e incluso herramientas que permitan facilitar las decisiones de las entidades en su relación con empresas.
3. Se detecta que hay distintos reconocimientos de la empresa como actor de cooperación entre las diversas ONGD y federaciones, así como en instituciones, políticas, planes y estrategias del sistema de cooperación.
4. Se incide en definir criterios mínimos, como indica el código, pero que deben ser implementados y que para eso son necesarias herramientas (indicadores) y metodologías de gestión y gobierno.
5. Se recomienda buscar la coherencia interna entre las distintas áreas funcionales, y también especialmente con las organizaciones socias y contrapartes.
6. Se reconoce que existen distintas estrategias en intervención, sensibilización e incidencia en relación con las empresas (investigación, denuncia, sensibilización, negociación, colaboración y alianza), pero que todas ellas deben basarse en lo establecido en el Código.
7. Se considera que este ámbito puede ser un área necesaria, entre otras, en la que trabajar desde la Coordinadora (posicionamiento, desarrollo de herramientas, indicadores, talleres de capacitación, estudios...) para poder ayudar a las organizaciones a cumplir el código.

COMUNICACIÓN: ONGD Y EMPRESAS

Lugar: **CONGDE**
Fecha: 21-11-2012
Página 4 de 5

Comunicación desde la Comisión de Seguimiento de la Coordinadora

1. Se recuerda que tanto de los contenidos del código, como del espíritu del mismo, no se debe interpretar un impedimento o recomendación general sobre si las organizaciones deben tener, o no, relaciones colaborativas con las empresas, dejando esta decisión a la estrategia de cada organización.
2. También se recuerda que el código en su sub-apartado 3.5 Relaciones con empresas, dentro del apartado 3 Criterios generales de relación de las ONGD, establece que “las relaciones de colaboración con empresas respetarán los valores de independencia, transparencia y eficacia, entre otros, que deben caracterizar el trabajo de las ONGD” y que por tanto que las ONGD deben tomar las medidas necesarias tanto en sus estrategias, pautas de gobierno, como sistemas de gestión para asegurar eficazmente este mandato.
3. Se recuerda que la interpretación de lo establecido en el sub-apartado 3.5 *Relaciones con empresas*, dentro del apartado 3 *Criterios generales de relación de las ONGD*, en cuanto a que las relaciones de colaboración con empresas respetarán los valores de independencia, transparencia y eficacia, es aplicable para los distintos tipos (proveedor, *subcontratista*, *contraparte* o actor en intervenciones de desarrollo o emergencia, *financiador*, colaborador, aliado o cualquier otro), así como niveles (esporádica, frecuente, sistemática, cooperación o alianza) de relación.
4. Se recuerda la importancia de las organizaciones en sus intervenciones de desarrollo (convenios, programas o proyectos), realizadas de forma conjunta con una empresa, deben “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 meros ejecutores de acciones, favoreciendo el ejercicio de la responsabilidad social de la empresa con la que ejecute el proyecto”, como indica el sub-apartado 2.1 *Programas y proyectos de desarrollo*. Las intervenciones de ayuda humanitaria como indica el sub-apartado 2.2. “deben orientarse y potenciar la utilización de recursos locales, teniendo en cuenta a la población afectada y buscando en todo momento su participación activa. Y que esta debe, además asegurarse de no estar condicionada por los intereses de cualquier gobierno, ni de grupos empresariales”. Para ello se espera que las entidades sociales en su estrategia y gestión de intervenciones, de desarrollo y de ayuda humanitaria, establezcan políticas, procedimientos, y criterios, adecuados y eficaces, para velar por dichos objetivos.
5. También se reconoce que, aunque no siempre, el actor empresarial puede ser sujeto relevante en acciones de *Sensibilización y educación para el desarrollo* (sub-apartado 2.3.), *Investigación y reflexión*, (sub-apartado 2.4.), *Incidencia política*, (sub-apartado 2.5), *Comercio Justo* (sub-apartado 2.6). Por lo que quedan patentes relaciones de distinto tipo con las empresas, no siempre colaborativas. En el caso de relaciones colaborativas, dentro de

COMUNICACIÓN: ONGD Y EMPRESAS

Lugar: **CONGDE**
Fecha: 21-11-2012
Página 5 de 5

- estas actuaciones de las ONGD, deberán establecerse estrategias, políticas, criterios, procedimientos que aseguren en éstas los valores de independencia, transparencia y eficacia de las ONGD.
6. Se recuerda que las estrategias e intervenciones de las ONGD son acordadas y desplegadas en muchas ocasiones por contrapartes socias en países receptores de la ayuda. Así mismo se reconoce que la realidad y actividades de las organizaciones hace que distintas áreas funcionales tengan relación con el sector privado, con lógicas y objetivos no siempre coincidentes. Por ello se recomienda el desarrollar criterios, en el gobierno y gestión de las ONGD, que busquen asegurar una coherencia, incluyendo a sus aliados y contrapartes.
 7. El Código en el sub-apartado 3.5 asegura que las organizaciones deben velar porque se respeten los criterios mínimos definidos en el mismo para empresas. Sobre todo en lo concerniente a:
 - a. Respetar los derechos humanos, así como los tratados y convenciones internacionales sobre trabajadores emigrantes y sus familias, y los relativos a la lucha contra el racismo y la xenofobia.
 - b. Cumplir los ocho Convenios fundamentales de la OIT, referidos al trabajo forzoso, el trabajo infantil y el derecho de sindicación...
 - c. Respetar el medio ambiente, cumpliendo la legislación vigente del país de origen y manteniendo los mismos estándares en cualquier lugar que actúen.
 - d. Respetar la salud pública, tanto en sus productos como en sus procesos de producción, cumpliendo la legislación vigente en el país de origen.
 8. También el Código establece que las ONGD no deben asociarse con ninguna campaña publicitaria que potencie y promueva el consumo de productos dañinos para la salud como el tabaco o el alcohol destilado, ni con empresas que fabriquen armas o trafiquen con ellas.
 9. Por último se recomienda que las entidades incluyan en sus estrategias, políticas y procedimientos orientadores en este sentido (como pueden ser relativos a requisitos, la gestión de riesgos y oportunidades, planificación y evaluación, y definición de sectores o actores preferentes o excluyentes) buscando que cuando tengan relaciones con empresas, el resultado de las mismas aporten eficazmente al desarrollo y a la lucha contra la pobreza, a la vez que se asegura que se cumplen los criterios mínimos establecidos en el Código de Conducta.

La Comisión de Seguimiento de la Coordinadora queda a disposición de cualquiera de las organizaciones miembro, u otra parte interesada, para aclarar cualquiera de los contenidos de la presente comunicación.

Atentamente,

Fdo. Marga Usano, Presidenta
Comisión de Seguimiento del Código de Conducta (CSCC)