

Respon sabilidad social de la empresa

Líneas directrices



entreculturas

ONG JESUITA PARA LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO

contenidos

1	Identidad y misión de Entreculturas	2
2	Entreculturas y la Responsabilidad Social de la Empresa	5
3	Líneas directrices para la colaboración de Entreculturas y la empresa en RSC/RSE	8
4	Criterios de selección para la colaboración con empresas	10
	Criterios orientadores	
	Criterios excluyentes	
5	Acciones específicas para la colaboración de Entreculturas y la empresa en RSC/RSE	16
	5.1 Acciones dirigidas a lograr el apoyo empresarial para el desarrollo	
	5.2 Acciones dirigidas a lograr la sensibilización en la empresa	
	5.3 Acciones dirigidas a lograr el intercambio y el aprendizaje mutuo empresa-Ong	
6	Entreculturas como ejemplo de coherencia interna con lo establecido en este documento	27
Anexos		29
	I. Glosario de definiciones terminológicas	30
	II. Manual de procedimientos	31
	III. Repercusiones fiscales para la empresa de los distintos tipos de colaboraciones	38
	IV. Código de conducta, imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo, del Comité de Enlace de ONGD de Europa	40
	V. Normas internas de Entreculturas sobre uso de su imagen y logotipo	42

1 **Identidad y misión de Entreculturas**

Entreculturas es una Obra de la Compañía de Jesús, que opta por “la solidaridad con los más desfavorecidos y promueve la educación como instrumento de cambio social y promoción de la justicia” (*Documento Identidad de Entreculturas*).

En nuestro estilo de trabajo nos posicionamos con un talante caracterizado por:

— Promover la participación de todas las personas –sin exclusión de raza o ideología alguna– dispuestas a colaborar en la aplicación de nuestro ideario de solidaridad y desarrollo.

— Impulsar el diálogo y la colaboración con las personas y grupos que trabajan a favor de la justicia.

— Trabajar en red con otras instituciones del Norte y del Sur.

— Buscar la máxima calidad tanto desde la perspectiva técnica como ética y ser capaces de combinarla con calidez y cercanía.

— Actuar con la máxima transparencia.

— Promover una visión esperanzada, fundamentada en la historia y en la realidad.

— Incluir el análisis y la reflexión permanente en nuestras prácticas de trabajo.

Para llevar a cabo esta
misión desarrollamos 3
líneas de actuación en el
Norte y en el Sur

- La Sensibilización
- El Voluntariado
- La Cooperación al desarrollo

Somos conscientes de que las causas de la pobreza no son sólo locales, por lo que no podemos combatirlas solamente con proyectos locales. Las causas se encuentran tanto en los países del Sur como en los países del Norte, cuyos Gobiernos, empresas y ciudadanos adoptan diariamente decisiones que tienen un gran impacto en el desarrollo de los pueblos.

Por este motivo, con nuestro trabajo **buscamos un cambio de actitudes y valores, tanto en la dimensión personal como en la social y cultural, a la vez que pretendemos la transformación de estructuras, en los planos social, económico y político.**

2 Entreculturas y la Responsabilidad Social de la Empresa (RSC/RSE)

En Entreculturas entendemos por RSC/RSE un **compromiso institucional** que deberían asumir todas las instituciones, tanto públicas como privadas, e incluso las organizaciones sociales, en relación con todos los grupos de interés vinculados con ellas, para trabajar conjuntamente en la búsqueda de un mundo más justo y solidario, adoptando políticas y sistemas de gestión éticos que lo favorezcan, **creando desarrollo social y ambiental sostenible, y siendo económicamente viables.**

Entreculturas entiende que la empresa privada juega un papel de primer orden como motor de la economía, contribuyendo a la creación de riqueza y a la generación de empleo. Al mismo tiempo, somos conscientes de que el conjunto de la actividad empresarial tiene una influencia determinante en los patrones de consumo y estilos de vida de nuestra sociedad, pudiendo generar en ocasiones tensiones y desequilibrios que tienden a perjudicar en mayor medida a los más débiles, o que orientándolas correctamente podrían producir efectos muy positivos en estos mismos colectivos.

En esta realidad se basa nuestro convencimiento, compartido con ONGs, instituciones europeas y organismos internacionales, así como con empresas que ya lo están implantando, de que la responsabilidad social de la empresa **no entra en contradicción con sus intereses corporativos**, sino que ambos pueden y deben ser compatibles, teniendo una repercusión favorable en la estabilidad y solidez de la empresa, así como en la consecución de una economía **“capaz de crecer de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”** (Libro Verde de la Comisión Europea).

Entreculturas concibe, pues, la colaboración con el sector empresarial en un sentido amplio, con múltiples modalidades de colaboración, siendo el principal objetivo el que se define en su documento de identidad: **contribuir a un mundo más justo**. No se trata pues solamente de establecer los procedimientos y criterios para disponer de una fuente de financiación, sino de establecer vínculos estables con las empresas basados en **planteamientos solidarios y sensibilidades comunes** acerca del papel de la empresa en materia de responsabilidad social de la Empresa y en especial en la cooperación al desarrollo.

Para ello las colaboraciones deberán ser:

- **Claras**, en cuanto que no existan ambigüedades ni aspectos ocultos sobre los fines de la colaboración, para lo que se suscribirán los correspondientes convenios, según se especifica en el anexo II.
- **Duraderas**, en cuanto a su extensión temporal y vocación de permanencia.
- **Amplias**, por su inclusión o alcance a múltiples áreas de trabajo y colectivos interesantes para ambas instituciones.
- **Flexibles**, en el sentido de no comprometer a las partes más allá de su conveniencia o de las circunstancias que motivaron la colaboración.

Asimismo, valoramos **una aproximación particular y específica a cada entidad** en función de su naturaleza y circunstancias, midiendo en cada caso las repercusiones de la colaboración en relación con nuestra misión.

3 **Líneas directrices para la colaboración de Entreculturas y la Empresa (RSC/RSE)**

Entreculturas, como organización especializada en Educación, pondrá el énfasis de su colaboración con las empresas en todos aquellos aspectos que incidan y resalten la importancia de las relaciones entre **educación y desarrollo**. Para ello deberá siempre tener en cuenta cuatro principios o líneas directrices de actuación:

— **Prioridad de la educación:** nuestras acciones de colaboración empresarial se desarrollarán dentro de este marco, entendiendo la “educación” en un sentido amplio:

- acción social a través de proyectos de Educación;
- sensibilización en el mundo de la empresa (ver su contenido más adelante).

— **Línea de diálogo** entre la empresa y Entreculturas. El diálogo nos permitirá un aprendizaje mutuo más rico. Esto no implica que Entreculturas renuncia a denunciar cuanto considere oportuno.

— **Trabajo en Red** con otras ONGs e instituciones sociales, tal y como se recoge en nuestro documento de identidad, buscando las sinergias positivas que en este área de trabajo podamos encontrar.

— **Alianza con empresas y representantes del mundo empresarial para desarrollar la RSC/RSE** en el entorno y el momento que vivimos, buscando con ello un cambio social, político y económico que asegure un mundo más justo y solidario.

Entreculturas realizará una **evaluación** sistemática y constante de su proceso de colaboración con las empresas, de modo que pueda extraer las enseñanzas oportunas y revisar sus actuaciones cuando sea conveniente. En definitiva, se trata de no perder de vista y velar permanentemente por el **sentido final de solidaridad y justicia** que alienta todas nuestras colaboraciones. Para ello se establecerán los mecanismos adecuados que permitan llevar a cabo esta evaluación, como pueden ser:

- la recogida de documentación sobre prácticas empresariales exitosas en RSC/RSE y sus consecuencias;
- el estudio y análisis de diversas Memorias Sociales;
- la sistematización de las prácticas llevadas a cabo conjuntamente con Entreculturas y los resultados que de ellas se van derivando medidos en función de diversos indicadores (nº de personas a las que alcanza, cambios realizados en la empresa, efectos en el entorno y en la comunidad,...).

4 Criterios para la colaboración con las empresas

En Entreculturas somos conscientes de que existe un requisito previo y evidente para nuestra colaboración con las empresas: la **voluntad de la empresa de colaborar con nosotros y de solidarizarse con nuestros principios y con nuestra misión**. Y esto dependerá de la naturaleza y contenido de nuestro discurso y de nuestra habilidad para transmitirlo con claridad y eficacia. Por ello, la proyección fiel y precisa de la identidad y misión de Entreculturas es el paso previo para esperar una reacción favorable de la empresa hacia nuestros planteamientos que nos permita iniciar acciones para cualquier posible acuerdo de colaboración.

Teniendo en cuenta lo anterior, ejercemos nuestro derecho y nuestro deber de seleccionar a aquellas organizaciones cuya actividad y métodos de trabajo sean coherentes con la identidad de Entreculturas. Así, establecemos los siguientes criterios orientadores y excluyentes, para nuestra colaboración con las empresas:

— Criterios orientadores

En Entreculturas consideramos que, a la hora de acercarnos a las empresas, estarán en una posición favorable aquellas empresas que entiendan la RSC/RSE como un compromiso institucional, y aquellas otras que hayan implementado o quieran implementar acciones de responsabilidad social corporativa, así como todas aquellas que apliquen políticas más allá de los mínimos legales en materia de contratación de sectores marginales, defensa de la igualdad de oportunidades y de la igualdad de género, promoción de la cualificación profesional, protección de la salud, utilización y/o investigación de energías renovables, y de manera general en el respeto a la protección del medio ambiente y el respeto a los derechos fundamentales. Las colaboraciones que acordemos con ellas se guiarán por los siguientes criterios:

• Independencia

Entreculturas velará para no perder ni comprometer su **independencia** en las colaboraciones que realice con las empresas. Entreculturas cuidará siempre este aspecto, poniendo para ello todos los medios que tenga a su alcance, entre los que se encuentran el conocer la empresa, hasta donde sea posible (su historia, sus motivaciones, etc.), poder mantener entrevistas con ellos, etc, con anterioridad a la firma de cualquier acuerdo de colaboración.

- **Largo plazo**

Dada la importancia que en Entreculturas asignamos a la sensibilización del sector empresarial, consideramos que las colaboraciones han de plantearse, siempre que sea posible, a medio y largo plazo, ya que es la única forma de lograr una auténtica **sensibilización y educación en valores**, así como de alcanzar **compromisos de cambio**.

- **Transparencia**

En Entreculturas apostamos por la transparencia, tanto en la colaboración en sí misma como en su comunicación y difusión. Por ello, todos los acuerdos de colaboración quedarán reflejados en un **documento escrito**, aprobado y firmado por ambas partes, que será adecuadamente difundido, de acuerdo con lo establecido en cada caso. Estos acuerdos incluirán tanto los objetivos como los procedimientos y presupuestos de la colaboración.

Queremos hacer una mención especial a la comunicación y difusión de estos acuerdos, ya que revierte directamente sobre la sensibilización de otros colectivos, con los efectos multiplicadores consecuentes, y por ello propugnamos su difusión, respetando en todo caso lo que se pacte entre las partes.

En todo caso la comunicación de los acuerdos estará orientada a informar de los mismos y de sus motivaciones, y no a promocionar los productos y servicios de la empresa colaboradora. La confidencialidad de cada acción, en cuanto a fechas, divulgación de las mismas, etc., quedará estipulada individualmente en los convenios firmados con cada empresa.

Para velar por este aspecto nuestro referente será el **Código de Conducta, Imágenes y mensajes** a propósito del Tercer Mundo, del Comité de Enlace de ONGDs de Europa. Este Código deberá ser también referente para las empresas que colaboren con nosotros.

Las comunicaciones a terceros de los acuerdos llevados a cabo entre cualquier empresa y Entreculturas serán previamente conformados por esta última, para asegurar de esta forma el fiel cumplimiento de los criterios de imagen establecidos internamente.

• Equilibrio

Entreculturas reconoce y valora la legitimidad de las empresas de difundir una imagen promotora de sí mismas que refleje la verdad de su identidad y de sus actuaciones. Sin embargo, considera que la proyección pública de su colaboración con nuestra organización deberá guardar una proporción adecuada al esfuerzo realizado en dicha colaboración. Es decir, que deberá buscarse el equilibrio entre el coste asumido por la empresa colaboradora para comunicarlo, los beneficios que obtiene (en caso de haberlos) como resultado de las actividades llevadas a cabo conjuntamente, y el aporte realizado a Entreculturas (fondos aportados, notoriedad, presencia en medios, etc).

• Globalidad

Dado que la intención de Entreculturas en su colaboración con empresas busca el triple objetivo de sensibilizar, influir y captar fondos, se buscará que la colaboración sea lo más global posible, y ello en dos sentidos:

- Que sea aplicable al **mayor número posible de colectivos**: empleados, directivos, accionistas, clientes, etc.
- Que pretenda la materialización en **distintas formas de colaboración**: proyectos en el Sur, sensibilización en el Norte, etc.

— Criterios excluyentes

En Entreculturas somos conscientes de la complejidad del análisis sobre el impacto directo o indirecto que pueden tener las actuaciones de las empresas sobre los diferentes ámbitos sociales en los que actúan y, en particular, sobre los más desfavorecidos. Nos movemos en un mundo de matices y claroscuros, con impactos positivos y negativos simultáneamente.

No obstante, identificamos algunos criterios de índole general que, dado el amplísimo abanico del mundo empresarial, nos permiten centrar nuestros esfuerzos en aquellas organizaciones que no nos susciten dudas de partida en cuanto a su naturaleza y sus objetivos.

Así, Entreculturas no colaborará con aquellas empresas de cuya actividad se pueda afirmar claramente que incurre en alguno de los siguientes aspectos:

- **Atentar contra la vida.** Se excluyen las empresas dedicadas a la producción o comercialización de **material bélico** y sus componentes.

- **No ser respetuosa con la salud pública,** bien por la naturaleza de los productos fabricados, bien con los procesos de producción, al incumplir la legislación vigente al respecto. En particular no trabajaremos con empresas que potencien o promuevan el consumo de productos dañinos para la salud, haciendo mención expresa, en este sentido, del **tabaco** y las **bebidas alcohólicas** destiladas.

- **No respetar los derechos humanos,** discriminar por razón de sexo, etnia, religión o ideología. Tampoco colaboraremos con aquellas empresas que no respeten la dignidad, diversidad e idiosincrasia de las personas. En este apartado queremos recoger expresamente tres actividades concretas:

- Dedicarse a la **pornografía**.

- Dedicarse a la promoción del **juego** como acción básica de su actividad y que genere o sea susceptible de generar ludopatías. Se exceptúan, la Lotería Nacional y la ONCE.

- Identificarse con productos o servicios que estén **contra los valores de nuestra Fundación:** que potencien la violencia, el racismo y la intolerancia en general.

- **No respetar los derechos de sus trabajadores,** incumpliendo los convenios fundamentales de la OIT, y concretamente quienes practiquen la explotación laboral infantil, explotación de mujeres u otros colectivos determinados de trabajadores.

- **Incurrir reiteradamente en prácticas que no respeten el medio ambiente** y el entorno ecológico, incumpliendo la legislación vigente del país donde radique la casa matriz y/o de los países donde desarrolle su actividad.

- **Realizar prácticas comerciales injustas** que produzcan o mantengan situaciones de dependencia en países del Sur, y/o impidan el desarrollo social y humano de estas comunidades (encarecimiento excesivo de productos, dumping, etc.).

- **Participar de manera significativa** en el capital o en la gestión de una empresa incluida en cualquiera de los apartados precedentes.

Se entiende que el cumplimiento de estos aspectos ha de ser tanto en el nivel local, como en el nacional e internacional.

Entreculturas está abierta a analizar posibles colaboraciones con grupos de empleados que, a nivel particular y de manera independiente de la empresa en la que trabajan, puedan plantearnos.

5 Acciones específicas para la colaboración de Entreculturas y las Empresas en RSC/RSE

De acuerdo con todo lo anterior, entendemos que nuestro trabajo con la empresa se orientará en una **triple dimensión**, es decir, en tres sentidos principales, que funcionarán de forma simultánea y relacionada, en conexión con las nuevas expectativas sociales y asumiendo el papel de búsqueda de una sociedad más justa:

— **Lograr apoyo empresarial para el desarrollo** en las diversas modalidades previstas en nuestra organización. Esto es, destinando fondos a proyectos en países del Sur, apoyando proyectos de educación para el desarrollo en Europa, aportando sus conocimientos y experiencia para mejorar nuestra gestión interna, donando mobiliario y equipo para desarrollar nuestro trabajo, implicándose en los proyectos de desarrollo que Entreculturas lleva a cabo, o a través de otras modalidades que puedan surgir.

— **Acciones de sensibilización** dirigidas a los colectivos vinculados con la empresa. Para ello se desarrollarán en el seno de las empresas acciones de sensibilización y educación para el desarrollo, que fomenten el compromiso de la empresa, y de los colectivos con ella relacionados, con el avance hacia un mundo más justo.

De esta manera queremos que nuestra actuación incida especialmente en mejorar la percepción y sensibilidad de la empresa acerca del impacto que pueden tener sus actuaciones y decisiones de inversión sobre los sectores más desfavorecidos. Estas acciones de sensibilización estarán dirigidas tanto al interior de la empresa (directivos, accionistas y empleados) como al exterior (sus clientes y proveedores).

— **Intercambio de experiencias y aprendizaje mutuo empresa-ONG**, a través del diálogo, para lograr un impacto positivo de su trabajo sobre la erradicación de la pobreza, la preservación del medio ambiente y, en consecuencia, el logro de una sociedad mejor, más justa. De ahí la importancia de que los vínculos establecidos sean a largo plazo y de amplio alcance. Éste es quizás el objetivo más ambicioso de la actividad de Entreculturas con empresas, aunque somos conscientes de su complejidad y de las dificultades para lograr resultados en el corto y medio plazo.

En Entreculturas entendemos que el diálogo con la empresa supondrá un **enriquecimiento para ambas partes**, con beneficios concretos en la implantación social de Entreculturas y en la imagen e identidad de ambas, **pero sobre todo en una mejora de la sociedad.**

Asimismo entendemos que este diálogo es en sí mismo una **apertura a diversidad de visiones acerca del desarrollo** y una fuente de aprendizaje continuo.

5.1 Acciones dirigidas a lograr el apoyo empresarial para el desarrollo

• Participación como socio o donante

La empresa, al igual que cualquier persona física, podrá ser socio o donante de Entreculturas, en cuyo caso aportará una cantidad a esta Organización para ser utilizada en los fines generales de la misma.

Sobre estas donaciones se mantendrá la obligada **confidencialidad** que este tipo de organizaciones guarda para cualquiera de sus socios y donantes, y no conllevará por tanto ningún tipo de comunicación externa.

• Cesión de servicios, productos o instalaciones

La colaboración con la empresa puede concretarse en la cesión de recursos materiales (mobiliario, equipos informáticos, locales, etc.), así como en la cesión gratuita de servicios profesionales (abogados, contables, creativos, diseñadores, arquitectos, etc.), comprendiendo también esta categoría los servicios de mensajería, reprografía, y otros.

Estas colaboraciones complementan la lógica escasez o limitada disposición de recursos que tenemos en las ONGs para dotarnos de la estructura operativa necesaria, y de ellas se puede hacer cierto tipo de difusión, como la inclusión de una nota en la Memoria, en el Boletín de socios, en el material divulgativo del servicio objeto de la cesión, etc.

En la cesión o donación de productos propiamente dichos se admitirán únicamente aquellos que por sus características técnicas y su estado de conservación sean aptos para desarrollar el trabajo para el cual se destinan.

Cuando vayan destinados a cubrir demandas del Sur, será condición necesaria contar con la infraestructura suficiente para recepcionar los productos, evaluarlos y enviarlos y, por supuesto, responder a una necesidad sentida por la Comunidad Local.

• **Realización de patrocinios**

Consiste en la esponsorización por parte de una o varias empresas de eventos o actividades de sensibilización y educación para el desarrollo u otro tipo de actividades que realice Entreculturas. Se trata de un aporte económico destinado a cubrir el coste –total o parcial– de una actividad llevada a cabo por Entreculturas, en la cual la entidad patrocinadora limita su participación a dicha aportación económica.

En la elección de estos patrocinadores es importante aplicar escrupulosamente los criterios anteriormente señalados, ya que todo patrocinio tiene un impacto directo sobre la imagen de Entreculturas y el trabajo que realizamos. Entre los criterios orientadores deben prevalecer, especialmente, los de independencia, solidaridad, y equilibrio.

• **Colaboraciones conjuntas en el Norte**

Se trata de apoyar económica y/o profesionalmente actividades de sensibilización y educación para el desarrollo: organización de Seminarios y Foros sobre educación popular y educación en valores, elaboración de materiales de educación dirigidos a centros educativos (vídeos, dinámicas, exposiciones, etc.), organización de mesas redondas sobre educación y cooperación, etc. Se diferencia del patrocinio en que, en este segundo caso, existe participación activa del promotor, y no exclusivamente económica.

En este caso también es prioritario el análisis de las empresas colaboradoras, para evitar que exista incoherencia entre el mensaje de Entreculturas y la imagen que la empresa en concreto proyecte sobre nosotros.

• **Apoyo a proyectos en el Sur**

Nos referimos a los apoyos empresariales dirigidos a proyectos concretos del Sur, pudiendo ser meramente económicos o también profesionales. En todo caso los proyectos a apoyar se encontrarán dentro de la planificación anual realizada por el área de proyectos de Entreculturas.

Para este tipo de colaboraciones Entreculturas podrá presentar sus proyectos a las convocatorias que las distintas empresas abren anualmente, o bien directamente a la persona o departamento de la empresa cuando estos así lo soliciten.

La aplicación de los criterios anteriormente indicados deberá estudiarse en cada caso concreto, siendo siempre coherentes con los fines de Entreculturas.

Así, para la valoración de cada iniciativa presentada se tendrá en cuenta la visibilidad exigida por el donante, la cantidad donada, el impacto previsto sobre los beneficiarios, los requisitos de gestión y seguimiento, y todos aquellos aspectos que puedan poner en cuestión la transparencia de la colaboración o independencia de nuestra Fundación.

En este apartado es importante tener en consideración todo lo recogido en el documento “Acercando Orillas”.

Todas estas colaboraciones podrán llevarse a cabo bien de forma exclusiva por parte de la empresa, bien en colaboración con sus empleados y/o clientes.

5.2 Acciones dirigidas a lograr la sensibilización en la empresa

• Implicación de los directivos

Se trata de lograr su implicación y compromiso a través del acompañamiento, ayudando en el proceso de reflexión y maduración sobre la ética y los valores en la empresa, dirigiendo su actuación hacia la búsqueda de un mundo más justo y solidario. Algunas ideas son:

- **Foro sobre Ética** (más explicado en Acciones dirigidas a fomentar el intercambio y aprendizaje mutuo empresa-ong).
- **Presencia en Redes** (participar en foros y encuentros dirigidos a empresas y Ongs relacionados con la RSC/RSE).
- **Viajes acompañados** para conocer proyectos en el Sur (acercándoles a la realidad que viven cada día, facilitando de esta manera su sensibilización y su concienciación sobre la implicación de las decisiones empresariales en el mundo global actual).
- **Modelización de casos realizados con éxito** (análisis de casos de RSC/RSE realizados con éxito, difusión de los mismos, animando a su implantación en otros entornos).

• Planes de empleados

Consiste en establecer un acuerdo con la empresa o con un grupo de empleados mediante el cual dicho grupo de empleados participa en una o varias actividades de sensibilización realizadas por Entreculturas, con el objetivo de **elevar el nivel de información e implicación personal** de los participantes con la cooperación para el desarrollo. Lo ideal es que estos acuerdos no se agoten en el tiempo y que exista un plan de colaboración continuado.

Este tipo de acuerdos o planes de empleados pueden formalizarse implicando también a la empresa, en cuyo caso ésta se compromete a ceder espacios y/o tiempo para la realización de los actos anteriormente mencionados, así como para su difusión. La implicación de la empresa puede también manifestarse en su compromiso de aportar igual cantidad que la recaudada por los empleados (conocido como *Matching gift* ó 1+1) o un múltiplo de dicha cantidad.

Cuando en el acuerdo entra también la empresa como parte interesada, se tendrán en cuenta los criterios anteriormente mencionados (orientadores y excluyentes), buscando siempre la consecución de un mundo más justo y solidario.

Ejemplos de este tipo de colaboraciones son la Formación en Voluntariado Corporativo, Solución Redonda y otras actividades enfocadas directamente a los empleados. Algunas ideas son:

- **Formación en Voluntariado Corporativo**, tanto online como presencial, dirigido tanto a los empleados como a sus familiares, facilitando de esta manera su incorporación como voluntarios;
- **Euro Solidario** o Solución Redonda, por la que los empleados que voluntariamente quieran participar redondean el importe de su nómina para colaborar conjuntamente en la financiación de un proyecto;
- **Creación de un Espacio Solidario** en la web o intranet de la empresa, donde intercambiar información sobre campañas en marcha, actividades organizadas, etc.;
- **Apertura de un buzón** de correo electrónico donde recibir sugerencias solidarias para implantar en la empresa;

- **Encuentros con líderes del Sur**, videos, charlas,... organizadas para la empresa y por iniciativa de sus empleados;
- **Bolsa de voluntariado** informando sobre diversos campos de colaboración, lugares donde buscar demandas de voluntariado,...

• **Sensibilización a clientes**

Es similar al planteamiento anterior pero dirigido a los clientes de las empresas. Para ello es necesario que la empresa colabore con Entreculturas facilitando los medios para llegar a sus clientes. Esta comunicación con sus clientes puede ser a través de los extractos que periódicamente les envían, a través de su revista, con la inclusión de material divulgativo en sus puntos de venta, estableciendo links con nuestra página web, etc.

Una vez recibida la respuesta del cliente, es Entreculturas la que se encarga de mantener comunicación con él para de esta manera continuar el proceso de sensibilización y lograr un nivel más elevado de compromiso y colaboración.

La aplicación de los criterios enunciados sobre la empresa con la que colaboramos cobra especial relevancia desde el momento en que actúa como nuestro introductor ante sus clientes.

Este tipo de colaboraciones es especialmente adecuado cuando va unido a un plan de empleados con fuerte compromiso por parte de la Dirección de la empresa, ya que en este caso la Empresa actúa de alguna forma como nuestro introductor. Algunas ideas son:

- **Sensibilización en campañas concretas** (Campaña Mundial por la Educación, Dona tu Móvil,...), logrando que a través de la empresa llegue a los clientes las distintas campañas de sensibilización que Entreculturas tiene en marcha, animando a este colectivo a implicarse y comprometerse por un mundo más justo y solidario.
- **Información en web**, abriendo un espacio solidario en sus webs a través de las cuales puedan conocernos, colaborar como socios o donantes, pedir información, acercarse a nosotros.
- **Inclusión de noticias** e información en sus boletines, difundiendo así nuestro trabajo, la realidad Norte-Sur, y animando a participar.

– **Acciones en tienda**, como la instalación de un stand informativo sobre temas generales o alguno en particular.

– **Difusión de nuestra actividad** y nombre en los envíos que normalmente hacen a sus clientes: encartes, boletines,...

• **Marketing con causa**

Se trata de actuaciones en las cuales suele existir un fuerte componente de promoción de los productos o servicios a los cuales se asocia la causa solidaria. No se trata, pues, necesariamente de acuerdos globales de la empresa en los que se persiga la incorporación de un compromiso social extensible a toda la empresa, sino de acuerdos parciales sobre un determinado producto o servicio, pero en los cuales Entreculturas quiere entrar como una vía más de sensibilizar a los clientes.

Es el tipo de acuerdo quizás más delicado, ya que no sólo influyen directa y fuertemente sobre la imagen de Entreculturas, sino también sobre el mensaje que comunicamos, el cual, como ya hemos señalado, deberá mantener un equilibrio entre el mensaje solidario y la promoción de los productos o servicios de la empresa a los cuales acompaña. Por tanto, se buscará que exista equilibrio, por un lado, entre el esfuerzo realizado por la empresa para comunicar la acción y los beneficios obtenidos (en caso de haberlos) y, por el otro, con el aporte económico que, como consecuencia de la acción, se ceda a Entreculturas (fondos, notoriedad, visibilidad, etc.).

En este tipo de colaboraciones preferimos aquellas acciones que se acompañan de otros elementos de sensibilización, difusión de la actividad de Entreculturas, transparencia, perdurabilidad, etc.

5.3 Acciones dirigidas a fomentar el intercambio y el aprendizaje mutuo empresa-Ong

• **Promoción de prácticas sociales responsables**

En la colaboración con empresas se buscará también el establecimiento de acuerdos en los cuales las empresas se comprometan a llevar adelante e implantar en el seno de la empresa Códigos éticos y políticas socialmente responsables.

En esta línea de trabajo, **Entreculturas podrá actuar como asesor para la empresa** en aquellos aspectos en los que ésta necesite nuestra colaboración, bien para de-

sarrollar el Código ético, bien para desarrollar y supervisar su cumplimiento, o bien para dar a conocer en el seno de la empresa las motivaciones por las que corresponde adoptar este tipo de actividades y compromisos.

Dentro de este apartado entrarían también aquellas colaboraciones en las cuales las empresas se unen a Entreculturas para llevar adelante acciones de denuncia, creación de corrientes de opinión, campañas de acción política sobre temas de interés relacionados con la cooperación y la educación para el desarrollo, etc.

• **Presencia activa en redes y espacios de RSC/RSE en España**

Entendemos que es importante no sólo acercarnos a la empresa ofreciéndole nuestro apoyo en aquello que sabemos hacer, sino que también es importante que la empresa nos encuentre como referente en aquellos foros donde la RSC/RSE es el tema bandera. En este sentido, algunas plataformas donde consideramos de interés estar presentes son:

- Global Compact: firmando el Pacto Mundial y con presencia activa de Entreculturas.
- Observatorio de RSC.
- Grupo de trabajo de la CONGDE sobre empresas-Ong.

Asimismo, también consideramos de interés las siguientes líneas de trabajo:

- **Trabajo en Red con otras ONGs e instituciones:** este trabajo buscará enriquecer nuestro conocimiento sobre la RSC/RSE, el contraste de puntos de vista, y creará sinergias positivas. En este sentido, señalamos dos relacionadas con el entorno Jesuita: Alboan y el Comité Jesuita de Responsabilidad Inversora. Y otras colaboraciones con Ongs e instituciones que no son del entorno jesuita, como Ecodes y Economistas sin fronteras, ambas muy posicionadas ya en este terreno de la RSC/RSE.
- **Trabajo en Red con Universidades:** como entidades más centradas en la reflexión sobre los diferentes aspectos que surgen en nuestra sociedad, como es el debate actual sobre la RSC/RSE. En este sentido señalar la colaboración ya iniciada con la Universidad Comillas (en concreto para el Foro de reflexión sobre la ética y los valores en la empresa, ya comentado antes) y con ESADE.

– **Alianzas con Instituciones:** que nos permitan lograr acuerdos con empresas e instituciones dentro del campo de la RSC/RSE, ayudando a ambas partes a profundizar, así como a implantar en el terreno empresarial prácticas de responsabilidad más éticas y comprometidas. En Entreculturas, como ONG de desarrollo, tenemos un interés especial por la búsqueda de la justicia y la existencia de un mundo más solidario. Por ello, en las relaciones con Instituciones privadas primará la orientación fundamental a este objetivo, pretendiendo:

- Trabajar la responsabilidad social de las empresas, tanto en lo que se refiere a su enfoque social, medioambiental y laboral, como en todo aquello referido a las repercusiones políticas y económicas que sus actuaciones tienen, tanto en España como en los países en los que operan.

- Trabajar la sensibilización con todos los colectivos relacionados con la empresa: accionistas, directivos, empleados, proveedores y clientes, todo ello orientado a la adopción de códigos éticos en todos los niveles de actuación.

• **Foro de reflexión y encuentro sobre ética y valores en la empresa**

Este Foro surge con la pretensión de ser una herramienta al servicio de la empresa y la ONG, que permita crear un estado de opinión válido y relevante sobre distintos aspectos de la Ética y los Valores en la empresa, capaz de movilizar a las empresas a su incorporación.

Se trata de un Foro reducido, promovido por Entreculturas y la Cátedra Javier Benjumea de la Universidad Comillas, que reúne a unas 15 personas con:

- Inquietud por la ética y los valores en la empresa;
- Capacidad de aportar experiencia y reflexión sobre estos temas;
- Capacidad de incidencia en empresas y otros ámbitos;
- Presencia en el Foro a título personal (no institucional).

Su **actividad** consiste en profundizar en los distintos aspectos relacionados con la ética y los valores en la empresa, analizando desde las raíces de dicha ética hasta sus límites, el redescubrimiento de la misma, las tendencias actuales en esta materia, y su engarce en el contexto general de la responsabilidad corporativa.

La **metodología** promueve el debate y la aportación de ideas, buscando el aprendizaje mutuo, compartiendo casos aplicados, analizando experiencias exitosas, reflexionando conjuntamente, todo ello en un ambiente de confianza y confidencia, de forma que el fruto de estas reuniones y reflexiones, una vez sistematizado, pueda ser aportado al mundo de la empresa y la ONG, así como al de la Universidad, del modo que en cada momento se considere más oportuno por dicho Foro.

• **Fondos de Inversión Socialmente Responsables (FISR)**

Se trata de un producto financiero donde a la vez que se asocia la solidaridad a su promoción, se fomenta el interés por la inversión en empresas que cumplan ciertos requisitos mínimos de equidad, solidaridad, respeto a los derechos humanos, respeto medio ambiental, etc. Dos tipos de criterios acotan la selección de este producto: los excluyentes, como por ejemplo la energía nuclear o la participación en empresas tabaqueras; y los de valoración, esto es, en los que priman, por ejemplo, los proyectos con fines sociales específicos, los relacionados con los empleados, etc.

6 Entreculturas como ejemplo de coherencia interna con lo establecido en este documento

Todo lo contenido en este documento debería ser válido también en todo aquello que se refiere a nuestra actividad diaria, a Entreculturas como institución, de tal forma que haya una coherencia interna entre lo que proponemos para otros y lo que realmente hacemos internamente:

- **en las relaciones con el personal** (contratados y voluntariado, y todo lo que a ellos concierne: tipos de contratación, horarios, salarios, formación, oportunidades de crecimiento, conciliación trabajo-familia, etc.);
- **en las relaciones con nuestros grupos de interés** (beneficiarios, socios, donantes, siendo transparentes, manteniendo coherencia con nuestra misión e identidad);
- **en las relaciones con nuestros proveedores** (difusión de nuestro compromiso por una sociedad más justa, búsqueda de aquellas propuestas que caminen en la misma dirección que nosotros);
- **en las relaciones con la comunidad y nuestro entorno** (difundiendo las campañas de otras organizaciones, haciéndonos eco de lo que ocurre en nuestro entorno y en su caso, si procede, actuando adecuadamente);
- **en la comunicación de nuestras actividades** (cuidando el mensaje, la imagen, el presupuesto de lo invertido en la comunicación);
- **en la transparencia de lo que somos, lo que buscamos y cómo lo hacemos** (auditorías económicas y sociales, difusión de las mismas y en los canales adecuados);
- **en nuestra relación con el medio ambiente** (ahorro de energía, reutilización de equipos y materiales, reciclado de papel y toner y otros componentes, etc.).

Anexos



1 Glosario de definiciones terminológicas

Con este glosario, abierto siempre a eventuales modificaciones, se pretende aportar claridad a algunos términos que se utilizan en este Manual, conscientes de que existen otras posibles definiciones.

- **Acción Social:** dedicación de recursos empresariales a proyectos de desarrollo socioeconómico que apoyan a **personas desfavorecidas**, principalmente en las áreas de servicios sociales, salud, educación, formación profesional y empleo.

- **Inversión Socialmente Responsable (ISR):** se trata de aquellas inversiones que se rigen por criterios de cumplimiento de principios de RSC/RSE.

- **Fondos de Inversión Socialmente Responsables (FISR):** producto financiero básico de la ISR donde a la vez que se asocia la solidaridad a su promoción, se fomenta el interés por la inversión en empresas que cumplan ciertos requisitos mínimos de RSE. Dos tipos de criterios acotan la selección de este producto: los excluyentes, como por ejemplo la energía nuclear o la participación en empresas tabaqueras; y los valorativos o *best in class*, esto es, en los que priman, por ejemplo, los proyectos con fines sociales específicos, los relacionados con los empleados, medio ambiente, gobierno corporativo, etc.

- **Fondos de Inversión Solidarios:** se trata de fondos respecto a los que la sociedad Gestora que los administra suele ceder una parte de su comisión de gestión a determinadas entidades no gubernamentales (ONG) o benéficas.

- **Responsabilidad Social de la Empresa (RSC/RSE):** para Entreculturas la RSC/RSE implica un **compromiso institucional** que deben asumir todas las instituciones, tanto públicas como privadas, e incluso las organizaciones sociales, en relación con todos los grupos de interés vinculados con ellas, para trabajar entre todos en la búsqueda de un mundo más justo y solidario, adoptando políticas y sistemas de gestión éticos que lo favorezcan, **creando desarrollo social y ambiental sostenible, y siendo económicamente viables.**

En 2002, la Comisión Europea definió el concepto de la Responsabilidad social de las empresas como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores».¹

2 Manual de procedimientos para la aplicación de los criterios de colaboración con empresas e instituciones. Convenio empresarial

I. Consideraciones generales

- **1.** El Manual sobre Criterios de Colaboración con las empresas e instituciones se crea en Entreculturas para su **uso interno**, es decir, no se pretende difundirlo al exterior, salvo que las empresas o instituciones en cuestión nos lo soliciten.
- **2.** En cumplimiento de la **Ley de Protección de Datos** nunca se facilitarán datos personales, ni información referente a socios o colaboradores sin su autorización expresa.
- **3.** Los **convenios** que se suscriban deberán especificar las **obligaciones** de la empresa y las **contraprestaciones** de Entreculturas. En el punto III de este Manual se especifica la información mínima que deberán recoger los acuerdos/convenios de colaboración.

¹ Comisión Europea (2002). Comunicación de la Comisión Relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas.

Los convenios serán firmados exclusivamente por las personas dotadas con poderes de representatividad externa.

Todos los convenios tendrán siempre el **visto bueno de la asesoría jurídica** de Entreculturas.

— **4.** Es necesario realizar un **seguimiento** sobre el cumplimiento de los convenios y de las actuaciones que de ellos se deriven. Para ello se remitirá a Relaciones Institucionales, por parte de quien se encargue de coordinar esta actuación, una evaluación final de la actividad y de sus resultados, cuyo documento también se anexa al final de este Manual.

— **5.** Siempre se emitirá **certificado o factura** por la colaboración realizada, según proceda, correspondiendo al Departamento de Relaciones Institucionales de la Sede Central el seguimiento de dicha emisión.

II. Control y responsabilidad

— **1.** El **departamento de Relaciones Institucionales** es el **responsable de centralizar y articular** las relaciones de Entreculturas con las empresas e instituciones en todos sus aspectos.

— **2.** El departamento de Relaciones Institucionales **velará asimismo por el correcto cumplimiento de este código**. No obstante, todas aquellas personas de Entreculturas que se relacionen con Empresas o Instituciones deberán conocer el manual que lo regula y velar por su cumplimiento.

— **3.** El departamento de Relaciones Institucionales deberá tener **información** sobre todas aquellas empresas e instituciones con las que pueda establecerse una colaboración. Para ello deberá contar con la colaboración de las delegaciones, departamentos y voluntarios que puedan facilitar información sobre prácticas empresariales. Se anexan impresos para enviar la información pertinente en cada caso.

— **4.** Todos aquellos acuerdos en los que la empresa utilice la **imagen de Entreculturas, o la donación sea superior a 5.000 euros o la empresa solicite firmar un convenio**, será preceptivo remitirlo para su gestión al departamento de Relaciones Institucionales. Para el resto de colaboraciones bastará con cumplimentar la ficha que para estos efectos se ha elaborado y remitirla a este departamento.

— **5.** Para aprobar determinadas actividades a realizar con empresas, la competencia recaerá en la Mesa de Coordinadores, junto con el Responsable de Relaciones Institucionales. Este grupo se reunirá:

- cuando Relaciones Institucionales identifique una propuesta que pueda conllevar dificultades en lo que a **interpretación del Manual** se refiere;
- cuando la colaboración con la empresa suponga **utilización amplia del nombre e imagen de Entreculturas** (campaña de publicidad con amplia difusión en medios, presencia en grandes centros comerciales, etc.);
- cuando la propuesta de colaboración **supere los 60.000 euros anuales**.

En estos casos Relaciones Institucionales elaborará un informe que enviará a la Dirección General, la cual, tras estudiarlo, decidirá sobre su inclusión en el orden del día de la Mesa de Coordinadores, siendo esta Mesa, junto con el responsable de Relaciones Institucionales, quienes decidan sobre la conveniencia de aprobar o rechazar la colaboración en cuestión, y tomarán una decisión de consenso.

— **6.** Se constituye como órgano consultivo interno el **Grupo de Reflexión para la Colaboración con Empresas**, cuya misión consiste en “servir de apoyo al área de Relaciones Institucionales y a la Mesa de Coordinadores en el proceso de análisis y toma de decisiones para estimar o desestimar colaboraciones con instituciones privadas”.

6.1. Sus **funciones** serán:

- Reflexionar sobre la conveniencia, o no, de la colaboración cuestionada, de acuerdo con las líneas directrices recogidas en el Manual de Criterios de Colaboración, y con base en la documentación elaborada previamente por Relaciones Institucionales y en aquella que los miembros consideren oportuno aportar, y teniendo en cuenta las:
 - repercusiones positivas y negativas en la imagen de Entreculturas;
 - repercusiones en la transformación de la realidad y el grado de sensibilización en el Norte;
 - repercusiones en la transformación en el Sur.

– Elaborar un análisis resumido con las principales ventajas e inconvenientes que se derivarían de llevar adelante dicha colaboración.

– Presentar alternativas a la propuesta inicial (diferentes escenarios de colaboración), y sus repercusiones en cada caso.

– Acopiar experiencia y datos para profundizar en la colaboración de Entreculturas con las Empresas y, consecuentemente, mejorar y dar dinamismo al Manual de Criterios de Colaboración con empresas e instituciones al realizar todo el proceso anterior de estudio e interpretación, agilizando así el proceso de toma de decisiones en Relaciones Institucionales y/o la Mesa de Coordinadores.

6.2. Composición:

Se trata de una comisión multidisciplinar, de nueve miembros como máximo, representativos de la realidad de Entreculturas en cada momento, que abarque contratados y voluntarios de la Sede Central y de Delegaciones, con experiencia en empresas y sin ella.

Todos los miembros, que deberán aceptar su participación de forma voluntaria, lo serán durante el año en que sean nombrados. Al comienzo del nuevo año, el responsable de Relaciones Institucionales designará los nuevos miembros que podrán coincidir, en todo o en parte, con los del año anterior.

Todos los miembros del Departamento de Relaciones Institucionales podrán asistir a las reuniones del Grupo aunque no sean miembros del mismo, ya que es muy importante que todos ellos tengan opción a escuchar los debates.

Los miembros de las Delegaciones podrán participar de dos maneras, a su elección:

- asistiendo a las reuniones en Madrid
- enviando su opinión al resto de miembros y conectándose telefónicamente mientras se desarrolle la parte que les afecte.

6.3. Funcionamiento:

El Coordinador de este Grupo será el responsable del Departamento de Relaciones Institucionales. El Secretario será elegido de forma rotatoria, y será el encargado de elaborar el acta de cada reunión y distribuirla entre los miembros, así como de convocar las reuniones, por indicación del Coordinador del Grupo.

Las reuniones se celebrarán siempre que lo considere oportuno el responsable de Relaciones Institucionales o lo solicite el Grupo de Reflexión o la Mesa de Coordinadores.

Antes de cada reunión, los miembros del Grupo pertenecientes al área de Relaciones Institucionales prepararán y enviarán con antelación suficiente la documentación necesaria para que el resto de miembros pueda estudiarla previamente a la celebración de la siguiente reunión, y puedan así participar con una reflexión individual elaborada. La información base a aportar constará, como mínimo, de:

- La empresa o institución: su actividad básica y su actividad social.
- La actitud y opinión al respecto que otros agentes sociales tienen sobre esta realidad.
- Actividades similares llevadas a cabo en el extranjero.
- Opinión que dicha colaboración pueda generar en nuestras contrapartes del Sur.

El resultado del trabajo del Grupo sobre una empresa determinada se presentará a la Comisión de Coordinadores en un formulario único que intentará dar respuesta a los criterios marcados anteriormente. La creación de este formulario, que será flexible y podrá modificarse con la experiencia, será el primer trabajo de este Grupo.

Las resoluciones del Grupo no requieren unanimidad ni tienen carácter vinculante, pues su finalidad es generar reflexión y debate, y recoger el fruto de estas reflexiones, señalando los puntos fuertes y oportunidades encontrados, así como los puntos débiles y amenazas, de tal forma que sirva de apoyo a Relaciones Institucionales y la Mesa de Coordinadores en el proceso de toma de decisiones.

III. Información básica que debe figurar en los acuerdos de colaboración

1. Fecha del convenio;
2. Datos identificativos de la empresa y de su representante legal;
3. Datos de Entreculturas y de su representante legal;
4. Descripción de la colaboración: obligaciones y contraprestaciones;
5. Duración del acuerdo y prórrogas (si se prevén);
6. Vías para recaudar fondos en virtud del acuerdo, así como definición de los gastos y entidad que los asumirá. Como principio general los gastos correrán por cuenta de la entidad colaboradora;
7. Aceptación por parte de la empresa de que las comunicaciones a terceros de los acuerdos pactados con Entreculturas serán previamente conformados por esta ONGD, para asegurar el fiel cumplimiento de los criterios de imagen establecidos internamente.

IV. Ficha para informar de la colaboración

(Para cumplimentar cada vez que se presenta una colaboración empresarial, independientemente de que esté aprobada, y completar cuando se finaliza).

En caso de llevar adelante la colaboración: **Confirmarlo al Departamento de Relaciones Institucionales por escrito.**

Hoja de confirmación de la colaboración

Nombre de la actividad

Inicio:

Finalización:

Objetivo fundamental:

- Recaudación
- Sensibilización
- Difusión

Ubicación de la acción:

Entidad Implicada:

Personas implicadas (Nombre, cargo y teléfono):

Descripción de la actividad:

Objetivos previstos:

Público objetivo:

Recursos necesarios y entidad que los aporta:

Firma del responsable del proyecto

Fecha:

3 Repercusiones fiscales para la empresa

Socio o donante (donativo en metálico). La empresa tiene derecho a deducir un 35% de la cuota íntegra, sin que esta deducción pueda exceder del 10% de la Base Imponible del Impuesto de Sociedades. Las cantidades que excedan de este límite se podrán aplicar en los períodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

Tratamiento: Entrega de un certificado fiscal por cada aportación realizada por la empresa.

Donación de bienes o en especie (Donativo en especie). La empresa tiene derecho a deducir un 35% de la cuota íntegra, sin que esta deducción pueda exceder del 10% de la Base Imponible del Impuesto de Sociedades. Las cantidades que excedan de este límite se podrán aplicar en los períodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

- Si el bien es nuevo, se valorará por el valor de adquisición.
- Si el bien es usado, se valorará por el valor neto contable.

La empresa entregará a Entreculturas un documento-albarán que acredite el valor de lo entregado.

Tratamiento: Entrega de un certificado fiscal por cada aportación realizada por la empresa.

Patrocinios. El importe fijado de antemano es considerado gasto de explotación deducible sin límite en el impuesto de sociedades. Esta figura está regulada por la Ley General de Publicidad.

Tratamiento: Entrega de factura por el importe más el 16% de IVA.

Planes de empleados (Euro Solidario). Cuando la empresa participa aportando cantidades a lo ya donado por los empleados, tiene derecho a deducir un 35% de la cuota íntegra, sin que esta deducción pueda exceder del 10% de la Base Imponible del Impuesto de Sociedades. Las cantidades que excedan de este límite se podrán aplicar en los períodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

Tratamiento: Entrega de un certificado fiscal por cada aportación realizada por la empresa.

Marketing con causa: Se trata de un contrato comercial y por tanto es un gasto deducible sin límite en el impuesto de sociedades.

Tratamiento: Entrega de factura por el importe cedido más el 16% de IVA.

Prestación de servicios profesionales. Este tipo de colaboración no está bonificado por la nueva Ley de Incentivos fiscales al Mecenazgo.

La empresa tiene que girar una autofactura interna con el 16% del IVA correspondiente. Entreculturas sólo tiene que pagar el IVA.

Convenio de colaboración empresarial en actividades de interés general.

– La empresa realiza una ayuda económica a Entreculturas para la realización de sus actividades fundacionales, a cambio de la cual Entreculturas se compromete por escrito a difundir, por cualquier medio, la participación de la empresa en estas actividades.

La difusión de la participación del colaborador en el marco de los convenios de colaboración definidos en este artículo no constituye una prestación de servicios.

– Las cantidades satisfechas tendrán la consideración de gastos deducibles.

– El régimen fiscal aplicable a las cantidades satisfechas en cumplimiento de estos convenios de colaboración será incompatible con los demás incentivos fiscales previstos en esta Ley.

Tratamiento: Entrega de un certificado fiscal por la aportación realizada en concepto de ayuda económica.

4

Código de conducta, imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo, del Comité de Enlace de ONGD de Europa

La comunicación para las ONGD es un instrumento de sensibilización y educación para el desarrollo y deberá servir para:

- Promover la toma de conciencia sobre los problemas del desarrollo; conocer y comprender las causas de la pobreza y sus posibles soluciones; la interdependencia de todos los pueblos del planeta; la necesaria reciprocidad para un conocimiento mutuo y el respeto por las diferentes culturas.
- Aumentar la voluntad de participación ciudadana en los procesos de cooperación para el desarrollo, fomentando el debate público necesario para impulsar políticas correctas de cooperación, intensificando la solidaridad entre el Norte y el Sur y luchando para cambiar las estructuras vigentes.

Para ello, las ONGD deberán respetar en su trabajo de comunicación las siguientes pautas:

- Propiciar el conocimiento objetivo de las realidades de los países del Sur reflejando su complejidad, los obstáculos con los que se enfrenta el desarrollo, la diversidad de las situaciones, los esfuerzos propios desplegados y los progresos realizados.
- Situar como protagonistas de la comunicación a las personas, las situaciones y los pueblos del Sur y no a las ONGD y a sus miembros.
- Mostrar absoluto respeto por la dignidad de las personas y de los pueblos.

- Destacar siempre valores “radicales” de las ONGD como son la justicia, la solidaridad, la responsabilidad y la equidad de género.
- Promover la participación activa de las personas en la comunicación.
- Ser rigurosos en todos los trabajos de comunicación, teniendo en cuenta los distintos soportes comunicativos.
- Trabajar conjuntamente con los profesionales de los medios.

Reglas prácticas que deberán marcar la comunicación de las ONGD:

- El mensaje debe velar por evitar toda clase de discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, socioeconómica...).
- Toda persona debe ser presentada con la dignidad que le corresponde y las informaciones sobre su entorno social, cultural y económico deben ser mostradas a fin de preservar su identidad cultural y su dignidad. La cultura debe ser presentada como un recurso para el desarrollo de los pueblos del Sur.
- Evitar los mensajes e imágenes catastrofistas, idílicas y discriminatorias.
- Los obstáculos internos y externos al desarrollo deben aparecer claramente, subrayándose la dimensión de interdependencia y co-responsabilidad. Las causas de la miseria (políticas, estructurales, naturales) deben ser expuestas en los mensajes de las ONGD, subrayando los problemas de poder y de intereses contrapuestos y denunciando los medios de opresión existentes así como las injusticias cometidas.
- El mensaje debe ser concebido de manera que evite confusión y generalización.
- Evitar mensajes e imágenes que expresen una superioridad del Norte y/o que presenten a las poblaciones del Sur como objetos de nuestra pena y no como socios en el trabajo conjunto de desarrollo. Debe ponerse de relieve la capacidad de las personas para hacerse cargo de sí mismas.
- Promover la consulta a las organizaciones del Sur respecto de los mensajes a transmitir sobre su realidad.
- Los testimonios de las personas interesadas deben ser utilizados con preferencia sobre las interpretaciones de terceros.

- Facilitar el acceso a los medios de comunicación a los protagonistas del Sur.
- Fomentar los mensajes que promuevan cambios de actitudes individuales y sociales en el Norte, que hagan posible un cambio real en las condiciones de exclusión del Sur.

En los casos en que la comunicación se realice en el marco de una colaboración con otros socios (empresas, instituciones u organizaciones), las ONGD velarán igualmente por el cumplimiento de las pautas mencionadas en este punto, propiciando la referencia expresa del Código en los acuerdos de colaboración realizados.

5 Normas internas de Entreculturas sobre uso de su imagen y logotipo

1 El logotipo de Entreculturas

El logotipo de Entreculturas constituye la representación gráfica de la institución.




Estos elementos han sido creados con cuidado de mantener una proporción adecuada de los espacios positivos y negativos, por lo tanto, cuando se desee ampliar o reducir el logotipo, se deben utilizar los archivos que se entregan con este manual y reproducirlos fotográfica o digitalmente respetando la unidad y proporción. Es muy importante saber que el logotipo es indivisible.

El tipo de letra utilizado, su proporción y ubicación **NO** son arbitrarios. Por lo tanto, **NUNCA** se debe reconstruir, separar sus elementos o cambiar su tipografía.



2 Colores corporativos

Entreculturas ha seleccionado un color para su imagen corporativa que se asocia directamente a la institución de la que partimos, Fe y Alegría, y que muestra fuerza y calidez: el rojo.

El color corporativo que identifica a la institución es el PANTONE 485C

PANTONE		Pantone 485C
CUATRICROMÍA		Cyan 0% Magenta 100% Amarillo 100% Negro 0%

Junto con el rojo, el negro

PANTONE		Pantone Process Black C
CUATRICROMÍA		Cyan 0% Magenta 0% Amarillo 0% Negro 100%

En la producción de materiales impresos, es preferible la utilización del Pantone directo pero, si la impresión es hecha a cuatro tintas, se debe utilizar la fórmula que se utiliza para este color.

Importante: Debe tenerse en cuenta que los porcentajes del color en cuatricromía no son la traducción directa de los colores Pantone.

Para aquellos casos en que el logotipo aparezca en versión blanco y negro



Pantone Process Black C 60%

entreculturas

Pantone Process Black C 60%

ONG JESUITA PARA LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO

Pantone Process Black C 60%

Para aquellos casos en que el logotipo aparezca sobre fondos oscuros se utilizará su versión en blanco



–Nunca imprima el logotipo sobre un tono similar en intensidad o tonalidad al logotipo.

– El logotipo nunca debe imprimirse en tonos degradados del rojo, sino al 100%.

3 Tipografía corporativa

La familia tipográfica institucional de Entreculturas es FC-Akzidenz Grotesk.

FC-Akzidenz grotesk Regular:

ABCDEFGHIJKLMN**O**PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu**v**wxyz
1234567890,.;!?()@%&/\$”

FC-Akzidenz grotesk Bold:

ABCDEFGHIJKLMNO**PQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**
1234567890,.;!?()@%&/\$”

FC-Akzidenz grotesk Italic:

*ABCDEFGHIJKLMN**O**PQRSTUVWXYZ*
*abcdefghijklmnopqrstu**v**wxyz*
1234567890,.;!?()@%&/\$”

4 Proporciones

Se deben respetar siempre las instrucciones de proporción que se explican a continuación:

- Siempre se debe mantener la unidad del logotipo para conservar sus proporciones al ampliarlo o reducirlo.
- El tamaño mínimo del logotipo se establece en 40 mm de ancho x 9 mm de alto.

Por debajo de dichas dimensiones se desaconseja la reproducción pues afectaría a su legibilidad.



Zona de respeto

Al reproducir el logotipo es conveniente mantener unos márgenes de respeto que permitan una clara lectura del mismo.



En algunas ocasiones el logotipo necesitará más espacio que la zona de respeto, por lo que habrá que analizar cada caso para que no se pierdan unos niveles adecuados de percepción de la identidad corporativa.

5 Usos incorrectos

Se deben respetar siempre las siguientes instrucciones de proporción:

- El logotipo **NUNCA** debe ser usado con efectos de distorsión, rotación, invertido, rebordeado, inclinado, relleno con alguna textura o trama o superponiendo otras imágenes dentro o sobre éste.
- **NUNCA** se debe utilizar el logotipo en ninguna posición que no sea horizontal.
- Los logotipos **NUNCA** deben ser reproducidos partiendo de materiales ya impresos (tarjetas, folletos u otros materiales), ya que sucesivas reproducciones de un mismo material tienden a deteriorar su calidad y definición.

A continuación se muestran algunos ejemplos de un uso incorrecto del logotipo:

NO distorsionar el logotipo



NO añadir sombras al logotipo



NO cambiar el color al logotipo, ni siquiera utilizando rojos más claros.



NO alterar las proporciones de los elementos que conforman el logotipo. Siempre hay que respetar las instrucciones que se indican en cuanto a hacer más grande o más pequeño el logotipo.



6 Consideraciones

1. El logotipo de Entreculturas no puede ser utilizado sin autorización específica por parte de la institución.
2. El logotipo nunca debe formar parte de otro logotipo o marca.
3. El logotipo de Entreculturas no debe asociarse gráficamente a ninguna marca comercial. Cuando se utilice para alguna campaña específica, la instancia responsable en Entreculturas aprobará el uso del logo con respecto a otras marcas.
4. En ningún caso está permitido crear marcas que incluyan el dibujo o las letras de Entreculturas.
5. Cualquier uso que no esté contemplado en este manual debe ser consultado con la persona encargada en la institución.

C/ Maldonado, 1. Planta 3. Madrid 28006
Tel: 91 590 26 72. Fax: 91 590 26 73
e-mail: rel.institucionales@entreculturas.org
Web: www.entreculturas.org



entreculturas

ONG JESUITA PARA LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO