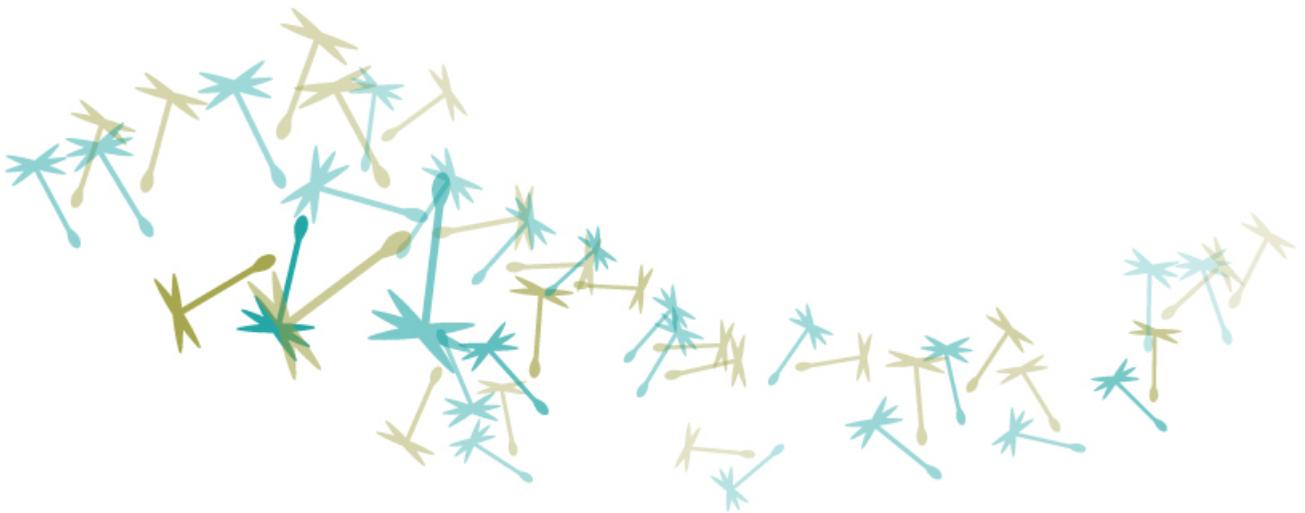


MANUAL DEL
**BALANCE DEL BIEN
COMÚN 5.0**
BALANCE REDUCIDO

Editor: Equipo de redactores de la Matriz EBC



Pie de imprenta

Fecha de realización: diciembre 2017

Redacción: Manfred Blachfellner, Angela Drosig-Plöckinger, Susanna Fieber, Gerd Hofielen, Lutz Knakrügge, Manfred Kofranek, Sigrid Koloo, Christian Loy, Christian Rütter, Dominik Sennes, Regina Sörgel, Moritz Teriete

Traducción: Eider Iturbe, Pedro Olazabal y Philipp Schuster

Corrección: María Amigo



Licencia Creative Commons: este material tiene una licencia Creative Commons en la versión 4.0 Internacional. Para consultar las condiciones de esta licencia, visita <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

Contenido

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción | 5 |
| 1.1. En qué consiste el manual | 5 |
| 1.2. Matriz del Bien Común y Balance del Bien Común | 6 |
| 1.3. Balance Completo y Balance Reducido | 7 |
| 1.4. Informe del Bien Común | 7 |
| 1.5. Niveles de aportación al Bien Común | 7 |
| 1.6. Puntuación basada en el Bien Común | 9 |
| 1.7. Novedades de la matriz 5.0 | 10 |
| 2. Grupos de interés | 11 |
| A Proveedores | 11 |
| B Propietarios y proveedores financieros | 11 |
| C Personas empleadas | 11 |
| D Clientes y otras organizaciones | 12 |
| E Entorno social | 12 |
| 3. Definición de valores por el equipo de redacción 5.0 | 13 |
| Dignidad humana | 13 |
| Solidaridad y justicia | 13 |
| Sostenibilidad medioambiental | 14 |
| Transparencia y participación democrática | 14 |
| A1 Dignidad humana en la cadena de suministro | 15 |
| A1 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro | 17 |
| A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro | 18 |
| A2 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedores | 20 |
| A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro | 21 |
| A3 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro | 23 |
| A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro | 24 |
| B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros | 27 |
| B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros | 30 |
| B2 Aspecto negativo: reparto injusto de los recursos financieros | 32 |
| B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros | 33 |
| B3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente | 35 |

| | |
|--|-----------|
| B4 Propiedad y participación democrática | 36 |
| B4 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil | 37 |
| C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo | 39 |
| C1 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas | 41 |
| C2 Características de los contratos de trabajo | 42 |
| C2 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos | 45 |
| C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas | 46 |
| C3 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable | 48 |
| C4 Transparencia y participación democrática interna | 49 |
| C4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa | 51 |
| D1 Actitud ética con los clientes | 52 |
| D1 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas | 54 |
| D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones | 55 |
| D2 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones | 57 |
| D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios | 58 |
| D3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente | 61 |
| D4 Participación de los clientes y transparencia de producto | 62 |
| D4 Aspecto negativo: No declaración de sustancias/mercancías peligrosas | 64 |
| E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios | 65 |
| E1 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana | 67 |
| E2 Contribución a la comunidad | 68 |
| E2 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal | 70 |
| E2 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción | 70 |
| E3 Reducción del impacto medioambiental | 71 |
| E3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado | 73 |
| E4 Transparencia y participación democrática del entorno social | 74 |
| E4 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia | 76 |

1. Introducción

1.1. En qué consiste el manual

Este manual está dirigido sobre todo a organizaciones interesadas en realizar un Informe del Bien Común. Contiene toda la información necesaria para comprender los temas y aspectos relacionados con la Matriz del Bien Común y hacer una primera autoevaluación.

El manual está bastante resumido. Los lectores deberían tener información suficiente para entender un Informe del Bien Común, valorarlo y llevarlo a cabo, éste es el objetivo fundamental del documento.

El manual se complementa con más información en la web, dirigida principalmente a consultores y auditores certificados por la Asociación Española para el Fomento de la Economía del Bien Común, así como a un público altamente interesado. Su lectura no implica la realización de un Informe del Bien Común.

La información contenida en el documento digital señalado presenta más detalladamente todos los temas relacionados con la Economía del Bien Común (EBC):

- Propósito, historia y objetivos de la Matriz del Bien Común y del Balance del Bien Común
- Revisión de Informes del Bien Común a través de una evaluación *peer* y auditoría
- Detalles sobre la metodología de evaluación y de puntuación basada en el Bien Común
- Novedades de la versión 5.0 de la Matriz del Bien Común
- Posibles usos del Informe del Bien Común y sus beneficios para las organizaciones y consumidores
- El trabajo del equipo de redactores de la Matriz del Bien Común 5.0 y una presentación de los redactores
- Niveles de compromiso y participación de las Organizaciones del Bien Común



1.2. Matriz del Bien Común y Balance del Bien Común

La **Matriz del Bien Común** es un modelo de desarrollo organizacional y valoración de la actividad que realiza una organización. Trata 20 temas relacionados con la Economía del Bien Común y sienta las bases para valorar la actividad de la organización de acuerdo a los fundamentos de la EBC.

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0



| VALOR | DIGNIDAD HUMANA | SOLIDARIDAD Y JUSTICIA | SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL | TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA |
|--|--|--|---|---|
| GRUPO DE INTERÉS | | | | |
| A: PROVEEDORES | A1 Dignidad humana en la cadena de suministro | A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro | A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro | A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro |
| B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS | B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros | B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros | B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros | B4 Propiedad y participación democrática |
| C: personas empleadas | C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo | C2 Características de los contratos de trabajo | C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas | C4 Transparencia y participación democrática interna |
| D: CLIENTES Y OTRAS organizaciones | D1 Actitud ética con los clientes | D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones | D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios | D4 Participación de los clientes y transparencia de producto |
| E: ENTORNO SOCIAL | E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios | E2 Contribución a la comunidad | E3 Reducción del impacto medioambiental | E4 Transparencia y participación democrática del entorno social |

En primer lugar se realiza un **Informe del Bien Común**, es decir, se documenta exhaustivamente la actividad de la organización y su grado de compromiso activo con los 20 temas relacionados con la Economía del Bien Común. Cada uno de los 20 temas es un cruce de los 4 valores fundamentales con los 5 grupos de interés.

En segundo lugar se realiza el **Certificado de Auditoría**, que refleja gráficamente por medio de la Matriz (una página A4) la valoración y puntuación por parte de una persona externa a la organización sobre los 20 temas relacionados con la Economía del Bien Común.

El Informe del Bien Común y el Certificado de Auditoría constituyen juntos el **Balance del Bien Común**. Hay dos herramientas disponibles: la **Plantilla de Informes** para realizar el Informe del Bien Común y la **Calculadora del Bien Común** para obtener la puntuación.

1.3. Balance Completo y Balance Reducido

El Balance del Bien Común se puede realizar de dos maneras:

- **Balance Completo**, que divide todos los **temas** en varios **aspectos** y es obligatorio para organizaciones medianas y grandes a partir del segundo Balance.
- **Balance Reducido**, que trata todos los temas de forma resumida y es apto para microorganizaciones de forma permanente, para organizaciones de 11-50 personas empleadas (equivalentes a tiempo completo) dos veces como máximo, y para organizaciones más grandes sólo una vez.

1.4. Informe del Bien Común

El Informe del Bien Común es una descripción cualitativa de los 20 temas relacionados con la Economía del Bien Común. No existen requisitos formales para su realización, sin embargo la redacción debe ser clara y concisa. Las preguntas introductorias que hay en el manual conducen al tema correspondiente en cada caso y las preguntas valorativas llevan a la información necesaria para realizar la puntuación. Recomendamos en todo caso usar la Plantilla para Informes, ya que facilita mucho el trabajo.

La misma organización determina qué contenido se trata en qué profundidad, eso sí, el contenido debe ser redactado de forma clara y concisa para facilitar las labores de auditoría. Los auditores garantizan estándares de calidad y comparabilidad, por lo que es posible que soliciten a la organización información detallada con el fin de verificar y validar el Informe del Bien Común.

El periodo del Informe del Bien Común cubre dos años. La organización decide si el periodo se basa en el año natural o en el año financiero.

1.5. Niveles de aportación al Bien Común

El objetivo de la valoración es reflejar el impacto de la actividad de una organización en el Bien Común. En el proceso de valoración se analiza la actividad organizacional de acuerdo a una escala de valores. No se trata de una medición, sino de la aplicación de una escala de valores del Bien Común a las actividades concretas de una organización y el análisis de su impacto en los diferentes grupos de interés.

Las actividades organizacionales y su impacto en los grupos de interés se reflejan ampliamente en la Matriz a través de los niveles de aportación al Bien Común. El nivel de punto de partida se da en todos los aspectos. El punto de partida describe la actividad organizacional básica orientada al Bien Común. El punto de partida se corresponde en la mayoría de los casos con los estándares legales, aunque en otros aspectos es más exigente que la normativa vigente. El proceso de valoración se realiza con el apoyo de las notas aclaratorias.

Los indicadores y parámetros presentados en una lista que se encuentra en la información adicional on-line también facilitan la tarea de la valoración. Algunos de estos indicadores son

obligatorios, representan por lo tanto un requisito mínimo. Los indicadores obligatorios se encuentran en este manual.

La valoración se realiza teniendo en cuenta los niveles de aportación al Bien Común (punto de partida, primeros pasos, avanzado, experimentado y ejemplar). Para este fin, debe utilizarse toda la información e indicadores disponibles. Los niveles de aportación al Bien Común siguen una secuencia de cumplimiento, es decir, el nivel experimentado sólo puede alcanzarse una vez superado el nivel avanzado. Sin embargo, esta norma debe aplicarse de forma flexible. Cuando las desviaciones en el cumplimiento sean pequeñas, no significa que haya que bajar el nivel automáticamente. Cada nivel tiene un rango de puntuación, que indica hasta qué punto la organización contribuye al Bien Común y en qué medida se cumplen los criterios del nivel correspondiente:

| Niveles de valoración | Rango de puntuación |
|-----------------------|---------------------|
| Ejemplar | 7 – 10 |
| Experimentado | 4 – 6 |
| Avanzado | 2 – 3 |
| Primeros pasos | 1 |
| Punto de partida | 0 |

La valoración general se construye a partir de la valoración de cada uno de los temas. La valoración detallada depende del tipo de balance que se realice, completo o reducido.

Balance Completo

- Cada aspecto se puntúa entre 0 y 10. Además, debe indicarse la relevancia o ponderación (baja / media / alta / muy alta) que representa la importancia relativa de este aspecto en el tema al que pertenece.
- El tema se valora con la Calculadora del Bien Común, mediante un proceso simple y automatizado que suma los puntos de cada aspecto teniendo en cuenta las ponderaciones de cada uno de ellos. Cuanta más relevancia tenga un aspecto, más influye su puntuación en la valoración total del tema al que pertenece. La valoración de un tema se realiza en una escala de 0 a 10.

Balance Reducido

- Aquí, la evaluación se hace sólo de los temas. La puntuación se asigna de manera análoga a la valoración de cada uno de los aspectos en el Balance Completo. La valoración general de un tema se realiza también en una escala de 0 a 10.

La Matriz del Bien Común da un grado de flexibilidad para que las organizaciones contribuyan a su desarrollo posterior. Queremos estimular a las organizaciones a buscar recursos y nuevos caminos para vivir los valores de la EBC en su organización. Por eso mismo, en cada tema debe realizarse la pregunta general ¿Cómo puedo yo o mi organización fomentar el valor X en relación con el grupo de interés Y? La matriz orienta en las respuestas a esta pregunta para cada uno de los temas y aspectos. Además, formula objetivos claros en algunos casos (por ejemplo, "toma de decisiones consensuadas") y ejemplos de implementación (por ejemplo, "consenso sistémico"). De todas maneras, siempre se mantiene la opción de buscar nuevas maneras propias de cada organización para contribuir a cada aspecto. De esta manera, las organizaciones tienen margen para desarrollar su creatividad y los auditores margen para la valoración.

1.6. Puntuación basada en el Bien Común

Además de la valoración de cada tema se obtiene una valoración global: la puntuación total final. Aunque la puntuación total significa poco en términos de desarrollo organizacional, muchas organizaciones pioneras desean tener como referencia una puntuación, y también es cierto que es importante para las posibles consecuencias jurídicas futuras del Balance del Bien Común.

Hay un máximo de 1.000 puntos del Bien Común y un mínimo de -3.600. El Balance del Bien Común ha sido desarrollado para organizaciones de cualquier sector, tamaño y forma legal, desde asociaciones sin ánimo de lucro, organizaciones familiares de tamaño mediano hasta grupos organizacionales que cotizan en bolsa y Universidades públicas. Cada una de estas organizaciones tiene un impacto muy diferente en la sociedad y entrañan diferentes riesgos asociados a sus actividades respectivas. Para tener en cuenta los diferentes sectores y tamaños de organizaciones, se ha desarrollado una metodología para ponderar los temas según relevancia – consulta la Calculadora del Bien Común para indagar más en la metodología.

Partimos de 20 temas, que se puntúan por igual con 50 puntos máximo cada uno.

La ponderación que se asigna a los temas en la Calculadora del Bien Común depende de los siguientes factores:

- Tamaño de la organización
- Movimientos financieros con proveedores, propietarios y proveedores financieros, y personas empleadas
- Riesgos de impacto social negativo en los países de los principales proveedores
- Sector de la actividad y los riesgos de impactos medioambientales y sociales negativos asociados

La puntuación total máxima posible sigue siendo la misma (1.000 puntos), lo único que varía es el aporte que realiza cada uno de los temas a esos 1.000 puntos dependiendo de la relevancia que tiene cada tema para esa organización en concreto.

1.7. Novedades de la matriz 5.0

Todas las organizaciones que hayan realizado alguna vez un Informe del Bien Común con versiones anteriores de la Matriz del Bien Común, deben tener en cuenta que se han movido algunos aspectos a otros temas y que se han añadido otros nuevos. El objetivo ha sido conseguir una mayor claridad y coherencia lógica, así como cumplir con la Directiva sobre Informes no Financieros de la UE.

No ha desaparecido ningún tema o aspecto contenido en versiones anteriores. Sin embargo, una comparabilidad directa con informes y revisiones anteriores no es posible.

A continuación se describen brevemente los cambios realizados. Para más detalles puede visitar la información on-line.

- Los valores Solidaridad y Justicia se han unificado puesto que había problemas a la hora de solapar la información aportada para un valor y otro, y ambos valores están muy relacionados.
- Los indicadores antiguos A1 y B1 ahora están divididos en cuatro temas cada uno, igual que el resto de grupos de interés.
- Las denominaciones “indicadores” y “subindicadores” se han ajustado a otros estándares y ahora se llaman temas y aspectos.
- El grupo de interés Propietarios se ha unificado con Proveedores Financieros, ya que se encuentra más relacionado con éste que con el grupo de interés Personas empleadas.
- La presentación y estructura en este manual de todos los temas se ha unificado.
- Se ha añadido una definición de los diferentes valores y grupos de interés para aclarar cómo se utilizan estos términos en el manual.
- Los aspectos negativos se han incluido en el tema que más les corresponde.

Los siguientes aspectos se han movido a otros temas:

- Todos los aspectos que se refieren a la remuneración y horario laboral de C1 a C2.
- Los aspectos que se refieren al salario máximo/mínimo y razón salarial de C4 a C2.
- Participación democrática del cliente de D1 a D4.
- Transparencia de producto de D2 a D4.
- Accesibilidad de D4 a D1.
- El aspecto que se refiere a la mejora de los estándares del sector de D5 a D2.
- El aspecto que se refiere a uso de los beneficios orientado al Bien Común de E4 a B2.

Se han añadido los siguientes aspectos positivos:

- Impuestos y prestaciones sociales (E2)

y los siguientes aspectos negativos:

- Abuso de poder de mercado frente a proveedores (A2)
- Impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro (A3)
- Dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente (B3)
- Contratos de trabajo injustos (C2)
- Promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental no responsable (C3)

- Publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas (D1)
- Abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones del mismo sector (D2)
- No declaración de sustancias/mercancías peligrosas (D4)
- Falta de prevención frente a la corrupción (E2)
- Manipulación de la información y falta de transparencia (E4)

2. Grupos de interés

A Proveedores

Este grupo de interés incluye tanto proveedores directos como proveedores indirectos, y por tanto toda la cadena de suministro. Es aplicable a todo producto y servicio adquirido. Toda organización es corresponsable de sus proveedores a través de sus decisiones de compra, la redacción formal de contratos y la posibilidad de influir en ellos.

Esta responsabilidad común depende en la práctica de las relaciones de poder en el mercado y de la longitud de la cadena de suministro. Es esencial cuando se compran productos y servicios especialmente críticos para los procesos de la cadena de suministro y conviene prestar atención si constituyen una gran importancia económica para la organización o si por otro lado constituyen un riesgo para sus propios productos.

Como guía, conviene realizar una lista de los proveedores más importantes de la organización (que signifiquen aproximadamente el 80% del volumen de compra), así como de los productos y servicios adquiridos a estos proveedores en concreto. También deben considerarse productos y sectores en los que existe riesgo de impacto social y medioambiental negativo aunque el volumen de compra sea pequeño.

B Propietarios y proveedores financieros

Los propietarios de una organización tienen derechos de utilización y decisión, pero también por eso mismo responsabilidad. El rol del propietario depende de la legalidad correspondiente.

Los proveedores financieros aportan fondos propios o capital ajeno. Los proveedores financieros son organizaciones de servicios de gestión de pagos, de seguros y de asesoramiento financiero.

C Personas empleadas

El grupo de interés C incluye a todas las personas cuya actividad es esencial para la organización (= esencial para la actividad de la organización). Forman parte del espacio y de la estructura organizativa y social de la organización en uno de los siguientes ámbitos:

- Relación laboral contractual
- Personas que trabajan con un contrato temporal durante un período de al menos seis meses
- Personas que trabajan con un contrato de al menos cuatro horas por semana
- Personas que trabajan con un contrato por obra o servicio de forma periódica y recurrente (por ejemplo, en la campaña de navidad y verano)



D Clientes y otras organizaciones

Este grupo de interés se refiere al destinatario final de la actividad de la organización, por ejemplo el consumidor de los productos y servicios, los minoristas, mayoristas y contratantes.

Cuando hablamos de otras organizaciones nos referimos en primera instancia a las organizaciones que tienen el mismo segmento de mercado y en la misma región, pero también contemplamos el comportamiento y las relaciones de la organización con otras organizaciones de otros sectores y regiones geográficas.

E Entorno social

El grupo de interés E incluye todos los grupos de personas que se ven afectados indirectamente por la actividad de la organización. Se consideran tantos grupos de personas como sea posible y tenga sentido en la práctica. Sin embargo hay diferencias dependiendo de cada valor de la matriz:

- E1: la humanidad como un todo común, incluidas las generaciones futuras (incluye a todas las personas como seres humanos racionales con valores y significado existencial).
- E2: la comunidad como un gran grupo social que comparte un espacio determinado. Éste puede ser físico o virtual (por ejemplo, todas las personas que viven en una región o todos los usuarios de internet). El grupo tiene reglas e instituciones comunes para lograr un entendimiento común. Una organización puede pertenecer a varias comunidades (municipio, región, estado, comunidad científica, etc.).
- E3: entorno ecológico global, incluidos los recursos naturales de las generaciones futuras.
- E4: grupos de interés relevantes para la organización, por ejemplo vecinos u ONGs como “defensores” de los derechos sociales.

3. Definición de valores por el equipo de redacción 5.0

A continuación, queremos transmitir lo que para nosotros significan cada uno de los cuatro valores en los que se basa la Matriz 5.0.

Dignidad humana

La dignidad humana significa para nosotros que cada ser humano es valioso en sí mismo, digno de protección y exclusivamente único, independientemente de su origen, edad, sexo u otra característica. El ser humano y en definitiva todo ser vivo tiene derecho a existir, merece reconocimiento y por supuesto respeto. La persona está por encima de cualquier cosa material. El ser humano se encuentra en el centro. La dignidad humana prevalece sobre la figura de la persona empleada, no debiéndose vulnerar bajo ningún concepto.

Solidaridad y justicia

Solidaridad y justicia son dos valores relacionados entre sí, incluyen la empatía, el aprecio y la compasión por los demás, así como el derecho a la igualdad de oportunidades. Ambos valores están encaminados a reducir la injusticia, compartir la responsabilidad y lograr un equilibrio entre el fuerte y el débil.

La Solidaridad ...

- refleja el principio de que todas las personas tienen derecho a un mínimo de oportunidades y que nadie debe ser dejado atrás.
- ofrece una asistencia mutua y desinteresada a otras personas en casos de emergencia y situaciones difíciles.
- debe considerarse como una obligación y responsabilidad específica de los integrantes de una comunidad. El grupo asume la responsabilidad de proteger a los más débiles.
- se basa en un sentimiento de pertenencia. La Economía del Bien Común entiende el sentimiento de pertenencia como el lazo o vínculo existente entre personas, y no como una forma de diferenciación respecto a otros grupos, como históricamente se ha dado a entender.

La Justicia ...

- describe un objetivo que contempla la repartición adecuada de bienes, recursos y poder, así como de oportunidades y obligaciones.
- se produce a través de mecanismos sociales, como un orden justo de la sociedad, de la economía y del estado. Estos deben estar completamente institucionalizados, consolidados en un marco legal. Esto quiere decir que los actos creadores de justicia no deben surgir sólomente de forma voluntaria, sino que deben ser una obligación y un fundamento básico regulado a nivel legal por el Estado y orientado al bienestar de las personas.



Sostenibilidad medioambiental

La ecología trata de las relaciones de los seres vivos con su entorno, que a la vez representa su medio de vida. Debido a la intervención del ser humano, el medio ambiente se ve actualmente amenazado. Por esta razón, las organizaciones tienen el reto de contribuir al desarrollo sostenible, definido como el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades de la generación actual sin poner en peligro a las generaciones futuras.

La sostenibilidad de los productos y servicios sólo se puede valorar si se analiza su ciclo de vida completo, desde la extracción o la producción de la materia prima (A3), el desarrollo, producción o procesamiento del producto en la organización hasta la entrega (E3) y el uso por parte del cliente final, además de la gestión de los residuos (D3). En el caso de los servicios, puede definirse el ciclo de vida de forma similar.

La sostenibilidad medioambiental se puede mejorar a través de inversiones específicas y a menudo va ligada a un cambio social. En el aspecto B3 se contemplan tanto los impactos sociales como medioambientales de las inversiones, a diferencia de los demás temas que tratan sobre sostenibilidad medioambiental.

Transparencia y participación democrática

La transparencia es un requisito básico para que los grupos de interés puedan decidir democráticamente. La transparencia es la divulgación de toda la información relacionada con el Bien Común sin excepción, especialmente los datos críticos como actas de los órganos de gobierno, salarios, contabilidad interna, decisiones sobre contratos y despidos, etc.

La participación democrática implica la participación del grupo de interés respectivo en las decisiones de la organización, especialmente aquellos que se ven afectados de una forma especial en cada caso. Debe involucrarse a los afectados tanto como sea posible. Hay diferentes grados de implicación y de derecho a participación en la toma de decisiones: diálogos, consultas, derechos de veto, toma de decisión por consenso, etc.

A1 Dignidad humana en la cadena de suministro

Los productos y servicios que la organización compra conllevan multitud de impactos sociales. Éstos pueden ser tanto positivos como negativos. Especialmente importantes son las condiciones laborales de todas las personas empleadas en toda la cadena de suministro. La organización es corresponsable del bienestar de las personas empleadas – también de sus proveedores directos e indirectos.



Pregunta introductoria

- ¿Sabemos si nuestros proveedores vulneran la dignidad humana (por ejemplo, respecto a la calidad de los puestos de trabajo), especialmente nuestros proveedores principales?



Una organización EBC ...

- compra productos y servicios que se han producido bajo condiciones dignas
- presta atención a los riesgos de vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro
- promueve activamente un comportamiento digno en la cadena de suministro



Preguntas valorativas

- ¿Qué productos y servicios compra la organización? ¿Según qué criterios se seleccionan los proveedores?
- ¿Cómo se evalúan los riesgos de impactos sociales negativos en la cadena de suministro?
- ¿Qué certificados tienen los productos comprados?



Indicadores obligatorios

- tabla de productos y servicios adquiridos y su % con respecto al gasto total de compra
- % de productos y servicios producidos bajo condiciones justas



Niveles de valoración

**Ejemplar**

La gestión ética de los suministros es parte de la identidad organizacional y su posicionamiento de mercado. Procesos de compra ética se implementan de manera innovadora en todas las áreas de la organización.

Experimentado

En la organización existen procedimientos de compra que explican cómo se evalúan, seleccionan y apoyan los proveedores de acuerdo a criterios sociales, de tal manera que se cumpla con la política que contiene los valores de la organización. La mayor parte de los proveedores principales tienen condiciones laborales por encima de la media.

Avanzado

La organización implementa las primeras medidas para establecer condiciones laborales dignas en los proveedores. Además, se evalúa toda la cadena de suministro respecto a las condiciones de trabajo.

Primeros pasos

La organización evalúa algunos de los proveedores principales respecto a las condiciones laborales y desarrolla estrategias y/o medidas de mejora. Se cumplen los primeros criterios excluyentes de compra.

Punto de partida

La organización cumple con la ley respecto a las normas laborales por parte de los proveedores. A parte de esto, no hay más compromiso social por parte del proveedor.

**Notas aclaratorias**

Las políticas de compra deben evaluarse según sus procedimientos y/o criterios excluyentes: cómo se identifican los riesgos de impacto social negativo en la cadena de suministro, cómo se evalúan, seleccionan y fomentan los proveedores según sus impactos sociales.

Criterios de Evaluación:

- Los proveedores tienen una política laboral que promueve la dignidad humana (C1).
- Los proveedores mismos tienen una política de compra que promueve la dignidad humana (ver A1).
- Los proveedores tienen una actitud ética respecto al uso de recursos financieros y sus clientes (ver B1 y D1) y contribuyen al Bien Común con sus productos y servicios (ver E1).

Los siguientes puntos pueden ser de ayuda a la hora de hacer la autoevaluación y/o para interpretar correctamente este aspecto:

- Aquellas áreas de la cadena de suministro asociadas a altos riesgos de impacto social

negativo son las más importantes. Cuando una organización, en este tipo de cadenas de suministro, actúa muy por encima del estándar, esto puede influir positivamente en su puntuación.

- Los impactos sociales no suelen ocurrir en los proveedores directos sino mucho antes en la cadena de valor. Por ejemplo, las condiciones laborales de un servicio de TIC probablemente sean menos críticas que las de la producción previa del hardware utilizado. El centro de atención debe ponerse en aquellas partes de la cadena de valor que tienen el impacto mayor.
- A la medida que la organización crece, la política de compras se vuelve más importante y más compleja. De esta manera crecen los riesgos y por tanto la exigencia de políticas y procedimientos para garantizar una compra responsable.
- También se puntúa si solo algunos, muchos o todos los proveedores principales son evaluados o seleccionados de acuerdo a si vulneran – o no – la dignidad humana.

A1 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro

La producción de muchos bienes de uso diario está relacionada con graves problemas sociales. Debido a los procesos de producción globales y complejos, casi no hay ninguna organización ni ninguna persona que pueda evitar toda vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro.

El centro de atención debe ponerse explícitamente en aquellos productos y servicios que tienen un alto riesgo de vulneración de la dignidad humana. Los riesgos pueden deberse al origen de los productos y servicios (por ejemplo, países con estándares laborales bajos) o al sector al que pertenecen.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no se vulnera la dignidad humana en sus proveedores principales?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro

Las organizaciones tienen la responsabilidad de exigir un trato justo y solidario con todos los implicados en la cadena de suministro, así como de facilitararlo y promoverlo. Toda organización puede informarse sobre los riesgos de impactos negativos y posibles irregularidades en su cadena de suministro, comunicar sus criterios de selección y tomar sus decisiones de compra en base a los mismos.



Pregunta introductoria

- ¿Hasta qué punto llega nuestra influencia directa e indirecta para un trato justo y solidario de los implicados en la cadena de suministro?



Una organización EBC ...

- reconoce su corresponsabilidad para promover la solidaridad y la justicia en toda la cadena de suministro y actúa conforme a ella



Preguntas valorativas

- ¿Con qué medidas exige y promueve la organización un trato justo y solidario con todos los implicados en la cadena de suministro?
- ¿Cómo verifica y sanciona la organización posibles riesgos e irregularidades al respecto?



Indicadores obligatorios

- Porcentaje de productos y materias primas adquiridas que llevan un sello que considera criterios de solidaridad y justicia.
- % de proveedores con los que se ha tratado el tema de la justicia y solidaridad, o que fueron seleccionados en base a estos criterios.



Niveles de valoración

Matriz



Ejemplar

La organización opera, en su área de influencia, con soluciones innovadoras para garantizar un trato justo y solidario con todos los implicados. Todos los productos y materias primas adquiridas poseen un certificado a este respecto, y todos los proveedores se seleccionaron en base a un trato justo y solidario con sus grupos de interés.

Experimentado

Al menos la mitad de los productos y materias primas adquiridas poseen un certificado a este respecto.

La cadena de suministro es analizada periódicamente, y en caso de que se encuentren riesgos o irregularidades, se implementan medidas y/o sanciones inmediatamente.

Se han implementado multitud de medidas para apoyar a los implicados a lo largo de la cadena de suministro en la implementación de un trato justo y solidario con sus grupos de interés.

Avanzado

La cadena de suministro es analizada periódicamente, y en caso de que se encuentren riesgos o irregularidades, se implementan medidas y/o sanciones inmediatamente.

Por lo menos un tercio de los productos y materias primas adquiridas poseen un certificado a este respecto, y posibles riesgos e irregularidades son analizados sistemáticamente en la cadena de suministro. La organización exige a sus proveedores un trato justo y solidario con sus grupos de interés y los selecciona en base a ello.

Se han puesto en marcha las primeras medidas para apoyar a los implicados a lo largo de la cadena de suministro en la implementación de un trato justo y solidario con sus grupos de interés.

Primeros pasos

La organización está informándose sobre riesgos y posibles irregularidades respecto a la justicia y solidaridad en su cadena de suministro.

Algunos productos y materias primas adquiridas poseen un certificado que tiene en cuenta la justicia y la solidaridad.

Punto de partida

La organización no considera explícitamente la justicia y solidaridad en su cadena de suministro. La organización cumple con todas las leyes al respecto y no abusa de su poder de mercado.



Notas aclaratorias

“Implicados” se refiere tanto a proveedores directos como indirectos y sus grupos de interés correspondientes. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que no todas las organizaciones tienen la misma capacidad de influencia en su cadena de suministro. En este sentido, hemos de considerar tanto el tamaño como la posición de mercado, además de otros factores.

Algunos riesgos e irregularidades en la cadena de suministro en lo relativo a justicia y solidaridad pueden ser:

- Salarios menores a salarios de subsistencia
- Evitar pago de impuestos de forma ilegítima
- Falta de prevención de la corrupción
- Abuso de poder de mercado

Se debe prestar especial atención a garantizar salarios de subsistencia

Algunas medidas para influir positivamente pueden ser:

- Dialogar, entrevistarse y recibir feedback de proveedores
- Evaluaciones de proveedores
- Elaborar políticas y procedimientos de compra y/o códigos de conducta para proveedores

Ejemplos de sanciones pueden ser:

- Desde suspender la compra de determinados productos hasta terminar las relaciones comerciales.

A2 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedores

Una diferencia de poder de mercado entre organización y proveedor puede conllevar una relación desequilibrada y a la dependencia del proveedor. En concreto pueden ocurrir, por ejemplo, prácticas de *dumping* en los precios o contratos *leoninos* (aquellos contratos en los que las ganancias son sólo para unos y las pérdidas para los otros).



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no se vulneran los valores de solidaridad y justicia en la cadena de suministro así como que no ejerce abuso de poder de mercado frente a sus proveedores?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro

Todas las organizaciones se enfrentan a los impactos ambientales de su cadena de suministro pues éstos también son “adquiridos” por la organización junto con las materias primas, productos y servicios que compra. Por tanto, las organizaciones son corresponsables de la sostenibilidad medioambiental de su cadena de suministro. El objetivo es contribuir a la reducción de impactos ambientales en toda la cadena de suministro.



Pregunta introductoria

- ¿Qué sabemos sobre los impactos ambientales de nuestra cadena de suministro, en especial de nuestros proveedores principales y de los productos y servicios con riesgo ambiental elevado?



Una organización EBC ...

- analiza los impactos ambientales negativos de sus productos y servicios a lo largo de su cadena de suministro.
- selecciona en la compra las opciones más sostenibles.
- renuncia en gran parte a productos y servicios con impactos ambientales elevados.



Preguntas valorativas

- ¿Qué criterios de selección utiliza la organización para materias primas, productos y servicios?
- ¿Cómo se analizan los riesgos ambientales de la cadena de suministro?
- ¿Qué criterios de sostenibilidad ambiental se consideran para seleccionar productos y proveedores?
- ¿Qué diferencias encontramos con otras organizaciones del sector en lo relativo a compra sostenible?



Indicadores obligatorios

- % de productos / servicios que son las alternativas más sostenibles (Best in Class)



Niveles de valoración



Ejemplar

La compra sostenible es parte de la identidad de la compañía y su posicionamiento. En todas las áreas de la organización se han implementado procesos innovadores con respecto a la compra de productos sostenibles y la reducción de los riesgos ambientales de los mismos.

Experimentado

La organización dispone de procedimientos completos para evaluar y seleccionar productos y proveedores de acuerdo a criterios de sostenibilidad ambiental.

Casi todos los proveedores fundamentales cumplen con estándares de sostenibilidad ambiental por encima de la media.

Avanzado

Se han implementado las primeras medidas para reducir los impactos y riesgos ambientales de los productos adquiridos. Se analiza y plantea la reducción del consumo de productos con impacto ambiental negativo.

Primeros pasos

Se analizan los impactos y riesgos ambientales de los productos / servicios adquiridos y se buscan alternativas de menor impacto.

El departamento de compras cumple con los primeros criterios excluyentes de compra.

Punto de partida

La organización cumple con la legislación actual. Por lo demás, no se evalúa a los proveedores según su impacto medioambiental.



Notas aclaratorias

- Para valorar la reducción de los impactos ambientales en la cadena de suministro puede recurrirse a medidas implementadas, certificados ambientales y tecnología utilizada.
- Algunos ámbitos de la organización se caracterizan por tener impactos ambientales elevados en comparación con su significado monetario (ej, movilidad, energía, materias primas, productos agrícolas). Debido a su gran impacto ambiental, debe prestarse especial atención a estas áreas.
- Puede tenerse en cuenta de manera positiva en la puntuación, los casos de organizaciones que se encuentren con cadenas de suministro de gran impacto ambiental, si éstas se encuentran muy por encima del estándar del sector.
- A la medida que la organización crece, la política de compras se vuelve más importante y más compleja. De esta manera crecen los riesgos y por tanto la exigencia de políticas y procedimientos para garantizar una compra responsable.
- Las organizaciones que carecen de conocimiento sobre su cadena de suministro obtienen un puntuación baja. Del mismo modo, si las medidas que se muestran en el

informe del Bien Común sólo conciernen a aspectos individuales o pocos proveedores, también se obtiene una puntuación baja.

- Es útil comparar con otras organizaciones del mismo sector para obtener una impresión de la calidad de las medidas implementadas. Las prácticas habituales del sector se consideran primeros pasos.
- Ejemplos de comportamientos pasivos:
 - no se analizan alternativas de menor impacto ambiental
 - los proveedores no son seleccionados en base a criterios de sostenibilidad ambiental
 - los proveedores no pueden demostrar el cumplimiento de la legislación en procesos de impacto ambiental elevado
 - los procesos de producción de la cadena de suministro no se corresponden con el estado actual de la tecnología

A3 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro

Algunos sectores, productos y servicios están fuertemente relacionados con impactos ambientales desproporcionados. En este caso ponemos el centro de atención en productos y servicios que se caractericen por riesgos elevados.

Los riesgos dependen del lugar de origen (ej, países con bajos estándares/legislación ambiental), pero sobre todo del sector: quema de combustibles fósiles, agricultura y silvicultura (cambio de uso de suelo), energía nuclear, ingeniería genética, pesca (especies en peligro de extinción), etc.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no adquiere productos o servicios que estén asociados a grandes impactos ambientales en la cadena de suministro?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

Las organizaciones son responsables de exigir, promover y apoyar activamente relaciones transparentes y participativas de los implicados en toda la cadena de suministro. Toda organización puede informarse sobre los riesgos de impactos negativos y posibles irregularidades en su cadena de suministro, comunicar sus criterios de selección y tomar sus decisiones de compra en base a los mismos.



Pregunta introductoria

- ¿Hasta dónde llega nuestra influencia directa e indirecta en la cadena de suministro para establecer relaciones transparentes y participativas de todos los implicados?



Una organización EBC ...

- reconoce su corresponsabilidad en la transparencia y participación de toda su cadena de valor y pone los medios para ello.



Preguntas valorativas

- ¿Con qué medidas exige y promueve relaciones transparentes y participativas a lo largo de la cadena de suministro de todos los implicados?
- ¿Cómo comprueba, y sanciona en su caso, posibles riesgos e irregularidades?



Indicadores obligatorios

- % de productos / servicios adquiridos con certificados que tienen en cuenta la transparencia y participación.
- % de proveedores con los que se ha tratado el tema de la transparencia y participación con sus grupos de interés, o que fueron seleccionados por este criterio.



Niveles de valoración

**Ejemplar**

La organización tiene un impacto positivo, en su zona de influencia, gracias a enfoques innovadores que garantizan relaciones justas y solidarias de todos los implicados.

Todos los productos y materias primas adquiridas poseen un certificado a este respecto. Todos los proveedores fueron seleccionados en base a que mantienen relaciones transparentes y participativas con sus grupos de interés.

Experimentado

Al menos la mitad de los productos y materias primas adquiridas poseen un certificado a este respecto.

La cadena de suministro es analizada periódicamente, y en caso de que se encuentren riesgos o irregularidades, se implementan medidas de inmediato y/o sanciones.

Se han implementado multitud de medidas para apoyar a los implicados a lo largo de la cadena de suministro en la implementación de relaciones transparentes y participativas con sus grupos de interés.

Avanzado

Al menos un tercio de los productos y materias primas adquiridas poseen un certificado a este respecto, y posibles riesgos e irregularidades son analizados sistemáticamente en la cadena de suministro.

Se han puesto en marcha las primeras medidas para apoyar a los implicados a lo largo de la cadena de suministro en la implementación de relaciones transparentes y participativas con sus grupos de interés.

Primeros pasos

La organización está informándose sobre riesgos y posibles irregularidades en su cadena de suministro con respecto a transparencia y participación.

Algunos productos y materias primas adquiridas poseen un certificado que tiene en cuenta la transparencia y la participación en la toma de decisiones.

Punto de partida

La organización no se ocupa de manera explícita del tema transparencia y participación en la cadena de suministro pero cumple con la normativa vigente al respecto. No utiliza su poder de mercado.

**Notas aclaratorias**

“Implicados” significa tanto proveedores – directos e indirectos – como sus grupos de interés correspondientes. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que no todas las organizaciones tienen la misma capacidad de influencia en su cadena de suministro. En este sentido, hemos de considerar tanto el tamaño como la posición de mercado,

además de otros factores.

Algunos riesgos e irregularidades en la cadena de suministro en lo relativo a transparencia y participación pueden ser:

- Impedimento u obstaculización a la formación y al trabajo del comité de organización
- Oferta Pública de Adquisición (OPA) hostil

Existen diferentes sellos que garantizan la existencia de comités de organización o sindicatos

Algunas medidas para influir positivamente pueden ser:

- Dialogar, entrevistarse y recibir feedback de proveedores
- Evaluaciones de proveedores
- Elaborar políticas y procedimientos de compra y/o códigos de conducta para proveedores

Ejemplos de sanciones pueden ser:

- Desde suspender la compra de determinados productos hasta terminar las relaciones comerciales.

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros

Una actitud orientada al Bien Común deriva en una ética financiera que entiende el dinero sólo como medio de pago y que no busca el aumento de los ingresos como fin en sí mismo. Por tanto, la actitud ante los recursos financieros debe considerar la dignidad humana por encima de intereses económicos.

Una dotación financiera importante de recursos propios significa tener independencia financiera, nos aporta resiliencia económica y nos protege de influencias externas no deseadas.

Cada crédito que pedimos conlleva directamente que aumentemos el valor creado por nuestra organización. De otro modo no podríamos pagar el préstamo más los intereses. La financiación externa que complementa nuestra financiación debe realizarse a través de financiación solidaria o banca ética.



Pregunta introductoria

- ¿Cómo podemos asegurar una dotación financiera suficiente con medios propios?



Una organización EBC ...

- dirige su gestión financiera de acuerdo a principios éticos.
- trabaja con una estructura de financiación que asegura su orientación ética.
- se esfuerza constantemente por aumentar el porcentaje de fondos propios y por complementar este capital con recursos de socios que también están interesados en la independencia de la organización.



Preguntas valorativas

- ¿Qué posibilidades de aplicación de los beneficios se han considerado?
- ¿Qué porcentaje y formas de financiación pueden implementarse a través de grupos de interés o banca ética?
- ¿Cómo se pueden sustituir los créditos convencionales y disminuir los riesgos financieros?
- ¿Cómo se evalúa a los proveedores financieros en relación a la ética y la sostenibilidad?



Indicadores obligatorios

- % de fondos propios.
- % de fondos propios en el sector.
- Financiación desglosada según tipo de financiación (en miles de EUR)



Niveles de valoración

**Ejemplar**

El porcentaje de fondos propios es ejemplar dentro del sector. Financiación mayoritaria a través de grupos de interés y/o banca ética hasta la completa sustitución de créditos convencionales. Todos los proveedores financieros tienen exclusivamente servicios éticos y sostenibles.

Experimentado

El porcentaje de fondos propios supera la media del sector de forma considerable.

Una parte fundamental de la financiación proviene de financiación solidaria a través de grupos de interés y/o banca ética. Sustitución de los créditos convencionales muy avanzada.

Los proveedores financieros están especializados principalmente en servicios éticos y sostenibles.

Avanzado

El porcentaje de fondos propios es del orden del sector.

Mejora continua en lo relativo a la financiación solidaria a través de grupos de interés y/o banca ética, y la sustitución de los créditos convencionales.

Los proveedores financieros tienen un portfolio importante de productos financieros éticos y sostenibles, están comprometidos con la economía local y no están involucrados en proyectos cuestionables.

Primeros pasos

Se ha elaborado un plan para alcanzar un porcentaje de fondos propios que sea suficiente para garantizar una cobertura de riesgos suficiente. Se han implementado las primeras medidas de dicho plan. La organización se prepara para financiarse a través de grupos de interés y/o banca ética.

Los proveedores financieros tienen algunos productos financieros éticos y sostenibles, están comprometidos con la economía local y no están involucrados en proyectos cuestionables.

Punto de partida

Se ha aportado el capital social marcado por la regulación, y el porcentaje de fondos propios cumple con el mínimo de la legislación vigente. El periodo de amortización de las deudas se orienta según el periodo de amortización de los objetos a financiar. Los proveedores financieros presentan los riesgos de los productos y servicios que ofrecen.

**Notas aclaratorias**

Un porcentaje de fondos propios elevado es importante en casos de compromiso presupuestario importante en activos fijos, y como seguro frente a riesgos como por ejemplo: organizaciones con pocos productos y servicios que generan ingresos, fluctuaciones estacionales, dependencia del clima o de determinados recursos y

competencias. Este aspecto puede perder importancia en modelos de negocio sin activos organizacionales, sin financiación anticipada para gastos, y con ingresos asegurados periódicamente.

Cuanto mayor sea la necesidad de financiación externa, más relevancia adquiere la financiación solidaria. Entre los riesgos adicionales en los créditos convencionales se encuentran por ejemplo: intereses demasiado altos, plazos de reembolso demasiado cortos, riesgos monetarios (créditos con moneda extranjera), fondos de inversión con riesgo, permutas financieras de tipo de interés (swap), etc.

B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros

Un objetivo fundamental consiste en ser justo con cada uno de los grupos de interés. Los costes de la organización son los ingresos de los proveedores, personas empleadas y la sociedad. La continuidad y desarrollo de la organización y el mantenimiento de reservas tienen prioridad a la hora de asignar el superávit de la organización. El reparto de dividendos debe realizarse sólo una vez se hayan garantizado las previsiones de gastos del futuro.



Pregunta introductoria

- ¿Qué importancia tienen los gastos que son ingresos para los grupos de interés?



Una organización EBC ...

- tiene propietarios que dan prioridad al desarrollo de la organización frente a obtener dividendos.
- tiene propietarios con pretensiones a obtener dividendos, y que evitan un reparto de los mismos si esto supone endeudarse.



Preguntas valorativas

- ¿Cuáles de los gastos futuros pueden calcularse y hasta qué punto pueden cubrirse éstos y otros posibles riesgos?
- ¿Qué pretensiones de reparto de dividendos tienen los propietarios y cuál es el motivo?



Indicadores obligatorios

- Beneficios (en miles de euros)
- Gastos previstos en el futuro (miles de euros)
- Gastos estratégicos realizados (miles de euros)
- Altas de activos fijos (miles de euros)
- Aportación a las reservas (miles de euros)
- Reparto de dividendos (en miles de euros, % sobre capital social)



Niveles de valoración

Matriz



Ejemplar

Reparto de dividendos sólo una vez cubierto como mínimo el 90% de los gastos futuros y sin incurrir en una nueva deuda.

Experimentado

Reparto de dividendos sólo una vez cubierto como mínimo el 80% de los gastos futuros y sin incurrir en una nueva deuda.

Avanzado

Reparto de dividendos sólo una vez cubierto como mínimo el 70% de los gastos futuros y sin incurrir en una nueva deuda.

Primeros pasos

Se ha elaborado una lista con los gastos necesarios para asegurar el mantenimiento de la organización. Reparto de dividendos sólo una vez cubierto como mínimo el 60% de los gastos futuros y sin incurrir en una nueva deuda.

Punto de partida

Reparto de beneficios sólo en caso de que haya habido realmente beneficios, teniendo en cuenta las cláusulas necesarias, y sin incurrir en endeudamiento por ello.



Notas aclaratorias

Puede preparar una lista como la que sigue para determinar o estimar los gastos futuros. Las organizaciones unipersonales – o autónomos – incluyen también sus gastos necesarios como persona.

- Mejora de productos y servicios existentes
- Desarrollo de nuevos productos y servicios
- Fidelización de clientes
- Adquisición de nuevos clientes
- Salida a nuevos mercados
- Introducción de venta-online
- Desarrollo personal y profesional
- Desarrollo de la organización
- Procesos organizacionales y digitalización
- Tecnología
- Mantenimiento de activos
- Inversiones de reemplazo
- Nuevas inversiones

B2 Aspecto negativo: reparto injusto de los recursos financieros

La reducción de puestos de trabajo o la deslocalización aún habiendo beneficios son ejemplos de reparto injusto. Del mismo modo, el reparto de dividendos de dos cifras a personas que no forman parte de la organización se considera un reparto injusto.

En caso de duda las pruebas deben ser aportadas por la organización. Es decir, la organización debe demostrar que la reducción de puestos de trabajo está justificada y que se involucra en crear nuevos puestos de trabajo en la región.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no existe un reparto injusto de los recursos financieros?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros

La transformación a una sociedad sostenible exige la consideración de aspectos ambientales en todas las inversiones, en especial el cambio consciente de los flujos financieros a inversiones con impactos positivos en el medio ambiente.

Las inversiones pueden realizarse en proyectos sostenibles directamente o a través de proveedores financieros. A menudo las inversiones sostenibles poseen tanto impactos ambientales como sociales, y por tanto pueden considerarse conjuntamente.



Pregunta introductoria

- ¿Qué impactos ambientales y sociales consideramos en cualquier tipo de inversión?



Una organización EBC ...

- decide sus inversiones considerando la reducción de la huella ecológica.
- cuida de posibles impactos sociales y ambientales también en inversiones financieras y en activos intangibles.
- invierte los recursos financieros en proyectos sostenibles una vez aportada liquidez suficiente a las reservas.



Preguntas valorativas

- ¿Cuáles de nuestros activos tienen potencial para mejorar su impacto ambiental?
- ¿Qué recursos son necesarios para llevar a cabo las mejoras y a qué ayudas/subvenciones podemos acogernos?
- ¿Qué inversiones se han planificado?
- ¿En qué medida participa la organización en la financiación solidaria de proyectos con impacto social y ambiental positivo?



Indicadores obligatorios

- Plan de inversiones incl. las necesidades de rehabilitación o sustitución de activos con criterios ambientales (en miles de euros)
- Rehabilitaciones y/o sustituciones realizadas teniendo en cuenta sus impactos ambientales (en miles de euros y %)
- Proyectos financiados (en miles de euros, % sobre inversión total)
- Fondos ISR (en miles de euros, % inversión total)



Niveles de valoración

Matriz



Ejemplar

Hasta el 100% de la sustitución/rehabilitación necesaria ha sido llevada a cabo. El 100% de las inversiones están destinadas a una mejora importante de los impactos sociales y ambientales de la organización.

Sólo se invierte en proyectos sostenibles o en fondos ISR con criterios excluyentes claros, criterios positivos concretos, rendimientos de capital poco exigentes, e influencia orientada al Bien Común demostrada.

Experimentado

Hasta el 60% de la sustitución/rehabilitación necesaria ha sido llevada a cabo. Más del 80% de las inversiones están destinadas a una mejora importante de los impactos sociales y ambientales de la organización.

Inversión en proyectos sostenibles o en fondos ISR.

Avanzado

Hasta el 30% de la sustitución/rehabilitación necesaria ha sido llevada a cabo. Más del 60% de las inversiones están destinadas a una mejora importante de los impactos sociales y ambientales de la organización.

Mayoría de inversiones en proyectos sostenibles o en fondos ISR.

Primeros pasos

Se han analizado las necesidades de sustitución/rehabilitación del activo existente y se han calculado de manera realista las mejoras que pueden conseguirse a través de nuevas inversiones. La inversión necesaria ha sido estimada. Se invierte parcialmente en proyectos sostenibles o en fondos ISR con criterios excluyentes claros y criterios positivos concretos.

Punto de partida

La organización cumple con todo el reglamento ambiental relevante a su sector y ubicación. Inversiones tradicionales sin productos financieros especulativos.



Notas aclaratorias

Este aspecto puede ser poco o nada significativo para organizaciones que dispongan de pocos activos, patrimonio o instalaciones. Si o bien sólo hay inversiones directas en la organización, o bien sólo inversiones en proyectos externos, puede limitarse la relevancia.

En organizaciones con importantes inversiones en activos puede existir un gran potencial de mejora. La sustitución/rehabilitación necesaria y los potenciales de mejora deben mantenerse actualizados continuamente ya que estos cambian gracias a los proyectos ya ejecutados, las nuevas inversiones, y nuevas soluciones/tecnologías existentes. Si la organización tiene participaciones mayoritarias en otras organizaciones, debe considerarse la inversión en todas las organizaciones.

A menudo las organizaciones alquilan sus activos. La influencia que se ejerce en los arrendatarios se trata en A3.

Si en vez de invertir directamente se deposita el dinero en fondos ISR deben tenerse en cuenta tanto los criterios excluyentes como los criterios de valoración positiva.

B3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente

Las consecuencias ecológicas del uso de recursos perjudiciales para el medio ambiente conllevan la sustitución de tales recursos, y por tanto el abandono de sectores industriales determinados.

El acuerdo de París para la reducción de emisiones de CO₂ comprende objetivos de reducción drásticos para los países ricos y el completo abandono de los combustibles fósiles hasta 2050. En caso de que recursos de este tipo sean fundamentales para el modelo de negocio, la negativa a abandonar y desinvertir en tales recursos conlleva una puntuación negativa en el balance. Las medidas para reducir la dependencia de tales recursos son valoradas en función de su efectividad.

Recursos perjudiciales para el medio ambiente pueden ser combustibles fósiles, energía nuclear, semillas modificadas genéticamente, pesticidas, antibióticos para ganadería, asbesto y otros materiales del reglamento de sustancias químicas.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que su actividad no depende de recursos perjudiciales para el medioambiente o que tiene una estrategia a medio plazo para eliminar tal dependencia?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

B4 Propiedad y participación democrática

Una organización vive del sentido de la actividad organizacional asumida por un grupo de personas, de la visión de futuro compartida y de la colaboración entre ellas.

Esto se logra principalmente gracias a la toma de decisiones colectiva, el co-diseño, y la responsabilidad compartida – en el mejor de los casos con emprendimiento colectivo. Este objetivo puede fomentarse con una forma jurídica adecuada, que facilite la transferencia de participaciones de la organización, para lograr un emprendimiento colectivo real.



Pregunta introductoria

- ¿Cómo definiríamos cómo se vive el “ambiente de comunidad” en la organización?



Una organización EBC ...

- facilita la participación en la toma de decisiones gracias a una gestión transparente de la actividad de la organización y los objetivos planificados.
- prepara a conciencia a los grupos de interés relevantes para la adquisición de participaciones de la organización.
- como organización en continuo aprendizaje desarrolla procesos de decisión colectiva de manera permanente.



Preguntas valorativas

- ¿Quiénes son los propietarios, cuántas participaciones tienen, y qué derechos, obligaciones y responsabilidades se derivan de ello?
- ¿Qué forma de participación democrática y capacidad de acceso a la propiedad tenemos?
- ¿Cómo se asegura el principio de transparencia en la toma de decisión para todos los propietarios? y ¿cuál es la formación que deben recibir los nuevos propietarios para garantizar este principio?
- ¿Cómo ha evolucionado la distribución de la propiedad en los últimos años, y cómo se afianzan los cambios?



Indicadores obligatorios

Distribución del capital propio dentro de cada uno de los siguientes grupos %.

- Empresarios/as
- Directivos/as
- Personas empleadas
- Clientes
- Proveedores
- Otros
- Inversores que no trabajan en la organización



Niveles de valoración

Matriz



Ejemplar

Todos los propietarios forman parte de algún grupo de interés de la organización, siendo las personas empleadas quienes poseen la mayoría de la propiedad y los derechos de voto. Al mismo tiempo, los derechos de voto de personas individuales o grupos están limitados de tal manera que no es posible que controlen únicamente la organización.

Experimentado

La organización lleva al menos tres años con la forma jurídica existente. Se promueve que la propiedad esté más distribuida con más personas, más participaciones, y más grupos de interés. Existe una tendencia clara que muestra que la propiedad está cada vez más distribuida. Todos los propietarios son formados a conciencia para su nuevo papel.

Avanzado

Gracias a una forma jurídica que facilita la participación en la propiedad de los grupos de interés, la propiedad está distribuida en – como mínimo – tres personas empleadas. Todas las personas que poseen participaciones disponen de información y conocimiento suficiente para la toma de decisiones. Se realizan formaciones colectivas sobre dirección y participación en la organización.

Primeros pasos

Se están elaborando planes para:

- la participación democrática en la organización
- adaptar la forma jurídica de tal manera que se facilite la transmisión de propiedad
- redactar la regulación de responsabilidades

Punto de partida

La distribución de la propiedad existente está formada por sus fundadores y / o sucesores.



Notas aclaratorias

Personas empleadas se refiere a los empresarios que trabajan en la organización, las directivas y resto de personas empleadas.

B4 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil

La necesidad de crecimiento del sistema económico actual conlleva que las organizaciones que no pueden crecer gracias a su propia fuerza, compren a la competencia, pongan barreras de mercado y/o barreras tecnológicas. Una OPA hostil se produce cuando la compra de la organización se realiza en contra de la voluntad de la junta directiva, de la mayoría de las personas empleadas y otros grupos de interés relevantes. La unión de mutuo acuerdo no presenta ningún problema siempre y cuando la dirección, las personas empleadas y grupos de interés relevantes de ambas organizaciones apoyen la propuesta.

Debe considerarse hasta qué punto incentivos financieros de las personas con capacidad de decisión (beneficios personales) han influido en la aprobación.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no ha realizado ni recibido una OPA hostil?
En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo

La dignidad humana sentida y vivida en una organización se constata en una cultura organizacional que se construye en base al respeto, la confianza y el aprecio. La diversidad en la plantilla se considera una oportunidad. Se establece un ambiente de trabajo que fomenta la salud y la seguridad. La organización pone en el centro a las personas y éstas no son consideradas como factores de producción.



Pregunta introductoria

- ¿Qué entendemos en nuestra organización por dignidad humana en la vida laboral y cómo podemos cuidar de la dignidad de las personas en nuestra organización?



Una organización EBC ...

- practica una comunicación y cultura organizacional abierta y respetuosa.
- cuida de que sus personas empleadas tengan posiciones acordes con sus virtudes personales, establece ciertos márgenes para organizarse autónomamente y fomenta el desarrollo profesional y personal de todas las personas empleadas.
- considera la diversidad un recurso.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo describiría la cultura organizacional de la organización?
- ¿Qué medidas se han implementado para fomentar la salud y seguridad en el trabajo, y cómo se evalúan?
- ¿Qué papel juega la diversidad en la incorporación y trato con las personas empleadas, y qué acuerdos y medidas tiene ya incorporadas la organización?



Indicadores obligatorios

- Antigüedad media en la organización
- Formaciones de desarrollo profesional y personal impartidas a las personas empleadas: contenido y horas de trabajo por persona empleada y categoría laboral
- Tasa de baja por enfermedad (desglosada por edad), número de días en los que las personas empleadas van al trabajo a pesar de estar enfermos.
- Cantidad y gravedad de los accidentes de trabajo.
- Formaciones impartidas a las personas empleadas sobre diversidad: contenido y horas por persona empleada
- personas empleadas desglosados por categoría laboral atendiendo a criterios de diversidad (ej, edad, género, etnia, necesidades especiales, orientación sexual, religión – siempre que sea relevante)
- Cantidad de bajas de paternidad y maternidad en meses



Niveles de valoración

**Ejemplar**

Soluciones innovadoras y/o integrales para una cultura organizacional orientada a las personas empleadas, mejorar la salud en el puesto de trabajo y fomentar la diversidad están implementadas y asimiladas perfectamente por la organización y las personas empleadas.

Experimentado

El éxito de las medidas implementadas para fomentar una cultura organizacional orientada a las personas empleadas, mejorar la salud en el puesto de trabajo y fomentar la diversidad es fácilmente reconocible. Las medidas han sido implementadas ampliamente.

Avanzado

Se han implementado las primeras medidas para fomentar una cultura organizacional orientada a las personas empleadas, mejorar la salud en el puesto de trabajo y fomentar la diversidad.

Primeros pasos

Es la primera vez que la organización se ocupa de este aspecto. Se han planificado mejoras concretas para fomentar una cultura organizacional orientada a las personas empleadas, mejorar la salud en el puesto de trabajo y fomentar la diversidad.

Punto de partida

Cultura organizacional tradicional. Ninguna acción en especial para mejorar la salud en el puesto de trabajo y fomentar la diversidad en la organización.

**Notas aclaratorias**

Una cultura organizacional orientada a las personas empleadas se hace patente con, por ejemplo:

- Respeto, aprecio, tolerancia al error, afrontando los conflictos de manera constructiva:
 - Espacios de cohesión en los que compartir emociones o estados de ánimo.
 - Celebración de éxitos.
 - Considerar los errores como aprendizajes.
 - Considerar los conflictos como oportunidad para encontrar una solución mejor.
 - Las personas empleadas tienen competencias para resolución de conflictos.
- Desarrollo personal, posiciones acordes al talento del personal y sentido del puesto de trabajo:
 - A las personas empleadas se les ofrece gran variedad de posibilidades para fomentar su desarrollo personal y profesional.
 - La asignación de tareas y posiciones en el trabajo se realiza en base a las virtudes fuertes y talentos de las personas empleadas. las personas empleadas encuentran sentido en lo que hacen.

- Distribución de tareas, organigrama y organización autónoma:
 - Las personas empleadas tienen claras sus responsabilidades y tareas.
 - Las personas empleadas asumen gran parte de la responsabilidad, es decir, que pueden tomar decisiones por sí mismos con responsabilidad.

Puestos de trabajo saludables se pueden conseguir gracias a:

- Medidas respecto a seguridad laboral, como por ejemplo puestos de trabajo saludables y ergonómicos (luz, muebles ergonómicos, campos electromagnéticos, calidad del aire, protección contra accidentes, ruido) y prevención de accidentes.
- Profilaxis y prevención, concienciación y formaciones: prevención de adicción, alimentación, deporte, profilaxis para burnout, stress y depresión, y reincorporación.
- Coaching, acompañamiento, mediación, gestión de crisis y conflictos
- Dirección y salud: sensibilización de la directiva sobre salud física y mental en el puesto de trabajo y sobre seguridad laboral
- Medidas para apoyar a personas empleadas que debido a un accidente, enfermedad, o cuidados especiales, ya no pueden realizar su trabajo como antes
- Identificación de grupos en riesgo y medidas para disminuir los riesgos

C1 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas

Condiciones de trabajo indignas se encuentran en las antípodas de una cultura organizacional orientada a las personas empleadas. Debe fomentarse la concienciación y sensibilización sobre entornos laborales indignos.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no existen estructuras o comportamientos que faciliten unas condiciones de trabajo indignas?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

C2 Características de los contratos de trabajo

Los contratos de trabajo regulan la cooperación entre la organización y las personas empleadas. Los contratos y la asignación de recursos como la remuneración, tiempo, seguridad o medidas de conciliación tienen una influencia considerable sobre las personas empleadas en su disposición a trabajar, su sensación de seguridad, y su bienestar. El objetivo es disponer de contratos de trabajo que se ajusten a las necesidades individuales y que sean diseñados con las mismas personas empleadas.



Pregunta introductoria

- ¿Cómo se pueden adaptar nuestros contratos de trabajo a las necesidades individuales de cada uno y a la vez ser justos y solidarios?



Una organización EBC ...

- mejora las condiciones de trabajo reguladas en los contratos continuamente.
- facilita la personalización de los contratos de trabajo.
- expone abiertamente a todas las personas empleadas las bases de las condiciones de trabajo.
- autoriza a las personas empleadas a tomar decisiones de gran alcance por sí mismas.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo se asegura la organización de que todas las personas empleadas obtienen una remuneración digna acorde con los costes de vida de la región en la que viven?
- ¿Qué posibilidades existen en la organización para que cada persona empleada pueda fijar su remuneración?
- ¿Cómo se registran las horas y se reparten las cargas de trabajo en la organización?
- ¿Qué papel tienen las horas extras en el éxito de la organización?
- ¿Cómo se pueden ampliar las posibilidades de las personas empleadas de participar en la sociedad?
- ¿Qué flexibilidad en el horario hay en la organización para que las personas empleadas puedan organizarse por sí mismos?
- ¿Qué tipos de contrato laboral ofrece la organización?
- ¿Qué medidas dispone la organización para garantizar la conciliación entre la vida laboral y personal?



Indicadores obligatorios

- Remuneración más alta y más baja (y razón de las mismas)
- Remuneración mediana
- Remuneración digna según ubicación (para todas las ubicaciones de la organización)
- Horas semanales (ej. 38 horas)
- Horas extras realizadas



Niveles de valoración



Ejemplar

Se ha desarrollado un proceso para que cada persona empleada pueda fijar los apartados fundamentales de su contrato de trabajo. Estos apartados se adaptan caso a caso de acuerdo a las necesidades individuales y es fijado por las personas empleadas.

Experimentado

La razón entre la máxima y la mínima remuneración no supera 1:5 y las horas semanales no son superiores a 30. Ambos acuerdos pueden ajustarse a las necesidades de la organización si es legitimada por todos las personas empleadas.

Avanzado

Se han implementado medidas para garantizar una remuneración digna acorde con los costes de vida de la región en la que se encuentra. Se fomentan medidas y formaciones para que las personas empleadas gestionen de manera consciente su horario laboral y las horas extras.

Las personas empleadas pueden elegir entre diferentes tipos de contrato.

Primeros pasos

Análisis y diálogo periódico sobre una estructura salarial justa, distribución de la carga de trabajo, horarios laborales, y tipos de contratos.

Punto de partida

Se cumple con las exigencias mínimas de la regulación.



Notas aclaratorias

Menos en los casos en que sea señalado de otra manera, entendemos por remuneración, la remuneración bruta mensual. En países u organizaciones en las que existan más de 12 pagas, deben repartirse las pagas extraordinarias de manera proporcional.

Consideramos remuneración cualquier pago en dinero o en especie, que surge de la organización a la persona empleada. Dentro de estos pagos se encuentran:

- pagos fijos y variables
- pagas extras
- bonos
- reparto de beneficios
- prestaciones sociales voluntarias

La razón entre la remuneración más alta y más baja incluye a todos las personas empleadas (véase la definición del grupo de interés personas empleadas).

La remuneración digna (o salario digno) no se corresponde con el salario mínimo. El

salario digno debe determinarse para cada ubicación de la organización, de tal modo que se puedan considerar los costes de vida de cada región.

Las horas semanales definidas en la organización se refieren a contratos de tiempo completo y sirven como referencia para los contratos a tiempo parcial.

Las horas extras deben compensarse, en principio, con horas libres. Para optimizar los procesos puede hacerse uso de horas extras siempre y cuando no sobrepasen de manera permanente el 10% de las horas semanales. Si no puede demostrarse el registro de las horas extra o estimarse de forma realista, se toman 4 horas semanales por defecto.

El modelo de referencia representado por los directivos y gerentes acogándose a las medidas descritas previamente debe ser considerado especialmente.

Puede limitarse el poder de las personas empleadas para establecer las condiciones de su contrato siempre y cuando se encuentren cuestiones de importancia para la existencia de la organización (de acuerdo con el comité de organización u otra comisión legitimada)

“Legitimada por todas las personas empleadas” significa que todas las personas empleadas pueden decidir otra regulación del horario laboral por consenso o de forma democrática.

C2 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos

En contratos de trabajo en los que se pone en peligro los medios de vida de las personas empleadas o en los que se aumenta el riesgo sólo por parte de las personas empleadas, como por ejemplo ocurre en contratos de trabajo verbales, debe evitarse esta explotación que parte de una situación de necesidad. Se trata de explotación por parte de la organización y de autoexplotación por parte de las personas empleadas.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no existen contratos de trabajo en la organización que permitan la explotación de las personas empleadas?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas

Las organizaciones pioneras son multiplicadores fundamentales para fomentar la conciencia medioambiental de las personas empleadas. De ahí que la política de incentivos y la función de la organización como ejemplo a seguir juegen un papel clave en la promoción de la responsabilidad medioambiental en el día a día de las personas empleadas.



Pregunta introductoria

- ¿Qué medidas ponemos en marcha para fomentar comportamientos respetuosos de las personas empleadas con el medio ambiente?



Una organización EBC ...

- desarrolla y promueve la conciencia y responsabilidad medioambiental de las personas empleadas.
- sienta las bases necesarias para implementar proyectos que fomentan la responsabilidad medioambiental.
- contribuye a la implementación de medidas en relación a aspectos ambientales fundamentales gracias tanto a su cultura organizacional como a sus procesos internos.



Preguntas valorativas

- ¿Cuánto valora la organización la procedencia local y ecológica de la alimentación en el puesto de trabajo, y cómo se refleja en el día a día?
- ¿Qué medio de transporte usan las personas empleadas para llegar a su puesto de trabajo?
- ¿De qué estrategia dispone la organización en lo relativo al comportamiento medioambiental de las personas empleadas (también en su vida privada)? ¿se imparten formaciones al respecto?



Indicadores obligatorios

- % de alimentación ecológica
- % de trayectos en coche, transporte público, bicicleta y a pie
- Grado de asistencia a las formaciones en materia ambiental por parte de personas empleadas en %



Niveles de valoración

**Ejemplar**

Alimentación vegetariana principalmente, alimentos preferentemente locales y de temporada.

Pequeño porcentaje de trayectos al puesto de trabajo en coche, viajes de organización siempre con la opción de menor impacto.

Selección de personal teniendo en cuenta la conciencia medioambiental de los aspirantes.

Experimentado

Alimentación vegetariana local y de temporada en su mayoría.

Porcentaje de trayectos al puesto de trabajo en coche reducido, viajes de organización considerando opciones de bajo impacto.

Oferta formativa en relación a conciencia medioambiental

Avanzado

Declaración política por escrito de la organización sobre alimentación sostenible, política de movilidad sostenible, e integración puntual de cuestiones medioambientales en la formación

Primeros pasos

Primeros pasos en la promoción de cuestiones medioambientales, p. ej. hay un grupo de consumo, la dirección tiene un comportamiento ejemplar, etc.

Punto de partida

No existen medidas que se encuentren en contradicción con llevar un comportamiento medioambiental responsable.

**Notas aclaratorias**

La implementación de las medidas puede realizarse de infinidad de formas dejando espacio para la creatividad y la innovación de las organizaciones:

- El tamaño de la organización es decisivo en este aspecto. No es de esperar que haya cantinas en organizaciones pequeñas – pero sí pueden tomarse algunas medidas, por ejemplo organizar un grupo de consumo para las personas empleadas.
- Existe una opción vegetariana o descuentos en restaurantes ecológicos.
- Integrar los aspectos ambientales en la formación que ofrece la organización, talleres de huella, talleres para realizar el Balance del Bien Común familiar, etc.
- Aporte económico para personas empleadas por ejemplo para mejorar la eficiencia energética de sus casas
- Incentivos económicos para favorecer el uso de transporte público
- Política de coches de organización (<130 g CO₂/km)
- Teletrabajo
- Ventajas para personal que comparte coche
- Disponibilidad de bicicletas de organización y parking.
- “Principalmente” se refiere a más de 66% y “en su mayoría” a más de 50%

C3 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable

Se puede reconocer en la organización que se toleran actitudes medioambientales no responsables o que incluso se promueve un uso no adecuado de los recursos. Estos comportamientos no son sólo perjudiciales por su impacto directo, sino también por el ejemplo que muestran a la sociedad.

Por ejemplo...

- Coches de organización > 180 g CO₂/km
- Reglas del tipo "viajar en avión para ganar tiempo"
- Productos de consumo que están excesivamente empaquetados habiendo otras alternativas (ej: cápsulas de café, comida empaquetada, etc.)
- Prohibición de productos más sostenibles (ej. papel reciclado)



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que ni se promueve ni se tolera una actitud medioambiental irresponsable?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

C4 Transparencia y participación democrática interna

La organización es un lugar de participación y colaboración activa para todas las personas empleadas. Todas las personas empleadas pueden aportar ideas, sugerencias e impulso y con ello asumir responsabilidad aportando a la organización. De esta manera aumenta el sentimiento de pertenencia y se aprovechan los conocimientos de todos.



Pregunta introductoria

- ¿Cómo vivimos en nuestra organización el valor transparencia y participación?



Una organización EBC ...

- presenta a las personas empleadas de forma transparente y clara todos los datos críticos y fundamentales.
- los directivos son legitimados y evaluados por las personas empleadas.
- da libertad a cada equipo para tomar decisiones y hacerse responsable de las mismas.



Preguntas valorativas

- ¿Qué datos y de qué manera son accesibles para las personas empleadas?
- ¿Quién y cómo se selecciona, evalúa o despide a la dirección?
- ¿En qué decisiones y cómo pueden participar las personas empleadas?
- ¿Qué experiencias previas ha habido con la participación de las personas empleadas en la toma de decisiones?



Indicadores obligatorios

- Grado de transparencia de los datos críticos y fundamentales (estimación en %)
- Porcentaje de directivos que son legitimados por sus personas empleadas a través de consulta/diálogo/contribución/participación.
- Porcentaje de decisiones que se toman con consulta/colaboración/participación de las personas empleadas.



Niveles de valoración



Ejemplar

Todos las decisiones fundamentales (incluida selección de la dirección) se toman con las personas empleadas por consenso: la participación de las personas empleadas forma parte de la cultura organizacional.

Todos los datos críticos y fundamentales son transparentes y fácilmente accesibles y entendibles para todos las personas empleadas. La transparencia forma parte de la cultura organizacional.

Experimentado

Algunas decisiones (incluida selección de la dirección) se toman con las personas empleadas por consenso desde hace algunos años.

La mayoría de los datos críticos y fundamentales son transparentes y fácilmente accesibles y entendibles para todos las personas empleadas. La transparencia forma parte de la cultura organizacional desde hace años.

Avanzado

Consulta y/o participación de las personas empleadas en temas y decisiones fundamentales (incluida selección de la dirección).

Algunos datos críticos y fundamentales son transparentes y fácilmente accesibles y entendibles para todos las personas empleadas. Desde hace uno – dos años se implementan medidas de forma estructurada para aumentar la transparencia.

Primeros pasos

La organización aborda el tema transparencia y la participación, y tiene un plan concreto para aumentarla.

Punto de partida

Nivel de transparencia acorde a la legislación.



Notas aclaratorias

- Decisiones fundamentales son por ejemplo: presupuesto, nuevas contrataciones, despidos, decisiones a largo plazo, decisiones que afectan a la mayoría de personas empleadas, o decisiones que afectan al día a día de los mismos.
- “Por consenso” se refiere a diferentes procesos que buscan un acuerdo de todos los participantes lo más mayoritario posible, por ejemplo sociocracia o consenso sistémico.
- En organizaciones de hasta 10 empleados los directivos no tienen por qué ser legitimados por las personas empleadas pero sí deben ser evaluados.

C4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa

Este aspecto tiene en cuenta todas las medidas que impiden que un comité de empresa pueda realizar sus tareas. Si no hay comité de empresa, debe comprobarse si las personas empleadas pueden ejercer al menos los mismos derechos de participación que si tuvieran comité de empresa. Todo lo que se encuentre por debajo de estos derechos de participación puede interpretarse como impedimento.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no existe impedimento del comité de empresa? En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

D1 Actitud ética con los clientes

Los clientes se encuentran en primer plano como personas con sus necesidades y deseos, y no como medios potenciales para aumentar los ingresos. El objetivo consiste en satisfacer las necesidades o deseos reales de los clientes. Este tema abarca desde el desarrollo de producto orientado a los clientes hasta garantizar niveles de accesibilidad, pasando por mantener una comunicación horizontal y bidireccional. Una actitud ética con los clientes conlleva renunciar a ingresos o beneficios, si nuestros productos/servicios no están alineados con los intereses de los clientes.



Pregunta introductoria

- ¿Qué valores y principios guían nuestra relación con los clientes y cómo los implementamos – desde el desarrollo de producto hasta el cuidado del cliente pasando por la adquisición de los mismos?



Una organización EBC ...

- cuida de mantener una actitud ética con sus clientes manteniendo una relación horizontal, transparente y honesta, facilitando la satisfacción de necesidades.
- diseña tanto sus productos / servicios como la comunicación 100% accesible – desde el uso del producto hasta el acceso a la información y el lugar de compra.
- prescinde de publicidad engañosa y no oculta información para obtener ventajas de mercado.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo se realiza la adquisición de clientes nuevos y cómo se trata con los clientes fijos?
- ¿Cómo asegura la organización que la satisfacción de las necesidades del cliente tiene prioridad al aumento de los ingresos de la organización?
- ¿Qué grupos de personas tienen problemas de accesibilidad a nuestros productos y servicios? ¿Qué hacemos para que estos grupos de personas puedan acceder a ellos?



Indicadores obligatorios

- Presupuesto de marketing, ventas y publicidad: gastos de acciones y campañas.
- Modo de pago a la fuerza de ventas: parte fija y variable en %
- Existencia de objetivos de venta por parte de la organización: sí/no
- % de facturación proveniente de la compra de grupos vulnerables



Niveles de valoración

**Ejemplar**

La actitud ética con los clientes forma parte de la posición de mercado de la organización. Desde hace años se implementan soluciones innovadoras en la comunicación y eliminación de barreras con los clientes.

Experimentado

Además de las políticas del punto anterior, se verifica y mejora la comunicación horizontal que se realiza con los clientes para satisfacer sus necesidades. Políticas de accesibilidad están implementadas en gran parte de la organización.

Avanzado

De forma obligatoria se aplican políticas y procedimientos de actitud ética con los clientes tanto en la adquisición como en el cuidado de los mismos. Del mismo modo se implementan de forma obligatoria soluciones para grupos vulnerables.

Primeros pasos

La organización aborda de forma activa tanto su oferta de productos y servicios, como la adquisición de nuevos clientes y el cuidado de los clientes actuales teniendo en cuenta sus necesidades reales. Asimismo se está identificando a los grupos vulnerables relevantes.

Punto de partida

La organización cumple con la normativa de competencia, mantiene una comunicación honesta con los clientes y no realiza publicidad comparativa.

**Notas aclaratorias**

Los niveles de valoración son asignados de acuerdo a tres cuestiones:

- Publicidad:
 - información aportada en la página web
 - publicidad boca a boca gracias a las experiencias positivas de clientes previos
 - una publicidad ejemplar informa de forma clara, auténtica y cuidadosa. La iniciativa debe partir de los clientes, es decir, que la publicidad sólo se envía si antes ha habido un consentimiento explícito por parte del cliente potencial (*permission marketing*)
- Proceso de venta:
 - la satisfacción del cliente tiene prioridad al aumento de ingresos de la organización, es decir, que sólo se ofrecen productos y servicios que se corresponden con las necesidades del cliente. Dado el caso, la organización recomienda productos y servicios de otras organizaciones del sector.
 - la remuneración de la fuerza de ventas no depende de las cantidades vendidas. las personas empleadas no se encuentran bajo presión para vender.
 - los datos de los clientes se tratan cuidadosamente, es decir que sólo son

utilizados internamente – no se envía datos a otras organizaciones a no ser que sea necesario para el producto o servicio.

- Servicio posventa:
 - el servicio al cliente es fácilmente accesible
 - soluciones prácticas para los clientes, por ejemplo posibilidad de devolución y reembolso del precio.
 - contratos sin permanencia que permitan al cliente elegir libremente
 - los clientes actuales tienen las mismas ventajas que los nuevos clientes

Caso especial para start – ups:

Publicidad “activa” en start – ups no se valora negativamente, siempre y cuando provea de información adecuada y neutral.

Con grupos vulnerables nos referimos por ejemplo a hogares con pocos recursos económicos, personas con dificultades de aprendizaje, personas con necesidades físicas especiales, personas mayores, personas con otra lengua materna, personas con poca formación, personas con dificultades en el uso de la tecnología.

B2B: ONGs, organizaciones pequeñas, medianas y locales que se comprometen especialmente con el Bien Común obtienen al menos las mismas condiciones y servicios que grandes organizaciones.

D1 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas

La siguiente lista muestra algunos ejemplos: hechos falsos, encubrimientos, greenwashing, publicidad de masas, vender “status”, publicidad con estereotipos, promover hiperconsumo, publicidad intrusiva, etc.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no se realiza publicidad engañosa ni acciones comerciales no éticas?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones

La cooperación y la solidaridad con otras organizaciones se basa en una actitud de aprecio, así como en un trato igualitario y horizontal.

La competencia se vive como un reto "deportivo" de manera transparente y respetuosa en vez de como una batalla entre enemigos.



Pregunta introductoria

- ¿Qué significa para nosotros una actitud cooperativa y solidaria con otras organizaciones?



Una organización EBC ...

- considera otras organizaciones del mismo sector como complementarias en el mercado
- trabaja, junto con otras organizaciones, en soluciones y ofertas que identifican y satisfacen las necesidades de los clientes.
- ofrece a otras organizaciones apoyo desinteresado en situaciones de necesidad



Preguntas valorativas

- ¿Con qué organizaciones se colabora actualmente y qué objetivos persigue la cooperación?
- ¿En qué áreas actúa la organización de manera solidaria frente a otras organizaciones y ayuda desinteresadamente?



Indicadores obligatorios

- % de tiempo y/o recursos invertidos en la elaboración colaborativa de productos y servicios (en relación con todo el tiempo invertido en la elaboración de los productos y servicios de la organización)
- ¿Qué % de tiempo va dirigido a cooperar con las siguientes organizaciones?:
 - Organizaciones que trabajan en el mismo segmento de mercado (también de la misma región)
 - Organizaciones del mismo sector que su segmento de mercado se encuentra en otra región
 - Organizaciones del mismo sector y de la misma región pero con segmento de mercado diferente
- En cuál de las siguientes áreas se involucra la organización (sume cada uno de los puntos siguientes que aplica y divide entre 3)
 - Mantiene cooperaciones a largo plazo o por proyectos con iniciativas de la sociedad civil a fin de incrementar los estándares ambientales, sociales y de calidad del sector
 - Se compromete activamente para incrementar la normativa legal del sector ("*Lobbying responsable*")
 - Trabaja en iniciativas organizacionales con el fin de incrementar los estándares



ambientales, sociales y de calidad del sector

- ¿Cuántos empleados o cuantas horas de trabajo se ha prestado para un apoyo a corto plazo a organizaciones:
 - de otros sectores?
 - del mismo sector?
- ¿Cuántos pedidos se han cedido para un apoyo a corto plazo a otras organizaciones:
 - de otros sectores?
 - del mismo sector?

(% con respecto al total de pedidos)

- ¿Cuántos recursos financieros se han cedido para apoyar a corto plazo a otras organizaciones:
 - de otros sectores?
 - del mismo sector?

(Total, % sobre facturación/beneficios)

Niveles de valoración



Ejemplar

La oferta de la organización se desarrolla principalmente – donde sea posible – en cooperación con otras empresas. La solidaridad con otras organizaciones forma parte del modelo de negocio.

Experimentado

La organización tiene primeras colaboraciones con otras organizaciones del mismo sector y trabajan para incrementar los estándares del sector. La organización tiene amplia experiencia en compartir empleados, pedidos, recursos financieros y tecnología en situaciones de necesidad o para apoyar a otras organizaciones.

Avanzado

La organización tiene primeras colaboraciones con organizaciones de otros sectores y/o otras organizaciones del mismo sector pero con actividad en otra región.

La organización tiene sus primeras experiencias en compartir empleados, pedidos, recursos financieros y tecnología en situaciones de necesidad o para apoyar a otras organizaciones.

Primeros pasos

La organización tiene una actitud amistosa hacia otras organizaciones.

La organización tiene disposición a cooperar y colaborar solidariamente. La organización pone a disposición sus conocimientos, información y recursos si le son solicitados.

Punto de partida

La organización no colabora con otras organizaciones pero tampoco se aprovecha de ellas ni actúa contra ellas.



Notas aclaratorias

El estándar del sector se refiere a las prácticas habituales del sector. Mejor aún son los casos en los que las organizaciones influyen para mejorar los estándares legales del sector.

En la evaluación se debe tener en cuenta si la organización coopera con otras organizaciones que trabajan en el mismo segmento de mercado y región, o con otras que trabajan en otro segmento de mercado y región.

Se puede cooperar en diferentes áreas de la cadena de valor: I+D+i, marketing, medios de producción, oferta común de productos y servicios etc.

El centro de atención en la evaluación se debe dirigir al objetivo de la cooperación: la mejora de la calidad de productos y servicios sostenibles.

Trabajo en conjunto para incrementar los estándares del sector:

- Auditorías externas
- Certificaciones (sellos)
- Controles independientes
- Participación en iniciativas de la región y/o del sector (mesas redondas sectoriales) para desarrollar productos orientados a la sostenibilidad
- Participación en acciones de carácter colectivas para minimizar el nivel de corrupción

Las ayudas pueden ser de todo tipo (independientemente del tipo de organización y la necesidad): desde compartir sus redes hasta compartir pedidos pasando por facilitar contactos u ofrecer soluciones individuales (si es que estas prácticas realmente ayudan a la organización en situación de necesidad).

D2 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones

La organización tiene un comportamiento hostil frente a otras organizaciones. La organización tiene como prioridad posicionarse mejor e intentar perjudicar, imponer bloqueos y causar pérdidas a otras organizaciones. Los objetivos de la organización están planteados de tal manera que se encuentran en contradicción con aportar al Bien Común. Los beneficios de la organización son los costes de los clientes y/o de otras organizaciones (situación “win – lose”).



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no realiza ninguna actividad que pretenda dañar o deacreditar a otras organizaciones?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios

El uso y la gestión de residuos de los productos y servicios muchas veces tiene un impacto ambiental negativo. Para reducir estos impactos al mínimo deben diseñarse los productos y servicios de tal manera que se integren en los ciclos de la naturaleza (consistencia) en la medida de lo posible. Del mismo modo deben ser productos y servicios que tengan una buena relación entre la satisfacción de la necesidad a la que se dirigen con respecto al impacto medioambiental que generan (eficiencia). Además debe reducirse el consumo de productos y servicios (suficiencia).



Pregunta introductoria

- ¿Qué impacto ambiental tienen nuestros productos y servicios en el uso y la gestión de sus residuos?



Una organización EBC ...

- aspira a conocer los impactos ambientales lo mejor posible del uso del producto, y gestión de sus residuos.
- ofrece productos y servicios que tienen un impacto ambiental en el uso y gestión de sus residuos menor que sus alternativas
- tiene en cuenta las condiciones del cliente para el uso y deposición de sus productos y servicios e intenta influirle respecto a un uso moderado (suficiencia).



Preguntas valorativas

- ¿Cuál es el impacto ambiental absoluto de los productos y servicios y en relación con las alternativas que existen con un uso similar?
- ¿Cuáles son las estrategias de la organización para reducir el impacto ambiental de sus productos y servicios originado en las fases de uso y la gestión de sus residuos?
- ¿Cómo de consolidados en el modelo de negocio están los conceptos de consistencia, suficiencia y eficiencia?
- ¿Hasta qué punto está la comunicación de la organización con sus clientes orientada a promover un consumo moderado?
- ¿Con qué estrategias y medidas promueve la organización un consumo moderado y suficiente?



Niveles de valoración



Ejemplar

La organización ha optimizado sus procesos y gama de productos respecto al impacto ambiental.

La promoción de un consumo moderado es una parte esencial del modelo de negocio de la organización y de la relación con los clientes.

Experimentado

Existe una estrategia clara y definida para adaptar y optimizar la gama de productos y el modelo de negocio respecto al impacto ambiental.

La organización tiene implementada multitud de medidas para reducir (incl. la compensación) el impacto ambiental incluyendo programas de recuperación y tratamiento de residuos.

Los productos y servicios tienen un impacto ambiental medio inferior a las alternativas.

La comunicación de la organización fomenta un consumo moderado y aporta información completa y clara a sus clientes sobre el impacto ambiental de los productos y servicios.

Avanzado

Se dispone de multitud de datos cuantitativos y cualitativos sobre los impactos ambientales. Existe una estrategia clara y definida para reducir los impactos ambientales de toda la gama de productos.

La mayoría de los productos y servicios tienen un impacto ambiental por unidad funcional menor que las alternativas.

Se aporta de manera habitual a los clientes información sobre el impacto ambiental de los productos y servicios. Además sensibiliza a sus clientes para realizar un consumo moderado.

Primeros pasos

La organización ha hecho primeros cálculos para medir el impacto ambiental y está planificando medidas para reducir los impactos ambientales y/o promover un consumo moderado.

Se aporta a los clientes primeras informaciones sobre el impacto ambiental de los productos y servicios con el fin de sensibilizarlos en relación al consumo moderado.

Punto de partida

La organización no tiene datos sobre el impacto ambiental de sus productos y servicios. No hay estrategia ni medidas implantadas para reducir los impactos ambientales de los productos y servicios o fomentar un consumo moderado. Los productos y servicios cumplen con la ley respecto a las regulaciones ambientales y no realiza comunicación engañosa.



Notas aclaratorias

Algunas medidas pueden ser la aplicación de criterios de eco-diseño o similares en el diseño de los productos y servicios.

Datos cuantitativos y cualitativos pueden ser valores absolutos o relativos en comparación a productos y servicios similares a partir de por ejemplo estimaciones y deducciones de estudios científicos.

Nota para organizaciones de servicios: el análisis de ciclo de vida fue concebido más para productos que para servicios. Para orientarse sobre qué impactos ambientales deben reportarse en D3 y en E3, usamos la distinción entre impactos *fijos* y *variables*. Los impactos variables que solo se generan cuando el cliente contrata el servicio se reportan en D3. Los impactos fijos que también se generan si nadie contrata el servicio, se reportan en E3. Aquí algunos ejemplos:

- En una organización de taxi se reportan los impactos de la central, los trayectos sin cliente, etc. en E3 y los impactos causados por los trayectos con cliente en D3.
- Un masajista reporta el impacto de su local, calefacción, luz etc. en E3 pero el aceite de masaje así como el trayecto de los clientes a su local en D3.
- Una consultora de organizaciones reporta los impactos de sus oficinas en E3, pero los trayectos a citas con sus clientes en D3.

En caso de servicios con menor carácter material también los impactos indirectos tienen importancia, los que conllevan el “contenido” y “consecuencias” del servicio prestado. Un arquitecto por ejemplo puede recomendar materiales ecológicos de aislamiento o una consultora puede recomendar cambiarse a energías renovables. Estos impactos se reportan en E1.

Consumo moderado: respecto a los límites del planeta, en teoría cada persona del planeta tiene “derecho” a causar ciertos impactos ambientales hasta el punto de que en conjunto todas las personas en total no sobrecarguen el planeta. El consumo moderado es aquel, que si todos lo realizáramos, permitiría mantenerse dentro de los límites del planeta.

Los modelos de negocio que promueven la suficiencia tienen en cuenta, entre otros, los siguientes principios respecto al consumo: trueque, compartir, reparar. Respecto a la gestión de residuos tienen en cuenta los principios de reciclar, reusar y tratar. Estos modelos promueven activamente un consumo moderado por ejemplo a través de descuentos en precios, sistemas de incentivos, renovación de garantías, precios especiales para reparaciones etc. Alternativamente también se puede hablar de las cuatro “D” de la suficiencia: deshacerse de trastos, desaceleración, desconcentración y descomercialización. Los productos que fomentan la suficiencia son duraderos, fáciles de reparar, resisten las modas y están integrados en los ciclos de la biosfera o tecnosfera.

Una comunicación que promueve la suficiencia tiene como objetivo sensibilizar y motivar a los clientes a un consumo moderado.

Notas para la comunicación:

- “Publicidad no engañosa” como por ejemplo greenwashing, se explica con más detalle en el aspecto negativo D1.3 “publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas”.
- Primeras informaciones sobre el impacto ambiental son por ejemplo folletos temáticos (CO₂, gastos de agua etc.) con el fin de concienciar y sensibilizar a los clientes.
- Información habitual significa que cada comunicación con el cliente contiene también información relevante sobre el impacto ambiental.
- Información completa y clara significa p.ej. que la información incluye datos sobre el contexto de los impactos ambientales, e ideas y consejos para reducir el consumo y/o llevar un consumo moderado.
- Una parte esencial de la relación con los clientes significa p.ej. que la organización informa sobre alternativas de menor impacto ambiental (incluso de otras organizaciones) o también que aconseja no comprar.
- Si se usa la información sobre los impactos ambientales en la publicidad sólo para incrementar el consumo de los productos, habría que evaluar esta actuación de forma negativa, puesto que contribuiría a un impacto ambiental mayor. Por esta razón, la comunicación de los impactos ambientales debería considerar también el concepto de suficiencia.

D3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente

Productos y servicios con impacto ambiental desproporcionados son aquellos que, si todas las personas del mundo los usaran actualmente y con la frecuencia habitual, se sobrepasarían los límites del planeta (electricidad proveniente del carbón, vuelos etc.). Respecto a la suficiencia, consideramos tolerancia consciente a impactos medioambientales desproporcionados, si la organización quiere incrementar la venta de aquellos productos que contribuyen a sobrepasar los límites del planeta a través de p.ej:

- Obsolescencia programada (incl. debido a cuestiones de moda, técnicas, etc.):
 - tendencias de modas que cambian muy frecuentemente
 - desarrollo de nuevos modelos continuamente para generar la necesidad de tener el “más nuevo” (como ocurre por ejemplo con los smartphones)
- Creación consciente de necesidades: por ejemplo de viajes a larga distancia por una agencia de viajes
- Publicidad engañosa (“Green washing”, para más detalle consulte D1.3)



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no existe tolerancia frente al impacto ambiental desproporcionado y consciente?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

D4 Participación de los clientes y transparencia de producto

La participación de los clientes puede aportar información para mejorar los productos en relación a sus impactos sociales y ambientales, para fortalecer la innovación del producto y servicio posventa, así como sobre las tendencias del mercado. Los clientes pueden compartir sus experiencias tanto con la organización directamente o entre ellos mismos, con lo que incrementa la influencia del cliente.

Una información transparente sobre los ingredientes/componentes y del precio desglosado permite visualizar la calidad superior del producto, facilita decisiones mejor fundamentadas por parte de los clientes e influye en la opinión pública interesada.



Pregunta introductoria

- ¿Hasta qué punto somos transparentes con nuestros clientes y les permitimos participar en la toma de decisiones?



Una organización EBC ...

- fomenta un contacto directo con sus clientes y les incorpora en el desarrollo del producto.
- utiliza el diálogo con los clientes para desarrollar productos sostenibles y promueve un consumo moderado (suficiencia).
- presenta de forma transparente toda la trazabilidad de producto en la cadena de suministro.



Preguntas valorativas

- ¿Qué derechos en concreto tienen los clientes para participar y tomar decisiones? ¿cómo se les comunican?
- ¿Se desarrollan productos y servicios junto con el cliente con mayor impacto sostenible?
- ¿Qué información de nuestros productos y servicios es pública (componentes, cadena de valor, información ambiental, fijación de precio)?



Indicadores obligatorios

- % de las innovaciones de productos y servicios con mejoras en el impacto social y/o ambiental que se han desarrollado junto con el cliente.
- Productos que disponen de la información sobre sus ingredientes/componentes (% sobre facturación)
- Productos y servicios con los componentes del precio publicados (% sobre facturación)



Niveles de valoración

**Ejemplar**

Existe un “consejo/comité” de clientes u otras formas institucionalizadas similares de diálogo y participación democrática.

Los comentarios constructivos se incorporan casi siempre. Existe un desarrollo en conjunto con el cliente de productos sostenibles. La organización dispone de toda la información sobre los productos y servicios, y desglosa todos los componentes del precio en porcentaje.

Experimentado

La organización tiene una participación institucionalizada, abierta y transparente para los clientes.

Comentarios constructivos se incorporan en la mayoría de los casos.

La organización informa exhaustivamente a sus clientes sobre los ingredientes/componentes y riesgos de sus productos.

Se publican para la mayor parte de los productos y procesos, el origen y los precios desglosados.

Avanzado

Comentarios constructivos se reciben de manera sistemática y se incorporan en muchos casos. Los productos nuevos incorporan ideas del cliente.

Las diferentes estaciones de la cadena de valor son accesibles públicamente. Los componentes del precio están parcialmente publicados.

Primeros pasos

Los comentarios de los clientes se buscan ocasionalmente.

Internamente se informa parcialmente sobre la cadena de valor.

La organización tiene un plan para publicar los componentes de los precios.

Punto de partida

No hay ningún tipo de participación del cliente. Solo se contesta a los comentarios de los clientes. La organización cumple con la ley respecto a sus obligaciones de declaración legal.

**Notas aclaratorias**

Para la participación del cliente hacen falta procesos de comunicación claramente definidos y accesibilidad para intercambiar ideas con la dirección de la organización y empleados de altos cargos.

El desarrollo de producto en conjunto recoge ideas del cliente. Comunidades y/o grupos de clientes interesados en la sostenibilidad pueden contribuir a mejoras y difusión de ideas especialmente sostenible.

Un comportamiento es ejemplar si se publican datos cuantitativos sobre el análisis de ciclo de vida de los productos teniendo en cuenta tanto impactos sociales como ambientales

D4 Aspecto negativo: No declaración de sustancias/mercancías peligrosas

Los productos pueden tener sustancias que perjudican la salud de las personas y/o del medio ambiente. También el uso previsto puede tener un impacto negativo. La organización tiene que informar sobre estas sustancias y los impactos que puedan surgir en el uso.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que los productos no contienen ninguna sustancia peligrosa para los clientes o el medio ambiente, y que tampoco existen impactos negativos en el uso del producto?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios

El propósito y objetivo de una organización del Bien Común es ofrecer únicamente productos y servicios que contribuyen activamente al Bien Común. Eso significa que son necesarios tanto para una vida sana físicamente y psíquicamente, como para una vida sencilla (*suficiente*). Además, se producen con el menor impacto negativo tanto social como ambiental posible. Por otro lado, las organizaciones del Bien Común ofrecen soluciones para los retos a los que se enfrenta la humanidad, por ejemplo: lucha contra el hambre, alimentos de alta calidad para todas las personas, educación, salud y desigualdades sociales.



Pregunta introductoria

- ¿De qué forma sirven nuestros productos y servicios a las necesidades básicas, al desarrollo personal, al fortalecimiento de la comunidad o a la regeneración del planeta?



Una organización EBC ...

- su oferta aporta a la “buena vida” de todos y cubre las necesidades básicas de tantas personas como sea posible, incluyendo grupos vulnerables.
- fomenta con sus productos y servicios la salud, el desarrollo personal y el de la comunidad.
- renuncia a aquellos productos y servicios con riesgo de impactos negativos sobre la sociedad, el medio ambiente y la salud.



Preguntas valorativas

- ¿Cuáles de las nueve necesidades básicas (véase abajo) satisfacen los productos y servicios?
- ¿Cuáles de los productos son de lujo y meramente sirven para aumentar el estatus personal, pudiendo ser sustituidos por productos y servicios – con menor impacto en el uso de recursos – para llevar una vida sencilla y buena?
- ¿De qué forma sirven los productos al desarrollo personal y la salud de las personas?
- ¿Qué retos sociales y ambientales (regionales o globales) son solucionados o minimizados con los productos y servicios ofertados (véase la referencia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y la información adicional on-line)?



Indicadores obligatorios

- % sobre facturación por el tipo de satisfactor:
 - cubre necesidades:
 - necesidades básicas (...%)
 - símbolos de estatus o de lujo (...%)
 - sirve al desarrollo:
 - de las personas (...%)
 - del planeta/biosfera (...%)
- soluciona problemas sociales y ambientales según los ODS de la ONU (...%)



- tipo de satisfactores que son los productos y servicios:
 - satisfactores sinérgicos y singulares (...%)
 - satisfactores inhibidores y pseudo-satisfactores (...%)
 - satisfactores destructores (...%)

Niveles de valoración



Ejemplar

La mayor parte de los productos y servicios soluciona problemas definidos por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Soluciones para los retos más grandes de la humanidad se han implementado de manera innovadora y visionaria.

Experimentado

La mayor parte de productos sirve además al desarrollo de la sociedad y/o la diversidad de la biosfera.

Gracias a las actividades organizacionales cambia el conocimiento y las actitudes de las personas (también no clientes). Se está creando una conciencia sobre los retos de la sociedad, por ejemplo reparar en lugar de comprar, reciclar en lugar de tirar.

Avanzado

La mayor parte de los productos y servicios sirve además al desarrollo del ser humano.

Información sobre nuevas posibles soluciones llegan a personas ajenas a la organización (no clientes).

Primeros pasos

La mayor parte de los productos y servicios satisfacen necesidades básicas para llevar una vida buena y saludable.

Existe un debate sobre los problemas sociales y ambientales graves de la industria

Punto de partida

Todos los productos y servicios sirven más para incrementar el estatus que para satisfacer una necesidad básica.

La organización no contempla ni su impacto social positivo ni el negativo.



Notas aclaratorias

A la hora de evaluar este tema debe clasificar los productos y servicios de la organización según si estos satisfacen necesidades básicas para llevar una vida buena y sencilla o sólo son lujo superfluo.

Según M. Max-Neef y M. Rosenberg, las siguientes nueve necesidades son las **necesidades humanas básicas**:

1. Subsistencia / salud / bienestar
2. Protección / seguridad
3. Afecto / amor

4. Entendimiento / empatía
5. Participación / integración
6. Ocio / recreación
7. Creación
8. Identidad / sentido
9. Libertad / autonomía

Aparte de esto hay que evaluar el **tipo de satisfactor** que es el producto o servicio (de acuerdo a Max-Neef). Los satisfactores sinérgicos obtienen la máxima puntuación, seguidos de los singulares, inhibidores y por último los pseudo-satisfactores. Los satisfactores destructores se tratan en el aspecto negativo de este tema.

- Satisfactores sinérgicos: el producto o servicio satisface más de una necesidad al mismo tiempo, por ejemplo, dar pecho a un bebe le da cariño y comida.
- Satisfactores singulares: el producto o servicio solo satisface una necesidad, por ejemplo, un evento deportivo solo satisface la necesidad de ocio.
- Inhibidores: ver la televisión por ejemplo puede cubrir la necesidad de ocio, pero a la vez inhibe la creatividad y la creación independiente
- Pseudo-satisfactores: en la medicina *mecanicista* (“una pastilla para cada patología”) se tratan los síntomas, pero no se soluciona el problema de raíz. Esto, en el peor de los casos, puede agravar el problema.
- Destructores: se trata de aquellos productos que incluso impiden satisfacer necesidades básicas, por ejemplo, energía nuclear, armamento, máquinas de juego o videos de violencia.

Retos sociales: veáse los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU en los materiales on-line complementarios.

E1 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana

Definimos productos y servicios que vulneran la dignidad humana como aquellos con impactos negativos sobre:

- la vida
- la salud de seres vivos, física y psíquica
- la libertad de las personas
- la naturaleza

Consulte el listado de productos y servicios que vulneran la dignidad humana en la información adicional on-line o el Balance Completo.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no produce o vende ningún producto del listado mencionado anteriormente?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

E2 Contribución a la comunidad

Cada organización actúa dentro de un entorno social y su comunidad. La comunidad (compuesta por instituciones públicas y civiles) es la base sobre la que se desarrollan las actividades organizacionales. Por lo tanto, la sociedad espera una aportación apropiada “a cambio” para garantizar y seguir desarrollando estas estructuras. A parte de las tasas e impuestos que las organizaciones tributan, hay una gama muy amplia de servicios materiales e inmateriales que las organizaciones pueden brindar y así fomentar o perjudicar la comunidad.



Pregunta introductoria

- ¿Cómo establecemos un equilibrio justo entre lo que aportamos a la comunidad y lo que recibimos?



Una organización EBC ...

- además de los impuestos y tasas que la organización tributa, aporta de manera justa y apropiada a la comunidad según la capacidad económica de la organización.
- solo usa subvenciones que sirven al desarrollo de la organización y que por tanto además mejoran la situación económica de la región a medio plazo.
- usa sus capacidades y recursos específicos para fortalecer iniciativas de la sociedad civil dentro de su comunidad que no sirven a los intereses particulares de la organización.
- usa sus contactos de políticos y de la administración pública para servir al Bien Común y no solo a los intereses particulares de la organización. Además, publica los contactos realizados y los (posibles) flujos financieros.
- implementa medidas estructurales para combatir la corrupción y la elusión ilegítima de impuestos de la organización y de sus socios comerciales directos.



Preguntas valorativas

- ¿Qué aporta la organización directamente de manera material para garantizar la comunidad, por ejemplo, en forma de impuestos, pagos de nóminas y contribuciones a la seguridad social?
- ¿Qué ayudas recibe la organización directamente de manera material de la comunidad (subvenciones específicas para la organización y ayudas)?
- ¿Cuánto dinero, recursos y mano de obra se dedica voluntariamente a la comunidad (Listado de todas las actividades con el valor monetario correspondiente)? ¿Tiene la organización algún beneficio al realizar estas actividades?
- ¿Cuál es el impacto a largo plazo de las actividades voluntarias de la organización?
- ¿Cómo asegura la organización que no se produzca elusión fiscal ilegítima, corrupción o lobby para su beneficio propio?



Indicadores obligatorios

- Volumen de facturación
- Cuota de contribución tributaria neta. Deben calcularse las siguientes cantidades:
 - Impuestos sobre la renta realmente pagados (impuesto sobre la renta, impuesto



de sociedades)

- Impuestos a la nómina y contribuciones a la seguridad social pagados por la organización
- Diferencia entre salario bruto y neto (suma del impuesto sobre la nómina y las contribuciones de los empleados), menos todas las subvenciones y ayudas recibidas.

Esta contribución neta se divide entre el valor creado declarado (entendiendo valor creado por beneficio antes de impuestos, intereses e ingresos por alquiler y arrendamiento). El resultado de este cociente es la cuota de contribución tributaria neta.

- Aportación monetaria voluntaria a la comunidad menos el beneficio propio que se obtiene (en % sobre la facturación o el tiempo total de trabajo anual)

Niveles de valoración



Ejemplar

La organización tiene una aportación por encima de la media. Se buscan soluciones innovadoras para que la aportación a la comunidad vaya más allá de lo aportado estrictamente por su actividad económica.

La aportación voluntaria alcanza un nivel muy alto, y existen impactos positivos comprobados y duraderos a largo plazo en muchas áreas.

Experimentado

La organización contribuye a la comunidad con impuestos y cuotas a la seguridad social con una cantidad similar a la de una persona empleada. La contribución voluntaria es de gran valor, se realiza en varias áreas y durante periodos largos. Se han realizado estudios de impacto.

Avanzado

La organización implementa medidas concretas para aportar una contribución que vaya más allá de los impuestos y cuotas a la seguridad social.

Se realizan aportaciones voluntarias en mayor medida, pero solo se contribuye a acciones con impactos plausibles.

Se han realizado las primeras aproximaciones para verificar los impactos.

Primeros pasos

La organización conoce y publica en detalle los impuestos y cuotas a la seguridad social. De manera puntual se hacen aportaciones voluntarias sin estudiar los impactos.

Punto de partida

La organización paga sus impuestos correctamente. La minimización de pago de impuestos sólo se hace dentro de un marco legítimo. La organización solo recibe subvenciones y ayudas con intención de (re)pagarlas en el futuro (p.ej. a través del pago de impuestos) y no para incrementar los beneficios de la organización. La organización no aporta voluntariamente a la comunidad.



Notas aclaratorias

La cuota de contribución tributaria neta puede utilizarse como referencia para determinar si la contribución es justa. Se refiere a una cuota media de un empleado en su país correspondiente (impuesto sobre la renta más cuotas a la seguridad social en relación al salario bruto = referencia). Organizaciones con un comportamiento cívico (Corporate Citizens) deben pagar una cuota similar o mayor al valor de referencia.

Las aportaciones voluntarias son mejor puntuadas, cuanto más use la organización sus capacidades principales (alineado con el negocio), cuanto mayor sea el impacto realizado (demostrado) y cuanto menor sea su beneficio propio.

Los impactos se muestran en un aumento del conocimiento o capacitación, o en un cambio positivo en la conducta de los grupos de personas destinatarias. Pero también se muestran en cambios estructurales y duraderos en la sociedad.

E2 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal

La elusión y evasión fiscal engloba todas las prácticas, tanto legales como ilegales, que permiten a las organizaciones no pagar impuestos y/o cuotas sociales – o sólo de manera insuficiente – en los países donde crean valor.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no existe ninguna práctica de evasión o elusión fiscal ilegítima?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

E2 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción

La corrupción se refiere a todas aquellas prácticas que por intereses particulares perjudican las instituciones de la comunidad. En su mayor parte, la corrupción está ligada a aportar ventajas injustificadas a funcionarios o políticos electos. Éstas pueden ser materiales o inmateriales.

De las organizaciones se requiere que se implementen, dentro de su influencia, las medidas para evitar, denunciar y solucionar la corrupción.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no realiza ninguna práctica que pudiera fomentar la corrupción y que todas sus actividades de lobby son transparentes?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

E3 Reducción del impacto medioambiental

Las organizaciones pueden contribuir a no sobrepasar los límites del planeta transformando sus procesos de elaboración, producción y operaciones para reducir los impactos medioambientales que éstos conllevan. Dentro del análisis de ciclo de vida tratamos en este tema los impactos que surgen dentro de la organización, es decir, desde la entrega de los proveedores hasta la entrega a los clientes. Además de los procesos, el diseño de producto también contribuye a la reducción de impactos.



Pregunta introductoria

- ¿Cómo identificamos posibles impactos medioambientales y los evitamos?



Una organización EBC ...

- analiza el ciclo de vida de su producto o servicio dentro de la organización recopilando datos y documentando cada uno de los impactos medioambientales.
- profundiza en los impactos medioambientales de su actividad organizacional.
- implementa la mejora continua en la reducción de sus impactos medioambientales y diseña sus procesos y operaciones sin sustancias peligrosas, y preservando los recursos naturales.
- informa a su sector y otros grupos de interés sobre sus mejoras y lecciones aprendidas.



Preguntas valorativas

- ¿Qué impactos medioambientales negativos tienen nuestros procesos de fabricación y operaciones en relación a emisiones, ruido, residuos, energía, agua y electricidad?
- ¿Qué datos de impacto ambiental – relevantes para la organización – se documentan y publican en relación a emisiones, ruido, residuos, consumo de materias primas, energía y agua (cuentas medioambientales)?
- ¿Cómo se publican los datos de impacto medioambiental?



Matriz

Indicadores obligatorios

Dependiendo de la actividad de la organización debe informarse sobre las cuentas medioambientales siguientes – las que sean relevantes:

| Cuenta medioambiental | Unidad de medida |
|---|------------------|
| Emisiones de gases de efecto invernadero | kg |
| Transporte (y su CO _{2eq}) | km y kg |
| Consumo de gasolina (y su CO _{2eq}) | litros y kg |
| Consumo de electricidad (y su CO _{2eq}) | kWh y kg |
| Consumo de gas (y su CO _{2eq}) | kWh y kg |
| Consumo de calor (en relación a la temperatura media) | kWh/°C |
| Consumo de agua potable y de lluvia | m ³ |
| Uso de químicos (venenosos, no venenosos) | kg |
| Consumo de papel | kg |
| Uso de otros consumibles | kg |
| Uso de luz artificial | Lumen, kWh |
| Emisiones de sustancias peligrosas | kg |

Cada uno de los datos debe mostrarse en relación a parámetros relevantes de la organización (por ejemplo kg CO₂ por persona empleada o facturación). Estos indicadores pueden utilizarse para verificar si se cumplen los objetivos de reducción que se marque la organización.

Niveles de valoración



Ejemplar

La organización publica estos datos y coopera con otras organizaciones del sector.

Experimentado

Además la organización calcula sus impactos de todas las cuentas medioambientales mencionadas y dispone de estrategias a largo plazo para reducir o eliminar sus impactos.

Avanzado

La organización conoce sus emisiones y uso de recursos así como su huella ecológica. Recopila y analiza los datos correspondientes y dispone de estrategias de mejora.

Primeros pasos

La organización está dando los primeros pasos para identificar sus impactos medioambientales más importantes.

Punto de partida

En la organización se conoce la existencia de impactos ambientales, pero no se tienen datos ni medidas de mejora.



Notas aclaratorias

En la evaluación deben tenerse en cuenta los valores de los impactos ambientales, el sector de actividad, el estado actual de la tecnología y la regulación vigente.

Se considera un impacto ambiental "importante" o "fundamental" si pertenece a uno de los tres impactos mayores de la organización o si supera el 50% de los valores límites mencionados en la legislación correspondiente.

E3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado

Cuando las actividades de una organización impactan de manera desproporcionada en los ecosistemas o infringen la regulación medioambiental, se produce un daño a toda la sociedad.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no infringe la normativa medioambiental ni impacta de manera desproporcionada en los ecosistemas?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

La transparencia y participación democrática deben servir para evitar daños al interés general que tienen su origen en que las personas damnificadas no tienen acceso a información, a intercambiar opiniones, o a influir en las decisiones que les afectan. La transparencia y la participación fomentan una sociedad culta, informada, democrática, abierta y plural.

Los grupos de interés relevantes en este tema son: población local, instituciones locales, ONGs críticas, generaciones futuras y la naturaleza (= entorno, animales, plantas, biodiversidad, paisajes).



Pregunta introductoria

- ¿Cómo publicamos o presentamos los impactos de nuestra actividad organizacional, y cómo facilitamos la participación en la toma de decisiones de grupos de interés con intereses legítimos?



Una organización EBC ...

- presenta de forma transparente las operaciones de la organización y cualquier acontecimiento que sea de interés legítimo para la opinión pública.
- tiene en cuenta en las decisiones de la organización los intereses justificados de los grupos de interés relevantes.
- aboga por los valores transparencia y participación democrática como la base de una sociedad culta, informada, democrática, abierta y plural.



Preguntas valorativas

- ¿Qué información importante y crítica se documenta para los grupos de interés?
- ¿De qué manera se reporta (alcance y profundidad, tipo de publicación, cómo se accede a la información)?
- ¿Cómo pueden participar los ciudadanos en un diálogo abierto y los grupos de interés defender sus legítimos intereses frente a la organización?
- ¿Cómo se documentan las conclusiones de los diálogos mantenidos y cómo se incorporan a la toma de decisiones?



Indicadores obligatorios

- Publicación de un Informe del Bien Común u otra opción análoga.
- % de decisiones relevantes para los grupos de interés que fueron tomadas con su participación (desglosadas por el grado de participación)



Niveles de valoración



Ejemplar

Además de la realización de un informe: investigación activa de todos los aspectos críticos, acceso fácil y directo, publicación de la auditoría del informe.

El diálogo con intercambio abierto de opiniones está institucionalizado en la organización. Las decisiones se toman en base a los mejores opiniones.

Experimentado

Informe del Bien Común completo u otra opción análoga y auditoría externa del mismo.

En todos los proyectos principales se incorpora a los grupos de interés relevantes para el intercambio de opiniones. Se puede acceder fácilmente a toda la documentación generada en los diálogos.

Avanzado

Elaboración de un informe sencillo fácilmente accesible – online o de otra manera. Publicación de los valores de la organización y su cumplimiento.

En algunos proyectos principales se incorpora a los grupos de interés relevantes para el intercambio de opiniones. Se puede acceder fácilmente a documentación suficiente generada en los diálogos.

Primeros pasos

Desarrollo de una actitud que considera la sinceridad y transparencia como la base de la confianza, la comunicación y la responsabilidad compartida. Primeros análisis y planificación para elaborar un informe transparente, honesto y basado en hechos.

Tanto ciudadanos como organizaciones de grupos de interés relevantes pueden entablar diálogos con la organización. Las conclusiones son documentadas.

Punto de partida

No se encuentra ningún informe on-line u otra publicación fácilmente accesible. Los grupos de interés no participan en la toma de decisiones de ninguna manera.



Notas aclaratorias

- En organizaciones de menos de 50 empleados se considera una evaluación peer – o similar – como auditoría externa.
- La publicación de un informe de auditoría puede mejorar la puntuación en uno o dos puntos dentro del nivel de valoración “ejemplar”.
- La transparencia es especialmente importante en los siguientes proyectos:
 - Construcción
 - Introducción de nuevos procesos de producción, sobre todo si éstos conllevan el uso de sustancias peligrosas o impactos medioambientales negativos
 - Otras intervenciones en la naturaleza
 - Deslocalizaciones, participaciones en otras organizaciones

En la evaluación de la participación consideramos relevante:

- El grado de participación (consulta, diálogo, contribución, participación).
- El tipo, profundidad y alcance de la documentación (decisión y todas las réplicas y/o votos y voces en contra)
- La manera en la que se acerca a los grupos de interés (activa, reactiva)
- El alcance de los grupos de interés tenidos en cuenta (algunos, los fundamentales, todos)

E4 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia

Las organizaciones tienen la responsabilidad de informar a la sociedad. Esto significa que la organización ha de ser transparente hacia afuera. Si una organización publica informaciones falsas sobre sí misma o sobre fenómenos sociales, está dañando a la sociedad porque impide un diálogo razonado y sensato.



Preguntas valorativas

- ¿Puede confirmar la organización que no publica ni difunde informaciones falsas sobre sí misma o sobre fenómenos sociales?

En caso contrario, debe informar sobre este aspecto de acuerdo al Balance Completo.

