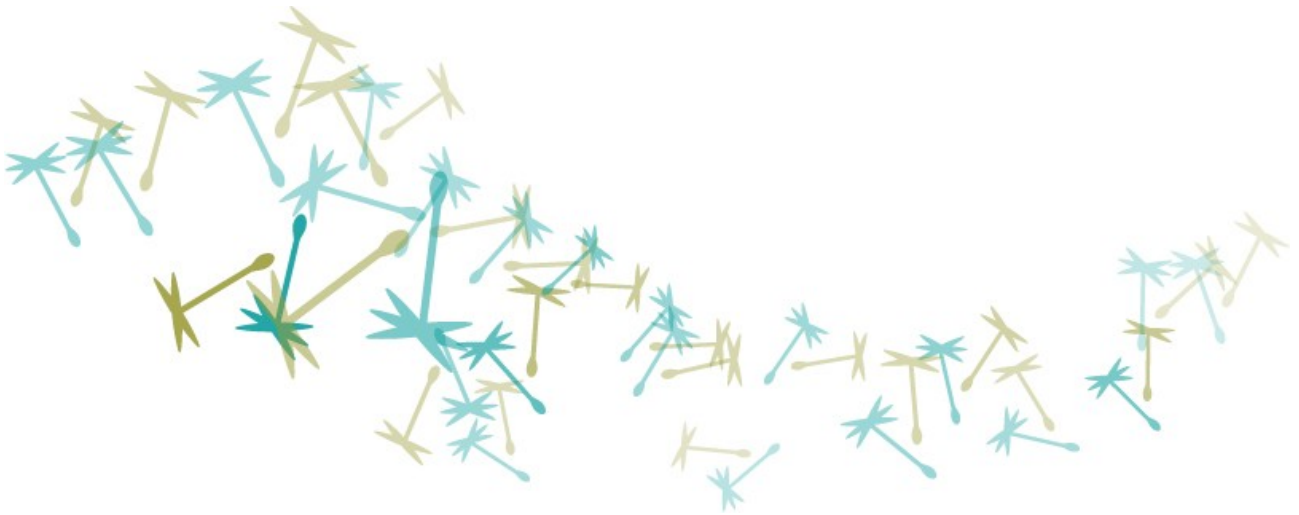


MANUAL DEL
**BALANCE DEL BIEN
COMÚN 5.0**
BALANCE COMPLETO

Editor: Equipo de redactores de la Matriz EBC



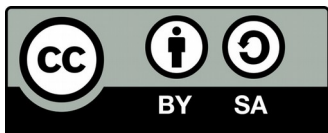
Pie de imprenta

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 | 6 |
| 1.1. En qué consiste el manual | 6 |
| 1.2. Matriz del Bien Común y Balance del Bien Común | 7 |
| 1.3. Balance Completo y Balance Reducido | 8 |
| 1.4. Informe del Bien Común | 8 |
| 1.5. Niveles de aportación al Bien Común | 8 |
| 1.6. Puntuación basada en el Bien Común | 10 |
| 1.7. Novedades de la matriz 5.0 | 10 |
| 2. Grupos de interés | 12 |
| A Proveedores | 12 |
| B Propietarios y proveedores financieros | 12 |
| C Personas empleadas | 12 |
| D Clientes y otras organizaciones | 13 |
| E Entorno social | 13 |
| 3. Definición de valores por el equipo de redacción 5.0 | 14 |
| Dignidad humana | 14 |
| Solidaridad y justicia | 14 |
| Sostenibilidad medioambiental | 15 |
| Transparencia y participación democrática | 15 |
| A1 Dignidad humana en la cadena de suministro | 16 |
| A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social en la cadena de suministro | 16 |
| A1.2 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro | 18 |
| A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro | 20 |
| A2.1 Actitud ética con proveedores directos | 20 |
| A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda la cadena de suministro | 22 |
| A2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedores | 24 |
| A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro | 26 |
| A3.1 Impacto medioambiental en la cadena de suministro | 26 |
| A3.2 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro | 28 |
| A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro | 30 |
| A4.1 Transparencia y participación democrática de los proveedores | 30 |
| A4.2 Promoción de la transparencia y participación democrática en la cadena de suministro | 32 |
| B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros | 35 |

| | |
|--|-----------|
| B1.1 Independencia financiera: autofinanciación | 35 |
| B1.2 Financiación externa orientada al Bien Común | 37 |
| B1.3 Actitud ética de los proveedores financieros | 38 |
| B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros | 39 |
| B2.1 Gestión de los recursos financieros de forma solidaria y orientada al Bien Común | 39 |
| B2.2 Aspecto negativo: reparto injusto de los recursos financieros | 41 |
| B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros | 42 |
| B3.1 Carácter ambiental de las inversiones | 42 |
| B3.2 Inversiones financieras orientadas al Bien Común | 44 |
| B3.3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente | 46 |
| B4 Propiedad y participación democrática | 47 |
| B4.1 Distribución de la propiedad orientada al Bien Común | 47 |
| B4.2 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil | 49 |
| C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo | 50 |
| C1.1 Cultura organizacional orientada a las personas | 50 |
| C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo | 52 |
| C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades | 54 |
| C1.4 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas | 55 |
| C2 Características de los contratos de trabajo | 57 |
| C2.1 Remuneración | 57 |
| C2.2 Horario laboral | 59 |
| C2.3 Condiciones de trabajo y conciliación | 60 |
| C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos | 61 |
| C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas | 63 |
| C3.1 Alimentación durante la jornada laboral | 63 |
| C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo | 64 |
| C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio ambiente | 66 |
| C3.4 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable | 67 |
| C4 Transparencia y participación democrática interna | 69 |
| C4.1 Transparencia interna | 69 |
| C4.2 Legitimación de la dirección | 70 |
| C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones | 71 |
| C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa | 73 |
| D1 Actitud ética con los clientes | 74 |
| D1.1 Comunicación transparente con los clientes | 74 |
| D1.2 Accesibilidad | 76 |

| | |
|--|------------|
| D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas | 77 |
| D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones | 79 |
| D2.1 Cooperación con otras organizaciones | 79 |
| D2.2 Solidaridad con otras organizaciones | 81 |
| D2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones | 82 |
| D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios | 84 |
| D3.1 Relación “coste-beneficio” medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consistencia) | 84 |
| D3.2 Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia) | 86 |
| D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente | 89 |
| D4 Participación de los clientes y transparencia de producto | 90 |
| D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigación de mercado | 90 |
| D4.2 Transparencia de producto | 92 |
| D4.3 Aspecto negativo: No declaración de sustancias/mercancías peligrosas | 93 |
| E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios | 94 |
| E1.1 Productos y servicios que cubren las necesidades básicas y mejoran la calidad de vida | 94 |
| E1.2 Impacto social de los productos y servicios | 96 |
| E1.3 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana | 98 |
| E2 Contribución a la comunidad | 100 |
| E2.1 Impuestos y prestaciones sociales | 100 |
| E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad | 102 |
| E2.3 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal | 104 |
| E2.4 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción | 105 |
| E3 Reducción del impacto medioambiental | 108 |
| E3.1 Impacto absoluto / Gestión y estrategia | 108 |
| E3.2 Impacto relativo | 112 |
| E3.3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado | 113 |
| E4 Transparencia y participación democrática del entorno social | 114 |
| E4.1 Transparencia | 114 |
| E4.2 Participación del entorno social en la toma de decisiones | 117 |
| E4.3 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia | 118 |



1. Introducción

1.1. En qué consiste el manual

Este manual está dirigido sobre todo a empresas y demás 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. Su lectura debería proporcionar 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 más arriba 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 una 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 microempresas 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 de la organización 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 de la organización 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 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 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 empresariales 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 como "recurso", 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 el reparto adecuado 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 solamente 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.



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 introductorias

- ¿Sabemos si nuestros proveedores vulneran la dignidad humana (por ejemplo, respecto a la calidad de los puestos de trabajo), especialmente nuestros proveedores principales?
- ¿Qué posibles impactos negativos o riesgos existen en la cadena de suministro asociados con nuestra actividad (por ejemplo, violaciones de derechos humanos)?
- ¿Qué aporta nuestra organización para crear condiciones dignas y resolver problemas y retos sociales en toda la cadena de suministro?

A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social en la cadena de suministro

El objetivo es que la organización se informe activamente sobre los productos y servicios que compra, y contribuya, gracias a las medidas adecuadas, a crear impactos positivos y condiciones dignas en toda su 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?
- ¿Cómo se detectan posibles vulneraciones de la dignidad humana en la cadena de suministro?
- ¿Qué hace la organización para influir en los proveedores de tal manera que la dignidad humana esté en el centro de las relaciones con sus grupos de interés?
- ¿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 de la organización 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 deber 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.

A1.2 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.



Preguntas valorativas

- ¿Qué áreas de la cadena de suministro tienen riesgos importantes de vulneración de la dignidad humana?
- ¿Qué medidas se toman para reducir o evitar estos impactos?



Indicadores obligatorios

- % de productos comprados con riesgos sociales y/o sin riesgo



Niveles de valoración incl. puntuación

- **Punto de partida:** la organización tiene bajos riesgos de impacto social negativo en la cadena de suministro o reduce los posibles impactos al mínimo.
- **20 puntos negativos:** la organización adquiere productos y servicios de sectores con impacto social negativo. Las medidas implementadas hasta ahora, todavía no reducen el impacto suficientemente.
- **100 puntos negativos:** la organización compra productos y servicios esenciales de industrias con impacto social negativo y apenas muestra ninguna acción para mejorar su impacto.
- **200 puntos negativos:** la organización contribuye al impacto social negativo de manera decisiva.

**Notas aclaratorias**

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.



A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro

El modelo económico actual se caracteriza por una competencia despiadada, por la búsqueda egoísta de maximizar el poder del mercado y a menudo, en cadenas de valor globales, por relaciones comerciales y laborales explotadoras. Las organizaciones tienen una responsabilidad de tratar a sus proveedores directos de manera justa y solidaria. Además, cada organización contribuye, dentro de su área de influencia, a promover un trato solidario y justo con todos los implicados.



Una organización EBC ...

- mantiene relaciones comerciales justas y solidarias con sus proveedores directos
- reconoce su corresponsabilidad para promover la solidaridad y la justicia en toda la cadena de suministro y actúa conforme a ella



Preguntas introductorias

- ¿En qué áreas esperan los proveedores un trato justo y solidario por nuestra parte?
- ¿Quiénes son nuestros socios comerciales directos e indirectos en la cadena de suministro, y en qué medida se comportan de manera justa y solidaria con otros implicados?
- ¿Hasta qué punto llega nuestra influencia directa e indirecta para un trato justo y solidario de los implicados en la cadena de suministro?

A2.1 Actitud ética con proveedores directos

La solidaridad y la justicia al tratar con proveedores directos se refleja especialmente en la organización de las relaciones comerciales en forma de precios justos, condiciones de pago y entrega. A parte de esto, es importante realizar un reparto justo de los ingresos dentro de la cadena de valor para garantizar una existencia económica de todas las partes implicadas.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo se aseguran las relaciones comerciales justas y solidarias con proveedores directos, en particular, mediante la política de precio, las condiciones de pago y entrega, así como en las operaciones cotidianas?
- ¿Cuán satisfechos están los proveedores con el precio, el pago y las condiciones de entrega?
- ¿Qué medidas se toman para garantizar que los proveedores reciben una parte justa de los ingresos?



Indicadores obligatorios

- Duración media de las relaciones comerciales con los proveedores
- % estimado de la relación de ingresos que se llevan los proveedores con respecto a la organización (comprobar si es justo con respecto al aporte que hace cada uno a la creación de valor)

Niveles de valoración



Ejemplar

La organización ha establecido relaciones justas y solidarias con todos los proveedores con un nivel por encima de la media. Además, implementa medidas que aseguran un reparto justo de los ingresos.

La duración promedio de las relaciones comerciales con los proveedores es de al menos diez años; y/o todos los proveedores están muy satisfechos con los precios, condiciones de pago y entrega, y el reparto de los ingresos.

Experimentado

La organización ha establecido relaciones justas y solidarias con todos los proveedores. Además, implementa medidas que aseguran un reparto justo de los ingresos a los proveedores.

La duración promedio de las relaciones comerciales con los proveedores es de al menos cinco años; y/o los proveedores están, a excepción de pocos casos, muy satisfechos con la política de precios y las condiciones de pago y entrega.

Avanzado

La organización ha implementado medidas para establecer relaciones comerciales justas con los proveedores.

La duración promedio de las relaciones comerciales con los proveedores es de al menos tres años; y/o los proveedores, a excepción de pocos casos, están satisfechos con la política de precios y las condiciones de pago y entrega. Se analiza y plantea el reparto justo de los ingresos y están desarrollando estrategias y acciones concretas.

Primeros pasos

La organización analiza sus relaciones comerciales respecto a la justicia y solidaridad. Se han desarrollado estrategias de mejora y se ha comenzado con las primeras medidas.

Punto de partida

La organización cumple con las leyes respecto a las condiciones de entrega y pago. A parte de esto, no hay más compromiso para un reparto justo en la cadena de valor.



Notas aclaratorias

Por lo general, este aspecto solo es relevante para organizaciones grandes que tienen cierto poder de mercado. Ya que debido a su posición tienen posibilidades para negociar las condiciones de las relaciones comerciales.

Respecto a un **precio justo** pueden utilizarse los precios de algunos productos y servicios de ciertas ONGs. Una solución innovadora podría ser, que se desarrolle un proceso por el que el proveedor y la organización deciden conjuntamente el precio justo para las dos partes (por ejemplo una planificación conjunta sobre cantidades a producir con precios fijos).

A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda 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.



Preguntas valorativas

- ¿Qué estrategia tiene la organización, dentro de área de influencia, para garantizar un trato justo y solidario con todos los implicados en la cadena de suministro?
- ¿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

**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 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 organización tiene una estrategia clara para garantizar un trato justo y solidario con todos los implicados – dentro de su área de influencia.

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.

Se han establecido primeras medidas para promover un trato justo y solidario con todos los implicados a lo largo de la 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

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

Medidas para apoyar estos procesos pueden ser:

- Elaborar estrategias de forma conjunta
- Colaborar con proveedores en la certificación u obtención de sellos

Ejemplos de sanciones pueden ser:

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

A2.3 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

- ¿Hasta qué punto tiene la organización poder de mercado frente a los proveedores, y hace uso de este poder?
- ¿Hay indicios de que el proveedor sufre este poder de mercado, en particular en lo relativo a las condiciones de pago y entrega?
- ¿Qué tipo de quejas o reclamaciones negativas sobre esta cuestión ha habido en el último año?



Niveles de valoración incl. puntuación

- 0 puntos negativos: La organización tiene un riesgo bajo de abuso de poder de mercado y reduce las posibles consecuencias negativas a un mínimo.
- 100 puntos negativos por área: Hay indicios concretos de que los proveedores sufren moderadamente el poder de mercado de la organización.
- 200 puntos negativos por área: Es fácilmente demostrable el abuso de poder por parte de la organización dañando los intereses de sus proveedores.



Notas aclaratorias

Cada organización debe identificar su posible abuso de poder. Los indicios se pueden obtener por ejemplo de encuestas a proveedores, de la evaluación de los contratos estándares de la organización con proveedores, y de las políticas y procedimientos o sistemas de bonus para los responsables de compras. El alcance y profundidad de las medidas a implementar depende del riesgo de abuso de poder existente.



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.



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 introductorias

- ¿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?
- ¿Cómo contribuimos nosotros y el resto de implicados en la cadena de suministro a reducir los impactos ambientales?

A3.1 Impacto medioambiental en la cadena de suministro

La compra de materias primas, productos y servicios conlleva impactos y riesgos ambientales.



Preguntas valorativas

- ¿Qué materias primas y materiales se utilizan en la producción?
- ¿Qué tipo de energía, materiales y tecnología se emplean en la producción?
- ¿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 impactos ambientales negativos encontramos en la cadena de suministro?
- ¿Qué criterios de sostenibilidad ambiental se consideran para seleccionar productos y proveedores?
- ¿Qué medidas implementadas reducen el impacto ambiental de proveedores directos y en toda la cadena de suministro?
- ¿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)
- % de proveedores que contribuyen a la reducción de impactos ambientales

Niveles de valoración

**Ejemplar**

La compra sostenible es parte de la identidad de la organización 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. Se apoya a los proveedores para cumplir los estándares de sostenibilidad exigidos por la organización.

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.

Se ha empezado a influir/actuar en los proveedores para reducir el impacto ambiental.

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**

Los puntos siguientes sirven de ayuda para orientar la puntuación:

- 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 una 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

A3.2 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro

Algunos sectores, productos y servicios están fuertemente relacionados con impactos ambientales desproporcionados.



Preguntas valorativas

- ¿Qué proveedores y/o productos presentan impactos ambientales negativos especialmente elevados?
- ¿Qué medidas se han implementado para reducir tales impactos?



Indicadores obligatorios

- % de productos / servicios con impactos ambientales negativos desproporcionados



Niveles de valoración incl. puntuación

- Punto de partida: la organización tiene riesgos ambientales pequeños en la cadena de suministro o reduce los posibles impactos ambientales al mínimo.
- 20 puntos negativos: la organización adquiere productos y servicios de sectores con alto impacto ambiental. Las medidas implementadas hasta ahora todavía no reducen el impacto suficientemente.
- 100 puntos negativos: la organización adquiere productos y servicios de sectores con alto impacto ambiental y dispone de apenas medidas que aspiren a una mejora clara.
- 200 puntos negativos: la organización contribuye de manera decisiva a los impactos negativos en la cadena de suministro.



Notas aclaratorias

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.



A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

Que los proveedores sean transparentes es una condición previa a poder realizar una compra ética, pues sólo podemos gestionar aquello que conocemos. Por otro lado, la información transparente sobre la cadena de suministro también sirve para que otros grupos de interés puedan conocer en qué condiciones fueron fabricados los productos. Por último, la transparencia también es fundamental para la participación en la toma de decisiones por parte de los proveedores en aquellos temas que les sean relevantes.



Una organización EBC ...

- es transparente con sus proveedores y les facilita una participación razonable en las decisiones o áreas que les sean relevantes.
- reconoce su corresponsabilidad en la transparencia y participación de toda su cadena de valor y pone los medios para ello.



Preguntas introductorias

- ¿Qué información de nuestra organización es relevante e interesante para nuestros proveedores?
- ¿Qué decisiones de nuestra organización afectan a nuestros proveedores?
- ¿Quiénes son nuestros socios/aliados directos e indirectos en la cadena de suministro, y qué nivel de transparencia y participación en la toma de decisiones tienen frente a otros implicados?
- ¿Hasta dónde llega nuestra influencia directa e indirecta en la cadena de suministro para establecer relaciones transparentes y participativas de todos los implicados?

A4.1 Transparencia y participación democrática de los proveedores

El nivel de transparencia frente a los proveedores depende de hasta qué punto se pone a disposición de los proveedores información de la organización. A este respecto tenemos en cuenta tanto el alcance y la profundidad de la información como la manera en la que se accede a la misma. La participación en la toma de decisiones es una herramienta importante para fortalecer la posición de los proveedores y al mismo tiempo para optimizar los procesos de la organización.



Preguntas valorativas

- ¿Qué información, y con qué profundidad, se pone a disposición de los proveedores?
- ¿Cómo y hasta qué punto se facilita la participación de los proveedores en la toma de decisiones de temas que les conciernen?
- ¿Están satisfechos los proveedores con el nivel de transparencia y participación en la toma de decisiones en la organización?

Niveles de valoración

**Ejemplar**

Hemos establecido relaciones transparentes y participativas con nuestros proveedores que se encuentran por encima de la media. Todos los proveedores están muy satisfechos con el nivel de transparencia y participación en la toma de decisiones.

Experimentado

Hemos establecido relaciones transparentes y participativas con todos nuestros proveedores.

Todos los proveedores – excepto contadas excepciones – están muy satisfechos con el nivel de transparencia y participación en la toma de decisiones.

Avanzado

Se han implementado medidas para establecer relaciones transparentes y participativas con los proveedores.

Todos los proveedores – excepto contadas excepciones – están satisfechos con el nivel de transparencia y participación en la toma de decisiones.

Primeros pasos

Se están analizando las relaciones con los proveedores en lo relativo a transparencia y participación. Se ha diseñado una estrategia para mejorarlas y se ha comenzado con las primeras medidas.

Punto de partida

La organización no muestra ningún esfuerzo por aumentar la transparencia frente a sus proveedores y se limita a cumplir con lo exigido por la legislación. Los proveedores no participan de forma relevante en la toma de decisiones.

**Notas aclaratorias**

Cuanto más afecte una decisión a un proveedor, más importante es involucrarlo en la misma. Por ello, la organización debe preguntar a los proveedores en qué temas y decisiones quieren ser tenidos en cuenta. Temas a tratar pueden ser por ejemplo tanto la cantidad de materias primas a producir, como las condiciones de pago y de entrega. El nivel de participación de los proveedores va desde la consulta pasando por el diálogo, sugerencias y recomendaciones, hasta la participación activa de la toma de decisión.

Tanto la decisión como las réplicas y voces o votos en contra deben – idealmente – documentarse adecuadamente.

A4.2 Promoción de la 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.



Preguntas valorativas

- ¿Qué estrategia tiene la organización para garantizar – dentro de su área de influencia – relaciones transparentes y participativas a lo largo de la cadena de suministro de todos los implicados?
- ¿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.



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

La organización tiene una estrategia clara para garantizar relaciones transparentes y participativas con todos los implicados dentro de su área de influencia. 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.

La organización exige a sus proveedores fundamentales que mantengan relaciones transparentes y participativas 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 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.

Se han implementado las primeras medidas para influir positivamente en la cadena de suministro sobre la implementación de relaciones transparentes y participativas con sus grupos de interés.

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.



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:

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

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

Medidas para apoyar estos procesos pueden ser:

- Elaborar estrategias de forma conjunta
- Colaborar con proveedores en la certificación u obtención de sellos

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 en primera instancia. En este sentido, profundizamos e indagamos en los impactos sobre los diferentes implicados que tienen las formas de financiación y los productos financieros.



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 introductorias

- ¿Cómo podemos asegurar una dotación financiera suficiente con medios propios?
- ¿Cómo podemos abrir e implementar canales de financiación solidaria participativa en nuestra organización?
- ¿Cómo podemos evaluar la actitud ética de nuestros proveedores financieros?

B1.1 Independencia financiera: autofinanciación

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



Preguntas valorativas

- ¿Cómo puede garantizarse con recursos propios una cobertura de riesgos suficiente?
- ¿Qué posibilidades de aplicación de los beneficios se han considerado?



Indicadores obligatorios

- % de fondos propios.
- % de fondos propios en el sector.

Niveles de valoración

**Ejemplar**

El porcentaje de fondos propios es ejemplar dentro del sector.

Experimentado

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

Avanzado

El porcentaje de fondos propios es del orden del sector.

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.

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.

**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 (falta de diversificación), fluctuaciones estacionales, dependencia del clima o de determinados recursos y competencias. Este aspecto puede perder importancia en modelos de negocio sin activos empresariales, sin financiación anticipada para gastos, y con ingresos asegurados periódicamente.

En el caso de bancos se calcula el porcentaje de capital propio como la razón entre el "capital propio ajustado" y el capital total. Los bancos y compañías de seguros deben diferenciar entre "capital básico" y "capital complementario".

La información decisiva en asociaciones e instituciones públicas es el porcentaje de financiación propia que proviene de sus miembros. Organizaciones sin ánimo de lucro deben tener en cuenta el objetivo de su organización y las restricciones en cuanto a las dotaciones que pueden realizar para reservas.

B1.2 Financiación externa orientada al Bien Común

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 en primer lugar a través de financiación solidaria, por ejemplo, gracias a clientes que aporten préstamos subordinados o a través de crowdfunding, porque en estos casos los acreedores tienen la misma motivación que la organización. Posteriormente puede empezar a considerarse la financiación a través de banca ética. En caso de necesitar financiación por parte de la banca comercial, deben comprobarse las condiciones por si incluyeran riesgos adicionales.



Preguntas valorativas

- ¿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?



Indicadores obligatorios

- % de capital ajeno.
- Financiación desglosada según tipo de financiación (en miles de EUR)

Niveles de valoración



Ejemplar

Financiación mayoritaria a través de grupos de interés y/o banca ética hasta la completa sustitución de créditos convencionales.

Experimentado

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.

Avanzado

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.

Primeros pasos

La organización prepara una financiación a través de grupos de interés y/o banca ética.

Punto de partida

El periodo de amortización de las deudas se orienta según el periodo de amortización de los objetos a financiar, máximo 14 años.



Notas aclaratorias

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 (swaps), etc.

B1.3 Actitud ética de los proveedores financieros

La gestión financiera orientada al Bien Común de nuestra organización puede asegurarse gracias a trabajar con proveedores financieros que tengan una actitud ética.



Preguntas valorativas

- ¿Qué proveedores financieros tiene la organización?
- ¿Cómo se evalúa a los proveedores financieros en relación a la ética y la sostenibilidad?



Indicadores obligatorios

- Listado de los tres proveedores financieros más importantes con el producto financiero correspondiente y el volumen monetario.

Niveles de valoración



Ejemplar

Todos los proveedores financieros tienen exclusivamente servicios éticos y sostenibles.

Experimentado

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

Avanzado

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

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

Los proveedores financieros presentan los riesgos de los productos y servicios que ofrecen.



Notas aclaratorias

Para evaluar a los proveedores financieros pueden utilizarse los criterios de la guía Frankfurt-Hohenheimer. Se evalúa tanto aspectos sociales como ambientales y de cultura organizacional.

Entendemos por proveedores financieros: bancos, institutos de crédito, compañías de seguros o cualquier tipo de proveedor de servicios financieros con el que existan relaciones comerciales.



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 beneficio de la organización. El reparto de dividendos debe realizarse sólo una vez se hayan garantizado las previsiones de gastos del futuro.



Una organización EBC ...

- dispone, gracias a sus ingresos, de los recursos necesarios para mantenerse en el futuro y garantizar unos ingresos justos a sus grupos de interés.
- tiene propietarios que dan prioridad al desarrollo de la organización frente a obtener dividendos.
- tiene propietarios con pretensiones a obtener dividendos moderados, y que evitan un reparto de los mismos si esto supone endeudarse.



Preguntas introductorias

- ¿Qué importancia tienen los gastos que son ingresos para los grupos de interés?
- ¿Cómo se definen los ingresos que necesita la organización para mantenerse y desarrollarse. Cuáles son las opciones realistas de conseguirlos?

B2.1 Gestión de los recursos financieros de forma solidaria y orientada al Bien Común

La gestión solidaria y orientada al Bien Común de los beneficios de la organización asegura en primer lugar unos ingresos justos a los grupos de interés gracias a las debidas inversiones y previsiones.

Sólo una vez cubiertos los gastos previstos en el futuro, deben repartirse dividendos a los propietarios, sin que esto conlleve un nuevo endeudamiento por parte de la organización.



Preguntas valorativas

- ¿Puede calcularse o estimarse el presupuesto de gastos, y hasta qué punto pueden cubrirse éste 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)

Matriz

Niveles de valoración



Ejemplar

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

Experimentado

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

Avanzado

Reparto de rendimientos de capital 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 rendimientos de capital sólo una vez cubierto, como mínimo, el 60% de los gastos futuros y sin incurrir en una nueva deuda.

Punto de partida

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



Notas aclaratorias

Los porcentajes detallados anteriormente sobre “gastos futuros” consisten en la suma de las altas de activos fijos realizadas, de los gastos estratégicos y el aporte a las reservas en relación a todos los gastos necesarios.

B2.2 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.



Preguntas valorativas

- ¿Por qué motivos se ha cerrado o deslocalizado una ubicación de la organización a pesar de tener beneficios?
- ¿Por qué motivos se ha despedido a personas empleadas a pesar de tener beneficios?
- ¿Por qué motivos se ha realizado un reparto de dividendos de dos cifras a personas que no forman parte de la organización?



Niveles de valoración incl. puntuación

A partir de 100 personas empleadas:

- Reducción de >20% de puestos de trabajo aún habiendo beneficios = -100 puntos
- Reducción de >30% de puestos de trabajo aún habiendo beneficios = -150 puntos
- Reducción de >40% de puestos de trabajo aún habiendo beneficios = -200 puntos
- Reparto de dividendos 10,0 – 12,5% = -100 puntos
- Reparto de dividendos 12,5 – 15,0% = -150 puntos
- Reparto de dividendos >15,0% = -200 puntos



Notas aclaratorias

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.



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. En grupos empresariales se consideran las inversiones de todo el grupo. Mantener o fundar nuevas ubicaciones de la organización para aprovecharse de condiciones ambientales menos exigentes es una actitud no orientada al Bien Común.

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.

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 introductorias

- ¿Qué impacto tiene nuestro activo a largo plazo en la huella ecológica, y qué criterios basan las inversiones de sustitución o reemplazo?
- ¿Qué aspectos ambientales analizamos en las nuevas adquisiciones?
- ¿Qué impactos sociales y ambientales consideramos en cualquier tipo de inversión?

B3.1 Carácter ambiental de las inversiones

El objetivo consiste en sustituir el fundamento de las decisiones de inversión basado únicamente en rendimientos financieros, por uno que tenga en cuenta y valore todos los cambios que se producen debido a la inversión. En el caso de inversiones de amplia vida útil, permanecen también más tiempo los impactos ambientales. Por eso un programa de sustitución, reemplazo o rehabilitación del activo existente juega un papel importante.



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?
- ¿Cómo se garantiza que en la toma de decisiones de las inversiones se tengan en cuenta los impactos sociales y ambientales?
- ¿Qué sustituciones o actividades de mantenimiento y conservación (rehabilitación) de nuestros activos han sido planificadas?



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 %)

Niveles de valoración



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.

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.

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.

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.

Punto de partida

La organización cumple con todo el reglamento ambiental relevante a su sector y ubicación.



Notas aclaratorias

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.

Este aspecto puede ser poco o nada significativo para organizaciones que dispongan de pocos activos, patrimonio o instalaciones. A menudo las organizaciones alquilan sus activos. La influencia que se ejerce en los arrendatarios se trata en A3.

B3.2 Inversiones financieras orientadas al Bien Común

Una organización puede participar en financiación solidaria para proyectos con impacto social y ambiental positivo, siempre y cuando sea legal, por ejemplo en préstamos subordinados, micro-

créditos, crowdfunding, a través de una fundación o aportando una ayuda económica directamente.

Si en vez de invertir directamente en proyectos se decide invertir en fondos de Inversión Socialmente Responsable (ISR), deben considerarse los criterios excluyentes, positivos y formas de posible cooperación. El rendimiento financiero se encuentra en un plano mucho menos importante.

En la toma de decisiones sobre la adquisición de inversiones financieras, por ejemplo participaciones, deben tenerse en cuenta tanto los impactos (con indicadores comparables) como las posibles necesidades futuras de sustitución/rehabilitación.



Preguntas valorativas

- ¿En qué medida participa la organización en la financiación solidaria de proyectos con impacto social y ambiental positivo?
- ¿De dónde se obtiene la información sobre los impactos sociales y ambientales esperados de los proyectos o fondos ISR?



Indicadores obligatorios

- Proyectos financiados (en miles de euros, % sobre inversión total)
- Fondos ISR (en miles de euros, % inversión total)

Niveles de valoración



Ejemplar

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

Sólo se invierte en proyectos sostenibles o en fondos ISR con criterios excluyentes claros y criterios positivos concretos.

Avanzado

Mayoría de inversiones en proyectos sostenibles o en fondos ISR con criterios excluyentes claros y criterios positivos concretos.

Primeros pasos

Se invierte parcialmente en proyectos sostenibles o en fondos ISR con criterios excluyentes claros, criterios positivos concretos.

Punto de partida

Inversiones tradicionales sin productos financieros especulativos.



Notas aclaratorias

La relevancia de este aspecto depende del volumen de las inversiones.

B3.3 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.



Preguntas valorativas

- ¿Qué recursos perjudiciales para el medio ambiente se emplean?
- ¿Qué medidas se han planificado o se están llevando a cabo para reducir la dependencia de tales recursos, y qué resultados se esperan?
- ¿Qué relevancia tiene para la organización el abandono de los combustibles fósiles?



Niveles de valoración incl. puntuación

- Falta de información sobre la desinversión necesaria = -100 puntos
- Negativa a renunciar a ..., a abandonar ... = -200 puntos



Notas aclaratorias

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.

La independencia de productos, servicios o sectores no sostenibles es un factor importante en el éxito futuro de la organización. La dependencia de tales recursos no sólo se produce en el uso directo de la organización, sino también en el uso de los clientes o proveedores. Por ejemplo, el uso de un producto o servicio por parte de un cliente puede requerir el uso de recursos perjudiciales para el medio ambiente. En el caso de proveedores, la organización puede no hacer un uso directo de los recursos, pero sí comprar un producto en el que los proveedores sí dependan de recursos perjudiciales para el medio ambiente.

En el sector de la agricultura son comparables el uso de semillas modificadas genéticamente y el uso de pesticidas.

En el caso de que ya se hayan llevado a cabo medidas para reducir la dependencia y/o el consumo de tales recursos, puede aplicarse una valoración negativa menor a la estipulada inicialmente en función del resultado de las medidas.

Hasta que no pueda demostrarse el completo abandono de tales recursos, se aplicarán puntos negativos.



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. La participación de otros grupos de interés puede fortalecer a la comunidad y favorecer un desarrollo más sólido de la organización.



Una organización EBC ...

- facilita la participación en la toma de decisiones gracias a una gestión transparente de la actividad organizacional 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 introductorias

- ¿Cómo definiríamos cómo se vive el “ambiente de comunidad” en la organización?
- ¿Qué relevancia tiene nuestra forma jurídica para comprometer a las personas empleadas?
- ¿Qué forma de emprendimiento colectivo podemos concebir para nuestra organización?

B4.1 Distribución de la propiedad orientada al Bien Común

El reparto de las participaciones de la organización tiene como objetivo salvaguardar la autonomía y autodeterminación de la organización y ayuda a mantenerse alejado de intereses particulares. La condición fundamental para poder participar en la propiedad de la organización consiste en demostrar interés por mantener y desarrollar el objetivo y razón de ser de la organización.

A largo plazo la mayoría de los derechos de voto deben recaer en todas las personas empleadas de la organización.



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 en 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 se fomenta la distribución de la propiedad?
- ¿Cómo ha evolucionado la distribución de la propiedad en los últimos años, y cómo se afianzan los cambios?



Indicadores obligatorios

Distribución de fondos propios dentro de cada uno de los siguientes grupos %.

- Empresarios
- Directivos
- Personas empleadas (no directivas o empresarias para este indicador en concreto)
- Clientes
- Proveedores
- Otros
- Inversores que no trabajan en la organización

Niveles de valoración



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 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

En los niveles de valoración nos referimos con “personas empleadas” a las empresarias que trabajan en la organización, las directivas y otras personas empleadas.

B4.2 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. Las organizaciones cotizadas se encuentran en especial peligro cuando sus acciones poseen un valor menor al real.

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.



Preguntas valorativas

- ¿Qué motivos argumentan una OPA hostil planificada o ya realizada?
- ¿Cómo se puede proteger la organización de una OPA hostil?



Niveles de valoración incl. puntuación

- **200 puntos negativos:** Preparación de una OPA hostil
- **100 puntos negativos:** OPA hostil a una organización



Notas aclaratorias

Ante la posibilidad de una OPA hostil es decisiva la aprobación de la gerencia, la junta directiva y la totalidad de las personas empleadas y, en su caso, de los grupos de interés relevantes.

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

En caso de duda, la organización adquirida debe demostrar que la compra no ha sido un caso de OPA hostil.



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.



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 introductorias

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

C1.1 Cultura organizacional orientada a las personas

En el puesto de trabajo se vive un ambiente de aprecio, respeto y confianza. Los errores se afrontan de forma constructiva. Los conflictos se abordan como una oportunidad y se resuelven entre iguales.

Las personas empleadas y equipos de trabajo pueden organizarse de forma autónoma y asumen su responsabilidad. La organización crea un ambiente de trabajo en el que se pueden desarrollar las virtudes y talentos de las personas empleadas. Los empleados encuentran sentido a su trabajo.



Preguntas valorativas

- ¿Qué medidas y procesos han sido ya puestos en marcha para conseguir una cultura organizacional que pone en el centro a las personas?
- ¿Cómo se abordan los errores y conflictos en la organización?
- ¿Cómo se fomenta una organización del trabajo autónoma y la asunción de responsabilidad?



Indicadores obligatorios

- Tasa de rotación
- Antigüedad media en la organización
- Cantidad de solicitudes de empleo
- Cantidad y periodicidad de encuestas de clima laboral
- Oferta y horas de formación profesional y personal por empleado y según categoría

Niveles de valoración



Ejemplar

Soluciones innovadoras y/o integrales para una cultura organizacional orientada a las personas empleadas 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 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.

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.

Punto de partida

Cultura organizacional tradicional.



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 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 mismas con responsabilidad.

Es importante hacer una apreciación global y la implementación concreta en el día a día. Encuestas de clima laboral pueden ser útiles al respecto.

C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo

La salud y seguridad laboral está consolidada en toda la organización y contribuye a la salud de las personas empleadas.

A través de medidas preventivas y otras acciones se fomenta la salud de las personas empleadas.



Preguntas valorativas

- ¿Qué medidas se han implementado para fomentar la salud y seguridad en el trabajo, y cómo se evalúan?
- ¿A qué riesgos para su salud se enfrentan las personas empleadas y qué medidas de protección han sido implementadas para contrarrestarlos?



Indicadores obligatorios

- 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: contenido y horas de trabajo por persona empleada.

Niveles de valoración



Ejemplar

Soluciones innovadoras y/o integrales para fomentar la salud y seguridad en el trabajo están implementadas y asimiladas perfectamente por la organización y las personas empleadas.

Experimentado

El éxito de las medidas implementadas para fomentar la salud y seguridad en el trabajo es fácilmente reconocible. Las medidas han sido implementadas ampliamente.

Avanzado

Se han implementado las primeras medidas para fomentar la salud y seguridad en el trabajo más allá de los obligaciones legales.

Primeros pasos

Se han planificado mejoras para fomentar la salud y seguridad en el trabajo más allá de los obligaciones legales.

Punto de partida

No existe ninguna medida especial para fomentar la salud y seguridad en el trabajo. Se cumplen las obligaciones legales.



Notas aclaratorias

A la hora de puntuar se tienen en cuenta las medidas concretas implementadas en el día a día:

- 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.
- Identificación de grupos en riesgo y medidas para disminuir los riesgos
- 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

C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades

La diversidad en la plantilla se considera un valioso recurso, en el que la diferencia enriquece. Todas las personas empleadas disponen de las mismas oportunidades en la organización. Se aspira a superar las estructuras sociales que discriminan a determinados grupos sociales.



Preguntas valorativas

- ¿Qué papel juega la diversidad en la incorporación y trato con las personas empleadas, y qué acuerdos y medidas tiene ya incorporadas la organización?
- ¿En qué áreas podrían las personas empleadas sentirse discriminadas y qué se está haciendo para abordarlo?
- ¿Qué medidas ya se han puesto marcha para equilibrar diferencias (jerárquicas) y fomentar talentos especiales?



Indicadores obligatorios

- Personas empleadas desglosadas por categoría laboral atendiendo a criterios de diversidad (ej, edad, género, etnia, necesidades especiales, orientación sexual, religión – siempre que sea relevante)
- Formaciones impartidas a las personas empleadas sobre diversidad: contenido y horas por persona empleada
- Diversidad social del entorno (al menos atendiendo a los criterios principales de la diversidad)
- Cantidad de bajas de paternidad y maternidad en meses
- Rotaciones y nuevas incorporaciones desglosadas por los criterios de diversidad relevantes

Niveles de valoración

**Ejemplar**

Soluciones innovadoras para fomentar y mejorar la manera de abordar la diversidad e igualdad y la concienciación sobre ellas están asimiladas por la organización y las personas empleadas.

Experimentado

El éxito de las medidas implementadas para mejorar la manera de abordar la diversidad e igualdad y la concienciación sobre ellas es fácilmente reconocible.

Avanzado

Se han implementado las primeras medidas para mejorar la manera de abordar la diversidad e igualdad y la concienciación sobre ellas.

Primeros pasos

Se han analizado puntos débiles y discriminaciones que pudieran ocurrir. Se han planificado las primeras medidas para mejorar la manera de abordar la diversidad e igualdad y la concienciación sobre ellas.

Punto de partida

No existe ninguna medida relevante que vaya más allá de las obligaciones legales.

**Notas aclaratorias**

Algunas medidas:

- Adaptar la búsqueda de personal y las incorporaciones dando preferencia a grupos de personas infrarrepresentados.
- Considerar la diversidad social del entorno a la hora de incorporar a personal técnico y de dirección por encima de la media del sector.

C1.4 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**

- ¿En qué áreas existen condiciones de trabajo potencialmente indignas que no se corresponden con el estándar deseado?
- ¿Qué comentarios y sugerencias al respecto se encuentran en el comité de organización y en el departamento de personal?
- En caso de comportamientos fuera de lugar ¿cómo se llama la atención a los implicados?



Indicadores obligatorios

- Declaración oficial del comité de organización y/o del departamento de personal a las preguntas previas
- Procesos judiciales relativos a la violación del derecho laboral habidos en el año del Informe del Bien Común
- Cantidad y contenido de quejas y reclamaciones por parte del comité de organización o sindicato habidas en el año del informe así como la reacción a dichas reclamaciones



Niveles de valoración incl. puntuación

- Por cada aspecto pueden restarse hasta 50 puntos (máximo 200 puntos negativos)



Notas aclaratorias

Si se aportaran informaciones contradictorias, en caso de duda, será la opinión de las personas empleadas la decisiva. Estimar la credibilidad de las afirmaciones es clave en estos aspectos.



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.



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 mismos.



Preguntas introductorias

- ¿Cómo se pueden adaptar nuestros contratos de trabajo a las necesidades individuales de cada uno y a la vez ser justos y solidarios?
- ¿Cómo se determina si una remuneración es justa para cada trabajo?
- ¿Cuántas horas de trabajo se necesitan (realmente)?
- ¿Qué influencias, tanto positivas como negativas, tienen las condiciones de trabajo reguladas en los contratos en el bienestar de las personas empleadas?

C2.1 Remuneración

Una remuneración justa tiene una influencia considerable en la cultura y desarrollo de una organización. La remuneración debe regirse lo más transparente posible según el trabajo realizado, responsabilidad, riesgo y necesidad, así como de acuerdo a otras normas y estructuras de incentivos definidas por la organización.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo se remunera el trabajo realizado en la organización, y cuán transparentes son los principios que lo determinan?
- ¿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?



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)

Niveles de valoración

**Ejemplar**

Se ha desarrollado un proceso para que cada persona empleada pueda fijar su remuneración. La remuneración se adapta 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. Esta razón puede 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.

Primeros pasos

Análisis y diálogo periódico sobre una estructura salarial justa.

Punto de partida

Se cumple con las exigencias mínimas de la regulación (ej. salario mínimo)

**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).

“Legitimada por todos las personas empleadas” significa que todos las personas empleadas pueden decidir otra razón máxima por consenso o de forma democrática. En estos casos, la razón máxima no puede superar el valor 1:20 (véase el aspecto negativo C2.4).

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.

Matriz

C2.2 Horario laboral

El tiempo de trabajo es tiempo de vida. El uso eficiente y efectivo de la fuerza de trabajo puesta a disposición por las personas empleadas es una expresión directa de aprecio y trato respetuoso. La participación en el mundo laboral y la participación en la sociedad se hacen compatibles cuando la organización tiene como objetivo claro la reducción y la flexibilidad del horario laboral.



Preguntas valorativas

- ¿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 pueden organizarse por sí mismas?



Indicadores obligatorios

- horas semanales (ej. 38 horas)
- horas extras realizadas

Niveles de valoración



Ejemplar

Se ha desarrollado un proceso para que cada persona empleada pueda fijar sus horas de trabajo. Las horas semanales se adaptan caso a caso de acuerdo a las necesidades individuales y son fijadas por las personas empleadas.

Experimentado

Las horas semanales en la organización no superan las 30 horas. Esta cuantía puede ajustarse a las necesidades de la organización si es legitimada por todas las personas empleadas.

Avanzado

Se fomentan medidas y formaciones para que las personas empleadas gestionen de manera consciente su horario laboral y las horas extras.

Primeros pasos

Análisis y diálogo periódico sobre distribución justa del horario laboral y carga de trabajo.

Punto de partida

Se cumple con las exigencias mínimas de la regulación.



Notas aclaratorias

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.

“Legitimada por todos las personas empleadas” significa que todos las personas empleadas pueden decidir por consenso o de forma democrática otra normativa sobre las horas semanales.

C2.3 Condiciones de trabajo y conciliación

Las condiciones de trabajo establecidas en los contratos influyen de forma considerable en el bienestar de las personas empleadas. La adaptación individual del contrato y la seguridad de su puesto de trabajo facilitan a las personas empleadas planificar a largo plazo y fomentan la conciliación entre la vida laboral y la vida personal (ej. cuidado y educación de los hijos, actividades sociales, cargos públicos, etc.)



Preguntas valorativas

- ¿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

- Listado de todos los tipos de contrato laboral
- Cantidad de personas empleadas y directivas con contratos adaptados a sus necesidades individuales (ej. tiempo parcial, trabajo compartido, etc.)

Niveles de valoración



Ejemplar

Se ha desarrollado un proceso para que cada persona empleada pueda determinar su tipo de contrato laboral. Éstos se adaptan según las necesidades y son fijados por las personas empleadas.

Experimentado

Es posible adaptar el contrato a cada situación individual. Una gran parte de directivos se acoge a esta medida mostrando que esta práctica está integrada en la cultura de la organización.

Avanzado

Las personas empleadas pueden elegir entre diferentes tipos de contrato.

Primeros pasos

Análisis y diálogo periódico sobre los diferentes tipos de contrato laborales disponibles.

Punto de partida

Se cumple la ley. Las personas empleadas pueden acogerse a contratos a tiempo parcial.



Notas aclaratorias

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

Definiciones:

- tipos de contrato laborales flexibles: son definidos por la organización y pueden ser escogidos por las personas empleadas.
- tipos de contrato laborales adaptados individualmente: soluciones a medida para cada persona empleada.

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)

C2.4 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 garantizarse un salario digno para todas las personas empleadas? Si no es posible, ¿qué razones lo impiden?
- ¿Qué rol juega el tiempo de trabajo "invertido" (*presencialismo*) a la hora de mejorar la carrera profesional y/o a la hora de valorar el compromiso de las personas empleadas?
- ¿Qué remuneración reciben becarios y estudiantes en prácticas?
- ¿Qué riesgos tienen las personas empleadas temporales (ej. debido a la estación del año) y qué puede realizarse para mitigar ese riesgo?
- ¿Qué "duración" en los contratos de trabajo de duración determinada se adecúa a los intereses de la organización y de las personas empleadas?



Indicadores obligatorios

- Salario digno para cada ubicación de la organización
- Beneficios
- Número de personas empleadas
- Salario más alto y más bajo
- Número de contratos "predeterminados" (sin adaptación a necesidades individuales)
- Cantidad de contratos *zero-hour*
- Duración de contrato máxima y mínima de las personas empleadas temporales
- Número de personas empleadas (incl. personas empleadas temporales)
- Número de personas empleadas temporales
- Duración de los contratos de duración determinada

- Porcentaje de contratos de duración determinada
- Política (real) de renovación de contratos de duración determinada



Niveles de valoración incl. puntuación

- Salarios no dignos habiendo beneficios en la organización
- Razón salarial mayor a 1:20
- Pagos de salarios aplazados o retrasados con asiduidad
- Brecha salarial mayor del 10% para trabajos similares – según género, etnia, edad, etc.
- Cláusulas predeterminadas según las cuales las horas extras se pagan automáticamente (en más del 10% de los contratos)
- Contratos de duración determinada mayor a dos años o que durante ese espacio de tiempo han sido renovados más de dos veces
- Trabajo temporal con una duración mayor a 6 meses o que representa más del 10% de los contratos
- Contratos *zero-hour*



Notas aclaratorias

A la hora de valorar tenemos en cuenta una imagen global de los comportamientos de la organización. Cada uno de los puntos anteriores puede valorarse con hasta 50 puntos negativos. En total no se pueden superar los 200 puntos negativos.

La definición de trabajo temporal incluye personas empleadas de ETT y empleo estacional.

Si la organización aporta a los estudiantes en prácticas o becarios un valor importante (a parte de la remuneración), éste puede ser *monetizado* con uso de proxies adecuados y reducirse la remuneración.

El voluntariado debe valorarse por separado, porque fundamentalmente le incumbe al voluntario. Bajo el punto de vista de la autoexplotación debe prestarse especial atención a la capacitación (por ejemplo en grandes instituciones de caridad y voluntariado en grandes eventos)



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 jueguen un papel clave en la promoción de la responsabilidad medioambiental en el día a día de las personas empleadas.



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 introductorias

- ¿Cómo influimos en la alimentación durante la jornada laboral?
- ¿Cómo abordamos la movilidad y transporte al puesto de trabajo?
- ¿Qué medidas ponemos en marcha para fomentar comportamientos de las personas empleadas respetuosos con el medio ambiente?

C3.1 Alimentación durante la jornada laboral

Alrededor de un tercio de la huella ecológica se debe a la alimentación. La transformación ecológica necesita un cambio en la conciencia de las personas sobre el vínculo existente entre nuestra alimentación y los impactos ambientales que conlleva.



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 opciones ofrece la cantina? ¿hay cocina o reparto de comida (catering, ej. directo desde el productor, grupo de consumo)?



Indicadores obligatorios

- % de alimentación ecológica

Niveles de valoración

**Ejemplar**

Alimentación vegetariana principalmente (>75%), alimentos preferentemente locales, de temporada, con certificado ecológico, y si es posible de agricultura solidaria. Carne local.

Experimentado

Alimentación vegetariana principalmente (>50%), alimentos preferentemente locales, de temporada, con certificado ecológico. Carne local.

Avanzado

Declaración política por escrito de la organización sobre alimentación sostenible (se ha reducido considerablemente el consumo de productos animales en la cantina)

Primeros pasos

Primeros pasos en la promoción de una alimentación sostenible, p. ej. opción vegetariana, descuentos en restaurantes ecológicos, grupos de consumo, etc.

Punto de partida

No existen medidas para promocionar una alimentación saludable. La alimentación de la cantina no es insalubre de forma evidente.

**Notas aclaratorias**

- 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.
- Aún cuando no haya cantina en la organización, pueden implementarse medidas e incentivos como por ejemplo cooperar con locales vegetarianos y ecológicos. Esto repercute a su vez en la salud.

C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo

Alrededor del 20% de la huella ecológica es debida al transporte de pasajeros, de los cuales el 90% pertenecen al transporte aéreo y por carretera. Por tanto, la movilidad al puesto de trabajo se presenta como un factor fundamental para reducir las emisiones del transporte.

**Preguntas valorativas**

- ¿Qué medio de transporte usan las personas empleadas para llegar a su puesto de trabajo?
- ¿Qué opciones tienen las personas empleadas para recorrer su trayecto al puesto de trabajo con menor impacto?
- ¿De qué incentivos dispone la organización en relación a la movilidad sostenible – también para viajes de trabajo?



Indicadores obligatorios

- % de trayectos en coche, transporte público, bicicleta y a pie

Niveles de valoración



Ejemplar

Casi todas las personas empleadas utilizan el transporte público, la bicicleta, carsharing o hacen teletrabajo gracias a la política de incentivos.

Experimentado

La mayoría de las personas empleadas utilizan el transporte público, la bicicleta, carsharing o hacen teletrabajo gracias a la política de incentivos. Otro tipo de medidas para su fomento: parking sólo para carsharing, a la hora de elegir nueva ubicación la accesibilidad es un factor importante, disponibilidad de bicicletas de organización.

Avanzado

Política de movilidad coherente. Por ejemplo, si no hay red de transporte público: oferta de car-sharing importante, participación en iniciativas que fomentan el uso de la bicicleta, política de coches de empresa (<130 g CO₂/km), formación en conducción eficiente, sistema de incentivos económicos para el uso del transporte público, parking para bicicletas.

Primeros pasos

Se reconocen fácilmente los primeros pasos para una política de movilidad sostenible: apoyo al uso de transporte público, se analiza la política de vehículos de organización, elección del medio de transporte para viajes de trabajo según criterios ecológicos, etc. Parking de bicicletas.

Punto de partida

La organización no dispone de incentivos que fomenten el transporte con alto impacto ambiental.



Notas aclaratorias

Dependiendo del contexto (fábricas en las afueras de las ciudades, oficinas en el centro de la ciudad, ubicaciones apartadas, etc.) pueden aplicarse diferentes tipos de incentivos para favorecer una movilidad sostenible:

- Tickets para transporte público
- Reducción de la necesidad de movilidad gracias al uso de TIC o teletrabajo
- Transporte colectivo organizado por la organización para ir al puesto de trabajo
- Favorecer el coche compartido
- Disponibilidad de bicicletas de organización y parking de bicicletas protegido
- Evitar coches de empresa

C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio ambiente

Para establecer comportamientos sostenibles se necesita tanto conocimiento como práctica. Disponer de políticas y procedimientos sirve de ayuda para desarrollar la cultura organizacional y cambiar comportamientos habituales.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo describiría la cultura organizacional en lo relativo a aspectos medioambientales?
- ¿Qué papel juegan los temas ambientales en la formación que ofrece la organización y en la selección de personal?
- ¿Qué medidas de sensibilización se realizan a este respecto?
- ¿De qué estrategia dispone la organización en lo relativo al comportamiento medioambiental de las personas empleadas (también en su vida privada)?



Indicadores obligatorios

- Grado de conocimiento de la política medioambiental por parte de las personas empleadas en %
- Grado de asistencia a las formaciones en materia ambiental por parte de personas empleadas en %

Niveles de valoración



Ejemplar

Programa de sensibilización ambiental para todas las personas empleadas, ej. recopilación periódica de datos sobre comportamiento ambiental, enfoques innovadores de sensibilización

Experimentado

Los aspectos ambientales se encuentran consolidados en la oferta de formación de la organización. La selección de personal se realiza teniendo en cuenta la conciencia ambiental. Se incluye a las personas empleadas en la toma de decisiones relativa a cuestiones ambientales

Avanzado

Primeras medidas implementadas. Por ejemplo a través de formaciones, inclusión puntual de personas empleadas en cuestiones ambientales, eventos informativos, carteles informativos en las oficinas, tratar temas medioambientales en la newsletter... La dirección actúa en consecuencia y es un modelo de referencia, por ejemplo, evitando tener coches de organización ostentosos.

Primeros pasos

La organización recomienda puntualmente tener una actitud medioambiental responsable

Punto de partida

La organización no tiene contradicciones que impidan una actitud 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:

- Integrar los aspectos ambientales en los procedimientos de sugerencias y la formación que ofrece la organización, talleres de huella, talleres para realizar el Balance del Bien Común familiar, etc.
- Hucha para realizar proyectos ambientales externos de las personas empleadas o propuestos por las personas empleadas
- Aporte económico para personas empleadas por ejemplo para mejorar la eficiencia energética de sus casas
- La política de contratación contiene una valoración de la conciencia ambiental de los aspirantes

C3.4 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.



Preguntas valorativas

- ¿Cuál de los siguientes aspectos negativos tiene lugar en la organización?



Niveles de valoración incl. puntuación

La asignación de puntos negativos se realiza de acuerdo a lo siguiente:

- **10 puntos negativos:**
La organización dispone de coches de empresa con un factor de emisión > 180g/km CO₂
- **10 puntos negativos por cada normativa:**
La organización dispone de normativas que incentivan opciones menos ecológicas que otras posibles. Por ejemplo viajar en avión en vez de en tren porque es más barato.
- **5 puntos negativos por cada caso:**
Existen productos consumibles con envoltorios innecesarios (por ejemplo cápsulas de café, envoltorios de PET para comida, latas o botellas de un solo uso etc.) habiendo alternativas más respetuosas con el medio ambiente.
- **10 puntos negativos por cada prohibición:**
La organización prohíbe usar productos que sean ambientalmente más sostenibles. Por ejemplo, papel reciclado.
- **10 puntos negativos:**
La organización descuida el tratamiento de residuos. Por ejemplo, no separa los residuos (orgánico, papel, residuos de producción, chatarra, etc.)

Cada uno de los casos de la lista previa se valora individualmente. El resultado final es la suma de todos los puntos hasta un máximo de **100 puntos negativos**.



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.



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.
- permite a las personas empleadas aportar con sus intereses o sugerencias y participar en las decisiones.



Preguntas introductorias

- ¿Cómo vivimos en nuestra organización el valor transparencia y participación?
- ¿Qué experiencias hemos adquirido hasta hoy?
- ¿Qué reservas y miedos tenemos frente a aumentar la transparencia y participación?
- ¿Qué ventajas y oportunidades se derivan de aumentar la transparencia y la participación?

C4.1 Transparencia interna

La transparencia es una condición previa fundamental para la participación. Sólo si las personas empleadas tienen acceso a toda la información fundamental, pueden formarse su opinión y participar activamente. En principio, deben organizarse y presentarse todos los datos de tal manera que sean fácilmente accesibles y entendibles por las personas empleadas.



Preguntas valorativas

- ¿Qué datos y de qué manera son accesibles para las personas empleadas?
- ¿Qué facilidades o complicaciones tiene las personas empleadas para acceder a los datos? ¿Qué barreras físicas o intelectuales existen? ¿Por qué?
- ¿Qué datos críticos o fundamentales no se encuentran accesibles para las personas empleadas y por qué?
- ¿Qué hace la organización para que las personas empleadas puedan entender de manera sencilla los datos financieros?



Indicadores obligatorios

- Grado de transparencia de los datos críticos y fundamentales (estimación en %)

Niveles de valoración

**Ejemplar**

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

Experimentado

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

Avanzado

Algunos datos críticos y fundamentales son transparentes y fácilmente accesibles y entendibles para todas 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/o tiene un plan concreto para aumentarla.

Punto de partida

Nivel de transparencia acorde a la legislación.

**Notas aclaratorias**

- Datos críticos son por ejemplo: actas de la dirección, estructura salarial, gastos de la organización, decisiones sobre nuevas contrataciones y despidos.
- Datos fundamentales son todos los datos que son necesarios para determinadas decisiones y/o que son esenciales para la misión de la organización.
- Los límites a la transparencia se encuentran en la ley de protección de datos, en datos personales confidenciales, y en determinados conocimientos de valor de la organización.

C4.2 Legitimación de la dirección

Las personas empleadas viven el día a día con la dirección. Ellas son las que mejor pueden decidir si la dirección está siendo útil para conseguir la misión de la organización. Cuanto mayor sea la participación de las personas empleadas, mayor será también la autoridad real de la dirección y con ello el compromiso de las personas empleadas.

**Preguntas valorativas**

- ¿Quién y cómo se selecciona a la dirección? ¿Son designados desde arriba o son elegidos desde abajo?
- ¿Qué posibilidades para participar tienen los miembros del equipo? ¿Por qué?
- ¿Qué medidas son consecuencia del feedback que aportan las personas empleadas?



Indicadores obligatorios

- Porcentaje de directivos que son legitimados por sus personas empleadas a través de consulta/diálogo/contribución/participación.

Niveles de valoración



Ejemplar

Todos los directivos – también la junta directiva – son evaluados y elegidos periódicamente por las personas empleadas. Las personas empleadas pueden destituir a cualquier directivo. La organización vive la cultura de legitimar a la dirección.

Experimentado

Los directivos directos de las personas empleadas son elegidos y evaluados periódicamente por ellas mismos. De la evaluación surgen medidas para los directivos. Un directivo directo puede ser destituido por las personas empleadas. Estas prácticas llevan años implementadas.

Avanzado

Consulta y/o participación en la selección de directivos directos. Evaluación de los directivos periódica a través de consultas o entrevistas.

Primeros pasos

La organización aborda el tema legitimación de la dirección y/o tiene un plan concreto para aumentar la participación.

Punto de partida

Los puestos directivos se seleccionan sin la participación de las personas empleadas.



Notas aclaratorias

- “Periódicamente” significa la re-elección de los directivos cada cierto tiempo.
- Se valoran preferentemente procesos de elección por consenso frente a los procesos habituales de votos que decide la mayoría. “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.
- La posibilidad de destituir un directivo es como el freno de emergencia en un tren. Las personas empleadas deberían tener la posibilidad de dar ese paso en caso de que sea necesario.
- En la evaluación de los puestos directivos debe garantizarse por un lado el anonimato de las personas empleadas, y por otro lado asegurar que los directivos obtienen información clara y valiosa para poder aprender del feedback aportado.

C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones

En principio, las personas empleadas tienen tanto las competencias técnicas como de ejecución en su trabajo diario. En el nivel de su equipo, las personas empleadas toman decisiones y asumen la responsabilidad de las mismas. En el resto de niveles existe la posibilidad de tomar las decisiones de abajo a arriba. Participación en la toma de decisiones significa también responsabilidad compartida. El derecho a la participación se basa en la disponibilidad de las personas empleadas a informarse activamente y a formar parte de las decisiones. La organización establece las condiciones previas necesarias y apoya a las personas empleadas en este camino.



Preguntas valorativas

- ¿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?
- ¿Qué se hace en la organización para que más personas empleadas asuman responsabilidad y participen en la toma de decisiones?



Indicadores obligatorios

- Porcentaje de decisiones que se toman con consulta / diálogo / contribución / participación de las personas empleadas.

Niveles de valoración



Ejemplar

Todas las decisiones fundamentales se toman con las personas empleadas por consenso: la participación de las personas empleadas forma parte de la cultura organizacional.

Experimentado

Algunas decisiones se toman con las personas empleadas por consenso desde hace algunos años.

Avanzado

Consulta y/o contribución de las personas empleadas en temas y decisiones fundamentales.

Primeros pasos

La organización aborda el tema participación y/o tiene un plan concreto para aumentar la participación.

Punto de partida

Los derechos de participación de las personas empleadas 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.

- NO se trata de que todas las decisiones deben tomarse por todas las personas empleadas con democracia directa. Es importante encontrar un equilibrio entre participación y eficiencia.
- Es importante que la participación en la toma de decisiones abarque todos los niveles de la organización. De este modo, podrían designarse delegados que participaran en los niveles siguientes (un ejemplo del enfoque *bottom-up*), o puede utilizarse democracia directa (a partir de un 10% de quorum podrían corregirse decisiones actuales o aportarse nuevas decisiones)
- Para más información sobre métodos de decisión “por consenso”, vea C4.2.

C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa

El comité de empresa es un gremio en muchos países de Europa que protege los intereses de las personas empleadas en la organización. Idealmente las relaciones entre el comité de empresa y la dirección son fructíferas y ambos trabajan de la mano.



Preguntas valorativas

- ¿Hay comité de empresa? Si no, ¿por qué?
- ¿Qué medidas alternativas pone en práctica la organización en lugar de la formación de un comité de empresa?
- ¿Qué medidas de apoyo tiene el comité de empresa? ¿Cómo se anima a las personas empleadas para que formen uno?



Indicadores obligatorios

- Existencia – o no – de comité de empresa. ¿Desde cuándo?



Niveles de valoración incl. puntuación

- Dependiendo de la gravedad del impedimento y el tamaño de la organización pueden valorarse hasta 200 puntos negativos.



Notas aclaratorias

- Falta de comité de empresa: 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.
- Impedimento del comité de empresa: se considera impedimento del comité de empresa si los empleadores obstaculizan, a través de diferentes medidas, la formación o elección de un comité de empresa. Para determinarlo, puede ser útil realizar una encuesta anónima, recopilar declaraciones de personas empleadas despedidos o informaciones de los sindicatos. También puede exigirse a la organización que demuestre que no ha habido ninguna medida en contra de la formación de un comité de empresa, o que demuestre de manera fidedigna que ha apoyado la formación de uno.



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.



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 introductorias

- ¿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?
- ¿Qué obstáculos y barreras de accesibilidad se encuentran nuestros clientes al usar y comprar nuestros productos?

D1.1 Comunicación transparente con los clientes

La información sobre la organización y sus productos es honesta, completa y auténtica y se dirige a las necesidades de los clientes. La manera de gestionar las reclamaciones se centra en ofrecer soluciones prácticas. La información se utiliza para mejorar los productos, servicios y procesos de la organización.

Una relación en la que se aprecia y valora a los clientes así como la calidad de productos y servicios tienen como resultado la recomendación posterior de los clientes a otros clientes.



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?
- ¿Cómo se considera la ética en la publicidad y en el proceso de venta?
- ¿Cómo se tratan las peticiones y reclamaciones de los clientes y se asegura un proceso claro, útil y sencillo de reclamación?



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

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 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.

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. Así mismo se promueve la publicidad boca a boca.

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.

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.

D1.2 Accesibilidad

Al hablar de accesibilidad nos referimos tanto al uso o consumo del producto y servicio en cuestión, como al acceso a información y al lugar de compra, y al proceso de compra en sí mismo.

Cualquier tipo de barrera física, visual, técnica, lingüística, cultural, intelectual y financiera debe tenerse en cuenta y eliminarse en la medida de lo posible.



Preguntas valorativas

- ¿Qué barreras encontramos en la compra y en el uso o consumo del producto o servicio?
- ¿Qué grupos vulnerables estamos considerando?
- ¿Cómo se facilita a estos grupos el acceso y uso de los productos y servicios?
- Exclusivo para B2B: ¿Cómo aseguramos que pequeñas organizaciones y organizaciones orientadas al Bien Común obtengan al menos las mismas condiciones y servicios que grandes organizaciones?



Indicadores obligatorios

- Porcentaje de facturación proveniente de grupos vulnerables.

Niveles de valoración

**Ejemplar**

Los productos y servicios son adaptados para grupos vulnerables. Existen productos / servicios especiales para grupos vulnerables.

Experimentado

Se han implementado soluciones para las barreras más importantes de grupos vulnerables. Es un aspecto importante en la estrategia de la organización y está implementada en muchos ámbitos. Por ejemplo, diferentes niveles de precios o instalaciones accesibles.

Avanzado

Se ofrecen soluciones para los grupos vulnerables relevantes y se pone a disposición de estas personas de recursos adecuados para asistirlos (ej. personal).

Primeros pasos

Se ha identificado a los grupos vulnerables relevantes. La información es fácilmente accesible.

Punto de partida

La organización cumple con la legislación relativa al trato de grupos vulnerables.

**Notas aclaratorias**

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.

Y también: ONGs, instituciones de utilidad pública, iniciativas y proyectos de la sociedad civil, instituciones no comerciales de los sectores educación, sanidad y asuntos sociales, y microempresas.

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

D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas

La siguiente lista describe prácticas de publicidad y acciones comerciales difícilmente conciliables con una relación ética con los clientes.

**Preguntas valorativas**

- ¿Qué acciones de venta o publicidad podrían considerarse faltas de ética? ¿por qué? ¿qué alternativas más éticas serían posibles?

- ¿Qué acciones van más allá de una web con información, información estática comercial de producto, instrucciones de uso, o una verdadera transmisión de conocimiento?



Indicadores obligatorios

- % de gastos que se corresponden con campañas éticas y no éticas



Niveles de valoración incl. puntuación

Cada una de las acciones siguientes puede obtener hasta 50 puntos negativos. En total, no más de 200.

Internas:

- Bonus para determinados contratos de venta
- Cifras de venta fijadas, objetivos de venta crecientes
- Promocionar determinados productos independientemente de las necesidades del cliente o mercado
- Guías y formaciones para la fuerza de ventas para difamar sobre otras organizaciones del sector, hacer competencia desleal, estudiar las tendencias de consumo y comportamiento individuales de clientes potenciales para después manipularlos.
- Uso inadecuado, venta o entrega de datos de clientes sin su consentimiento. Incumplimiento de la protección de datos.

Externas:

- Afirmaciones falsas, ocultar información, fingir hechos falsos
- Publicidad sexista o que apuntala estereotipos. Por ejemplo, utilizar hombres y mujeres que se corresponden con los ideales de belleza actuales aunque esto no tenga nada que ver con el producto o servicio ofertado. O por ejemplo mostrar a mujeres en la cocina limpiando y cuidando a niños.
- Hacer de productos diarios símbolos de status o conectarlos con valores que sólo se satisfacen a través del consumo. Por ejemplo, utilizar el slogan "así sabe la felicidad" en una marca de helados.
- Realizar publicidad de la que no se puede escapar fácilmente. Por ejemplo, posters, banners en internet, anuncios en televisión y radio, etc.
- Publicidad dirigida a niños y jóvenes para presionar a sus padres.
- Estafa piramidal
- Precios excesivos
- Ofertas engañosas por debajo del precio de compra
- Ofertas que promueven el hiperconsumo. Por ejemplo "all you can eat" o "3 x 2"
- Publicidad "intrusiva". Por ejemplo, visitas de comerciales sin cita previa, llamadas telefónicas masivas, o búsqueda de socios de ONGs parando personas en la calle
- Asistencia telefónica a través de teléfonos más caros que los habituales o utilizar técnicas para mantener a los usuarios más tiempo al teléfono



Notas aclaratorias

- La puntuación negativa se otorga según la impresión general de las acciones de venta y publicidad, cómo trabaja la organización estas cuestiones, y cuánto impacta negativamente en los clientes.



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.



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 introductorias

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

D2.1 Cooperación con otras organizaciones

La cooperación con otras organizaciones se caracteriza por una actitud amistosa, cooperativa y horizontal hacia otras organizaciones del mismo sector y más allá. Las organizaciones colaborativas trabajan con otras organizaciones para establecer y lograr objetivos comunes con el fin de crear una situación “win-win” para todos los implicados.

Las organizaciones colaboran para diseñar soluciones y ofertas que identifican y satisfacen las necesidades de los clientes, de tal manera que todos los implicados ganen.



Preguntas valorativas

- ¿Con qué organizaciones se colabora actualmente y qué objetivos persigue la cooperación?
- ¿Con que organizaciones se prevé una colaboración futura? ¿en qué áreas?
- ¿En qué áreas se comparte conocimiento e información con otras organizaciones?
- ¿Qué medidas se han tomado o planificado para mejorar las prácticas habituales del sector y/o la normativa vigente que le afecta?



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

Niveles de valoración



Ejemplar

La oferta de la organización se desarrolla principalmente – donde sea posible – en cooperación con otras empresas. El conocimiento y la información de la organización están totalmente accesibles a otras organizaciones. El estándar del sector ha sido mejorado gracias a la organización.

Experimentado

La organización tiene primeras colaboraciones con otras organizaciones del mismo sector. El conocimiento e información de la organización está a disposición de otras organizaciones, y el trabajo en conjunto sirve para incrementar los estándares del sector.

Avanzado

La organización tiene primeras colaboraciones con organizaciones de otros sectores y/o otras organizaciones del mismo sector pero con actividad en otra región. Además, contacta a otras organizaciones de manera activa. El conocimiento e información de la organización está a disposición de organizaciones de otros sectores.

Primeros pasos

La organización tiene una actitud amistosa hacia otras organizaciones.

La organización tiene disposición a cooperar; empieza la cooperación cuando otras organizaciones se la proponen. La organización pone a disposición sus conocimientos e información 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 conocimiento e información de la organización se pueden compartir de varias maneras (independiente del tipo de organización): Desde la publicación en la página web, en folletos o libros, hasta compartir conocimientos en eventos o charlas, pasando por la colaboración en la protección de propiedad intelectual o licencias para su uso.

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

D2.2 Solidaridad con otras organizaciones

La solidaridad con otras organizaciones se refleja a través de prestar ayuda desinteresada mutua en situaciones difíciles. Esta ayuda puede realizarse a través del intercambio de personas empleadas, encargos, recursos financieros y tecnología. No se espera nada a cambio. La idea principal es ayudar para que las otras organizaciones puedan después valerse por sí mismas.



Preguntas valorativas

- ¿En qué áreas actúa la organización de manera solidaria frente a otras organizaciones y ayuda desinteresadamente?



Indicadores obligatorios

¿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 pasados para un apoyo a corto plazo a otras organizaciones:

- de otros sectores?
- del mismo sector?

(Total, % sobre facturación/beneficios)

Niveles de valoración



Ejemplar

La colaboración solidaria con otras organizaciones forma parte del modelo de negocio.

Se comunica de forma pública y fácilmente accesible la oferta de ayuda y solidaridad con otras organizaciones.

Experimentado

La organización tiene amplia experiencia en compartir empleados, pedidos, recursos financieros y tecnología en situaciones de necesidad o para apoyar a otras organizaciones. Ayudar y compartir con otras organizaciones del mismo sector se considera como algo honorable.

Avanzado

La organización tiene sus primeras experiencias en compartir empleados, pedidos, recursos financieros y tecnología en situaciones de necesidad o para apoyar a otras organizaciones. Ayudar y compartir con otras organizaciones del mismo sector se considera como algo honorable.

Primeros pasos

La organización tiene disposición para ser solidaria.

Solidaridad si es solicitada: La organización ofrece ayuda cuando se le solicita.

Punto de partida

La organización no ayuda a otras organizaciones.



Notas aclaratorias

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).

D2.3 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

- ¿En qué áreas podría la organización perjudicar, imponer bloqueos o dañar a otras organizaciones?
- ¿Qué rol juega el papel de ganar cuota de mercado y como se contempla el objetivo de ser líder del mercado?



Indicadores obligatorios

- ¿Emite la comunicación de la organización juicios de valor comparándose con ofertas y productos de otras organizaciones (mejor/peor)?
- ¿Tiene alguno de los productos/servicios una estrategia de precios basada en *dumping*?
- ¿Existen acuerdos secretos con otras organizaciones para fijar precios?
- ¿Se incluye dentro de la estrategia de la organización la maximización de ganancias y la cuota de mercado a coste de otras organizaciones, clientes o productores?
- ¿Tiene la organización varias patentes de productos con el fin exclusivo de bloquear el desarrollo/investigación/innovación de otras organizaciones?



Niveles de valoración incl. puntuación

- Comportamiento dañino o fuerte énfasis de las ventajas de la propia organización y comparaciones hacia otras organizaciones: El énfasis se encuentra en destacar la ventaja con respecto a otras organizaciones y no en la capacidad que tiene el producto/servicio para satisfacer mejor las necesidades del cliente.
- Desacreditación (sutil) de otras organizaciones
- La maximización de la cuota del mercado a coste de los clientes y/o productores es un objetivo de la estrategia organizacional. El objetivo es eliminar a otras organizaciones del mercado.
- La organización tiene varias patentes de productos con el fin exclusivo de bloquear el desarrollo/investigación/innovación de otras organizaciones.
- Abuso del poder de mercado frente a clientes u otras organizaciones utilizando acuerdos secretos para fijar precios (*cartel*) o estrategias de *dumping*.

Por cada punto se asigna hasta un máximo de 50 puntos negativos, en total un máximo de 200 puntos.



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 que debe ser reducido al máximo. En concreto, se trata de aquellos impactos que se generan por parte de los clientes en el uso (gasto de energía, emisiones, etc.) hasta el reciclaje o su tratamiento/deposición final.



Una organización EBC ...

- Realiza el análisis de ciclo de vida de sus productos y servicios correspondiente a las fases de uso, y gestión del residuo.
- 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 introductorias

- ¿Cómo usan y depositan nuestros clientes nuestros productos y servicios (propósito, frecuencia, duración, tipo)?
- ¿Qué impacto ambiental tienen nuestros productos y servicios en el uso y la gestión de sus residuos?
- ¿Qué alternativas a nuestros productos existen y cuál es su impacto ambiental?

D3.1 Relación “coste-beneficio” medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consistencia)

El uso de los productos debería ser lo más consistente y eficiente posible.

Consistente significa que los productos se integran en ciclos naturales y su impacto ambiental es mínimo.

Eficiente significa – respecto al impacto medioambiental – que el producto tiene una buena relación entre lo que aporta (nivel de satisfacción de necesidad) y su impacto ambiental.



Preguntas valorativas

- ¿Hasta qué punto conoce la organización los impactos ambientales de sus productos y servicios originados en las fases de uso y gestión de sus residuos?
- ¿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 se considera en el modelo de negocio el impacto ambiental de los productos y servicios originado en las fases de uso y la gestión de sus residuos?

Niveles de valoración



Ejemplar

Se dispone de multitud de datos cuantitativos y cualitativos sobre los impactos ambientales de los productos y servicios. La organización ha optimizado sus procesos y gama de productos respecto al impacto ambiental.

Los productos y servicios no tienen impacto ambiental o tienen un impacto significativamente menor que las alternativas que existen (Solo se compensa si los impactos no se pueden evitar).

La organización tiene tasas altas de recuperación y tratamiento de residuos.

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.

Avanzado

Se dispone de multitud de datos cuantitativos y cualitativos sobre los impactos ambientales de la mayoría de productos y servicios. 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.

Primeros pasos

La organización ha hecho primeros cálculos para medir el impacto ambiental. Se han implementado las primeras medidas para reducir los impactos ambientales y/o compensar los inevitables.

Algunos productos tienen un menor impacto ambiental por unidad funcional que las alternativas.

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. Los productos y servicios cumplen con la ley respecto a las regulaciones ambientales.



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 (análisis de ciclo de vida de un producto, análisis comparado de ciclos de vida de diferentes productos, etc.). En caso de productos similares también pueden ser 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.

D3.2 Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia)

Aparte de un diseño eficiente de los productos y servicios, es necesario sobre todo un consumo moderado (suficiencia) para lograr reducciones verdaderas de los impactos ambientales en toda la sociedad.

La reducción de consumo en términos absolutos requiere un cambio de pensamiento más drástico aún que las premisas de eficiencia y consistencia. Pues éste choca frontalmente con la premisa de la necesidad de crecimiento de nuestro sistema económico. Y al mismo tiempo debe mantener la libertad de las personas para distribuir los impactos ambientales que *teóricamente le corresponden* en base a sus opciones libres de consumo: alimentación, movilidad, vivienda, etc...

Modelos de negocios que se basan en una reducción del consumo de bienes materiales, y a la vez, a dar más valor a bienes inmateriales apoyan el concepto de suficiencia.



Preguntas valorativas

- ¿Hasta qué punto está la suficiencia consolidada en el modelo de negocio?
- ¿De qué manera se discute el concepto de la suficiencia y de un consumo moderado dentro de la organización?
- ¿Con qué estrategias y medidas promueve la organización un consumo moderado y suficiente?
- ¿Qué productos y servicios tienen como objetivo un consumo moderado y/o lo promueven?
- ¿Hasta qué punto está la comunicación de la organización con sus clientes orientada a promover un consumo moderado?

Niveles de valoración



Ejemplar

La promoción de un consumo moderado es una parte esencial del modelo de negocio de la organización y de la relación con los clientes. La gama de productos tiene exclusivamente productos y servicios que promueven un estilo de vida *suficiente*.

Experimentado

La estrategia y medidas de la organización tienen como objetivo adaptar la gama de productos hacia la suficiencia.

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

La organización tiene una estrategia para promover la suficiencia y un consumo moderado de los productos y servicios. Se han implantado las primeras medidas. 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 realiza sus primeros acercamientos al tema de la suficiencia y el consumo moderado de los productos y servicios.

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 se plantea el tema de la suficiencia pero tampoco realiza compras con impactos ambientales elevados de forma deliberada. La organización cumple con la ley respecto a la comunicación de los impactos ambientales de los productos y servicios, y no realiza una comunicación engañosa.



Notas aclaratorias

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.

Promoción de un consumo moderado:

- Reciclar y reusar
- Durabilidad y reparabilidad
- Ofertas de mantenimiento especiales

Posibles medidas:

- Descuentos en el precio y sistemas de incentivos para reparación, reutilización o uso colectivo
- Renovación de la garantía, servicio de reparación/mantenimiento económico
- Desarrollo de productos que fomentan la suficiencia: coche compartido, de la cuna a la cuna (*Cradle2Cradle*), uso de materiales fácilmente reciclables
- Indicaciones e incentivos para alternativas de menor impacto ambiental (incluso de otras organizaciones): desaconsejar compras, información sobre el impacto ambiental de los productos y servicios, sensibilización de clientes para un consumo moderado, reuniones virtuales en lugar de viajes

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.

D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente

Se evalúa los actos que, análogamente a los aspectos positivos tratados anteriormente, pueden causar impactos ambientales desproporcionados. En línea con el concepto de límites del planeta, esto significaría exceder estos límites.



Preguntas valorativas

- ¿En qué áreas de la organización se tolera o promueve un consumo desproporcionado (p.ej. política de precios, sistemas de incentivos, obsolescencia programada, etc.)?
- ¿Con qué producto se sobrepasarían los límites del planeta si todas las personas del planeta tuvieran este producto y lo usaran mínimamente?



Niveles de valoración incl. puntuación

Según el orden de magnitud del impacto ambiental (dependiendo del sector, productos y tamaño de organización) se pueden asignar hasta un 100 puntos negativos.

Como orientación se asignan 50 puntos negativos para:

- tolerancia consciente de un consumo desproporcionado (por ejemplo política de precios, sistemas de incentivos, obsolescencia programada etc.)
- productos en los que, si todas las personas del planeta lo usaran mínimamente, se sobrepasarían los límites del planeta



Notas aclaratorias

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:

- 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)



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.



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 promover un consumo moderado (suficiencia).
- presenta de forma transparente toda la trazabilidad de producto en la cadena de suministro.



Preguntas introductorias

- ¿Qué derechos a participar o decidir le da la organización a los clientes?
- ¿Cómo involucra a los clientes en el desarrollo de producto y estudios de mercado?
- ¿Cuán transparentes son los contenidos y las sustancias peligrosas de nuestros productos, así como los componentes del precio?

D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigación de mercado

La participación le permite al cliente tener una voz y requiere una comunicación directa hasta la dirección de la organización. El desarrollo de productos en conjunto, engloba ideas y deseos del cliente para mejorar productos existentes, desarrollar nuevos productos o para facilitar la difusión de los mismos entre los clientes. Aquellos productos que cumplen con criterios de sostenibilidad deberían tener una atención especial. Los estudios de mercado sirven al objetivo de optimizar los productos para satisfacer las necesidades de los clientes y de empoderar al cliente para tomar decisiones en su propio interés.



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?
- ¿Cuál es el objetivo de los estudios de mercado?



Indicadores obligatorios

- % de las innovaciones de productos y servicios que se han desarrollado junto con el cliente.
- % de las innovaciones de productos y servicios con mejoras en el impacto social y/o ambiental que se han desarrollado junto con el cliente.

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.

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 consulta a los clientes dentro de los procesos de innovación. Mejoras orientadas a la sostenibilidad siempre incorporan un diálogo con el cliente.

Avanzado

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

Primeros pasos

Los comentarios de los clientes se buscan ocasionalmente. Algunas veces se pregunta al cliente para las mejoras de los productos.

Punto de partida

No hay ningún tipo de participación del cliente. Solo se contesta a los comentarios de los clientes.



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 personas empleadas 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.

La investigación de mercado es ejemplar si también se estudian cualidades eco-sociales de los productos y servicios, por ejemplo durabilidad y reciclabilidad.

D4.2 Transparencia de producto

Con la transparencia se pueden visualizar los impactos sociales y ambientales (positivos o negativos) de los productos y servicios. Además, se hace comprensible la sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor. Esto sirve para una política de precios justa y una discusión con los implicados a largo de la cadena de valor, incluido el público interesado.



Preguntas valorativas

- ¿Cuán transparente son las informaciones de los productos y servicios?
- ¿Hasta qué punto se informa sobre todos los ingredientes/componentes e información relevante para el medio ambiente?
- ¿Qué información se publica en relación a la fijación de precios a lo largo de la cadena de valor?
- ¿Qué conocimiento existe en la organización sobre los impactos sociales y ambientales negativos producidos por los productos y servicios que no se incluyen en los precios (las llamadas externalidades)?



Indicadores obligatorios

- Productos que disponen de la información sobre sus ingredientes/componentes (% sobre facturación)
- Productos y servicios con los componentes del precio publicados (% sobre facturación)
- Dimensión de los costes externalizados de los productos y servicios.

Niveles de valoración



Ejemplar

La organización dispone de toda la información sobre los productos y servicios, y desglosa todos los componentes del precio en porcentaje. La externalización de los costes se publica transparentemente.

Experimentado

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

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

Primeros pasos

Internamente se informa parcialmente sobre la cadena de valor.

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

Punto de partida

La organización cumple con la ley respecto a sus obligaciones de declaración legal.



Notas aclaratorias

Un comportamiento ejemplar sería disponer de toda la información cuantificada del ciclo de vida de los productos respecto a proveedores, sustancias/componentes y riesgos de impacto social y ambiental.

Las externalidades se generan fuera de la organización y los costes los sufre el Bien Común.

D4.3 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. Sobre estas sustancias y estos efectos secundarios la organización tiene que informar.



Preguntas valorativas

- ¿Contienen los productos sustancias peligrosas para el cliente o el medio ambiente?
- ¿Tiene efectos secundarios el uso previsto de los productos?



Indicadores obligatorios

- Productos que no informan transparentemente sobre las sustancias peligrosas y/o efectos secundarios (% de la facturación)



Niveles de valoración incl. puntuación

Máximo 200 puntos negativos con las siguientes evidencias:

- No se declaran sustancias peligrosas (mínimo 50 puntos, según gravedad puede incrementar)
- No se informa sobre posibles efectos secundarios (mínimo 50 puntos, según gravedad puede incrementar)



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.



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 introductorias

- ¿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?
- ¿Qué impactos sociales se generan al producir y consumir nuestros productos y servicios?

E1.1 Productos y servicios que cubren las necesidades básicas y mejoran la calidad de vida

Muchos productos y servicios en el mundo occidental son bienes de lujo y ofrecen normalmente poco valor para satisfacer necesidades básicas. La sola orientación hacia un consumismo choca directamente con los recursos disponibles en nuestro planeta. Además, el nivel incrementado de consumismo perjudica la cohesión social.



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?



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

Todos los productos satisfacen necesidades básicas, el desarrollo personal y/o la diversidad de la biosfera sin impactos negativos.

Para organizaciones B2B: la mayor parte de sus clientes también cumple con estos criterios.

Avanzado

La mayor parte de los productos y servicios satisfacen necesidades básicas para llevar una vida buena y saludable. Además, una gran parte de los productos y servicios sirven al desarrollo personal. Ningún producto o servicio es un pseudo-satisfactor, inhibidor o destructor.

Primeros pasos

La mayor parte de los productos y servicios satisfacen necesidades básicas para llevar una vida buena y saludable. Sólo una pequeña minoría de los productos o servicios son un pseudo-satisfactor, inhibidor o destructor.

Punto de partida

Todos los productos y servicios sirven más para incrementar el estatus que para satisfacer una necesidad básica y/o son pseudo-satisfactores, inhibidores o destructores.



Notas aclaratorias

A la hora de puntuar este aspecto 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.

E1.2 Impacto social de los productos y servicios

Las organizaciones del Bien Común contribuyen con su oferta a un cambio social para dar soluciones a los grandes retos globales, por ejemplo, la lucha contra el hambre, alimentos de alta calidad para todas las personas, educación, igualdad de género, salud y soluciones para los impactos sociales y ambientales negativos. En este aspecto se tratan los impactos en los grupos de interés que no sean clientes (tratado en aspecto anterior).



Preguntas valorativas

- ¿De qué manera sirven los productos y servicios para fortalecer la comunidad en la vida privada y laboral?
- ¿A que grupos de interés se llega con las acciones de la organización? ¿Con cuáles?
- ¿Qué efectos concretos tienen estas acciones – aporta conocimiento, induce un cambio en la actitud de las personas o incluso consigue cambiar los estilos de vida?



Indicadores obligatorios

- Número y tipo de acciones/medidas por año
- Número de personas alcanzadas, por ejemplo lectores, visitantes etc.

Niveles de valoración



Ejemplar

Gracias a las actividades económicas de la organización cambian los **patrones de consumo** de las personas (también no clientes), por ejemplo: comprar del agricultor en lugar del supermercado. La organización implementa soluciones creativas para influir cambios de conducta, y la comunicación al respecto está integrada en la organización desde hace años.

Experimentado

Gracias a las actividades económicas de la organización 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

Información sobre nuevas posibles soluciones llegan a personas ajenas a la organización (no clientes), por ejemplo, información sobre las ventajas de la agricultura ecológica para la creación de valor económico local y para la salud.

Primeros pasos

Existe un **debate** sobre los problemas sociales y ambientales graves de la industria. Se realizan los primeros análisis y planes para encontrar soluciones, por ejemplo, estudios sobre obsolescencia programada de aparatos eléctricos.

Punto de partida

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



Notas aclaratorias

El impacto social va más allá del impacto en los clientes. En este aspecto se pone el centro de atención en la parte de la sociedad que no tiene un contacto directo con la organización, por ejemplo, vecinos, personas de la región o la comunidad, ONGs nacionales o internacionales, iniciativas ciudadanas etc. A la hora de puntuar es importante que la información facilitada y los contenidos vayan más allá de la mera

información sobre el producto, por ejemplo...

- Información adicional sobre los envases
- Talleres sobre ecología profunda realizados por un supermercado ecológico.
- Visitas guiadas a los cultivos realizadas por un agricultor ecológico para explicar las interdependencias de la naturaleza.

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

E1.3 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



Preguntas valorativas

- ¿Qué impacto directo e indirecto causan los productos y servicios a la vida y salud de otros seres vivos?
- ¿Qué impacto tienen a la libertad del humano y a la biosfera?



Indicadores obligatorios

- Proporción de productos no éticos (del listado abajo)
- Proporción de los clientes que producen o difunden este tipo de producto



Niveles de valoración incl. puntuación

% sobre facturación de productos no éticos | puntos negativos

- hasta 2% | 100 puntos negativos
- hasta 5% | 150 puntos negativos
- por encima de 5% | 200 puntos negativos



Notas aclaratorias

Los siguientes productos los consideramos no éticos:

- Productos y servicios para el ejército, en particular armas de destrucción masiva (fabricantes de equipos de defensa prohibidos según la Declaración de la ONU), armas QBRN (química, biológica, radiológica y nuclear), bombas de racimo, y minas antipersona – excepción: armas con un uso civil o policial $\geq 90\%$
- Construcción y operación de plantas de energía nuclear, plantas de reprocesamiento nuclear o cementerios nucleares, incineración de material radiactivo y extracción de uranio
- Liberación de organismos genéticamente modificados (animales y plantas)
- Fabricación de cloro, sustancias organocloradas y sustancias elaboradas con cloro, especialmente en la industria de los plásticos
- Producción y distribución de productos químicos que dañan la capa de ozono

- Producción de agroquímicos (pesticidas, fungicidas, herbicidas)
- Producción y uso de semillas genéticamente modificadas y plantas genéticamente modificadas
- Violaciones escandalosas de derechos humanos
- Uso del trabajo infantil
- Producción de alcohol, drogas, tabaco y productos del tabaco (excepciones: vino, cerveza, productos de alcohol para "bebedores por gusto" y medicinas)
- Alto contenido de azúcar en alimentos y bebidas con información engañosa ("sólo azúcar natural", "sin azúcar añadido", etc.)
- Producción y distribución de productos pornográficos y entretenimiento violento, como juegos informáticos no educativos
- Operación de transporte aéreo de pasajeros o mercancías, si esta actividad supera el 10% del volumen de facturación
- Productos basados en ensayos con animales que no son obligatorios por ley (p. ej. cosméticos, detergentes)
- Juegos de azar: fabricación y comercio de máquinas de juego y apuestas, así como apuestas donde se puede perder dinero
- Investigación con embriones
- Medios de comunicación cuyo contenido en más del 75% NO sirve para formar/educar ni aporta a un entretenimiento cultural/no violento
- Producción de materias primas con impactos ambientales dudosos/controvertidos, p. ej. gas de pizarra (shale gas) y arenas bituminosas (oil sands)
- Fabricación u operación de sistemas de emisiones de gases tóxicos o electrosmog, p. ej. antenas móviles en edificios residenciales con una carga > 0.4 microtesla
- Producción convencional y comercio de productos de origen animal (excepción: cría respetuosa de especies al menos de acuerdo con la normativa ecológica de la UE)



E2 Contribución a la comunidad

Cada empresa u 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 de la organización. 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.



Una organización EBC ...

- a parte 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 introductorias

- ¿Cómo establecemos un equilibrio justo entre lo que aportamos a la comunidad y lo que recibimos?
- ¿Qué tipo de compromiso con la sociedad mostramos? ¿Cuál es el objetivo de estas acciones?
- ¿Qué papel juega y qué grado de influencia tiene el propio interés personal por realizar estas actividades? ¿Se genera un valor agregado en la actividad?
- ¿Cuáles son los impactos de nuestra actividad (individuales y estructurales)?
- ¿Cómo aseguramos que nuestra actividad impide – o por lo menos no facilita – la corrupción y la elusión ilegítima de impuestos?

E2.1 Impuestos y prestaciones sociales

Cada organización beneficia de la comunidad – de manera individual a través de subvenciones y ayudas, pero también como miembro de la sociedad por ejemplo a través de servicios de instituciones municipales y de infraestructuras existentes.



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)?
- ¿Qué aporta la organización indirectamente de manera material a través de creación de empleo y los impuestos y tasas asociadas (IRPF y contribuciones a la seguridad social)?



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 los empresarios y empresarias
 - Diferencia entre salario bruto y neto (suma del impuesto sobre la nómina y las contribuciones de las personas empleadas), 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.

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.

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 cuota de contribución es un aspecto relevante para la dirección.

Avanzado

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

Primeros pasos

La organización conoce y publica en detalle los impuestos y cuotas a la seguridad social.

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.



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.

E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad

Muchas organizaciones hacen aportaciones voluntarias a la comunidad además de lo requerido por la ley. Estas pueden ser en forma de donaciones monetarias o en especie, o a través de mano de obra y/o el uso de su red de contactos para apoyar iniciativas de la sociedad civil y por el bien de la comunidad ("lobby positivo").



Preguntas valorativas

- ¿Cuánto dinero, recursos y mano de obra se dedica voluntariamente a la comunidad (Listado de todas las actividades con el valor monetario correspondiente)?
- ¿Cómo se puede evaluar el interés propio de estas medidas en relación a los beneficios de la sociedad?
- ¿Cuál es el impacto a largo plazo de estas acciones – o solo sirve para paliar los síntomas?
- ¿De que manera están estas temáticas institucionalizadas en la organización? ¿Qué experiencia tiene la organización en esto? ¿Cómo de estable es su compromiso?
- ¿Cuál es la estrategia y visión de la actividad voluntaria de la organización?



Indicadores obligatorios

- 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 aportación voluntaria alcanza un nivel muy alto, y existen impactos positivos comprobados y duraderos a largo plazo en muchas áreas. Existe una gestión de impactos bien establecida y que funciona de manera responsable desde hace años.

Experimentado

La contribución voluntaria es de gran valor, se realiza en varias áreas y durante periodos largos. Se han realizado estudios de impacto.

Avanzado

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 es consciente de su aportación a la comunidad y lo publica. De manera puntual se hacen aportaciones voluntarias sin estudiar los impactos.

Punto de partida

La organización no aporta voluntariamente a la comunidad.



Notas aclaratorias

Las **aportaciones voluntarias** son mejor puntuadas, cuanto más use la organización su capacidad productiva y sus competencias (suelo, capital, trabajo y conocimiento) y cuanto menor sea su beneficio propio.

Aparte de la aportación se evalúa especialmente el **impacto** de estas medidas (huella social). Entendemos por impacto los cambios reales causados en grupos específicos de personas o en la sociedad en su conjunto. 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 (por ejemplo fortalecimiento de instituciones sociales, creación de bienes comunes o aumento de la confianza en la sociedad).

Las aportaciones se pueden cuantificar (en % de la facturación anual o el tiempo total de trabajo anual que se dedica a la comunidad).

La evaluación tiene en cuenta la capacidad económica de la organización. Debe tenerse en cuenta que algunas organizaciones pueden tener restringidas las aportaciones a la comunidad (p.ej. las entidades no lucrativas).

Las acciones puntuales son menos duraderas que un compromiso a largo plazo.

Especialmente, se tiene en cuenta la toma de responsabilidad en cada acción (por ejemplo, sólo donar no conlleva una responsabilidad, pero la gestión de un centro para grupos vulnerables en cambio, sí).

Del mismo modo, tanto la amplitud (diversidad) como la profundidad (investigar la causa del problema a fondo) de las acciones son relevantes.

E2.3 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal

La elusión y evasión fiscal engloban 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.

Sobre todo, las multinacionales tienen amplias posibilidades para aprovechar niveles de tributación diferentes entre países y así minimizar su carga fiscal total. Por esta razón, su contribución fiscal se encuentra por debajo de la contribución de las PYMEs.

Este aspecto negativo afecta por lo tanto a organizaciones grandes que trabajan en una red internacional. Aparte de esto, deben tenerse en cuenta los riesgos existentes en el comercio electrónico internacional y la economía digital.

No se consideran en este aspecto todas las medidas legales que permiten una reducción legítima de los impuestos a pagar (una asesoría honesta informa sólo sobre estas posibilidades).



Preguntas valorativas

- ¿Qué riesgos existen dentro la organización en lo relativo a elusión y evasión fiscal?

Se deben considerar los siguientes apartados:

- ¿Se transfieren los beneficios entre países? ¿Cuál es el motivo?
- ¿Se pagan intereses, derechos de licencia u otras compensaciones por servicios intangibles a organizaciones en otros países?
- ¿Hay socios comerciales en los llamados paraísos fiscales?
- ¿Existe riesgo de usar transacciones financieras para lavar dinero negro o redirigirlo a canales privados?
- ¿Están declarados públicamente los beneficiarios reales de todos los negocios y socios financieros?
- ¿Son las transacciones internacionales transparentes? ¿Presenta la organización informes por cada país en el que actúa?
- ¿Qué medidas ha implementado la organización para evitar estos riesgos?



Indicadores obligatorios

¿Forma parte la organización de una grupo multinacional, de una red de organizaciones internacional o participa en la economía digital en diferentes países? En caso afirmativo, debe publicar todas las sedes, organizaciones asociadas o socios comerciales en el extranjero a los que se transfiere más de un 10% de la facturación total.

Presentación de informes específicos por cada país:

- Volumen de facturación
- Valor creado: beneficios antes de impuestos, intereses, e ingresos de alquiler y arrendamiento
- Volumen de inversión (también depósitos)
- Número de empleados, salario bruto, salario neto
- Impuestos y cuotas sociales (ordenado por tipo de contribución: impuesto sobre beneficios, impuestos sobre la nómina, etc.)
- Total de ayudas y subvenciones
- Pago de intereses y pagos por servicios intangibles (sobre todo derechos de licencias) a sedes o socios comerciales en el extranjero



Niveles de valoración incl. puntuación

La puntuación debe asignarse en base a los impuestos realmente pagados en un país en relación a la carga fiscal teórica que debería haber pagado teniendo en cuenta el valor creado en ese país. Como en caso de elusión o evasión fiscal, los datos no son accesibles públicamente, deben evaluarse críticamente todas las actividades que puedan estar relacionada con la evasión o elusión de impuestos.

Para todas las practicas listadas más abajo se deben restar 50 puntos (máximo -200 puntos en total):

- Se ha demostrado un caso de fraude contable para evitar el pago de impuestos
- No hay transparencia sobre las transacciones financieras internacionales o sobre los beneficiarios reales de la organización.
- Existe un movimiento desproporcionado de beneficios entre sedes de diferentes países o entre socios comerciales en países con impuestos bajos a los beneficios
- La organización invierte en países con impuestos bajos al capital.
- Se ha trasladado la central o filiales de la organización, o incluso se han fundado organizaciones fantasma u organizaciones pantalla en paraísos fiscales, para ocultar beneficios o pagar menos impuestos



Notas aclaratorias

La puntuación debe tener en cuenta el riesgo de la organización. Las PYMEs con actividades locales o regionales tienen de hecho poco potencial para eludir o evitar el pago de impuestos. Cuanto más grande e internacional sea la organización, más grande será el riesgo asociado. Las exigencias de transparencia también son mayores en el caso de grandes organizaciones.

En caso de que exista riesgo a realizar las prácticas mencionadas, entonces es deber de la organización demostrar de forma transparente que no tiene ninguna practica ilegítima de evasión o elusión de impuestos. En caso de duda, si las sospechas no fueran suficientemente esclarecidas por parte de la organización, se restarán los puntos correspondientes.

E2.4 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción

La corrupción engloba todas aquellas prácticas que por intereses particulares perjudican las instituciones de la comunidad. De esta manera, se entiende como corrupción no solo el soborno, sino también un lobby no transparente, nepotismo, la malversación de propiedad común (por ejemplo, asignación de subvenciones no justificadas o asignar contratos sin concursos públicos) o financiación ilegal de partidos políticos y campañas electorales.

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

- ¿Qué riesgos de corrupción existen en la organización, en los proveedores y en los clientes?
- ¿Qué medidas en concreto se han tomado en los departamentos de compras y ventas para luchar contra la corrupción eficazmente?
- ¿Hasta qué punto se tienen relaciones cuidadosas con funcionarios y políticos electos?
- ¿Qué actividades de lobby hace la organización?
- ¿Qué tipo de donaciones hace la organización a partidos políticos?
- ¿Qué acciones se hace para concienciar a las personas empleadas?
- ¿Qué medidas preventivas se han tomada en los procesos de decisión para evitar la corrupción?
- ¿Cómo se visibilizan posibles conflictos de interés (intereses personales frente los intereses de la organización) y que código de conducta existe al respecto?



Indicadores obligatorios

- ¿Existe una declaración pública de las donaciones a partidos?
- ¿Son las actividades y gastos de lobby transparentes (alta en el registro de lobbys)?
- ¿Se les pide a las personas empleadas que denuncien casos de corrupción y reciben la protección adecuada (anonimato)?
- ¿Tiene el presupuesto dedicado a contribuir a la sociedad un control y unos objetivos vinculantes? (véase el aspecto positivo "contribución voluntaria a la comunidad"?)



Niveles de valoración incl. puntuación

La puntuación negativa se asigna según las medidas sean adecuadas para prevenir la corrupción o tratarla adecuadamente.

Para cada una de las irregularidades mencionadas más abajo, se restan un máximo de 50 puntos (un máximo de -200 en total).

- Transparencia insuficiente: sin declaración de donaciones a partidos políticos, sin registrarse en el registro de lobbying, sin declaración de conflictos de interés.
- Sensibilización insuficiente y falta de un modelo a seguir en la dirección sobre la prevención de corrupción: falta de código de conducta, falta de instrucciones y formaciones en áreas críticas, falta de conciencia sobre sanciones en el caso de conductas irregulares
- Falta de estructuras eficaces para evitar, denunciar y solucionar casos de corrupción: falta de la posibilidad de denunciar casos de corrupción por parte de los empleados, falta de protección de los denunciantes, falta de separación de funciones, falta de control dual (doble verificación)
- Cláusulas de contratos insuficientes para evitar la corrupción (contratos laborales, contratos con los proveedores o los clientes)



Notas aclaratorias

Toda organización debe identificar sus posibles riesgos de corrupción. Según el riesgo hay que tomar medidas más o menos extensas. De esta manera, se puede ajustar el rango de puntuación negativa (0–50) en cada una de las irregularidades listadas anteriormente.

Las reglas de transparencia se refieren tanto a las actividades de la organización como a las de las personas:

- Aceptación de regalos
- Aceptación de un trabajo remunerado después del final del mandato (político)
- Una declaración de todos los intereses económicos y patrimonio que pueden dar lugar a conflictos de intereses en el ejercicio de una función
- Trabajos adicionales

Algunas medidas estructurales típicas para la prevención de la corrupción:

- Rotación
- Principio de doble verificación
- El principio de separación de funciones entre el personal directivo y el contable
- Obligación de declarar instrucciones contrarias a la normativa
- Acceso a documentos críticos
- Alta en el registro de lobbys



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.



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 introductorias

- ¿Cómo identificamos posibles impactos medioambientales y los evitamos?
- ¿Cómo se encuentra la organización en relación a sus impactos medioambientales con respecto al sector o región donde actúa, y qué conclusiones se pueden sacar de esta comparación?

E3.1 Impacto absoluto / Gestión y estrategia

Una economía sostenible implica que cada organización esté obligada a limitar sus impactos medioambientales. El objetivo consiste en reducir el consumo de recursos, las emisiones y restringir el uso de sustancias, tecnologías y procesos peligrosos. Una gestión medioambiental sirve a la organización para definir estrategias y responsables, planificar e implementar medidas de mejora y verificar su eficacia.



Preguntas valorativas

- ¿Qué impactos medioambientales negativos tienen los procesos de fabricación y operaciones? A este respecto deben considerarse las siguientes categorías estándar de impacto y sus causantes:
 - Cambio climático (CO_2 , N_2O , CH_4 , ...)
 - Emisiones de partículas y respiración de gases inorgánicos
 - Emisiones de CFC (agotamiento de la capa de ozono)
 - Emisiones que contribuyen a la acidificación (NO_x , SO_x , CO_2)
 - Emisiones que contribuyen a la formación de ozono troposférico (COV_s , NO_x , SO_x)

- Radiación ionizante
- Emisiones y/o uso de sustancias tóxicas
- Fertilizantes en agricultura (eutrofización)
- Uso del suelo
- Consumo de agua y minerales (agotamiento de recursos)
- ¿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)?



Indicadores obligatorios

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

Cuenta medioambiental | medida en:

- 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 | m³
- 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 y otros impactos medioambientales | de acuerdo a su categoría de impacto estandarizada

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. Obtiene un máximo de cuatro puntos de acuerdo a la tabla de "notas aclaratorias".

Experimentado

Además la organización calcula sus impactos de las categorías estándar mencionadas. Obtiene un máximo de 12 puntos de acuerdo a la tabla de "notas aclaratorias" 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, definir responsabilidades y un sistema de gestión y reporte.

Punto de partida

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



Notas aclaratorias

Para organizaciones con impactos medioambientales importantes en las categorías de impacto mencionadas, se asignan puntos de acuerdo a la siguiente tabla.

| Categoría de impacto | Unidad de medida | Puntos |
|--|---|---|
| Cambio climático: CO ₂ -equivalente de gases de efecto invernadero | t por persona empleada | hasta 2 t/persona empleada: 0 p cada t superior: +1 p |
| Emisiones de partículas y respiración de gases inorgánicos | µg/m ³ | < 2 µg/m ³ : -1 p < 10 µg/m ³ : -0,5 p < 20 µg/m ³ : -0,1 p ≥ 20 µg/m ³ : 10 p |
| Emisiones de CFC (agotamiento de la capa de ozono) | kg CFC-11-equivalente | si existe: 1 p |
| Emisiones que contribuyen a la acidificación | mol H ⁺ -equivalente | si existe: 1 p |
| Emisiones que contribuyen a la formación de ozono troposférico (COV _{sr} , NO _{xr} , SO _x) | kg NMVOC-equivalente (compuestos orgánicos volátiles excepto metano) | si existe: 1 p |
| Radiación ionizante | kg U-235-equivalente | si existe: 1p |
| Toxicidad: emisión de sustancias tóxicas | CTU – comparative toxic unit | si existe: 1p |
| Eutrofización: fertilizantes en agricultura | Suelo (mol N-equivalente) Agua (kg P/N-equivalente) | Agricultura ecológica: 0 p Agric. no-ecológica: 1p para otros, si existe: 1p |
| Uso del suelo | Incremento respecto al año anterior en kg C | si > 10% : 1 p |
| Agotamiento de recursos: Consumo de agua y minerales | Agua en 1000 m ³ /trabaj. mineral, fósil: Antimonio-equivalente | por cada 1000 m ³ / trabaj. : 1 p si existe: 1 p |

Un impacto es importante si pertenece a uno de los tres impactos mayores de la organización o si supera el 50% de los valores límites mencionados en la tabla anterior. El valor límite es aquel por el que se obtienen 0 puntos (o 0 en el caso de que no se muestre de manera explícita).

Las directivas europeas (210/75/EU) y el reglamento (CE) N.º 166/2006 deben tenerse en cuenta. Las organizaciones que tienen que informar de acuerdo al reglamento anterior no pueden ser "ejemplares".

E3.2 Impacto relativo

Realizar comparaciones con organizaciones del sector o la región es de gran ayuda para identificar áreas de mejora. La puntuación de este aspecto se basa en el estado actual de la tecnología o el estándar del sector.



Preguntas valorativas

¿Cómo son los impactos medioambientales de los procesos de producción en comparación con...

- el estándar de la industria y/o estado actual de la tecnología?
- otras organizaciones del sector y/o la región?



Indicadores obligatorios

- Datos comparados de las cuentas medioambientales o categorías de impacto (véase E3.1) en el sector o región.

Niveles de valoración



Ejemplar

La organización se encuentra considerablemente mejor que la media en lo relativo a impactos medioambientales (líder del sector).

Experimentado

La organización se encuentra mejor que la media en lo relativo a impactos medioambientales y dispone de medidas claras de mejora.

Avanzado

La organización está implementando medidas de reducción del impacto medioambiental mejores que las de la media del sector.

Primeros pasos

La organización conoce el estado actual de la tecnología y los estándares del sector. Se han planificado medidas de mejora.

Punto de partida

La organización no conoce el estado actual de la tecnología ni los estándares del sector y/o todavía no ha planificado medidas de mejora.



Notas aclaratorias

En caso de organizaciones pequeñas sin procesos de producción no es necesario aportar toda la información. Para realizar la evaluación deben aportarse datos como mínimo de: consumo de energía (gas, electricidad), movilidad y transporte (km aproximados, medio de transporte) y consumo de recursos.

E3.3 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. La crítica a estas actividades es mayor, si estos comportamientos los hacen organizaciones en lugares en los que estos mismos procedimientos serían ilegales en otras regiones.



Preguntas valorativas

- ¿Qué actividades tiene autorizadas la organización y qué regulaciones le aplican? ¿se cumplen las regulaciones?
- ¿Cómo se controla el cumplimiento de leyes y regulaciones? ¿ha habido alguna infracción?
- ¿Existen quejas, reclamaciones o controversias en relación a impactos medioambientales con la población local?
- ¿Existen controversias con otros grupos de interés (sociedad civil, ONGs, etc.)?
- ¿Cuál es el estado de la tecnología en esta región comparado con otras regiones? ¿y la legislación medioambiental?



Niveles de valoración incl. puntuación

Del total de las infracciones siguientes pueden restarse 200 puntos (dependiendo de la gravedad, duración y alcance del daño):

- No existe un directorio en el que se encuentren las autorizaciones de la organización para sus actividades, leyes y reglamentaciones que le aplican así como las sustancias peligrosas utilizadas: máximo 10 puntos negativos
- Existen reclamaciones que pueden ser comprobadas: 10 puntos negativos
- Infracción medioambiental. Se está tramitando: entre 10 y 60 puntos negativos
- Infracción medioambiental. La empresa ha puesto en marcha medidas pero el tiempo de implementación no se corresponde con el peligro potencial: 60 puntos negativos.
- Infracción medioambiental. La organización no ha implementado ninguna medida: 100 puntos negativos.
- Ya se encuentran daños en la zona: entre 30 y 60 puntos negativos.
- Se produce una infracción medioambiental que no es ilegal en esa región pero sí en otras de la organización: 100 puntos negativos.

En caso de encontrar un encubrimiento de información, se valoran 200 puntos negativos. Además, debe tenerse en cuenta que los datos aportados en E3.1 y E3.2 pierden toda su credibilidad.



Notas aclaratorias

La evaluación de los daños que ya existen en la zona (punto 6 del apartado anterior) se asigna según la relación entre el valor del daño (en euros) y el valor mensual de producción de la organización (en euros). Daños poco significativos restan 30 puntos. A mayores daños, más puntos negativos. Los daños personales se consideran daños importantes. Reclamaciones en la zona se pueden obtener de la comunidad o de prensa local.



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).



Una organización EBC ...

- presenta de forma transparente las operaciones de la organización y cualquier acontecimiento que sea de interés legítimo para la opinión pública.
- da, a toda persona afectada, el derecho y la posibilidad a plantear objeciones, a exigir comunicaciones públicas y argumentos sobre la actividad organizacional, y a entablar un diálogo con la organización.
- mantiene un diálogo activo con los grupos de interés relevantes, también con ENL, que representan a grupos de interés que no pueden presentar por ellos mismos objeciones (generaciones futuras, naturaleza, animales, paisaje).
- tiene en cuenta en las decisiones de la organización los intereses justificados de estos grupos.
- aboga por los valores transparencia y participación democrática como la base de una sociedad culta, informada, democrática, abierta y plural.



Preguntas introductorias

- ¿Es nuestra política de comunicación clara, honesta, completa, y sobre todo basada en hechos, en especial en lo relativo al análisis de riesgos y posibles impactos negativos en la sociedad y el entorno?
- ¿Qué hacemos para entender mejor los impactos de nuestra actividad organizacional y para hacerlos transparentes?
- ¿Cómo facilitamos la participación democrática de la población local, grupos de interés, generaciones futuras y la naturaleza?
- ¿Cómo mostramos nuestra actitud frente a la transparencia y la participación democrática?

E4.1 Transparencia

Tanto la confianza como la participación necesitan de la transparencia. Una organización transparente comunica su actividad sin ocultar información a sus grupos de interés. La organización se esfuerza sistemáticamente en intercambiar opiniones, información y lecciones aprendidas.



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)?
- ¿Es el informe verificado por una tercera parte independiente?
- ¿Es fácil acceder al informe?



Indicadores obligatorios

- Publicación de un informe del Bien Común u otra opción análoga.

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.

Experimentado

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

Avanzado

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

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.

Punto de partida

No se encuentra ningún informe on-line u otra publicación fácilmente accesible. Tampoco hay planes para realizarlo.



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

E4.2 Participación del entorno social en la toma de decisiones

Toda persona afectada tiene el derecho y debería tener la posibilidad de plantear objeciones, exigir comunicaciones públicas y argumentos sobre la actividad organizacional, y entablar un diálogo con la organización.

La organización pregunta activamente a los grupos de interés y los incorpora a la toma de decisiones sobre temas relevantes para ellos. Esta forma de participación democrática asegura un comportamiento de la organización respetuoso con la sociedad, y ayuda a evitar conflictos y sus consiguientes costes.



Preguntas valorativas

- ¿Cómo pueden participar los ciudadanos en un diálogo abierto, libre y sin represalias con la organización?
- ¿Cómo pueden defender los grupos de interés 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

- % de decisiones relevantes para los grupos de interés que fueron tomadas con su participación (desglosadas por el grado de participación)
- Está el diálogo institucionalizado en la organización (ej: comité de ética, foro ético, etc.): sí/no

Niveles de valoración



Ejemplar

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

Experimentado

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

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

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

Punto de partida

Los ciudadanos no tienen ninguna posibilidad para entablar diálogos con las personas con capacidad de decisión en la organización. Los grupos de interés no pueden participar.



Notas aclaratorias

A la hora de evaluar es 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 los grupos de interés tenidos en cuenta (algunos, los fundamentales, todos)

E4.3 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.

Este tipo de daños pueden originarse por ...

- Informaciones falsas o incompletas (engaños a conciencia o inventarse hechos)
- Alimentar miedos irracionales y restar importancia a riesgos de dañar al interés general, a generaciones futuras y a la naturaleza
- Negar conocimientos científicos
- Promover estereotipos, resentimientos o prejuicios



Preguntas valorativas

- ¿Qué información de la organización no se corresponde con la realidad? ¿dónde hay diferencias graves y por qué?
- ¿Hasta qué punto influye la organización en la opinión pública directa o indirectamente con informaciones falsas?
- ¿Las publicaciones de la organización van en contra del estado actual de la ciencia o de la declaración universal de los derechos humanos?



Niveles de valoración incl. puntuación

Los siguientes puntos se valoran negativamente (máximo hasta -200 puntos):

- La organización no hace nada al observar tendencias en su organización en dirección a las prácticas mencionadas previamente.
- La organización tolera la difusión de informaciones sin contrastar o sencillamente falsas para su propio beneficio.
- La organización difunde a conciencia informaciones sin contrastar o sencillamente falsas y alimenta la inseguridad y el miedo.
- La organización omite información relevante sobre riesgos e impactos de su actividad para su propio beneficio.