GUÍA PRÁCTICA APLICACIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL

fedetcas

PROYECTO FINANCIADO POR:

OCTUBRE 2022

ÍNDICE

1. ¿QUE ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL? 2
   1.1. INTRODUCCIÓN 2
   1.2. ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL? 3
   1.3. CONTEXTO HISTÓRICO 5
   1.4. ÁMBITOS RELACIONADOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL 12
   1.5. INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL 15
   1.6. LOS STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS 18
2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICADA A LOS GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL 20
   2.1. PRINCIPIOS APLICABLES A ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO 21
      2.1.1. PRINCIPIO DE LA RESPONSABILIDAD POR ACCIONES 21
      2.1.2. PRINCIPIO DE LA TRANSPARENCIA 22
      2.1.3. PRINCIPIO DEL COMPORTAMIENTO ÉTICO 22
      2.1.4. PRINCIPIO DE LOS STAKEHOLDER 23
      2.1.5. PRINCIPIO DE LA REGLA LEGAL 24
      2.1.6. PRINCIPIO DE NORMAS INTERNACIONALES 24
      2.1.7. PRINCIPIO DE LOS DERECHOS HUMANOS 25
   2.2. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN 26
   2.3. LOS GRUPOS DE INTERÉS PARA UN GRUPO DE ACCIÓN LOCAL 27
3. ¿CÓMO IMPLEMENTAR ACCIONES Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS GAL? 29
4. MODELO DOCUMENTOS SOBRE ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LOS GAL 32

1. ¿QUE ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?

1.1. INTRODUCCIÓN

En los años ochenta, y como consecuencia de la crisis de los setenta, se deja de pensar en el Estado como único administrador del gasto social y responsable en la contención de desigualdades y se comienza a defender la idea de que la contribución al bienestar y a la calidad de vida debe ser la meta de todas las instituciones sociales y de las empresas.

El movimiento impulsor de la denominada Responsabilidad Social Corporativa o empresarial se inició a mediados de los 90 de la mano de organismos internacionales y grupos multisectoriales que han promovido el desarrollo de estándares, códigos de conducta, directrices, normas y otros instrumentos para facilitar la gestión empresarial con criterios de RSC.

Desde entonces hasta ahora cada vez son más las empresas y organizaciones que se plantean asumir plenamente su responsabilidad social (prácticas más honestas, transparencia en la gestión, respeto al medio ambiente...), al entender que en el nuevo contexto global y en la economía actual de mercado, la legitimidad para poder operar ha de venir concedida por todos aquellos agentes o grupos de interés con los que se relaciona la organización, también denominados *stakeholders*.

Es difícil determinar el origen de la Responsabilidad Social. Los antecedentes están vinculados con la consecución de un "licencia social" por parte de las empresas y entidades más allá de la otorgada por los Gobiernos para operar. La empresa ha sufrido una transformación en las últimas seis décadas pasando de ser un mero actor económico a un actor determinante de las relaciones sociales y políticas en el marco nacional e internacional, además de un elemento clave de las nuevas formas de colonización

económica que repercute en la situación de los países de origen de las empresas internacionalizadas. Las grandes empresas ocupan una posición importante dentro de las economías mundiales, se estima que el 70% del comercio mundial se realiza a través de empresas multinacionales. Otro factor determinante son los procesos de deslocalización y externalización fomentados por la reorganización del comercio mundial y la internacionalización de los mercados de trabajo y de capitales. Conflictos sociales, guerras y militarismo, contaminación y degradación urbana, relaciones entre grupos étnicos, violaciones de Derechos Humanos, luchas por los recursos naturales, son algunos de los problemas que se intentan afrontar desde la Responsabilidad Social.

Algunos autores sitúan el origen del concepto de Responsabilidad Social en los años cincuenta, ligado al rápido incremento del tamaño y poder de las empresas americanas, y al papel protagonista que éstas comenzaron a desempeñar en una sociedad que afrontaba problemas sociales urgentes, como la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación urbana y la contaminación.

Otros encuentran las raíces de la Responsabilidad Social en los años veinte: se empieza a hablar del *principio de caridad* - la filantropía ya no como acción individual (del empresario o de los propietarios de la empresa) sino como acción corporativa de la empresa como un todo. Más tarde, el principio de caridad se complementó con el *principio de administración* que instaba a la empresa a que mirara por el interés público en tanto que era responsable de la administración de recursos públicos, que afectaban a distintos miembros de la sociedad.

1.2. ¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?

La Responsabilidad Social es la forma de conducir las actuaciones de las empresas y organizaciones que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.

Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa o entidad quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.

La Responsabilidad Social incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales etc).

La Responsabilidad Social es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de trabajo de las entidades y empresas, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad. Afecta por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.

La Responsabilidad Social comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.

Asimismo se manifiesta en los impactos que genera la actividad en el ámbito social, medioambiental y económico y se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés (o Stakeholders)

La Responsabilidad Social es un **concepto transversal** que afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa o entidad. Por tanto, las actividades desarrolladas en el marco de la Responsabilidad Social han de estar:

- ✓ vinculadas a la actividad básica de la empresa o entidad
- ✓ tener una vocación de permanencia, e
- ✓ implicar un compromiso de la alta dirección de las organizaciones

1.3. CONTEXTO HISTÓRICO

A mediados de los años noventa, organismos internacionales y diferentes estados acompañan a la sociedad en un llamamiento al sector privado para la asunción de un nuevo modelo de convivencia y de gestión que permita dar solución y respuesta a una nueva realidad globalizada y cambiante. Desde Naciones Unidas a la Unión Europea o la OCDE, el debate sobre la Responsabilidad Social se multiplica.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos o las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo tratan de marcar los mínimos para el respeto de los Derechos Fundamentales. Las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales facilitan toda una serie de principios en áreas como los derechos o el medio ambiente que deben ser respetados por sus países miembro.

En el Informe Brundtland, publicado en 1987 por la Comisión Mundial sobre medio ambiente y desarrollo se incluye la definición de **desarrollo sostenible como aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras la satisfacción de sus propias necesidades**.

Del Foro Económico Mundial de Davos de 1999, y como consecuencia de una iniciativa presentada por Kofi Annan en el marco de las Naciones Unidas, surge el **Global Compact o Pacto Mundial** tratando de involucrar a las empresas en los principios de la responsabilidad social corporativa.

Tras la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro de 1992, y la Cumbre de Río +5 de Nueva York, la Cumbre de Johannesburgo del 2002 gozó de una muy importante participación de la sociedad civil, siendo uno de los temas latentes la responsabilidad social corporativa abriendo el debate sobre la necesidad de un marco regulatorio y la formalización de políticas de Responsabilidad Social.

En el año 2000, se produce la publicación de la versión definitiva de la primera guía del **Global Reporting Initiative (GRI),** a iniciativa de PNUMA y CERES, facilitando a las empresas y entidades unos criterios básicos para la elaboración de las memorias de sostenibilidad.

Las inquietudes comunitarias encuentran su reflejo en la publicación en el año 2001 del **Libro Verde de la Unión Europea**, para el fomento de un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Corporativa.

En los últimos años el avance en materia de RSC ha sido pausado. A raíz de la comunicación "**Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas**" de octubre de 2011, la Comisión Europea marca una estrategia en Responsabilidad Social que obliga a los Estados miembros publicar planes nacionales de Responsabilidad Social en concordancia con las iniciativas internacionales e insta a la Comisión Europea a regular el reporte no financiero en las grandes empresas. También aporta una nueva definición que desvincula la Responsabilidad Social de la acción puramente voluntaria por parte de la empresa: La responsabilidad de las empresas debe asumirse en base a sus impactos en la sociedad. El respeto de la legislación aplicable, y de los convenios colectivos entre los interlocutores sociales, es un requisito previo para cumplir esa responsabilidad.

También establece que "para cumplir plenamente con su responsabilidad social, las empresas deben implementar un proceso de integración social, ambiental, ética, derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones comerciales y en las decisiones estratégicas en estrecha colaboración con las partes interesadas, con el objetivo de:

- maximizar la creación de valor para sus accionistas y de sus otros interesados y la sociedad en general.

  Para maximizar la creación de valor compartido, se aconseja a las empresas adoptar a largo plazo un enfoque estratégico basado en la Responsabilidad Social, y explorar las posibilidades del desarrollo de productos innovadores, servicios y modelos de negocio que contribuyan al bienestar de la sociedad y dar lugar a una mayor calidad y más empleos productivos.

- identificar, prevenir y mitigar sus efectos adversos. La complejidad de este proceso dependerá de factores tales como el tamaño de la empresa y la naturaleza de sus operaciones. Para la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, especialmente las microempresas, el proceso de Responsabilidad Social es probable que permanezca de una manera informal e intuitiva.

  Para identificar, prevenir y mitigar los posibles efectos adversos, las grandes empresas y las empresas con especial riesgo de provocar tales impactos, se deben llevar a cabo procesos de debida diligencia, incluyendo a sus cadenas de suministro. Algunas empresas, como las cooperativas, mutualidades, y las empresas de propiedad familiar, tienen unas estructuras de gestión que pueden propiciar una conducta empresarial responsable.

Podemos calificar como desigual la respuesta de los diferentes estados a las nuevas preocupaciones sociales, siendo mayor la respuesta en los países del norte de Europa. Un lugar especial, ocupan Dinamarca, Reino Unido por la existencia de una Secretaría de Estado para la RSC.

En el caso británico, se ha facilitado un marco fiscal favorable para incentivar las iniciativas empresariales responsables. Suecia trata de implicar de manera prioritaria a las empresas públicas en la Responsabilidad Social y las empresas de cierto tamaño deben presentar de manera obligatoria junto con sus balances financieros un informe de impacto ambiental. El caso francés ha sido uno de los pioneros en su desarrollo normativo mientras que Alemania se ha centrado más en propuestas de carácter voluntario. Más reciente, es la llegada de la Responsabilidad Social a países como España, Italia, Portugal y Grecia que requieren de un mayor esfuerzo e involucración.

La situación de la Responsabilidad Social en España

El movimiento a favor del desarrollo sostenible y la promoción de la Responsabilidad Social llega a España en los años 90. La mayor internacionalización de las empresas y el desarrollo de sus actuaciones fuera de nuestras fronteras hace que cada vez más, un número creciente de empresas españolas se sientan presionadas para que asuman la responsabilidad de sus actos.

La Asociación de Instituciones de Investigación Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO), siguiendo las tendencias del resto del mundo introducirá el concepto de Inversión Socialmente Responsable. Las empresas españolas, para poder participar de estos fondos, debían cumplir con determinados requisitos de carácter ético y de transparencia.

Siguiendo con este movimiento, las empresas que cotizan en Bolsa se vieron obligadas a responder a las nuevas tendencias de información y transparencia, exigidas por unos accionistas cada vez más informados y concienciados. En la actualidad, las empresas del IBEX35 facilitan información sobre aspectos de Responsabilidad Social en sus memorias anuales siguiendo la mayoría los criterios del GRI, no obstante esta información es insuficiente y en la mayor parte de los casos aporta escaso valor al considerarse no neutral, ni objetiva ni comparable.

Los trabajos de la Subcomisión del Congreso de los Diputados para el impulso de la Responsabilidad Social finalizaron con la publicación en diciembre de 2006 del **Libro Blanco**, siendo reflejo del compromiso de las instituciones públicas en la Responsabilidad Social.

Siguiendo en esta línea, el Foro de Expertos de la RSC fue constituido el 17 de marzo de 2005 por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, con la participación de varios ministerios y de expertos provenientes de grupos empresariales, organizaciones de la sociedad civil y del ámbito académico. Sus trabajos concluyeron el 12 de julio de 2007, en una sesión en la que se acordó el documento “Las Políticas Públicas de fomento y desarrollo de la RSC en España”.

El Código del Buen Gobierno para el Gobierno de España, los Códigos Olivencia y Conthe, la 'Ley de Igualdad', el 'Plan Concilia' y la incorporación, aunque meramente anecdótica, de cláusulas sociales en las contrataciones públicas son otros de los ejemplos que ponen de manifiesto el camino realizado en los últimos tiempos en esta materia.

A propuesta de la Subcomisión Parlamentaria para promover y potenciar la responsabilidad social de las empresas (2005), como por el Foro de Expertos en RSE (2005), y la Mesa de Diálogo Social (2007), en 2008 se crea el Consejo Estatal de la

Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE). Se trata de un órgano paritario formado por 56 vocales representando a la Administración, organizaciones sindicales, organizaciones empresariales e instituciones de prestigio en el ámbito de la RS. Su función es ser un órgano asesor y consultivo del Gobierno (no ejecutivo) que identifica y promociona mejores prácticas y propone las políticas de responsabilidad social al Gobierno.

El Estado también ha implementado varias Leyes, siguiendo con las directrices Europeas para la información no financiera tales como la Ley de Sociedades de Capital (2010) o la Ley de auditoría de cuentas en materia de información no financiera (2018)

Por último, comentar que el Gobierno redactó la "**Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas 2014-2020**", una estrategia para empresas, administraciones públicas y el resto de las organizaciones para avanzar hacia una sociedad más competitiva, productiva, sostenible e integradora.

La situación de la Responsabilidad Social en la Comunidad Valenciana

El Gobierno Regional de la Comunidad Valenciana, ha desarrollado diversas actuaciones en torno a la Responsabilidad Social:

En el Gobierno actual existe una Conselleria que integra en sus actuaciones, la Responsabilidad Social, la denominada, "Conselleria de Participación, Transparencia, Cooperación y Calidad Democrática" la cual integra la Dirección General de Responsabilidad Social y Fomento del Autogobierno.

En marzo del año 2015 se realizó un acuerdo por el que se establecían directrices para la aplicación de cláusulas de carácter social en la contratación de la Administracion de la Generalitat y su sector público, así como en materia de subvenciones de la Administracion de la Generalitat.

En agosto de 2016 se aprobó la Guía práctica para la inclusión de cláusulas de la Responsabilidad Social en la contratación y en subvenciones de la Generalitat y su sector público.

En julio de 2018 la Generalitat publica la **Ley 18/2018 para el fomento de la Responsabilidad Social** la cual incluye actuaciones de fomento y planificación de la Responsabilidad Social, actuaciones en las Administraciones Públicas, en las entidades valencianas, la creación de un Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables y la creación de un Consejo Valenciano de Responsabilidad Social.

En octubre de 2019, un Decreto reguló la creación de la **Red Valenciana de Territorios Socialmente Responsables**. Se entiende por territorio socialmente responsable aquel espacio donde ejercen competencias las diferentes administraciones públicas, en el cual los principales actores o grupos de interés se han coordinado para construir de forma conjunta una visión de futuro fundamentada en el análisis de los principales retos sociales, ambientales, económicos y éticos, la identificación de metas comunes en pro de un desarrollo sostenible, y la definición de las responsabilidades que cada una de las partes debe asumir para lograrlo

En febrero del año 2020, se aprobó un decreto que regulaba el **Consejo Valenciano de Responsabilidad Social**

Recientemente, en agosto de 2022, se publicó el **Decreto por el cual se regula la inclusión de cláusulas de Responsabilidad Social en la contratación pública y en las convocatorias de ayudas y subvenciones**.

La Generalitat está trabajando en estos momentos en la puesta en marcha del **Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables** el cual se espera que esté operativo en los próximos meses.

1.4. ÁMBITOS RELACIONADOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Derechos Humanos

El preámbulo de la Declaración Universal de Derechos Humanos establece que las empresas tienen la obligación de observar, respetar y promover los Derechos Humanos. Las empresas y entidades, como órganos de la sociedad, tienen la obligación de cumplir la normativa internacionalmente aceptada en materia de Derechos Humanos y promover el respeto por estos derechos y libertades en sus respectivas esferas de influencia. Esto supone que las compañías deben hacer lo posible por:

- Promover los Derechos Humanos en los países donde operan.
- Investigar cómo los Derechos Humanos pueden verse afectados por sus actividades en un país, antes de empezar a operar en él.
- Velar porque la empresa cumpla con las normativas de Naciones Unidas, aplicando el principio de debida diligencia en sus operaciones y toma de decisiones.
- Incluir una referencia explícita a la Declaración Universal de los Derechos Humanos u otros tratados internacionales de Derechos Humanos en sus códigos de conducta. Dichos códigos deben defender los Derechos Humanos de los empleados, proteger los de los miembros de las comunidades en las que operan, e implementar procedimientos y mecanismos de control suficientes.

Derechos Laborales

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), ha emitido más de 200 convenciones en materia de condiciones laborales. Ocho de ellas especifican los cuatro derechos fundamentales de los trabajadores: Libertad de Asociación, prohibición del trabajo forzoso, prohibición del trabajo infantil y no discriminación.

En la Declaración Tripartita de Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social, así como en las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, se incluyen importantes aspectos sobre políticas de empleo en general, como la formación del personal, la gestión de quejas de empleados, y la negociación colectiva, entre otros.

Medio ambiente

Las Naciones Unidas reconocen el desarrollo sostenible como un Objetivo Universal.

Existen importantes tratados y convenciones entre los que se incluyen las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, que especifican asimismo la responsabilidad de las empresas respecto a los efectos que tienen sus procesos, productos y servicios en la calidad del aire, del agua, en el clima y en la biodiversidad. Asimismo, se incluyen una serie de principios generales sobre la preservación del medioambiente tanto en el Tratado Constitutivo de la Unión Europea como en la Declaración de Río de 1992, como son los de principios de cautela y de acción preventiva, el principio de corrección de los atentados al medio ambiente y en el principio de "quien contamina paga".

Protección del consumidor

Las Directrices de las Naciones Unidas para protección del consumidor, se basan en ocho principios que legitiman internacionalmente los intereses de los consumidores: el derecho al acceso a bienes y servicios básicos, el derecho a la seguridad, el derecho a la salud, el derecho a la información, el derecho a elegir, el derecho a ser escuchados y reclamar, el derecho a la educación como consumidor, así como el derecho a la sostenibilidad.

Las corporaciones deberían ayudar a implementar los principios de producción y consumo sostenible, según lo establecido por tratados nacionales e internacionales. El derecho del consumidor a una producción y un consumo sostenibles están especificados, entre otros, en la Declaración de Río, en el Informe Brundtland y en la Unión Europea.

Salud

El Derecho Universal a la Salud está recogido en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

Esto implica, que las empresas y entidades tienen la obligación de contribuir a la no discriminación respecto al acceso a bienes y servicios relacionados con la salud, especialmente para los grupos más vulnerables de la sociedad. Están además obligados a asegurar el acceso a la alimentación, refugio y condiciones de salubridad básicos, así como al suministro de agua potable. Por último, tienen la obligación de proporcionar a las comunidades donde operan, educación y acceso a la información relevante sobre salud y métodos de prevención de enfermedades.

Adicionalmente, las empresas tienen la obligación de garantizar un entorno de trabajo saludable lo que implica la prevención de accidentes y enfermedades

Cadena de valor

Se trata de acciones para garantizar que los procesos de compras, logística de entrada, operaciones y logística de salida no afectan negativamente a las partes implicadas. Esta área de la Responsabilidad Social va desde la apertura universal para realizar compras hasta la identificación y trazabilidad de los productos, pasando por el pago justo a proveedores o el análisis del ciclo de vida.

Filantropía Estratégica e Innovación Social

Se trata de iniciativas a favor de colectivos ajenos a la propia organización. Esta área de la Responsabilidad Social incluye acciones sociales, culturales, deportivas hasta aquellas de apoyo a organizaciones sin ánimo de lucro u otras que tengan alguna utilidad con interés social o de utilidad para diversos colectivos.

Después de lo expuesto hasta ahora, podemos fácilmente entender por qué la Responsabilidad Social es un **concepto transversal**, es decir, que afecta a distintos ámbitos de la gestión de las empresas y las entidades.

1.5. INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas y entidades tienen a su disposición diferentes herramientas para integrar la Responsabilidad Social dentro de sus organizaciones.

Las más utilizadas son las siguientes:

1. **Códigos de Conducta**

Se tratan de declaraciones formales que definen los estándares de actuación ética de las organizaciones que lo suscriben de forma voluntaria.

2. **Guía ISO 26000 sobre Responsabilidad Social**

Publicada el 1 de noviembre de 2010 tras un proceso multistakeholder de seis años de trabajo.

Es un estándar internacional que proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y los temas que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de implementar la responsabilidad social en la actividad y gestión interna de cualquier tipo de organización.

No es una norma certificable sino una guía con recomendaciones y orientación en torno a la RSC.

La ISO 26000 identifica siete materias que incluye la RSC

1. Gobernanza de la organización

2. Derechos Humanos

3. Prácticas laborales

4. Medioambiente

5. Practicas justas de operación

6. Asuntos de consumidores

7. Participación activa y desarrollo de la comunidad.

3. **Pacto Mundial de la ONU**

Iniciativa internacional propuesta por las Naciones Unidas, mencionada por Kofi Annan en la Cumbre Económica Mundial de Davos (enero de 1999) e iniciada un año más tarde durante el Forum Económico Mundial (enero de 2000).

Su objetivo es conseguir un compromiso de libre adscripción de las entidades en responsabilidad social por medio de la implantación de 10 principios basados en derechos humanos, laborales, ambientales y de lucha contra la corrupción.

Las entidades que se adhieran se comprometen a implantar voluntariamente los 10 principios en sus estrategias y en sus operaciones, y a informar a la sociedad de los avances logrados en la implantación de estos principios, a través de la elaboración y publicación anual un documento denominado *Informe de Progreso.*

4. **ISO 14001: gestión medioambiental**

La norma establece los criterios para un sistema de gestión ambiental y se puede certificar. No especifica cuales son los niveles de cumplimiento medioambiental que se

deben alcanzar, pues la norma puede ser utilizada por cualquier organización, independientemente de su sector o actividad.

5. **EMAS**

Sistema Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría elaborado por la Unión Europea. Es una herramienta de gestión para las empresas y otras organizaciones para evaluar, informar y mejorar su comportamiento medioambiental.

6. **Norma UNE 165010 EX**

Norma para la "Ética. Sistema de gestión de la responsabilidad social en la empresa". Desarrollada por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) en 2009 en línea con el proceso de definición de la ISO 26000. Se trata de una guía con criterios para el mejor ejercicio de la Responsabilidad Social de la Empresa. No es certificable.

7. **IQNet SR10**

Sistema de gestión de la Responsabilidad Social desarrollado por IQNet a partir de la norma RS 10 de AENOR a la que sustituye. Es certificable.

8. **Modelo de excelencia EFQM**

Creado en 1991 por la European Foundation for Quality Management (EFQM) es un marco de trabajo no-prescriptivo basado en nueve criterios, que puede utilizarse para evaluar el progreso de una organización hacia la Excelencia. el Modelo EFQM no es un modelo normativo pues no supone ninguna certificación. Su objetivo es dar la posibilidad a las empresas de realizar su propia autoevaluación respecto a la implantación de sus sistema de calidad. El Modelo EFQM se relaciona con las herramientas de la Responsabilidad Social pues admite que “el mejor modo de servicio a los intereses a largo plazo de la organización y a las personas que la integran es adoptar un enfoque ético, superando así las expectativas y la normativa de la comunidad en su conjunto”.

9. **GRI**

Global Reporting Initiative o GRI es una institución *multistakeholder* independiente cuya misión es proporcionar un marco fiable y creíble para la elaboración de memorias de sostenibilidad, que pueda ser utilizado por la organizaciones cualquier sea su tamaño, su sector o su ubicación.

Hoy en día la guía GRI es el principal estándar internacional para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Esta guía describe el contenido general que debe ser integrado en la memoria tanto como los contenidos sectoriales específicos. Consigna un conjunto de Principios, cuya finalidad es garantizar la calidad de la información divulgada, de las Orientaciones para la elaboración de memorias, y también presenta una serie de Contenidos Básicos, formados por Indicadores de desempeño y otros apartados, así como varias pautas sobre aspectos técnicos relacionadas con la propia elaboración de memorias.

10. **AA1000**

La Norma AA1000 fue creada en 1999 por el *Institute of Social and Ethical Accountability*. Es una norma de procedimiento que pretende garantizar la calidad de las rendiciones de cuentas y de las evaluaciones, que puede ser utilizada por todo tipo de organización.
Su principal objetivo es la mejora de la calidad de la información, gracias en parte al dialogo con los grupos de interés de las organizaciones, no analiza los niveles de desempeño de las mismas.

1.6. LOS STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS

Las organizaciones deben tener en cuenta e intentar dar respuesta a las exigencias de sus grupos de interés o stakeholders.

Los grupos de personas que importan a las organizaciones son aquellos que nos puedan pedir cuentas por las consecuencia de nuestros actos, y esos grupos son aquellos que de una u otra forma se vean afectados por nuestras operaciones.

Stakeholder es una persona o grupo de personas, presentes y futuras, que tiene un interés en nuestra organización o que se ven o pueden verse afectados por las operaciones que realizamos. De esta forma, las personas sobre las cuales una organización debe ser responsable y sobre las cuales debe basar su sostenibilidad, son y serán sus stakeholders

La responsabilidad social de una organización pasa por dar cumplida respuesta a las expectativas legítimas de sus stakeholderes y satisfacer las necesidades que aquellos tengan que caigan en el ámbito de influencia de la toma de decisiones de la organización.

Podemos destacar algunos Grupos de Interés más comunes:

1. Socios, accionistas, propietarios
2. Empleados
3. Clientes
4. Proveedores
5. Competidores
6. Agentes sociales
7. Administraciones públicas
8. Comunidad local
9. Público en general

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICADA A LOS GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL

Los Grupos de Acción Local (en adelante, GAL), están regulados por el artículo 34 del Reglamento Europeo nº 1303/2013 por el que se establecen disposiciones comunes relativas a los fondos FEDER, FSE, FC, FEADER y FEMP.

Los GAL son los encargados de concebir y poner en marcha las estrategias de desarrollo local participativo rurales y pesqueras, las cuales determinan y planifican, en un determinado periodo, el desarrollo de los territorios rurales y pesqueros que les son de aplicación.

Los GAL en la Comunidad Valenciana, tienen la forma jurídica de Asociación sin ánimo de lucro, es por lo que la aplicación de una estrategia de Responsabilidad Social en los GAL, tiene mucho que ver con la Responsabilidad Social en las ESAL (entidades sin ánimo de lucro).

Las entidades sin ánimo de lucro son entidades creadas por miembros de la comunidad para ejercer actividades que busquen favorecer el desarrollo de las personas. Estas entidades son creadas basada en el deseo inherente del ser humano "el de hacer el bien", y las personas que participan de estas entidades también son motivadas por esto deseo.

Son características de una entidad sin ánimo de lucro:

- recepción de subvenciones no reembolsables;
- no distribución del resultado positivo a favor de los asociados o de fundadores;
- beneficios fiscales para determinados tipos de ESAL; y
- contribución de forma significativa en la solución de problemas sociales y emergentes.

La entidades sin fines de lucros tienen su sustento financiero originado casi que integralmente de contribuciones y subvenciones aportadas por ciudadanos u organismos públicos. Por esta razón estas entidades necesitan contar permanentemente con el apoyo de la sociedad para continuar existiendo. La mejor forma de una entidad de conseguir apoyo de la sociedad es comunicar con transparencia lo que ocurre en la entidad a todos los interesados.

Un ciudadano para apoyar una entidad desea naturalmente que esta entidad sea socialmente responsable y que comunique su actuación con transparencia, y que los informes suministrados por la entidad sean claros, objetivos y permitan que sea hecho un análisis de los resultados y de la política emprendida por la entidad.

2.1. PRINCIPIOS APLICABLES A ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

Los principales principios sobre los que puede actuar una Entidad Sin ánimo de lucro son los siguientes:

2.1.1. PRINCIPIO DE LA RESPONSABILIDAD POR ACCIONES

El principio de la responsabilidad por acciones está basado en la obligación moral que la entidad tiene de ser responsable por sus impactos en la sociedad y en el ambiente.

La responsabilidad por acciones establece el deber para la entidad de dar respuestas a las autoridades legales, a los afectados por sus decisiones y a la sociedad en general. La entidad debe respuestas a las autoridades legales sobre el cumplimiento de leyes y reglamentos. También debe esclarecer sobre el impacto total de sus decisiones y actividades a todos los involucrados y a la sociedad.

2.1.2. PRINCIPIO DE LA TRANSPARENCIA

El principio de la transparencia determina el deber de la entidad de divulgar informaciones de transparencia de manera clara, equilibrada y realista. Las informaciones de transparencia incluyen informaciones sobre decisiones y actividades ejecutados, políticas, impactos reales y potenciales que la entidad causa a la sociedad y al medio ambiente, informaciones de resultado económico, financiero y patrimonial.

Cumplir el principio de transparencia es poner a disposición de forma accesible las informaciones, para aquellos que fueran, o pueden ser afectados por la entidad. La información es considerada transparente cuando es revelada por la entidad de manera oportuna, factual y accesible presentada de forma clara y objetiva. La transparencia objetiva permitir que los usuarios de la información puedan hacer una evaluación del impacto de las decisiones o acciones practicadas por la entidad.

2.1.3. PRINCIPIO DEL COMPORTAMIENTO ÉTICO

El principio del comportamiento ético está basado en el comportamiento de los recursos humanos de la entidad, que debe ser integro, honesto y equilibrado. Las personas en una entidad, son el principal activo intangible. Son las responsables por la ejecución de las actividades de prestación de servicios. Sus comportamientos y decisiones reflejan el imagen de la entidad frente a los interesados en la misma.

El recurso humano de una entidad tiene el deber de presentar un comportamiento ético, porque las personas que trabajan en una entidad son las responsables por cuidar de los intereses de la misma.

Algunos mecanismos de control que la entidad puede implementar, para certificar que el principio de cumplimento ético sea cumplido por sus recursos humanos:

- Definir claramente las normas y estrategias de comportamiento ético exigido por la entidad por sus recursos humanos;
- Comunicar las normas de comportamiento ético exigido para sus recursos humanos;
- Establecer mecanismos y controles de supervisión del cumplimento de las normas y estrategias de comportamiento ético definidas;
- Incentivar y promover el cumplimento de normas de comportamiento ético para sus recursos humanos;
- Elaborar medidas acerca de la violación de normas éticas cuando estas ocurran y definir las medidas correctivas para soluciones las causas que originaran las violaciones.

2.1.4. PRINCIPIO DE LOS STAKEHOLDER

El principio de los *stakeholders* establece el deber para la entidad de respeto y consideración de los intereses de todas las partes interesadas en la misma.

El cumplimento del principio de los *stakeholders* determina que la entidad debe:

- Identificar a los interesados en la información sobre la entidad, y esta identificación tiene por base aquellas personas que pueden ser o haber sido impactadas por las decisiones y actividades desarrolladas por la entidad;
- Respetar los intereses y las necesidades de información de los *stakeholders*;
- Crear canales de comunicación entre los *stakeholders*; y
- Considerar las opiniones de los *stakeholders*.

2.1.5. PRINCIPIO DE LA REGLA LEGAL

El principio de la regla legal establece el deber de la entidad de respetar lo establecido por ley. Este principio determina la supremacía de la ley, sobre la entidad, debiendo la entidad cumplir todas las leyes y reglamentos aplicables a su actividad. El cumplimento del principio de la regla legal establece que la entidad debe:

- Cumplir con las exigencias legales y reguladoras en todas las jurisdicciones en que opere;
- Reconocer los derechos legales y los interés legítimos de sus usuarios (*stakeholders*);
- Crear mecanismos que garanticen la información de todas las obligaciones legales en que está encuadrada.

2.1.6. PRINCIPIO DE NORMAS INTERNACIONALES

El principio de normas internacionales determina sobre el respeto de la entidad a las normas internacionales relevantes. Estas normas surgen de la voluntad de grupos representantes de la sociedad que velan por el bienestar social y el desarrollo sostenible.

Las normas internacionales representan criterios de expectativas de actuación de las entidades. Estas normas son consensos que establecen formas de tratamiento para asuntos de comportamiento basadas en leyes internacionales universalmente reconocidas.

Son ejemplos de normas internacionales universalmente aceptables: la prohibición de trabajo infantil y protección de los niños y de los adolescentes (OIT, 1973), abolición del trabajo forzoso (OIT, 1957), y promoción de acciones de prevención al medio ambiente.

Las normas internacionales son resultados de encuentros donde asuntos internacionales de relevancia social son tratados. Son ejemplos de encuentros que definen normas de políticas globales, sociales y ecológicas: El Parlamento Europeo, Fórum Mundial, la ONU, la UNESCO, y, OIT la UNICEF.

El respeto al principio de normas internacionales exige que la entidad:

- Se mantenga actualizada sobre los temas que están siendo discutidos por los organismos internacionales y que obedezca las recomendaciones de estos organismos;
- Esforzarse para respetar la norma en los países, donde una norma internacional no es respetada, o sea conflictiva con la ley nacional;
- Revisar las operaciones que realiza en todo los países que actúa para evitar conflictos de leyes internacionales y leyes nacionales;
- Utilizar medios propios y disponibles y unirse con entidades del mismo tipo para implantar acciones e incidir en las autoridades, en el sentido de lograr actuaciones en conformidad con las normas internacionales.

2.1.7. PRINCIPIO DE LOS DERECHOS HUMANOS

El principio de los derechos humanos determina que la entidad debe reconocer la importancia y la universalidad de los derechos humanos en conformidad con lo determinado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Los derechos humanos son universales, aplicables en todos los países, culturas y situaciones, y en caso de la entidad actuar en situaciones donde esta regla no se cumpla, deberá la entidades implantar acciones en el sentido de divulgar e influenciar la discusión junto a la comunidad sobre la necesidad de creación de leyes que protejan las personas en la atención de los derechos universales.

2.2. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

La respuesta a la siguiente pregunta: ¿cómo la entidad puede justificar a las partes interesadas, que cumplió con los principios de responsabilidad por acciones, comportamiento ético, regla legal, normas internacionales y de derechos humanos?, es, siendo transparente en sus informaciones de rendición de cuentas, o sea, comunicando a las partes interesadas el cumplimento de cada principio de manera que estas partes entiendan lo que ocurrió y puedan certificar del cumplimento de cada uno de los principios de responsabilidad social.

Las partes interesadas tienen en el contenido de la rendición de cuentas, puesto a su disposición por la entidad, los datos informativos para comprobar acerca del cumplimento de los principios de responsabilidad social, por parte de la entidad. Siendo así es el cumplimento del principio de la transparencia, quien representa una herramienta de control sobre la entidad, que las partes interesadas pueden utilizar para entender cómo se están siendo empleando los recursos gestionados por la entidad.

La transparencia y la rendición de cuentas son claves para todo tipo de buena Gobernanza. Cuando una entidad sin fines de lucro divulga informaciones de responsabilidad social de forma transparente, está cumpliendo el principio de la transparencia y también está teniendo un comportamiento ético, responsable con sus partes interesadas que tendrán base para hacer un juicio sobre el grado de cumplimiento de los principios de responsabilidad social de la entidad.

Los *stakeholder*, que representan las partes interesadas en la entidad, son entendidos como usuarios de la información suministrada por la entidad y también como los destinatarios del proceso de rendición de cuentas de las entidades sin fines de lucro.

2.3. LOS GRUPOS DE INTERÉS PARA UN GRUPO DE ACCIÓN LOCAL

Los Grupos de Interés o Stakeholders de un Grupo de Acción Local podrían clasificarse del siguiente modo:

ASOCIADOS:

Formado por el conjunto de socios que forman parte de la Asociación. Se les debe rendir cuentas de las actividades que realiza el GAL

JUNTA DIRECTIVA:

Son el órgano de gobierno de la Asociación. Deben hacer cumplir las obligaciones y deberes de la asociación y garantizar el buen funcionamiento de la misma.

EMPLEADOS:

Lo conforma la plantilla de la Asociación. Son los encargados de ejecutar las actuaciones dictaminadas por la Asamblea y la Junta Directiva.

COMUNIDAD LOCAL:

Son el conjunto de habitantes y entidades que vive y opera en los territorios que son objeto del GAL.

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:

Las Administraciones juegan un papel fundamental en el GAL pues son los que dictaminan las Leyes y ordenes por las que se deben regir los GAL.

PROVEEDORES:

Comprende el conjunto de proveedores de suministros y servicios que los GAL contratan para su gestión y trabajo diario.

PROMOTORES AYUDAS:

Son los beneficiarios de las ayudas europeas que gestionan los GAL para el desarrollo local participativo.

3. ¿CÓMO IMPLEMENTAR ACCIONES Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS GAL?

Siguiendo con los principios establecidos en el apartado anterior, los GAL pueden actuar sobre estos 7 principios fundamentales de la siguiente forma:

PRINCIPIO DE LA RESPONSABILIDAD POR ACCIONES	
Base fundamental del principio: Asumir la obligación moral de ser responsable por los impactos causados en la sociedad y en el medio ambiente	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Cómo la entidad puede responder que cumplió leyes y reglamentos? - ¿Cómo la entidad puede esclarecer a sus usuarios sobre el impacto total de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente?	- Divulgar informaciones exigidas por la legislación - Establecer reglamentos de actividades de actuación en conformidad con los objetivos de la entidad - Divulgar informaciones sobre actividades realizadas e impacto social.

PRINCIPIO DE LA TRANSPARENCIA	
Base fundamental del principio: Divulgar informaciones de transparencia de manera clara, equilibrada y realista	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Qué informaciones deben ser divulgadas? - ¿Cómo debe la entidad divulgar sus informaciones?	- Hacer accesible informaciones sobre el cumplimiento de los principios de responsabilidad social. - Divulgar informaciones que respondan a la demanda de información de los interesados en la entidad. - Utilizar instrumentos de comunicación de la información que lleguen hasta sus usuarios

PRINCIPIO DEL COMPORTAMIENTO ÉTICO	
Base fundamental del principio: El deber de la entidad de asegurar que sus recursos humanos tendrán un comportamiento integro, honesto y equilibrado con los usuarios de la entidad.	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Cómo la entidad puede certificar que sus recursos humanos tienen un comportamiento ético? - ¿Cómo puede la entidad informar a la comunidad que sus recursos humanos tienen un comportamiento ético?	- Crear mecanismos de control de actuación de los recursos humanos; - Divulgar informaciones sobre los mecanismos de control existentes en la entidad; - Divulgar informaciones sobre las actividades ejecutadas, divulgar informaciones sobre gastos por actividad ejecutadas.

PRINCIPIO DE LOS STAKEHOLDER	
Base fundamental del principio: Respetar y considerar los intereses de todas las partes interesadas en la entidad	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Cómo la entidad puede respetar y considerar los interés de todas las partes interesadas en la entidad?	- Reconocer los intereses de todas las partes interesadas - Fomentar a los interesados con informaciones que atiendan su demanda para la toma de decisión. - Mantener un *feedback* con las partes interesadas en la entidad.

PRINCIPIO DE LA REGLA LEGAL	
Base fundamental del principio: Respetar lo establecido en las leyes	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Cómo la entidad puede respetar lo establecido en la ley?	- Crear mecanismos que aseguren el cumplimento de la ley y de los reglamentos - Divulgar informaciones sobre el cumplimento de legal.

PRINCIPIO DE NORMAS INTERNACIONALES	
Base fundamental del principio: Deber de respetar a las normas internacionales relevantes, que surgen de la voluntad de grupos representantes de la sociedad, que definen normas para el bienestar social y para el desarrollo sostenible	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Cómo la entidad puede respetar lo establecido en las normas internacionales?	- Conociendo la determinación de las normas internacionales - Divulgar el cumplimento de lo determinado en las normas internacionales.

PRINCIPIO DE LOS DERECHOS HUMANOS	
Base fundamental del principio: Respetar lo determinado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.	
Cuestiones Clave	**Acciones posibles**
- ¿Cómo la entidad puede respetar lo establecido en la Declaración Universal de los derechos humanos?	- Actuando en la defensa y protección de las personas, - Divulgar acciones de actuación de la entidad frente a la protección de los derechos humanos.

4. CATÁLOGO DE ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LOS GAL

Para implantar una estrategia de Responsabilidad Social en los GAL, los mismos pueden implantar estas acciones tipo para una entidad como un Grupo de Acción Local. Cada GAL podrá seleccionar aquellas acciones que le sean de interés de acuerdo a sus principios y valores:

¿Qué acciones se pueden hacer?	¿Cómo se pueden hacer?
Mantener el entorno y las condiciones de trabajo seguras y saludables	• Comprobar de manera sistemática y periódica el cumplimiento de la legislación en materia de seguridad y salud. • Identificar los riesgos potenciales y tomar acciones preventivas. • Asegurarse que todos los puestos de trabajo conocen los procedimientos o indicaciones en materia de salud y seguridad.
Desarrollar las competencias/ recursos para un buen ejercicio del trabajo	• Hablar con los empleados/as sobre las competencias/ recursos profesionales actuales y las precisadas para el buen desarrollo del trabajo. • La inversión en el desarrollo profesional de la plantilla es un componente básico de la gestión de los recursos humanos.
Facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar	• Flexibilidad de horarios, • Reparto equitativo del trabajo • Eliminación o reducción de horas extraordinarias • Fomento del teletrabajo
Fomentar la igualdad de oportunidades	Considerar por principios, desde la selección de personal, la contratación, la retribución, la formación continua, el desarrollo profesional, la participación, la publicidad… que el género, la procedencia cultural, discapacidad, orientación sexual, edad, religión… no afecta a la potencial contribución y a las capacidades que una persona puede aportar al puesto de trabajo.
Dar seguridad en el empleo, pago digno y oportunidades de progreso	• Priorizar el empleo estable y de calidad, frente a la subcontratación o los contratos temporales. • Conocer las habilidades de la plantilla y potenciar su progreso/ estabilidad en la entidad.
Desarrollar la comunicación fluida a nivel interno	• Consultar y dejar participar a la plantilla • Comunicar las decisiones que se toman en relación a los objetivos de la entidad, sobre todo en lo que respecta a la integración de aspectos sociales y medioambientales en los mismos.

Realizar donaciones o patrocinios a ONGs, iniciativas sociales, culturales, deportivas, medioambientales, de cooperación al desarrollo	• Seleccionar causas sociales, medioambientales… locales, regionales o nacionales que sean relevantes o que vuestra entidad sea especialmente sensible a las mismas. • Involucrar a la plantilla en este proceso: selección de los proyectos a apoyar. • Realizar donaciones monetarias o en especie (ordenadores usados, mobiliario de oficina…) a instituciones sociales. • Realizar compras justas o solidarias (por ejemplo.: compras procedentes de Comercio Justo o de Empresas con trabajadores del ámbito de la exclusión). • Evaluar el impacto directo e indirecto de este apoyo. Incluir en las campañas de marketing dicha colaboración: nota en prensa, publicidad, patrocinio o esponsorización de actos…
Voluntariado corporativo	Los empleados/as deben involucrarse en este proceso. Es posible que ellos quieran aprovechar sus competencias profesionales (Know- How) para ayudar a grupos de la comunidad local. Pensar en trabajadores/ trabajadoras más receptivos a estos temas y consultar con ellos como puede concretarse esta acción de voluntariado.
Dar preferencia a proveedores locales	En la selección de proveedores dar preferencia a aquellos situados en el territorio: para mejorar el impacto social y medioambiental de la entidad.
Mejorar el comportamiento ante la administración	• Llevar a cabo una "fiscalidad responsable", evitando prácticas deshonestas en materia de evasión fiscal, pago en plazo, morosidad… • Informarse sobre las iniciativas en sostenibilidad y RSC que está llevando la administración regional o local, y detectar en qué medida poder involucrarse en ellas.
Conocer las cuestiones más relevantes en relación con las Administraciones Públicas	• Contratos o convenios firmados. • Multas o sanciones recibidas y grado de resolución. • Grado de integración en el desarrollo local: empleo joven, regeneración económica… • Adoptar una actitud vigilante con respecto a nuevas exigencias reglamentarias e iniciativas de promoción de la innovación y el desarrollo local sostenible.
Constituir relaciones de mutuo beneficio con proveedores	• Acuerdos de sensibilización conjunta con proveedores o bien asociaciones sectoriales. • Fomentar las relaciones duraderas y de calidad recíproca. • Convenios de colaboración para proyectos de eficiencia e innovación: escuchar las sugerencias de los proveedores y constituir redes de sinergias mutuas y positivas.
Compartir con otras entidades las "buenas prácticas"	• Participar en jornadas que promocionen la RSC • Poner en valor en actos y jornadas, las acciones que se realizan en materia de Responsabilidad Social
Conocer y cumplir las normas/ leyes Medioambientales aplicables	• Consultar y contactar con los organismos competentes en cada nivel administrativo, en materia medioambiental • Estar en contacto con entidades que trabajan con el medioambiente para establecer colaboraciones mutuas
Gestionar el consumo de recursos	• Gestionar el consumo de agua, electricidad, materiales no reciclables, materiales reciclables… • Marcarse objetivos de mejora y evaluar su consecución.

Impulsar Códigos Éticos en la Gestión	• Redactar un Código ético desde la asociación que promueva y garantice el "buen" Gobierno Corporativo.
Suministrar información transparente	• Cuando los socios lo soliciten, o de manera periódica, suministrar información veraz y contrastada referida a los aspectos de la gestión económico- financiera y/ o al ámbito de la RSC. • Aprovechar las herramientas de gran divulgación y bajo coste como la página Web, las Redes Sociales o el correo electrónico. • Realizar informes de triple balance o memorias de sostenibilidad.
Comprometerse expresamente en materia de RSC	Mediante la redacción de la misión/ visión de la entidad, donde aparezca el compromiso expreso de la "Dirección" en cuanto a la aplicación de las políticas de RSC en todos los ámbitos de la asociación y en cuanto a la transparencia a la hora de comunicar la información relevante de la entidad garantizando dichas actuaciones a través del cumplimiento de normas o estándares nacionales e internacionales
Fomentar la comunicación fluida con los Grupos de Interés	• Establecer canales de comunicación fluida y eficiente (recepción y respuesta sistematizadas): teléfono, buzón de sugerencias, correo electrónico… • Crear una base de datos por grupos de interés para tener un registro de la trazabilidad de la relación con los mismos.
Marketing con Causa o promoción con Causa	Realizar campañas de captación de fondos a favor de causas sociales o medioambientales de la comunidad local. Para que sea un éxito y permita la continuidad en la colaboración, lo más conveniente es apostar por la congruencia entre la causa y los intereses de la entidad.