



Matriz

ADAPTACIÓN DEL MANUAL DEL
BALANCE DEL BIEN COMÚN 5.0
PARA EXPLOTACIONES AGROECOLÓGICAS
BALANCE COMPLETO
Proyecto Piloto

Fecha de realización: octubre 2019

Redacción: María Amigo, Raquel Gómez, Pedro Olazabal

Participan:



CÀTEDRA EBC
ECONOMIA DEL BÉ COMÚ

LA UNIÓ
DE LLAURODORS I RAMADERS

**ECONOMIA
DEL BÉ COMÚ**
Associació Valenciana

Financia:



**GENERALITAT
VALENCIANA**
CONSELLERIA D'AGRICULTURA, MEDI AMBIENT,
CANVI CLIMÀTIC I DESARROL·LAMENT RURAL



UNIÓ EUROPEA
Fons Europeu de Desenvolupament Regional

Proyecto Piloto de aplicación del BBC a las explotaciones agroecológicas valencianas

Financiado por la *Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana*

Participan: *Associació Valenciana per al foment de l'EBC - Càtedra EBC de l'Universitat de València – Unió de Llauradors*

Contenido

1. Introducción

- 1.1. En qué consiste el manual
- 1.2. Matriz del Bien Común y Balance del Bien Común
- 1.3. Informe del Bien Común
- 1.4. Aportación al Bien Común
- 1.5. Puntuación de la Matriz del Bien Común

2. Grupos de interés

- A Proveedores
- B Propietarios y proveedores financieros
- C Personas empleadas
- D Clientes y otras organizaciones
- E Entorno social

3. Definición de valores por el equipo de redacción 5.0

- Dignidad humana
- Solidaridad y justicia
- Sostenibilidad medioambiental
- Transparencia y participación democrática

A1 Dignidad humana en la cadena de suministro

- A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social de los proveedores directos
- A1.2 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro (proveedores indirectos)

A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro

- A2.1 Actitud ética con proveedores directos
- A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda la cadena de suministro
- A2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedores

A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro

- A3.1 Impacto medioambiental de los proveedores directos
- A3.2 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro

A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

- A4.1 Transparencia y participación democrática de los proveedores

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros

- B1.1 Financiación orientada al bien común
- B1.2 Actitud ética de los proveedores financieros

B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros

- B2.1 Gestión de los recursos financieros de forma solidaria y orientada al Bien Común
- B2.2 Aspecto negativo: reparto injusto de los recursos financieros

B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros

- B3.1 Carácter ambiental de las inversiones
- B3.2 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente

B4 Propiedad y participación democrática

- B4.1 Distribución de la propiedad orientada al Bien Común
- B4.2 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil

C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo

- C1.1 Cultura organizacional orientada a las personas
- C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo
- C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades
- C1.4 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas

C2 Características de los contratos de trabajo

- C2.1 Remuneración
- C2.2 Horario laboral
- C2.3 Condiciones de trabajo y conciliación
- C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos

C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas

- C3.1 Alimentación durante la jornada laboral
- C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo
- C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio ambiente
- C3.4 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a actitud medioambiental irresponsable

C4 Transparencia y participación democrática interna

- C4.1 Transparencia interna
- C4.2 Legitimación de la dirección
- C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones
- C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa

D1 Actitud ética con los clientes

- D1.1 Comunicación transparente con los clientes
- D1.2 Accesibilidad
- D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas

D2 Cooperación y solidaridad con otras empresas

- D2.1 Cooperación con otras empresas
- D2.2 Solidaridad con otras empresas
- D2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras empresas

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

- D3.1 Relación “coste-beneficio” medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consistencia)
- D3.2 Consumo moderado de productos y servicios (Suficiencia)

D4 Participación de los clientes y transparencia de producto

- D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigación de mercado
- D4.2 Transparencia de producto
- D4.3 Aspecto negativo: No declaración de sustancias/mercancías peligrosas

E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios

- E1.1 Productos y servicios que cubren las necesidades básicas y mejoran la calidad de vida
- E1.2 Impacto social de los productos y servicios
- E1.3 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana

E2 Contribución a la comunidad

- E2.1 Impuestos y prestaciones sociales
- E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad
- E2.3 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción

E3 Reducción del impacto medioambiental

- E3.1 Impacto absoluto y relativo / Gestión y estrategia
- E3.2 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

- E4.1 Transparencia
- E4.2 Participación del entorno social en la toma de decisiones
- E4.3 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia

1. Introducción

1.1. En qué consiste el manual

Este manual, adaptado del Manual original de la EBC, está dirigido sobre todo a explotaciones agrarias que quieran transitar hacia explotaciones agroecológicas y estén interesadas en realizar un Informe del Bien Común.

La agroecología es una práctica agrícola que consiste en aplicar los principios de la ecología en la agricultura con la finalidad de conseguir la sostenibilidad de los agro-ecosistemas. Pero también es un movimiento social que busca poner en marcha una serie de procesos sociales capaces de crear sinergias positivas que logren el desarrollo humano a partir del fortalecimiento de la economía local.

Este manual 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 original puede descargarse aquí:

<https://ebccomunitatvalenciana.org/como-se-hace/>

1.2. Matriz 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 con los fundamentos de la EBC.

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0



GRUPO DE INTERÉS	VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
A: PROVEEDORES		A1 Dignidad humana en la cadena de	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de	A4 Transparencia y participación democrática en la
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	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	C4 Transparencia y participación democrática
D: CLIENTES Y OTRAS ORGANIZACIONES		D1 Actitud ética con los clientes		D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de	D4 Participación de los clientes y transparencia de
E: ENTORNO SOCIAL		E1 Propósito e impacto positivo de los productos y	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del

Para complementar este Manual se ha desarrollado la **Calculadora del Bien Común Adaptada** para obtener la puntuación de la Matriz EBC de la organización. Las organizaciones que así lo consideren pueden redactar el **Informe del Bien común** a partir de las respuestas a las preguntas que se plantean en este Manual.

1.3. Informe del Bien Común

En el **Informe del Bien Común** 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 *Temas* es un cruce de los 4 valores fundamentales con los 5 grupos de interés. 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 de cada *Aspecto*.

La misma organización determina con qué profundidad explica cada *Tema*, eso sí, el contenido debe ser redactado de forma clara y concisa para facilitar las labores de auditoría, en su caso. 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.

1.4. Aportación al Bien Común

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

Las actividades de la explotación 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 proceso de valoración se realiza con el apoyo de las notas aclaratorias. Además este Manual presenta los indicadores obligatorios a reflejar por la explotación.

La puntuación se realiza teniendo en cuenta las respuestas a las preguntas valorativas (punto de partida, primeros pasos, avanzado, experimentado y ejemplar). Para este fin, debe utilizarse toda la información e indicadores disponibles. El punto de partida describe la actividad básica orientada al Bien Común y se corresponde, en la mayoría de los casos, con los estándares legales, aunque en otros aspectos es más exigente que la normativa vigente. 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. Cada nivel tiene un rango de puntuación, que indica hasta qué punto la explotación contribuye al Bien Común:

Respuesta	Niveles de valoración	Puntuación
Siempre	Ejemplar	4
Casi siempre	Experimentado	3
A veces	Avanzado	2
En raras ocasiones	Primeros pasos	1
Nunca	Punto de partida	0

La valoración general se construye a partir de la puntuación obtenida en cada uno de los *Temas* donde cada *Aspecto* se puntúa entre 0 y 4. Además, puede indicarse la relevancia o ponderación (No Aplica / Baja / Media / Alta / Muy alta) que representa la importancia relativa de cada *Aspecto* en el *Tema* al que pertenece. Como novedad, también puede cambiarse la relevancia que los diferentes Grupos de interés tienen para la organización.

Los *Temas* se valoran con la **Calculadora del Bien Común Adaptada**, 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 Matriz del Bien Común da un grado de flexibilidad para que las organizaciones contribuyan a su desarrollo posterior. Queremos estimular a las explotaciones 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.

1.5. Puntuación de la Matriz del Bien Común

Además de la valoración de cada tema se obtiene una valoración global: la puntuación total final. Hay un máximo de 1.000 puntos del Bien Común y un mínimo de -460. Este Manual del Balance del Bien Común ha sido desarrollado y adaptado para explotaciones agrarias de cualquier tamaño y forma legal. Para tener en cuenta las diferentes características, se ha desarrollado una metodología para ponderar los temas según relevancia.

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

- 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 explotación en concreto.

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. 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 empresas y 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 empresas y 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 EBC

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 solamente 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 por 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 de los proveedores directos

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 sociales se seleccionan los proveedores?
¿Cómo se evalúan los riesgos de impactos sociales negativos en los proveedores directos?
¿Cómo se detectan posibles vulneraciones de la dignidad humana en los proveedores directos?
¿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 relativos a la dignidad humana tienen los productos comprados? (comercio justo,...)



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 (salario mínimo garantizado, ratio salarial justo, condiciones adecuadas de seguridad y salud, discriminación/diversidad, ...)



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.

Posibles Criterios de Evaluación de proveedores directos:

- Los proveedores tienen una política laboral que promueve la dignidad humana (C1).
- Los proveedores 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.
- A 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 en función de si vulneran – o no – la dignidad humana.

A1.2 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro (proveedores indirectos)

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 en la cadena de suministro (proveedores indirectos)



Notas aclaratorias

En los riesgos de impacto social negativo en la cadena de suministro se ha de poner especial atención a posibles incumplimientos de los convenios de la OIT

(<https://www.ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang-es/index.htm>)

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, 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 objetivo es que la organización se responsabilice de tratar a sus proveedores directos de manera justa y solidaria. Además, dentro de su área de influencia, debe promover un trato solidario y justo con todos los implicados en su cadena de suministro (proveedores indirectos). 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.



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 (poder de mercado) para un trato justo y solidario de los implicados en la cadena de suministro?

A2.1 Actitud ética con proveedores directos

El objetivo es que las relaciones comerciales (precios, condiciones de pago y entrega) de la organización con sus proveedores directos sean justas. A parte de esto, es importante realizar un reparto justo de los ingresos dentro de la cadena de valor para garantizar la sostenibilidad económica de todas las partes implicadas. El tamaño y poder de mercado de la organización marcan la relevancia de este aspecto



Preguntas valorativas

¿Cómo se aseguran las relaciones comerciales justas y solidarias con proveedores directos, en particular, mediante la política de precios, 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
Periodo medio de pago a los proveedores
% estimado de los ingresos que las compras de mi organización suponen para mis proveedores principales (poder de mercado)

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 facilitarlo 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

- % 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.



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 nuestra organización y el 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?



Indicadores obligatorios

Nº de quejas y reclamaciones negativas por parte de 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

El objetivo es contribuir a la reducción de impactos ambientales en toda 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, son corresponsables de la sostenibilidad medioambiental de su 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 de los proveedores directos

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 sostenibilidad ambiental se consideran para seleccionar productos y proveedores?

¿Qué medidas implementadas reducen el impacto ambiental de proveedores directos?

¿Qué diferencias encontramos con otras organizaciones del sector en lo relativo a compra sostenible?



Indicadores obligatorios

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

% de proveedores que contribuyen a la reducción de impactos ambientales como: Cambio climático, Agua, Energía, Residuos no reciclables, biodegradables o biocompostables.

% Proveedores locales

% productos/servicios/proveedores con certificados ambientales



Notas aclaratorias

- para valorar la reducción de los impactos ambientales en los proveedores directos puede recurrirse a medidas implementadas, certificados ambientales y tecnología utilizada.

- Algunos ámbitos de la organización se caracterizan por tener impactos ambientales elevados aunque el gasto que suponen no sea relevante (ej, movilidad, energía,...). Debido a su gran impacto ambiental, debe prestarse especial atención a estas áreas.
- Se considera una actuación positiva 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 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.
- 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: a) no se analizan alternativas de menor impacto ambiental, b) los proveedores no son seleccionados en base a criterios de sostenibilidad ambiental, c) los proveedores no pueden demostrar el cumplimiento de la legislación en procesos de impacto ambiental elevado, d) 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

- ¿Cómo se analizan los riesgos ambientales de la cadena de suministro?
- ¿Qué impactos ambientales negativos encontramos en la cadena de suministro?
- ¿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 adquiridos con impactos ambientales negativos desproporcionados (Ejm.: quema de combustibles fósiles, agricultura y silvicultura (cambio de uso de suelo), ingeniería genética, pesca (especies en peligro de extinción), etc....)



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.

A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

Que los proveedores sean transparentes es una condición previa para 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 su disposición información de la organización que les afecte directamente (Ejm: cantidad de materias primas a producir, condiciones de pago y de entrega, ...). 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?

¿Existen conflictos por el uso del agua? ¿Cómo se resuelven?



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.

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 beneficios 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 con 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 Financiación orientada al bien común

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.

La financiación externa que complementa nuestra financiación debe realizarse en primer lugar a través de financiación solidaria (ejm: clientes que aporten préstamos subordinados o 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

¿Cómo puede garantizarse con recursos propios una cobertura de riesgos suficiente?

¿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 fondos propios.

% de fondos propios en el sector (si se conoce)

% de capital ajeno.

Financiación desglosada según tipo de financiación y financiador (en miles de EUR).



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.

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.

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

B1.2 Actitud ética de los proveedores de servicios financieros

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



Preguntas valorativas

¿Qué proveedores de servicios financieros tiene la organización?

¿Cómo se evalúa a los proveedores de servicios financieros en relación con la ética y la sostenibilidad?



Indicadores obligatorios

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



Notas aclaratorias

Para evaluar a los proveedores de servicios financieros se evalúa tanto aspectos sociales como ambientales y de cultura organizacional.

Entendemos por proveedores de servicios 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 todos nuestros grupos de interés, ya que los gastos de la organización son ingresos para nuestros proveedores, personas empleadas o 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 su reparto 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 supone asegurar 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

Estructura de Ingresos/Gastos

Beneficios (en miles de euros)

Presupuesto de gastos

% Gastos previstos con alta probabilidad de cubrir

Aportación a las reservas (miles de euros)

Reparto de dividendos (en miles de euros, % sobre recursos propios)

B2.2 Aspecto negativo: reparto injusto de los recursos financieros

La reducción de puestos de trabajo o la deslocalización aun 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?



Notas aclaratorias

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. 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?

¿Qué impactos sociales y ambientales consideramos en nuestras inversiones?

B3.1 Carácter ambiental de las inversiones

El objetivo consiste en sustituir el fundamento de las decisiones de inversión basado únicamente en rendimientos financieros o económicos, por uno que tenga en cuenta y valore todos los cambios que se producen debido a la inversión. En el caso de inversiones en activos 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.

Además, una organización puede participar en la financiación solidaria de proyectos con impacto social y ambiental positivo, por ejemplo, en préstamos subordinados, microcréditos, 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.



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 para mejorar su impacto ambiental/social?

¿En qué medida participa la organización en la financiación solidaria de proyectos externos con impacto social y ambiental positivo?

¿De dónde se obtiene la información sobre los impactos sociales y ambientales esperados de los proyectos externos financiados o fondos ISR?



Indicadores obligatorios

Inversiones en activos realizadas atendiendo a criterios de sostenibilidad ambiental (en %)

Inversiones en activos realizadas atendiendo a criterios de impacto social (en %)

Proyectos medioambientales o sociales (externos) financiados (en miles de euros, % sobre inversión total)

Fondos ISR (en miles de euros, % inversión total)



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.

La relevancia de este aspecto respecto a las inversiones financieras depende del volumen de las inversiones.

B3.2 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 para 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? (semillas modificadas genéticamente, pesticidas, antibióticos para ganadería,...)

¿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?



Notas aclaratorias

Recursos perjudiciales para el medio ambiente pueden ser combustibles fósiles, energía nuclear, semillas modificadas genéticamente, pesticidas, antibióticos para ganadería, amianto 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 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?

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 %.

- Propietarios que trabajan en la organización
- Directivos
- Personas empleadas (no directivas ni propietarias)
- Clientes
- Proveedores
- Otros
- Inversores que no trabajan en la organización

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?



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 las 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

El objetivo es que en el puesto de trabajo se viva un ambiente de aprecio, respeto y confianza. Que los errores se afronten de forma constructiva, y los conflictos se aborden como una oportunidad y se resuelvan 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 (nivel de satisfacción/felicidad de las personas empleadas)

Oferta y horas de formación profesional y personal por empleado y según categoría laboral



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

El objetivo es que la salud y seguridad laboral esté consolidada en toda la organización y contribuya a **mejorar** la salud psíquica y física 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 (nivel de estrés, ruido, olores, inclemencias meteorológicas, ...)?



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 en seguridad y salud impartidas a las personas empleadas: contenido y horas de trabajo por persona empleada.



Notas aclaratorias

Se ha de tener 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, ropa adecuada,...) 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” (trabajador “quemado”), 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

El objetivo es que todas las personas empleadas dispongan de las mismas oportunidades en la organización. La diversidad en la plantilla se considera un valioso recurso, en el que la diferencia enriquece. 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

Plan de Igualdad: Sí/No (Prevención del acoso laboral, Uso del lenguaje no discriminatorio, ...)



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



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

El objetivo es disponer de contratos de trabajo que se ajusten a las necesidades individuales y que sean diseñados junto a las personas empleadas. Los contratos de trabajo regulan la cooperación entre la organización y las personas empleadas. Cuestiones 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.



Una organización EBC ...

- mejora continuamente las condiciones de trabajo reguladas en los contratos.
- 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 puesto de trabajo?
- ¿Cuántas horas de trabajo se necesitan (realmente)?
- ¿Qué influencias, tanto positivas como negativas, en el bienestar de las personas empleadas tienen las condiciones de trabajo reguladas en los contratos?

C2.1 Remuneración

El objetivo es que la remuneración se determine de la manera más transparente posible, y que se ajuste al trabajo realizado, responsabilidad, riesgo y necesidad. Una remuneración justa tiene una influencia considerable en la cultura y desarrollo de una 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 baja (y razón de las mismas)
- Remuneración media (para todas las ubicaciones de la organización)
- Remuneración según categorías de diversidad (ver C1.3)
- Brecha salarial por tipo de diversidad (i.e género,...)



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

La razón entre la remuneración más alta y baja incluye a todas las personas empleadas

La remuneración digna (o salario digno) no se corresponde con el salario mínimo. El salario digno debe determinarse para cada ubicación de la organización, de tal modo que se puedan considerar los costes de vida de cada región.

C2.2 Horario laboral

El objetivo es la reducción y flexibilidad del horario laboral para hacer compatibles el mundo laboral y la participación en la sociedad. El tiempo de trabajo es tiempo de vida, por tanto 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.



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?
- ¿Qué flexibilidad en el horario hay en la organización para que las personas empleadas puedan organizarse por sí mismas?



Indicadores obligatorios

- Jornada semanal a tiempo completo (ej. 38h)
- Jornada laboral media por tipo de diversidad (ejm. género, edad, etnia, ...)
- Horas extras anuales realizadas
- % personas empleadas con flexibilidad horaria



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.

C2.3 Condiciones de trabajo y conciliación

El objetivo es facilitar que las personas empleadas puedan planificarse a largo plazo fomentando la conciliación entre vida laboral y personal (ej. cuidado y educación de los hijos, actividades sociales, cargos públicos, etc.). Las condiciones de trabajo establecidas en los contratos influyen de forma considerable en el bienestar de las personas empleadas, la adaptación individual de las mismas y la continuidad ayudan a conseguirlo.



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

- Nº y % personas empleadas por tipos de contrato
- Nº y % de personas empleadas y directivas con contratos adaptados a sus necesidades individuales (ej. tiempo parcial, trabajo a distancia, etc.)
- Absentismo laboral (horas/causa)



Notas aclaratorias

- 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

Los contratos de trabajo en los que se pone en peligro los medios de vida de las personas empleadas o en los que aumenta el riesgo sólo de las personas empleadas, como por ejemplo ocurre en contratos de trabajo verbales deben evitarse, esta explotación parte de una situación de necesidad. Se trata de explotación por parte de la organización y de autoexplotación por parte de las personas empleadas. En el sector agrícola debe prestarse especial atención a la contratación temporal (“temporeros”)



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” (*presentismo*) 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

- % de contratos de duración determinada
- Duración de contrato máxima y mínima de las personas empleadas temporales
- Duración media de los contratos de duración determinada
- Política (real) de renovación de contratos de duración determinada
- Nº de personas empleadas con salarios no dignos
- % Ocupación irregular



Notas aclaratorias

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

El objetivo es fomentar la conciencia medioambiental de las personas empleadas. Las empresas y organizaciones son multiplicadores fundamentales para conseguirlo. La política de incentivos y la función de la organización como ejemplo a seguir juegan 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 sobre 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

El objetivo es fomentar una alimentación sana y ecológica entre las personas empleadas. 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 empresa a las personas empleadas? ¿hay cocina o reparto de comida (catering, ej. directo desde el productor, grupo de consumo)?



Indicadores obligatorios

% personas empleadas que comen en las instalaciones o establecimientos hosteleros cercanos
Alimentación ecológica para personas empleadas (Sí/No) (productos locales, de temporada, ecológicos,...)



Notas aclaratorias

El tamaño de la organización es decisivo en este aspecto. No es de esperar que haya bar/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

El objetivo es reducir las emisiones ocasionadas por la movilidad 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.



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
- Huella de carbono asociada a los trayectos



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

El objetivo es disponer de políticas y procedimientos que sirvan de ayuda para desarrollar una cultura organizacional sostenible cambiando comportamientos habituales. Para establecer comportamientos sostenibles se necesita tanto conocimiento como práctica.



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 medioambiental se realizan para las personas empleadas?
- ¿De qué estrategia dispone la organización en lo relativo al comportamiento medioambiental de las personas empleadas (también en su vida privada)?



Indicadores obligatorios

Se informa a las personas empleadas sobre la política medioambiental de la empresa: Sí/No
Horas de formación en materia ambiental a personas empleadas



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 de carbono, 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?

- La organización dispone de coches de empresa con un factor de emisión > 180g/km CO₂
- 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.
- 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.
- La organización prohíbe usar productos que sean ambientalmente más sostenibles. Por ejemplo, papel reciclado.
- La organización descuida el tratamiento de residuos. Por ejemplo, no separa los residuos (orgánico, papel, residuos de producción, chatarra, etc.)

C4 Transparencia y participación democrática interna

El objetivo es que la organización sea 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 canales de comunicación interna utiliza la organización? (tablón de anuncios, revista, boletines, ...)

¿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?



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

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



Notas aclaratorias

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

El objetivo es que la organización establezca las condiciones previas necesarias y apoye a las personas empleadas para mejorar su participación. 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.



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?
- ¿Qué tipo de estructura organizativa (niveles jerárquicos) tiene la organización?



Notas aclaratorias

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. 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. 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 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?



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

El objetivo consiste en satisfacer las necesidades o deseos reales de 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. Este tema abarca desde un 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

El objetivo es que la información sobre la organización y sus productos sea honesta, completa y auténtica y se dirija 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 %



Notas aclaratorias

Se deben tener en cuenta las siguientes 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

La publicidad “activa” no se valora negativamente en los casos de empresas de nueva creación, siempre y cuando provea de información adecuada y neutral.

D1.2 Accesibilidad

El objetivo es tener en cuenta y eliminar en la medida de lo posible cualquier tipo de barrera física, visual, técnica, lingüística, cultural, intelectual y financiera para nuestros clientes.

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



Preguntas valorativas

¿Qué barreras existen en la compra y en el uso o consumo de nuestros productos o servicios?

¿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

% de productos accesibles por barreras:

- Cognitiva
- Sensorial
- Física
- Económica
- Cultural



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



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



Notas aclaratorias

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

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

D2 Cooperación y solidaridad con otras empresas

La cooperación y la solidaridad con otras empresas 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 empresas del mismo sector como complementarias en el mercado
trabaja, junto con otras empresas, en soluciones y ofertas que identifican y satisfacen las necesidades de los clientes.
ofrece a otras empresas apoyo desinteresado en situaciones de necesidad



Preguntas introductorias

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

D2.1 Cooperación con otras empresas

El objetivo es que la cooperación con otras empresas se caracterice por una actitud amistosa, cooperativa y horizontal, tanto con empresas del mismo sector como de otros.

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



Indicadores obligatorios

¿Qué % de tiempo va dirigido a cooperar con:

- empresas que trabajan en el mismo segmento de mercado (también de la misma región)
- empresas del mismo sector que su segmento de mercado se encuentra en otra región
- empresas del mismo sector y de la misma región pero con segmento de mercado diferente

Listado de cooperaciones realizadas con otras empresas (Ejemplos: Protección y mejora de la biodiversidad y recursos naturales por parte de organizaciones y agricultores, Agroecoturismo, Tipos de suelo compartido para agricultura,...)



Notas aclaratorias

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.

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, ejemplos: 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.

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: 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.

D2.2 Solidaridad con otras empresas

La solidaridad con otras empresas 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 empresas puedan después valerse por sí mismas.



Preguntas valorativas

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



Indicadores obligatorios

¿Cuántos empleados o cuantas horas de trabajo se ha prestado para un apoyo a corto plazo a empresas:

- de otros sectores?
- del mismo sector?

¿Cuántos pedidos se han cedido para un apoyo a corto plazo a otras empresas:

- de otros sectores?
- del mismo sector?

(% con respecto al total de pedidos)

¿Cuántos recursos financieros pasados para un apoyo a corto plazo a otras empresas:

- de otros sectores?
- del mismo sector?

(Total, % sobre facturación/beneficios)



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 empresas. La organización tiene como prioridad posicionarse mejor e intentar perjudicar, imponer bloqueos y causar pérdidas a otras empresas. 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 empresas?
- ¿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 empresas (mejor/peor)?
- ¿Tiene alguno de los productos/servicios una estrategia de precios basada en *dumping*?
- ¿Existen acuerdos secretos con otras empresas 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 empresas, clientes o productores?
- ¿Tiene la organización varias patentes de productos con el fin exclusivo de bloquear el desarrollo/investigación/innovación de otras empresas?

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

El objetivo es reducir al máximo el impacto ambiental negativo causado por el uso de nuestros productos y servicios, así como en la gestión de residuos de los mismos. En concreto, se trata de aquellos impactos que se generan por parte de los clientes desde 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 del uso y gestión de residuos de nuestros 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 generado en las **fases de uso y la gestión de sus residuos**? (Ejm; envases reutilizables, información sobre posibles usos de los restos: piel de naranja, compostaje, ...)

¿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?



Notas aclaratorias

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

D3.2 Consumo 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

- ¿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? (Ejm: dar información sobre: cómo hacer conservas antes de que el producto perezca, condiciones idóneas de conservación °C, luz, ...)



Notas aclaratorias

El consumo moderado es aquel, que si todos lo realizáramos, permitiría mantenerse dentro de 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.

Promoción de un consumo moderado:

- Reciclar y reusar
- Durabilidad y reparabilidad

Posibles medidas:

- Desarrollo de productos que fomentan la suficiencia: uso de materiales fácilmente reciclables, ...
- Indicaciones e incentivos para alternativas de menor impacto ambiental (incluso de otras empresas): 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. 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.

- “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.

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 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?



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 con 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)



Notas aclaratorias

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

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)

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 para una vida sana, tanto física como psíquicamente, así como para una vida sencilla (*suficiente*). Además, se producen con el menor impacto negativo posible, tanto social como ambiental. Por otro lado, las organizaciones del Bien Común ofrecen soluciones para los retos a los que se afronta 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 de productos y servicios 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? (ejm: Biodiversidad arbórea y vegetal, densidad de árboles, Calidad del aire, presencia de fauna, Efecto sobre ecosistemas próximos, Calidad paisajística, Valor estético/cultural)



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 (...%)



Notas aclaratorias

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 bebé 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.

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 sociales que van más allá del impacto en los clientes (tratado en aspecto anterior), por ejemplo, vecinos, personas de la región o la comunidad, ONGs nacionales o internacionales, iniciativas ciudadanas etc.



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? (ejm: comprar directamente al agricultor en lugar del supermercado, información sobre las ventajas de la agricultura ecológica para la creación de valor económico local y para la salud,...)



Indicadores obligatorios

Número y tipo de acciones/medidas por año

Número de personas alcanzadas, por ejemplo lectores, visitantes etc.



Notas aclaratorias

Ejemplos de acciones con impacto en la sociedad más allá de los clientes:

- 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: véase los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

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 o la naturaleza



Preguntas valorativas

¿Qué impactos negativos, directos e indirectos, causan los productos y servicios a la vida y salud de otros seres vivos?

¿Qué impacto negativo 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



Notas aclaratorias

Los siguientes productos los consideramos no éticos:

- Liberación de organismos genéticamente modificados (animales y plantas)
- 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.)
- Productos basados en ensayos con animales que no son obligatorios por ley (p. ej. cosméticos, detergentes)
- 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 empresa. 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 ...

además de los impuestos y tasas que 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 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 se 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: 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 de la organización. Deben calcularse las siguientes cantidades y operar $(A+B-C)/D$

- A) impuestos sobre la renta realmente pagados (impuesto sobre la renta, impuesto de sociedades)
- B) contribuciones a la seguridad social pagados por los empresarios y empresarias
- C) subvenciones y ayudas recibidas.
- D) Beneficio antes de impuestos e intereses (BAII)

Cuota de contribución tributaria neta de las personas empleadas. Deben calcularse las siguientes cantidades y operar $(E-F)/E$

- E) salarios brutos de las personas empleadas
- F) salarios netos de las personas empleadas



Notas aclaratorias

La cuota de contribución tributaria neta puede utilizarse como referencia para determinar si la contribución es justa. Organizaciones con un comportamiento cívico (Corporate Citizens) deben pagar una cuota similar o mayor a la de las personas empleadas.

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?

¿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

Listado de todas las actividades que se aportan voluntariamente a la comunidad, con el valor monetario correspondiente



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: 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”)



Notas aclaratorias

Toda organización debe identificar sus posibles riesgos de corrupción. Según el riesgo hay que tomar medidas más o menos extensas.

Algunos ejemplos de **prácticas corruptas**:

- 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)

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

El objetivo es transformar los procesos de elaboración, producción y operaciones para reducir los impactos medioambientales que éstos conllevan y así contribuir a no sobrepasar los límites del planeta. 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 y relativo / Gestión y estrategia

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

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

¿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 (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
- 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, CO₂)
- 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)?

¿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

Dependiendo de la actividad de la organización debe informarse sobre las cuentas medioambientales siguientes (las que sean relevantes) y compararlas, si es posible, con las del sector:

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 agua potable y de lluvia | m³

Uso de químicos (venenosos, no venenosos) | kg

Consumo de papel | kg

Uso de otros consumibles | kg

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.



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.

Son especialmente relevantes en agricultura los siguientes aspectos: Uso de fertilizantes orgánicos, verdes y micronutrientes; Uso de residuos de cultivo como abonos verdes; Maximización de los procesos biológicos naturales; Minimización de los recursos no renovables; Renovación del ciclo de semillas.

Se ha de prestar especial atención a:

Categoría de impacto	Unidad de medida
Eutrofización: fertilizantes en agricultura	Suelo (mol N-equivalente) Agua (kg P/N-equivalente)

Uso del suelo	Incremento respecto al año anterior en kg C
Agotamiento de recursos: Consumo de agua	Agua en 1000 m3/trabaj.

Un impacto es importante si pertenece a uno de los tres impactos mayores de la organización. 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 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?

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

El objetivo es fomentar una sociedad culta, informada, democrática, abierta y plural a través de la transparencia y participación. 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.

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.

Informe del bien común o similar auditado: Sí/No



Notas aclaratorias

En organizaciones de menos de 50 empleados se considera una evaluación peer – o similar – como auditoría externa.

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

El objetivo es asegurar un comportamiento de la organización respetuoso con la sociedad que ayude a evitar conflictos y sus consiguientes costes. Toda persona afectada por la actividad de la organización 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.



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 grupos de interés afectados que fueron tomadas con su participación (desglosadas por el grado de participación)



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?



Notas aclaratorias

Las siguientes actuaciones se valoran negativamente:

- 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.