

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

**LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN: UN ENFOQUE CUALITATIVO DE CASO PRÁCTICO DE
EMPRESA ORIENTADA AL COMERCIO JUSTO**

**THE ECONOMY OF THE COMMON GOOD: A QUALITATIVE APPROACH OF PRACTICAL
CASE OF COMPANY ORIENTATED TO FAIR TRADING**

Autoras: D^a Jessica Acosta González

D^a Irene de Armas Hernández

Tutor: Dr. Álvaro González Lorente

Grado en Administración y Dirección de Empresas

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2015/2016

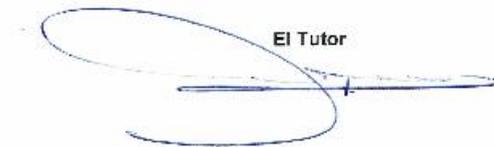
LA LAGUNA, A SIETE DE JULIO DE DOS MIL DIECISÉIS

D. Álvaro González Lorente, profesor del Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos.

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado en Economía titulada **LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN: UN ENFOQUE CUALITATIVO DE CASO PRÁCTICO DE EMPRESA ORIENTADA AL COMERCIO JUSTO**, y presentada por las alumnas **Jessica Acosta González** e **Irene de Armas Hemández**, realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 7 de Julio de dos mil dieciséis.


El Tutor

Fdo: D. Álvaro González Lorente.
San Cristóbal de La Laguna, a 7 de Julio de 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS GENERALES.....	6
3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	7
3.1 ECONOMÍA SOCIAL	7
3.2 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO ECONOMÍA SOCIAL	8
3.3. APLICACIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL: EL COMERCIO JUSTO.....	10
3.4. IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN LA ECONOMÍA Y OTRAS ÁREAS....	12
3.5. HACIA UN MODELO ECONÓMICO ALTERNATIVO: LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN.....	14
3.6. LA MATRIZ DE LA EBC COMO MEDIDA DE BIEN COMÚN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	15
3.7 BALANCE SOCIAL DE LA EBC.....	16
4. METODOLOGÍA Y APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN: PROYECTO EL SURCO” DE CÁRITAS, SEGÚN CRITERIOS DE LA MATRIZ DE LA EBC.18	
4.1. CÁRITAS EN EL ÁMBITO DEL COMERCIO JUSTO.....	18
4.2. RESULTADOS DEL CUESTIONARIO A EMPRESA EL SURCO.....	19
4.3. RESULTADOS DE ENCUESTA A ESTUDIANTADO.....	18
5. CONCLUSIONES	23
6. BIBLIOGRAFÍA	27
7. ANEXOS.....	29

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.....	14
GRÁFICO 2.....	17

LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN: UN ENFOQUE CUALITATIVO DE CASO PRÁCTICO DE EMPRESA ORIENTADA AL COMERCIO JUSTO

RESUMEN.- En este estudio utilizamos el modelo de la Economía del Bien Común mediante el cuestionario de Thomas Haderlapp en una empresa orientada al comercio justo.

La Economía del Bien Común es un sistema económico alternativo fundado en la dignidad humana, la solidaridad, la cooperación, la responsabilidad ecológica y la empatía. El movimiento se entiende como un proceso creciente abierto, participativo y local con un alcance global.

La contribución al bien común se medirá con un nuevo significado del éxito empresarial y con un balance del bien común. La Economía del Bien Común no es el mejor de todos los modelos económicos, ni el final de la historia. Es el siguiente paso, una palanca de cambio a nivel económico, político y social –un puente de lo antiguo a lo nuevo.

Palabras clave: sistema económico, comercio justo, Economía del Bien Común, Cáritas.

The Economy of the Common Good: a qualitative approach of practical case of company orientated to fair trading.

ABSTRACT.- In this study we use the model of the Economy of the Common Good by means of Thomas Haderlapp's questionnaire in a Company orientated to fair trading. The Economy of the Common Good is an economic alternative system founded on the human dignity, the solidarity, the cooperation, the ecological responsibility and the empathy. The movement is understood as an increasingly opened, participative and local process by a global scope.

Its contribution will measure up to a new meaning of the managerial success and to a balance assessment of the common good. The Economy of de Common Good is neither the best of all the economic models, nor the end of the story. It is the following step, a gear stick to economic, political and social level –a bridge of the former thing to the new thing.

Key words: economic system, fair trading, Economy of the Common Good, Cáritas.

1. INTRODUCCIÓN

La situación económica-financiera actual ha dado lugar a un escenario de crisis global cuyo factor más determinante es el reparto desigual de riqueza y oportunidades. De acuerdo con Christian Felber en su libro *La Economía del Bien Común* (2012) es el propio sistema económico liberal, incentivando la competitividad y la búsqueda ilimitada del beneficio, el factor que ha propiciado estos comportamientos egoístas y desaprensivos.

La Economía del Bien Común (EBC), el modelo económico alternativo de Christian Felber, ha despertado un enorme interés en todo el mundo. Esta teoría está basada, al igual que una economía de mercado, en empresas privadas e iniciativa individual. Sin embargo, la diferencia con los modelos anteriores estriba en que las empresas no se esfuerzan por competir entre ellas para obtener más beneficio económico, sino que cooperan para conseguir el mayor bien común para la sociedad en su conjunto.

Los principales valores sobre los que se asienta el modelo auspiciado por Felber son: dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y democrática.

En el plano económico, la Economía del Bien Común es una alternativa viva, concreta, realizable para organizaciones y empresas de diferentes tamaños y formas jurídicas. La finalidad de la economía y la valoración del éxito empresarial se definirán mediante los valores orientados hacia el bien común.

En el plano político, el movimiento quiere conseguir cambios en el marco legal para una Economía del Bien Común. La meta del compromiso es una vida mejor para todos los seres vivos y para el Planeta, apoyado por un sistema económico orientado al bien común.

En el plano social, el movimiento de la Economía del Bien Común es una iniciativa de concienciación para una transformación del sistema, el cual consiste en la actuación común y apreciada de tantas personas como sea posible. El movimiento aporta esperanza y ánimo, y busca conexión y fructificación con otras alternativas.

2. OBJETIVOS GENERALES

El objetivo de este trabajo es explicar cómo la EBC evalúa a las empresas de una forma alternativa y diferente al uso. Ese conocimiento se va a contrastar mediante un estudio de caso particular: el proyecto El Surco, de Cáritas España.

Llegados a este punto nos podríamos plantear la siguiente cuestión: ¿cómo resolver esta contradicción entre los valores que mayoritariamente rigen el mercado y los valores que permiten establecer relaciones basadas en la colaboración sin generar prácticas desleales? La Economía del Bien Común propone una nueva forma de entender las relaciones económicas, sociales y políticas, centrando su enfoque hacia las personas y no regidas por capitalismo como ha sido la tendencia más común hasta la actualidad.

El presente trabajo pretende hacer una valoración descriptiva de una economía que experimenta un giro radical al pasar de estar orientado según los principios de competencia y avaricia de lucro a los de cooperación y solidaridad. Es decir, el significado del éxito empresarial cambia de beneficios financieros a contribución al bien común.

Asimismo, como proceso de divulgación, realizaremos una encuesta a 50 alumnos de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo de La Universidad de La Laguna, para conocer qué conceptos tienen ellos de la Economía social y, concretamente de la Economía del Bien Común. Al mismo tiempo, se dará información referida al modelo económico alternativo según demanda.

En esta misma línea, se ha realizado un trabajo de campo que ha consistido en la participación en proyectos de divulgación de la ECB además de recolección de datos e información en la sede de "El Surco".

3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

El estudio está dividido en cuatro partes. Con el fin de acercar al lector al concepto de Economía Social (ES), se ha elaborado un marco teórico en el que se realiza un breve recorrido acerca de los hitos más destacados en la historia de la Economía Social tanto a nivel internacional como nacional.

A continuación se procede a situar el horizonte temporal del trabajo en el concepto del Comercio justo (CJ), actuando como nexo entre Economía Social y Economía del Bien común en cuanto punto de partida se refiere para el análisis del caso práctico en este estudio.

En tercer lugar, el trabajo se adentra en el modelo económico propuesto por Christian Felber (EBC). Se pretende realizar un acercamiento entre los desafíos actuales de la economía y los modelos de negocio existentes, utilizando el método cualitativo para determinar de qué manera contribuyen a la consecución de los objetivos de la empresa.

3.1. ECONOMÍA SOCIAL

La economía social es un concepto que designa a empresas y organizaciones, especialmente a asociaciones, fundaciones, sociedades mutuales y cooperativas en las que prima el interés general por encima del interés particular. Además, se caracterizan por ser organizaciones en las que la toma de decisión se realiza de modo democrático y participativo. Asimismo, estas organizaciones se encargan de producir bienes, servicios y conocimiento a la vez que persiguen objetivos tanto sociales como económicos, y promueven la solidaridad.

Este movimiento surge en Francia, a finales de los setenta, por el influjo de los economistas John Stuart Mill y Leon Walras con la finalidad de dar entidad propia a un conjunto de actividades económicas conformada por cooperativas, sociedades laborales, mutualidades, centros especiales de empleo, empresas de inserción, Cofradías de Pescadores, asociaciones (vinculadas al movimiento de la discapacidad y de la inserción de personas en exclusión), y las fundaciones. Es con esta forma de agrupación, como surge el denominado “tercer sector” o el “non profit sector”, expresado por Jacques Delors y su equipo de la Universidad de Dauphine. Engloba aquellas actividades económicas cuyo principio es la gestión democrática tanto en los órganos de decisión como en el reparto de beneficios.

Sin embargo, la delimitación conceptual más reciente sobre este término fue realizada el año 2002 en la Carta de Principios de la Economía Social, promovida por la Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones.

De esta forma las entidades pertenecientes a la Economía Social han ido adquiriendo reconocimiento legal e institucional tanto en el Parlamento Europeo como en el Comité Económico y Social Europeo.

3.2 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO ECONOMÍA SOCIAL

El reconocimiento de la Economía Social (ES) como se conoce actualmente, comenzó en Francia con la creación del Comité Nacional de Enlace de las Actividades Mutualistas, Cooperativas y Asociativas (CNLAMCA) por parte de organizaciones representantes de cooperativas, mutuas y asociaciones. De esta manera, se convirtió en el primer país en otorgar reconocimiento tanto político como jurídico al concepto de Economía Social, mediante el decreto de diciembre de 1981 por el que se creó la Delegación Interministerial para la Economía Social (Délégation interministérielle à l'Économie Sociale – DIES).

En Europa, la ES se promueve desde hace más de 30 años por el Comité Económico y Social Europeo. En 1989, la Comisión Europea publicó una Comunicación titulada «Las empresas de la economía social y la realización del mercado europeo sin fronteras». Ese mismo año, patrocinó la primera Conferencia Europea de la Economía Social (París) además de crear una Unidad de Economía Social en el seno de la Dirección General de Política de Empresa, Comercio, Turismo y Economía Social (DG XXIII). A lo largo de los años 90 impulsó ambas medidas en Roma, Lisboa Bruselas y Sevilla.

De forma paralela, funciona el Intergupo de Economía Social en el Parlamento Europeo, aprobándose un importante informe acerca de la ES en el año 2009, reconociendo a este movimiento como factor clave para lograr los objetivos de la Estrategia de Lisboa (alcanzar una economía sostenible en el marco de la competitividad en cuanto a cooperación y trabajo). De forma más reciente, la Comisión Europea ha adoptado dos proyectos, la Iniciativa en favor del emprendimiento social y la Propuesta de Reglamento sobre los fondos de emprendimiento social europeos.

De acuerdo a los datos publicados por el Observatorio Español de Economía Social en conjunto con el CIRIEC (Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa) la Economía Social Europea emplea a más de 11 millones de personas, equivalentes al 6'7% de la población asalariada de la UE.

En los últimos años la ES ha evolucionado por su capacidad de contribuir a la resolución de problemas sociales además de participar en la distribución más equitativa de la renta y la riqueza.

La economía social en España cobra relevancia, en gran medida, debido a los cambios producidos en el escenario económico prevaeciente hasta la fecha que han conducido a una merma en la capacidad del Estado como dinamizador de la economía, falta de empleo y riesgo de exclusión en el mercado laboral. Esta pérdida de bienestar y aumento de desigualdades, en adición con la globalización de la economía, la revolución tecnológica y la integración del mercado Único, deriva en la creación de un nuevo orden económico fundamentado en un espíritu cooperativo y la búsqueda de beneficios no vinculada a la aportación de capital.

De esta forma, la ordenación actual de la Economía Social española, se rige por la aprobación de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, que supuso un hito importante en el reconocimiento, visibilidad y desarrollo de dicho sistema económico, tanto dentro del propio

Estado español como de la Unión Europea. Más recientemente, la aprobación de la Ley 31/2015, de 9 de septiembre por la que se modifica y actualiza la normativa en materia de autoempleo, además de adoptarse medidas de fomento, promoción del trabajo autónomo y de la Economía Social, ha detallado y completado este marco normativo con el establecimiento de medidas de desarrollo y Fomento de la Economía Social española.

Asimismo, la Confederación Empresarial Española de la Economía Social reconoce de acuerdo a Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, los siguientes principios que orientan a la Economía Social en España:

1. Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.
2. Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.
3. Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.
4. Capacidad de autogestión, democracia interna e independencia con respecto a los poderes públicos. Las organizaciones de Economía Social se definen y diferencian a través de un sistema de trabajo democrático y auto gestionado, por lo que mantienen su independencia con respecto a otras instancias.

Con el fin de medir el alcance y la repercusión de esta nueva forma de entender la economía, se hace necesario hacer referencia a los datos publicados en el informe "Las grandes cifras de la Economía Social en España"(2011), elaborado por CIRIEC, con el apoyo de CEPES y el patrocinio de la Fundación ONCE, del Ministerio de Trabajo y dirigido por el profesor José Luis Monzón Campos, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Valencia.

La Economía Social supone un peso del 10% en el PIB español, con un 42,8% de la población vinculada a la economía social. En cuanto al empleo, ésta contribuye en un 12.5% a la creación de empleo generando estabilidad con la magnitud de un 80 % de contratos indefinidos. Se trata de una alternativa de innovación social cuyas transformaciones empresariales están enfocadas a un modelo que apuesta por las personas.

3.3. APLICACIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL: EL COMERCIO JUSTO

El concepto de Comercio Justo nace en los años 1940-50 en Estados Unidos. Es un movimiento iniciado por pequeñas organizaciones que vendían productos artesanos elaborados por comunidades del Sur, como forma de protesta contra los altos márgenes del mercado, los bajos precios, además de la dependencia frente a los intermediarios. De esta forma, surge un “comercio solidario” que supone una mejora para los productores más desfavorecidos, así como un cambio de las abusivas reglas del mercado internacional, abriéndose en 1958 la primera tienda de Comercio Justo en Holanda.

Paralelamente este movimiento apareció en Europa: la ONG Oxfam en Reino Unido comenzó a comercializar en sus locales productos fabricados por refugiados chinos, lo que derivó en la creación de la primera Organización de Comercio Justo en 1964 y de la aprobación de reglas comerciales más íntegras de la mano de la creación de tiendas “Unidas sobre Comercio y Desarrollo” (UNCTAD).

Fair Trade Organisatie se convierte en 1967 en la primera organización importadora de Comercio Justo en Holanda y es con la apertura de la primera tienda europea denominada “tienda del tercer mundo” cuando comienza a establecerse la red de tiendas solidarias en varios países europeos, incluso se establecen organizaciones en África, América Latina y Asia. Sin embargo, no es hasta el año 1973 cuando se comienza a comercializar el café (primer producto de alimentación) por cooperativas de agricultores de Guatemala, suponiendo no sólo un momento clave, sino también un importante *¿cifras?* (no da datos de cifras La fuente es Coordinadora estatal de Comercio justo pero no especifica) crecimiento del Comercio Justo.

En 1990 nace la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) compuesta por 11 importadoras europeas, además de no sólo consolidarse, sino unificarse las distintas iniciativas de certificación de comercio Justo con la creación de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), dando lugar al sello de certificación internacional, el “Sello Fairtrade”. En el año 2000 tienen lugar varios hitos que contribuyen a impulsar el Comercio Justo: establecer el día mundial del mismo, aprobación de la Resolución sobre comercio justo y desarrollo sostenible por el Parlamento Europeo (Estrasburgo -2005/2245(INI)) y la constitución de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, siglas en inglés).

En España, el movimiento de Comercio Justo tiene una aparición más tardía. Comienza en 1986 con la apertura en Donostia y en Córdoba de dos tiendas especializadas por parte de la Fundación Emaús y la Cooperativa IDEAS. Durante los años 80 y 90 continúa la creación de organizaciones defensoras de este movimiento, desembocado en la creación de la plataforma “Coordinadora Estatal de Comercio”, con la intención de dar una mayor repercusión para fortalecer y potenciar el movimiento de Comercio Justo. En 2005 se crea Fairtrade España (actualmente Fairtrade Ibérica) que es la asociación del sello de Comercio Justo que está integrada en Fairtrade International. En la actualidad gestionan alrededor de 140 tiendas además de varios establecimientos y empresas que distribuyen productos certificados de Comercio Justo, de acuerdo a los datos recogidos en la plataforma “Coordinadora Estatal de Comercio”.

En el presente el Comercio Justo es, no sólo un sistema comercial alternativo, sino un movimiento de reivindicación y transformación global, que cuenta con más de 3.000 organizaciones productoras repartidas en más de 50 países del Sur (Cuaderno de Comercio Justo número 6, mayo 2016).

Con el fin de hacer una aproximación mucho más exacta y entendible al significado de Comercio Justo y dar una definición consensuada internacionalmente de lo que engloba a este término, escogeremos la de la Organización Mundial del Comercio Justo, (WFTO):

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur”.

La Organización Mundial del Comercio Justo, define diez principios que las instituciones certificadas deben cumplir en su trabajo diario si quieren adherirse a este tipo de comercio:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas, para combatir la pobreza y lograr un desarrollo sostenible. Pasar de la pobreza y la inseguridad de los ingresos a una autosuficiencia económica y propia.

2. Transparencia y responsabilidad en la administración y en las relaciones comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos a todos los niveles de la cadena de suministro. La organización encuentra medios apropiados y participativos para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones.

3. Prácticas comerciales justas, los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas. La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo. Las partes involucradas en la relación comercial buscan aumentar el volumen comercial entre ellas y el valor y la diversidad de su oferta de productos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos. La organización trabaja en cooperación con las otras Organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal. Se evita duplicar los diseños de patrones de otras organizaciones sin permiso.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.

4. Pago de un precio justo. Significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores como justos, y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres.

5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso. La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a la ley nacional/local sobre

el empleo de los niños. Asegura que no hay trabajo forzoso en su mano de obra. Cualquier participación de niños en la producción de artículos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de un arte tradicional o artesanal) siempre es comunicada y monitoreada y no afecta negativamente al bienestar, la seguridad, los requisitos educativos y la necesidad de jugar de los niños.

6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical). La organización no discrimina por ningún motivo en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación. Proporciona oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades y fomenta activamente las solicitudes de las mujeres para puestos de trabajo y para los cargos de liderazgo en la organización.

7. Asegurar buenas condiciones de trabajo. Un ambiente seguro y saludable para los productores. Las horas de trabajo y las condiciones para los empleados y/o de los miembros (y cualquier trabajador a domicilio) cumple con las condiciones establecidas por las legislaciones nacionales y locales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo.

8. Facilitar el desarrollo de capacidades, para desarrollar la independencia de los productos. La organización tiene por objeto aumentar los efectos positivos de desarrollo para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo.

9. Promoción del Comercio Justo, a través de la difusión de información sobre sus prácticas. La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo.

10. Respeto por el medio ambiente. Utilizan las tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y, en lo posible, las tecnologías de uso de energías renovables que reduzcan al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero. Tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente.

3.4. IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN LA ECONOMÍA Y OTRAS ÁREAS

Se puede asegurar que un producto es de Comercio Justo cuando éste ha sido elaborado por organizaciones miembro de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) o cuenta con alguna de las certificaciones que son garantía de Comercio Justo, como son Fairtrade International, Ecocert,-IMO-Fair for Life, Naturland, Fundeppo. Cabe destacar que las organizaciones miembros pasan tanto por un sistema de acreditación, como de evaluación, en el que se asegura el cumplimiento de los diez principios del Comercio Justo y que además incluye una auditoría externa y revisiones periódicas.

El objetivo de estas acciones es que este movimiento reoriente los valores de la economía internacional, por lo que a la hora de medir el impacto, se facilita la labor si se realiza la medición por áreas:

Impactos económicos:

Se produce una menor vulnerabilidad con respecto a los precios en los mercados internacionales, además de adquirir mayor seguridad y capacidad para invertir y planificar acciones en el medio-largo plazo. Esto se traduce en una mejora de la información sobre las demandas, preferencias y comportamiento de los consumidores, por lo que se favorece el acceso y desarrollo de nuevos mercados internos y regionales. El Comercio Justo es también un proceso continuo de apoyo a los productores del Sur, es por esta razón, que reciben formación para obtener experiencia que permita negociar préstamos con las instituciones financieras además de mejores condiciones a la hora de conseguir financiación, e incluso facilidad de acceso a certificaciones. De esta manera destaca, como un impacto positivo, entre las organizaciones productoras, el refuerzo de las capacidades organizativas.

Impactos sociales:

Las acciones de Comercio Justo suponen una cadena de valor que lo hace ser un instrumento eficaz para la erradicación de la pobreza, así como de la desigualdad entre hombres y mujeres, que aboga por un desarrollo sostenible. En este sentido, se hace necesario explicar que a la hora de poner un producto a la venta, se suele establecer un precio mínimo que garantiza que se cubran todos los costes. A ese precio de venta se le suma la denominada “prima de Comercio Justo”, que es un suplemento destinado a la realización de proyectos medio ambientales y sociales en la propia comunidad del productor, aunque también se destina a la realización de mejoras tanto en sanidad como en educación. Son los trabajadores quienes deciden en qué proyectos de mejora invertir dicha prima, ya que se permite también su inversión en disminuir la dependencia de un único cultivo, favorecer otros, o destinarla para mejorar su productividad.

Impactos medioambientales:

En este sentido se habla de desarrollo sostenible en cuanto a medios de producción responsables además de concienciación y promoción de buenas prácticas ambientales. Existe un apoyo en cuanto a formación de los trabajadores en técnicas de producción sostenibles y control y seguimiento para favorecer una gestión de los recursos naturales eficaz y eficiente con el objetivo de preservar el medio ambiente.

Impactos organizacionales y políticos:

En este ámbito destaca en cuanto a los impactos organizacionales el hecho de que se produzca en las organizaciones un aumento de la calidad de los productos, hecho que se desprende del objetivo de que el Comercio Justo busca además ofrecer productos de alta calidad. Se potencian y refuerzan las competencias que permiten generar ventajas sostenidas, que implican desarrollo de servicios comerciales específicos y acceso de las organizaciones a los mercados internacionales.

En cuanto a los políticos se busca que las diferentes instituciones promuevan e incentiven las prácticas de Comercio Justo, por lo que se hace especial hincapié en fomentar el diálogo por

partes de las productoras con los poderes públicos con el fin de cooperar en la creación de políticas o medidas de apoyo para esta nueva forma de comercio con la intención de aplicar los principios y criterios que en esta se recogen.

3.5. HACIA UN MODELO ECONÓMICO ALTERNATIVO: LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

La Economía del Bien Común (EBC) hace referencia al modelo económico propuesto por Christian Felber, desarrollado en su libro “La Economía del Bien Común” (2012), aunque anteriormente había fijado las bases de esta nueva forma de entender la economía en su otro libro “Nuevos valores para la economía” (Deuticke, 2008). Así, propone superar la dualidad entre capitalismo y comunismo con el fin de maximizar el bienestar de una sociedad.



Figura 1: Logo del movimiento de la Economía del Bien Común

Se trata de un concepto que ha ido evolucionando. En 2010 Felber inició junto a un grupo de empresarios el desarrollo práctico del mismo. En dicho modelo se presenta una alternativa viable a la economía planificada que responde a la necesidad de un nuevo orden económico en un escenario de crisis global caracterizado por la desigualdad y la supremacía de los valores capitalistas.

La EBC se rige por los siguientes principios: confianza, cooperación, aprecio, democracia, solidaridad, honestidad, responsabilidad, cooperación, generosidad y compasión, valores en los que se basan las relaciones humanas, ya que en las relaciones económicas se promueven valores antagónicos como son competencia, afán de lucro, rivalidad, explotación o desconfianza.

Así pues, el objetivo de la Economía del Bien Común es implantar y desarrollar una verdadera economía sostenible y alternativa a los mercados financieros, en la que, necesariamente, tienen que participar las empresas. Más aún, dirige sus esfuerzos en convertirse en un proceso participativo, que busca sinergia en alternativas económicas similares, como la economía solidaria o economía social.

3.6. LA MATRIZ DE LA EBC COMO MEDIDA DE BIEN COMÚN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Christian Felber en su libro Economía del Bien Común (2012) afirma: “hoy en día el éxito económico se mide con dos parámetros clave: por un lado, el producto interior bruto dentro de la macroeconomía y el beneficio financiero de las empresas en el ámbito microeconómico. Siendo ambos parámetros de carácter monetario, se considera que el dinero puede mostrar valores de cambio pero no utilidades sociales; dichas utilidades es lo que necesitan los seres humanos.” De esta manera la EBC desarrolla una nueva forma de medición del concepto “éxito empresarial” con el cual poder identificar y cuantificar la aportación de las empresas al Bien Común.

Así, surge la Matriz del Bien Común, que interacciona los valores de la mayoría absoluta básicos y constitucionales – dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y democracia – con los grupos de interés o contacto de la empresa: empleados, proveedores, cartera de clientes, financiadores, ámbito social.etc.

Se busca medir lo que realmente aporta valor a las organizaciones desde la perspectiva de la EBC, es decir, el bienestar de todo el entorno relacionado con las empresas, en aras de lograr externalidades positivas con las que impulsar estos valores útiles, cuya disponibilidad y distribución son realmente el objetivo de la economía.

En la Matriz de la EBC (Anexo I) se recogen los indicadores que posibilitan la calificación del comportamiento de la empresa en términos de aporte al Bien Común. Estos se otorgan por un comportamiento pro-activo respecto a los 17 indicadores presentes en la misma. Sin embargo, esto no implica una medición exacta de la contribución al Bien Común ya que en ocasiones resulta complicado establecer la relación de pro-actividad entre las prácticas empresariales y su correspondencia con los indicadores de la Matriz.

Más aún, el objetivo es una valoración comprensible, plausible y consistente, de dónde se encuentra la empresa en el camino hacia el Bien Común.

El conjunto del proceso de evaluación está formado por el Informe del Bien Común, el Balance y Testado, que se explicarán en el siguiente apartado. La matriz ofrece una vista de conjunto unilateral sobre los 17 Indicadores del Balance, se trata de facilitar información a consumidores y terceros, en un modelo económico, que evoluciona con la experiencia.

La EBC no pretende limitar la búsqueda de alternativas en cuanto a medios o instrumentos para servir al Bien Común, ya que de esta manera, se crearán de forma continua nuevos y más precisos indicadores, criterios o ejemplos. Sin embargo, sí se establecen una serie de criterios negativos, que suponen una guía para las empresas de cara a evaluar sus actividades, y que además, la incursión en los mismos restan puntuación a las organizaciones involucradas en el proceso de la EBC.

Estos aspectos negativos son:

- Incumplimiento de las normas de trabajo OIT / Derechos humanos, puesto que se considera que los derechos humanos forman un pilar de fundamento de la convivencia global.

- Suministro / cooperación con empresas que lastiman la dignidad humana. Hacen referencia a aquellos que estén en gran contradicción con los valores de una Economía del Bien Común, como pueden ser las armas, centrales nucleares, bienes de lujo, etc.

-Compra hostil, que se define como un intento de compra de otra empresa sin haber recibido el visto bueno y el acuerdo de la alta dirección de la misma que se quiere comprar. En la Economía del Bien Común no deben adquirir hostilmente las empresas fuertes a las débiles. Un acuerdo de conformidad no es por el contrario ningún problema: la dirección y los empleados de la empresa han de estar de acuerdo. Si éstos no están de acuerdo, se valorará como una compra hostil.

-Patente defensiva. Algunas empresas con el objetivo de bloquear la investigación, dan de alta muchas más innovaciones bajo patente.

-Precio Dumping, esto es vender a precios más bajos que el coste de producción para poder posicionarse en el mercado.

-Gran impacto medioambiental a ecosistemas. Con las actividades de las empresas destruyen masivamente a los ecosistemas naturales a través de talado, residuos de agua, contaminación del aire y suelo, etc.

-Obsolescencia programada. Esto es, acortar la vida de los productos con el fin de aumentar los beneficios de quien los fabrica.

-Remuneración desigual a mujeres y hombres. Incumplir uno de los principios fundamentales: mismo sueldo para el mismo trabajo.

-Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a las ganancias. Esto hace referencia a que una empresa orientada al Bien Común no reducirá su plantilla cuando disfrute de una situación de beneficios estables.

-Filiales en paraísos fiscales: Acabar con la desigualdad, en cuanto a evasión y elusión fiscal de los impuestos se refiere.

-Interés de capital propio >10%.

-No revelación de todas las participaciones y filiales.

-Impedimento de un comité de empresa. Libre creación de dicho comité, con el fin de representar a los trabajadores en la negociación de condiciones y resolución de conflictos de tipo salariales.

3.7 BALANCE SOCIAL DE LA EBC

El Balance del Bien Común sitúa a los seres humanos y a todos los seres vivos, así como el éxito de las relaciones entre ellos, en el centro del sistema económico. De esta manera, insta a los actores económicos comportarse y organizarse, de forma humana, cooperativa, solidaria, ecológica y democrática. Convierte los valores de la sociedad en valores de la economía. Se

trata de un instrumento conformado por una tabla de cálculo, que con la ayuda de un programa de cálculo facilita la elaboración y establecimiento de las ponderaciones.

Como ya se ha dicho anteriormente, el proceso del Balance lo completan el Informe y el Testado. El primero consiste en documentar la relación entre los indicadores y las actividades de las empresas, proporcionando una visión mucho más profunda de las mismas. El segundo, será expedido al final del proceso de auditoría por los auditores externos, documentando con la Matriz del Bien Común la justificación de la puntuación obtenida así como la valoración de las diferentes organizaciones. Se entiende así al Balance como un proceso de mejora continua de todos los elementos relacionados en este modelo económico alternativo, existiendo la posibilidad por parte de las empresas de publicar el informe tanto internamente como de manera externa.

A continuación se muestra la escala de puntos con la que se evalúan los resultados:

- De 0 a 200 puntos: verificará que no existen evidencias, alguna evidencia o actividad aislada.
- De 200 a 400 puntos: existen evidencias pero sin integración en los procesos/ciclo de gestión, ni vinculación con las políticas/ estrategias EBC de la organización.
- De 400 a 600 puntos: evidencias integradas en los procesos/ciclo de gestión y vinculadas con las políticas/ estrategias EBC, pero con posibilidades significativas de mejora.
- De 600 a 800 puntos: evidencias integradas en los procesos/ciclo de gestión y vinculadas con las políticas/ estrategias EBC, pero con algunas posibilidades de mejora.
- De 800 a 1000 puntos: las evidencias forman un conjunto coherente y hacen que la organización sea un referente en EBC.

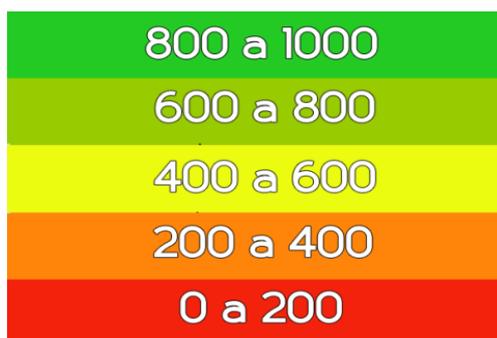


Figura 2.- Escala de asignación de colores según puntuación.

Asimismo, estas puntuaciones estarán acompañadas por colores. De 0 a 200 puntos será de color rojo. De 200 a 400 será naranja. De 400 a 600 puntos será amarillo, de 600 a 800 puntos será verde claro, y de 800 a 1000 puntos será verde fuerte. Lo que pretende la ECB con esta distinción es hacer más visibles los éxitos del Bien Común, con la intención de que los clientes,

antes de tomar su decisión de compra, conozcan la contribución de esa empresa en cuestión, al bienestar de la sociedad.

Hay que destacar la intención de Christian Felber de usar complementariamente tanto el balance financiero como el social. Asimismo, afirma, que la inclusión en el movimiento del bien común, no implica que las empresas tengan pérdidas, sino un cambio en la concepción del objetivo empresarial predominante en la economía actual (la obtención de beneficios como fin último) hacia la preocupación del bienestar social.

4. METODOLOGÍA Y APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN: PROYECTO EL SURCO” DE CÁRITAS, SEGÚN CRITERIOS DE LA MATRIZ DE LA EBC.

4.1. CÁRITAS EN EL ÁMBITO DEL COMERCIO JUSTO

Cáritas está compuesta por una red de organizaciones diocesanas, que dentro del ámbito de la economía solidaria impulsa el comercio justo como herramienta de sensibilización y transformación social. De esta forma, considera al Comercio Justo como una estrategia fundamentada en el establecimiento de relaciones justas, que ejecuta de manera integrada junto con otros programas de acción social.

A la hora de participar en este movimiento, lo hace en conjunto con el resto de iniciativas que acompañan a organizaciones de la red mundial Cáritas, apoyando proyectos de Comercio Justo en Bangladesh, Bolivia, Mauritania y Palestina entre otros. Se trata de garantizar la dignidad socio-económica de los colectivos más desfavorecidos o marginados, haciendo especial hincapié en impulsar la incorporación de las mujeres al mercado, así como a promover la creación de iniciativas productivas.

De igual manera sus líneas de actuación comprenden el establecer no solo relaciones, sino alianzas con las importadoras y organizaciones, tanto a nivel local como estatal e internacional, con el objetivo de servir de apoyo para el incremento de su desarrollo económico.

Como muestra del compromiso de Cáritas con la economía solidaria lanza el Proyecto el Surco, cuyo objetivo es promover tanto el comercio Justo como el consumo responsable.

El Surco trabaja como un sistema en red con diferentes entidades como son: La Red Interdiocesana de Comercio Justo de Cáritas Española (RICJ), La Coordinadora Estatal de Comercio Justo y La Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO).

El Surco desempeña una labor activa a través de diferentes actividades orientadas a la sensibilización y formación, a través de charlas sobre comercio justo y consumo responsable para diferentes entidades, asociaciones o centros de enseñanza entre otros.

Cuenta con una tienda física en la que se promueve y divulga la economía solidaria y se imparten tanto charlas como visitas guiadas, donde se ofrece información acerca de esta alternativa económica. Sin embargo, su labor más representativa y que goza de un impacto más

directo es la comercialización de productos de comercio justo, entre los que se encuentran alimentación (sinfín variedades de cafés, té en bolsa y granel, cacao, tabletas de chocolate, azúcar, galletas, mermeladas...etc.) pero también artesanía, bisutería y cosmética.

Con todo ello Cáritas trata de crear un clima de compromiso por parte de todas las personas y organizaciones que participan activamente en dar una mayor repercusión al Comercio Justo. De esta forma centra sus líneas de trabajo en la comunicación y promoción de unas prácticas, que actualmente resultan ser minoritarios y que necesitan canales de difusión.

4.2. RESULTADOS DEL CUESTIONARIO A EMPRESA EL SURCO

En este trabajo se ha realizado un análisis aproximado de los distintos criterios de la Matriz del Bien Común que podría ser el punto de partida para otros estudios posteriores, con la posibilidad de realizar con éxito el proceso de auditoría del balance de la empresa Cáritas Diocesana de Tenerife, en referencia a “El Surco”.

“El Surco” es un proyecto de Cáritas Diocesana de Tenerife cuyo objetivo es promover el comercio justo y el consumo responsable. Este proyecto se encarga de:

-la comercialización de productos de comercio justo. Es una tienda en la que se puede adquirir productos de alimentación, cosmética natural, artesanía, bisutería, menaje, decoración, etc.

-la sensibilización y la formación. Ofrecen charlas y talleres sobre comercio justo o consumo responsable para centros de enseñanza, parroquias, lugares de trabajo, entidades, asociaciones, etc.

-visitas organizadas en la tienda. Cabe señalar que el fin principal de este proyecto no es la comercialización en sí, sino la sensibilización promoviendo el comercio justo.

Para disponer de una primera visión hemos realizado el Test rápido de Thomas Haderlapp (Anexo II) de la Economía del Bien Común, en el cual 17 indicadores nos dan una impresión de lo que trata la EBC y de un primer resultado aproximado de cómo de orientadas al bien común son las actividades económicas del proyecto El Surco de Cáritas. El porcentaje resultante del test (78,91%) es un dato aproximado. La Auditoría Externa es la verificación si realmente se vive y aplica la Economía del Bien Común como proceso de transformación y mejora en las empresas.

Empezaremos comentando el criterio A) Proveedores, que hace referencia a la gestión ética de los suministros. El objetivo de este indicador es que las empresas sean conscientes de su responsabilidad con respecto a los procesos de producción, así como en la cadena de suministro, y, de esta forma se decanten en los mismos por proveedores orientados al Bien Común. Es decir, el compromiso de los mismos de tomar medidas activas, dirigidas a minimizar riesgos sociales y ecológicos, a través de la concienciación de los efectos derivados de los productos y servicios producidos.

El Surco coopera activamente con sus proveedores para encontrar soluciones a problemas sociales y ecológicos. Cuentan con otras alternativas de aprovisionamiento, como la contratación de suministro del servicio de electricidad de *Somenergía*, una cooperativa cuyas principales actividades son la comercialización y producción de energía de origen renovable. En lo social, Cáritas trabaja directamente con una cooperativa en Mauritania, impulsando el desarrollo social de las mujeres y los jóvenes en el barrio de Dar Naïm (Nouakchott).

Dispone de un sistema de control sobre todos los productos y servicios de manera que todos ellos se certifican, ya se interna o externamente. En esta línea, el origen de los productos de la tienda del “Surco” provienen de cuatro entidades sociales: *Oxfam Intermón*, *cooperativa Ideas*, *Fundación Adsis Equimercado* y la cooperativa *Alternativa 3*. Todas estas entidades trabajan en el ámbito del comercio justo estando certificadas a nivel internacional.

El criterio B) Financiadores trata la gestión ética de las finanzas. Las empresas pueden contribuir al cambio de los mercados financieros buscando una orientación hacia el Bien Común. El cambio hacia un banco no orientado a las ganancias exige una justicia de reparto, así como una utilización con sentido de los recursos financieros. Con respecto a la empresa estudiada, el grueso de la financiación corresponde a la Caixa. Sin embargo, Cáritas ha comenzado a trabajar con *Fiare* banca ética, en una pequeña parte del total de fondos que maneja. “El Surco” como proyecto también tiene en cuenta poder financiarse con *Fiare* en un plazo no muy largo, según testimonio recogido de los empleados involucrados en dicho proyecto.

El criterio C) Empleados inclusive propietarios, se refiere a la calidad del puesto de trabajo e igualdad. El objetivo de este criterio es disponer el puesto de trabajo de tal modo que las personas, dentro de sus capacidades, puedan conseguir las posibilidades de desarrollarse como individuos, así contar con protección y apoyo en la comunidad de la empresa.

Actualmente cuentan con el proyecto “Buscándome las Habichuelas” cuyo objetivo es facilitar la inserción a personas con difícil acceso al mercado laboral procurando tanto información como colaboración. Por otra parte participa activamente con ventas de ropa en tiendas de segunda mano, proveniente de talleres de inserción, como por ejemplo talleres realizados en prisión donde se hace partícipe de los diferentes compromisos y proyectos a los internos.

La empresa ofrece seguridad óptima para sus empleados. En otras palabras, profesionalizarlos en un clima laboral de igualdad de oportunidades. Se debe abogar por el acceso a puestos de trabajos adecuados, así como salarios justos para aquellos colectivos más desfavorecidos y perjudicados. En la empresa existe una variedad de modelos de trabajo y se da el marco para un balance óptimo en la conciliación laboral y familiar. Se ocupan de forma activa en diversos empleados y en el trato igualitario de hombre-mujer, existiendo una consideración especial para trabajadores mayores, emigrantes empleados, empleados disminuidos/desaventajados. Se están realizando mejoras de las instalaciones necesarias para personas con movilidad reducida.

En cuanto a las horas que trabajan los empleados éstas rondarían las 37,5h semanales respetando el máximo de 8 horas diarias establecidas en el estatuto de los trabajadores, compensándose la realización de horas extras con días libres.

En relación a la toma de decisiones, los empleados gozan de autonomía decantándose por aquellas que consideren oportunas en relación a temas que surjan en los procedimientos de las actividades habituales. Aunque la toma de decisión final es siempre tarea del equipo directivo, se tienen en consideración tanto la opinión como participación de sus empleados, ya que se suelen desarrollar “espacios de reflexión”. En ellos se fomenta la transparencia interna y todos los trabajadores pueden tomar parte en las decisiones de forma consensual dentro de sus equipos. A modo de ejemplo, destacar que en relación a la tienda “El Surco”, se hizo una consulta a los empleados con respecto a puntos de mejora. De esta manera, se desprendió a través de la opinión de los mismos, la necesidad de dar mayor peso a la sensibilización, transformar el espacio con la finalidad de lograr mayor incidencia en los esfuerzos de divulgación. Esta línea de actuación, corresponde con uno de los aspectos fundamentales que pretende alcanzar la EBC, la búsqueda de un proceso de toma de decisiones reflexivo, en el que exista consenso y además sea participativo.

El siguiente criterio correspondiente a la Matriz de la EBC y sometido a análisis para Cáritas y el Surco es el D) Clientes / productos / servicios / co-empresas. Con respecto a la venta ética, tanto Cáritas como el proyecto el Surco tienen una clara orientación social. Todos sus esfuerzos se centran en acabar con las desigualdades que existen en las prácticas comerciales habituales. Es por ello que únicamente venden productos de comercio justo cuya producción se realiza acorde a unas normas y principios éticos. Esto implica la existencia de protección hacia el productor, con condiciones laborales y salarios dignos.

De esta manera y de acuerdo con la filosofía de la organización, se realiza una labor informativa, así como de sensibilización a cada cliente nuevo que se acerca por primera vez al espacio del Surco. Se trata de crear consciencia de la existencia de alternativas a los modelos económicos vigentes en los consumidores. Pero sobre todo, se trata de transferir información. En estas tiendas específicas se asume siempre el rol de explicar, ofrecer asesoramiento acerca de los diferentes productos y dar a conocer el movimiento de Comercio Justo, hecho que sin embargo, no ocurre en las grandes superficies.

Dado el carácter humano que tiene la actividad de Cáritas se puede afirmar que existe una clara vocación de solidaridad hacia otras empresas. Se ofrece formación a los productores, se realiza un seguimiento continuo además de dar un asesoramiento que garantiza un apoyo a las organizaciones productoras. Se da el caso en el que empresas concretas contactan con la entidad para comprar determinados productos, como la Compañía Islas Occidentales y que sirven de facilitación para compartir la visión del comercio justo.

Cabe destacar que se contaba con una colaboración directa en cuanto a empresas, en el caso de la Tasca 61, donde una vez se elaboraba un menú basado en productos de comercio justo y que adquirirían en el Surco, haciendo visible el tema del comercio justo. En estos momentos no se sigue realizando, pero existe una movilización y una intención clara de volver a retomar esta iniciativa.

El siguiente sub-criterio de la Matriz de EBC que se ha aplicado es el del concepto ecológico del producto. Tanto Cáritas como el Proyecto el Surco cumplen con creces el mismo siendo todo el

proceso de producción respetuoso con el medioambiente. Se garantiza la protección del medioambiente en toda la cadena. Los productos son biodegradables además de que se rechaza el uso de químicos y materiales dañinos en aras de un balance ecológico.

En cuanto a la concepción social de los productos y escalonamiento de precios se hace necesario hablar de la prima de Comercio Justo, explicada anteriormente en el apartado Impacto del Comercio Justo en la economía, concretamente los impactos sociales. Como ya se ha dicho, se busca reforzar la labor de los productores, destinándose el excedente a otros fines sociales.

El efecto que tiene en la sociedad el “Know how” de Cáritas (incluimos también a El Surco) es cumplir el objetivo de trabajar por una transformación social, tender un puente hacia estas prácticas alternativas. La tienda de El Surco no busca ser sostenible económicamente sino que pretende divulgar esta economía alternativa, luchar por los derechos laborales y concienciar que detrás de cada producto hay una persona, una historia y una circunstancia.

El último criterio sometido a análisis es el E) Ámbito social: región, soberanía, generaciones futuras, personas y naturaleza mundial. El efecto social que tiene la venta de los productos es la inversión de los beneficios en la comunidad para mejorar infraestructuras: escuelas, viviendas, eco-agricultura y desarrollo de técnicas sostenibles, ya que la mayor parte de los productos están además certificados como ecológicos.

Continuando con los sub-criterios que conforman al ámbito social, en cuanto a la aportación a la comunidad, Cáritas dentro de su proyecto el Surco entiende que tanto la sensibilización como la participación y contribución a la comunidad son otros de sus objetivos. Más aún, se busca generar un tejido de empresas con inquietud e interés por la economía social. Y como ya se ha recalcado anteriormente, se asegura que todo el proceso productivo sea respetuoso con el medio ambiente. Hay que añadir que en este ámbito, dentro del área internacional, hay una campaña en funcionamiento. La entidad promueve esa dinámica además de impartir charlas de concienciación sobre lo ecológico y hacer uso del reciclaje.

En cuanto a la minimización del reparto de ganancias a externos las ganancias de la empresa son repartidas entre los empleados e inversores y sirven para el aumento de la cuota de capital propio o fluyen en inversiones sociales y ecológicas (orientación al bien común). No existe ningún reparto de dividendos a propietarios no trabajadores de la empresa.

Como resultado de la evaluación de caso práctico de empresa de Comercio Justo (economía social) aplicada a la Economía del bien Común y a la Matriz de EBC, cuya versión es válida para la realización de un balance social, se desprende la afirmación de que si Cáritas y El Surco sometieran su entidad y proyecto a valoración conforme a los criterios y principios de EBC la evaluación les sería favorable.

En resumen, las empresas y organizaciones dan una valoración propia crítica del cumplimiento de los indicadores del Balance del Bien Común y ésta será verificada desde fuera por los auditores. Deciden actualmente de forma voluntaria el aplicar tal balance –una demanda del movimiento de la Economía del Bien Común es que esa herramienta sea legalmente vinculante y que cada empresa/organización deba proporcionar tal balance de forma obligatoria. Además se

pretende crear un estándar de certificación para auditores. Todo ello para que el sistema tenga una base fundamentada, documentada y con unos criterios de calidad mínimos.

4.3. RESULTADOS DE ENCUESTA A ESTUDIANTADO

Hemos realizado una encuesta a 50 estudiantes de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo de la Universidad de La Laguna para tener una aproximación de su grado de conocimiento acerca de la Economía del Bien Común, así como su opinión acerca del sistema económico actual.

A continuación se ha procedido a realizar un análisis de los resultados, expresado en los siguientes gráficos:

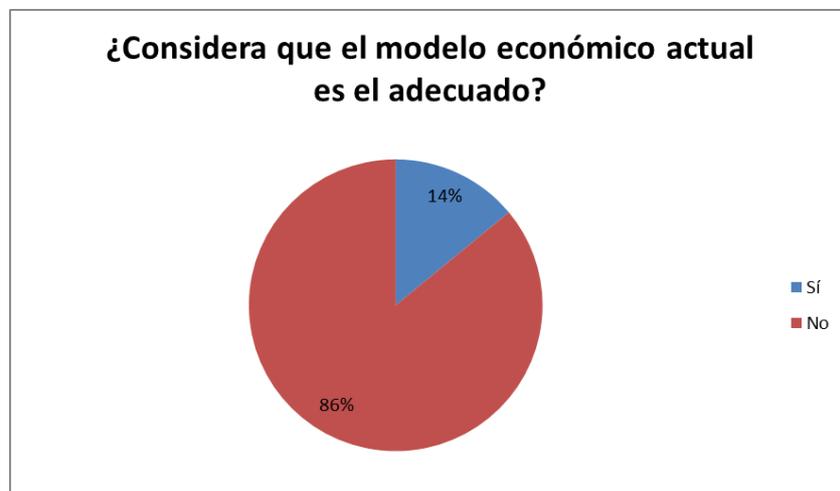


Figura 3.- Resultados de encuesta a estudiantado. Fuente: Elaboración propia.



Figura 4.- Resultados de encuesta a estudiantado. Fuente: Elaboración propia.

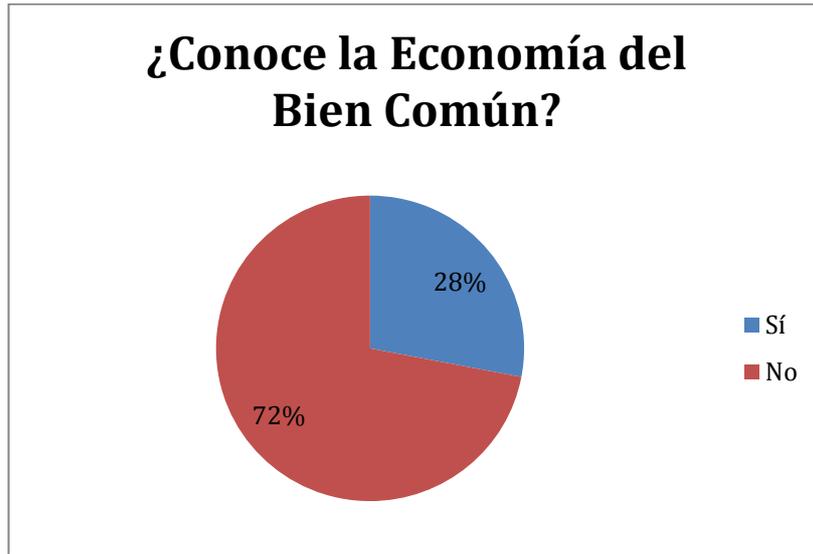


Figura 5.- Resultados de encuesta a estudiantado. Fuente: Elaboración propia.

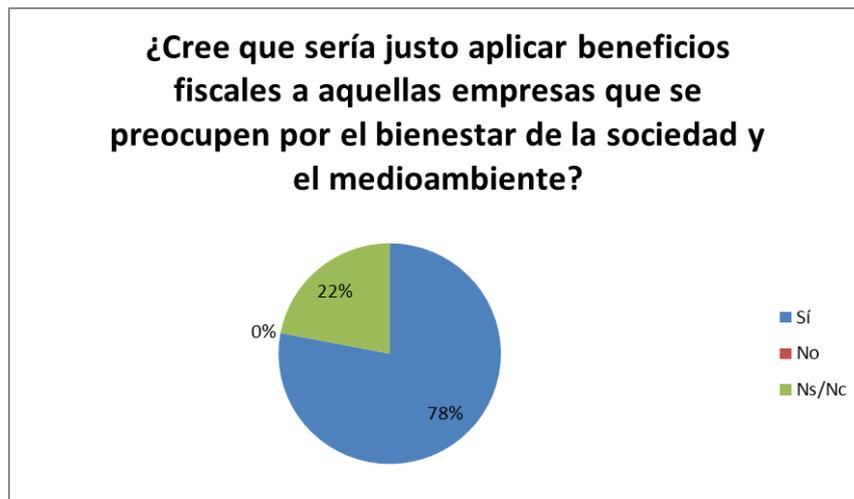


Figura 6.- Resultados de encuesta a estudiantado. Fuente: Elaboración propia.

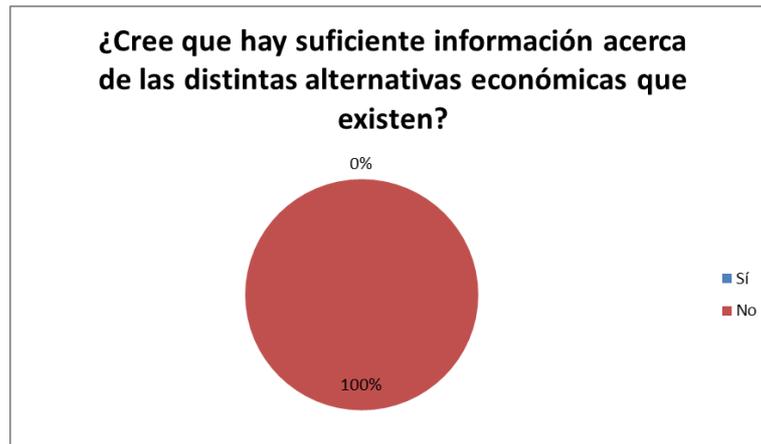


Figura 7.- Resultados de encuesta a estudiantado. Fuente: Elaboración propia.

Con los datos obtenidos de la muestra se puede decir que el 86% de los encuestados consideran que el modelo económico actual no es el adecuado, frente a un 14% que considera que sí lo es. Así pues, el 98% de los encuestados considera que el objetivo de la mayoría de las empresas es ganar dinero, y como ya hemos visto anteriormente, con la Economía del Bien Común, el objetivo de las empresas no es ganar dinero sino el Bienestar de la Sociedad. Además, solo el 28% de los encuestados afirman conocer el movimiento de la Economía del Bien Común, frente a un 72% que nunca ha oído hablar del movimiento.

Por otro lado, en relación a la propuesta de Christian Felber de incentivar a aquellas empresas que velen por el bienestar de la sociedad, el 78% de los encuestados consideran que sería justo aplicar beneficios fiscales a aquellas empresas que se ocupan por el bienestar de la sociedad y del medioambiente.

Por último, todos los encuestados, es decir, el 100% afirman que no hay la suficiente información acerca de las distintas economías sociales existentes, entre las que se incluye la Economía del Bien Común.

El marco legal económico experimenta un giro radical, cambiando las reglas del juego de afán de lucro y competencia por cooperación y contribución al bien común. El éxito económico no es medido por indicadores monetarios como el beneficio financiero o el PIB, sino con el balance del bien común (a nivel de empresas) y el producto del bien común (a nivel de sistema).

5. CONCLUSIONES

En primer lugar, se puede decir, que aunque la EBC y Comercio Justo (Economía Solidaria) a priori puedan constituirse como movimientos diferentes, convergen en cuanto a sus principios y objetivos, ya que lo que se persigue es acabar con las injustas prácticas del mercado, en aras de favorecer una economía mucho más social que gire en torno a las personas y no a las empresas.

En este sentido, se puede extraer la afirmación de que la labor que desempeña Cáritas tanto en sus proyectos de Comercio Justo, como en los demás proyectos en los que participa, cumple con los principios de la EBC. Este hecho resulta inherente, ya que para desarrollar acciones de Comercio Justo, inevitablemente se deben cumplir con los requisitos de la EBC, puesto que ambos movimientos dirigen sus esfuerzos a promover un sistema económico alternativo basado en la cooperación. Además de que pueden actuar como catalizadores para impulsar proyectos de desarrollo a nivel global.

Por otra parte destacar el hecho de que si Cáritas realizara el proceso de auditoría correspondiente a la Economía del Bien Común, obtendría una puntuación alta considerando a esta organización como un referente en la EBC. En este estudio su resultado de 101 puntos es un resultado aproximado de cómo de orientadas al bien común son sus actividades económicas. La empresa Cáritas es ejemplar bajo muchos criterios del bien común. Probablemente sea ya empresa del bien común y desde hace años en la cabeza a nivel de sectores la escena de la sostenibilidad. Como empresa pionera es ejemplar para sus competidores y sirve de inspiración para otras empresas interesadas por el bien común. El siguiente paso podría ser el realizar un primer balance de comienzo. Junto con el número de las preguntas se ha incluido el número del indicador de la Matriz, por eso A1= Gestión ética de los suministros. De esta manera la empresa puede, si tiene interés, leer informaciones más detalladas en el manual, acudir a cursos y Jornadas para empresas sobre el Balance del Bien Común (BBC). Desde Cáritas Tenerife se ha firmado un convenio de colaboración profesional mediante el cual, la entidad recibirá asesoramiento en materia fiscal, contable y legal para sus empresas de inserción e iniciativas de autoempleo.

Como hemos comentado anteriormente, el proceso de auditoría es un proceso muy complejo para el cual es necesario un auditor profesional. Así pues, esta información obtenida mediante un test voluntario puede ser útil para llevar a cabo dicho proceso, así como ser un punto de inicio en posteriores estudios acerca de la economía social. Además los Consultores pueden acompañar y apoyar a las empresas en la realización del BBC. Estos Consultores contribuyen en el desarrollo del Balance del Bien Común y de sus filas se entrenan los auditores.

Mediante un proceso de selección aleatorio simple hemos encuestado a 50 personas de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo de la Universidad de La Laguna. De esta muestra se obtiene que el 72 % de los encuestados afirman no conocer el movimiento de la Economía del Bien Común. El 100% está de acuerdo en que no hay la suficiente información acerca de las diferentes economías sociales existentes.

Es por ello que consideramos de gran importancia que exista un conocimiento de base para fundamentar los pilares de un movimiento económico alternativo. El movimiento busca la conexión y las sinergias con otras iniciativas alternativas. Un objetivo a medio plazo sería la creación de redes de cooperación, en las cuales se conecten las iniciativas que persiguen una visión similar, como la Economía del Bien Común, planeen actividades en común y lleven a cabo una actuación conjunta.

De este modo, algunas de nuestras propuestas son: ofrecer más charlas formativas acerca de las distintas alternativas sociales, introducir asignaturas que relacionen economía social y medioambiental y demás actividades divulgativas. Asimismo, dado que la mayor parte de los alumnos no conoce la Economía del Bien Común, este estudio podrá ser una gran aportación, y de este modo poder empezar a divulgar el movimiento desde dentro de la Universidad.

El objetivo será poner freno a la desigualdad social y a la destrucción medioambiental que reina en nuestros días.

Desde el comienzo del proceso en octubre del 2010 se han enganchado a éste miles de personas y varios estados. Ya es un movimiento internacional, el cual se entrelaza a diferentes niveles:

- Redes regionales y locales: Campos de energía o grupos
- Redes de competencia: Círculo de actores
- Empresas y organizaciones
- Municipios y regiones
- Círculos de coordinación

Existen grupos regionales de apoyo que divulgan el concepto de Economía del Bien Común. Estos grupos pueden estar formados por voluntariado de todas las partes del mundo. Existen grupos a nivel regional, municipal, empresa, individual, entre otros, y creemos que es muy importante que haya un grupo de apoyo en las diferentes universidades.

Es importante señalar que se hacen necesarios cambios legales que contribuyan a promover los principios de esta economía, así como proyectos y subvenciones por parte de las administraciones públicas que sirvan como impulso para alcanzar una mayor repercusión en el mercado global. Consideramos imprescindible el apoyo de dichas administraciones, pues la EBC y el Comercio Justo necesitan de un portavoz que no solo avale, sino que dé fuerza al movimiento, así como que trate de garantizar el cumplimiento de unos objetivos mínimos.

Además, en relación con la encuesta realizada a los distintos alumnos, el 78% opina que sería justo aplicar beneficios fiscales a aquellas empresas que se preocupan por el bienestar de la sociedad y el medioambiente. Esto sería uno de los objetivos de la Economía del Bien Común, es decir, premiar a aquellas empresas que velen por una sociedad justa y sostenible.

6. BIBLIOGRAFÍA

Comercio justo I Portal de Economía Solidaria. (2016). Recuperado de:

http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

Comercio justo y economía social: Crisis y principios éticos para una economía de la solidaridad. (2011). Recuperado de: <http://www.comerciojusto.org/>

Confederación de consumidores y usuarios. (2007). *El sello de garantía de los productos de comercio justo.* Recuperado de: <http://www.sellocomerciojusto.org/>

Confederación española de la economía social. Cifras (2016). Recuperado de:
<http://www.cepes.es/>

Confederación española de la economía social. ¿Qué es la Economía Social? (2016).
Recuperado de: http://www.cepes.es/social/econ_social_que_es/

Coordinadora estatal del comercio justo. Cuaderno de comercio justo. (2016) (6th ed.).
Recuperado de: <http://www.comerciojusto.org/>

Donaire, G. (2011). *Los impactos del comercio justo en el sur*. Coordinadora estatal del comercio
justo. Recopilado de: Fajardo García, E. y Senent Vidal, M.J. (2014). *Economía social: Identidad,
desafíos y estrategias*. CIRIEC España. Centro internacional de investigación e información
sobre la economía pública, social y cooperativa. Recuperado de: <http://www.eesc.es>

Felber, C. (2011). *La Economía del Bien Común/ L'économie del bene comune (IT subt)*.
Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=U4tL4eS--XM/>

Felber, C. (2012). *La economía del bien común*. Barcelona: Ediciones Deusto.

II Foro Internacional de Innovación Social 2015 I Jovesolides (2016). Recuperado de:
<http://www.forodeinnovacionsocial.org/>

Informe de Economía Solidaria de Cáritas-2015. Recuperado de:
<http://www.economiasolidaria.org/>

La economía social y solidaria. (2014) (1st ed.). Recuperado de: <http://www.ilo.org/>

Monzón Campos, J.L. & Chaves Ávila, R. (2012). *La Economía social en la Unión Europea*.
Comité Económico y social europeo. Recuperado de: <http://www.eesc.europa.eu>

Palafox Moyers, C., Ochoa Noriega, C., & Espejel Blanco, J. (2013). *Comercio justo y economía
social solidaria: Una alternativa de integración económica*. Recuperado de:
<http://www.wbiworld.org>

Varios autores. (2014). *Economías solidarias. Caminos de transformación social*. Colección
Corintios XIII nº 151 y 152. Cáritas. España. Recuperado de:
<http://www.caritasespanola.org/economiasolidaria/>

7. ANEXOS

Anexo I.- Criterios de la Matriz del Bien Común 4.0

LA MATRIZ DEL BIEN COMÚN 4.0

Versión: 11 de abril de 2012. Esta versión es válida para el balance 2012



GRUPO DE CONTACTO	VALOR	Dignidad humana	Solidaridad	Sostenibilidad ecológica	Justicia social	Participación democrática y Transparencia
A) Proveedores	90	Atención ética de los suministros Atención de inquietudes y solicitudes en la elección de materiales y modos de proceso	Apoyo en el sector de los riesgos de la producción de actividades Apoyo en la elección de materiales y modos de proceso	Atención ética de los suministros Atención de inquietudes y solicitudes en la elección de materiales y modos de proceso	Atención ética de los suministros Atención de inquietudes y solicitudes en la elección de materiales y modos de proceso	Atención ética de los suministros Atención de inquietudes y solicitudes en la elección de materiales y modos de proceso
B) Financiadores	30	B1: Gestión ética de fondos C1: Calidad del puesto de trabajo C2: Seguridad en el volumen de trabajo	B1: Gestión ética de fondos C1: Calidad del puesto de trabajo C2: Seguridad en el volumen de trabajo	B1: Gestión ética de fondos C1: Calidad del puesto de trabajo C2: Seguridad en el volumen de trabajo	B1: Gestión ética de fondos C1: Calidad del puesto de trabajo C2: Seguridad en el volumen de trabajo	B1: Gestión ética de fondos C1: Calidad del puesto de trabajo C2: Seguridad en el volumen de trabajo
C) Empleados propietarios	90	Garantía de las condiciones humanas de trabajo, promoción de salud física y bienestar psíquico, según medida posible Fomento ético del sentido del trabajo Vínculo ético entre el trabajador y el trabajo Cuidado y desarrollo de talentos	Reducción de horas extra, reuniones a las horas libres, "trabajo libre", medidas de flexibilidad en el trabajo Requerir contribuir a la reducción del desempleo	Formación del comportamiento ecológico de las personas empleadas Formación ética de estilo de vida sostenible en las actividades Iniciativa de desarrollo, formación y crecimiento de las personas Lograr cultura de la organización sostenible	Reparar justo de la renta Menor crecimiento de rentas, "papel" en la empresa, limitación de rentas máximas Justicia	C3: Democracia interna y transparencia Iniciativa de decisiones y libertad, participación de los trabajadores en el desarrollo organizativo y actividades, elección de la dirección, bienestar de propiedad y sostenibilidad, p. ej. Suficiencia
D) Clientes / proveedores / co-empresas	50	D1: Venta ética D2: Calidad de los productos y servicios D3: Efecto social D4: Efecto medioambiental D5: Efecto social D6: Efecto medioambiental D7: Efecto social D8: Efecto medioambiental D9: Efecto social D10: Efecto medioambiental	D2: Satisfacción con otras empresas Fomentar de información "know-how", personal, energía, canales de venta, participación en actividades de desarrollo y capacitación de otros Económica	D3: Concepto ecológico de productos y servicios Cuidado de actividades ecológicas de calidad, creación de generación de medidas, conciencia de las actividades ecológicas en la elección del cliente	D4: Concepción social de productos y servicios Establecimiento ético de los precios, libertad de bienes, producción equitativa para clientes insostenibles y desequilibrados	D5: Aumento de las estructuras sociales y ecológicas sostenibles Crecer de forma sostenible con participación de otros actores, actividades
E) Ámbito social	90	E1: Efecto social E2: Efecto medioambiental E3: Efecto social E4: Efecto medioambiental E5: Efecto social E6: Efecto medioambiental E7: Efecto social E8: Efecto medioambiental E9: Efecto social E10: Efecto medioambiental	E2: Apoyar a la comunidad Ayudar a una y apoyar a otras zonas de producción, gestión, tiempo, conocimiento, experiencia, contactos, proyectos	E3: Reducción de la huella ecológica Zanchar de la calidad medioambiental de la empresa a un nivel superior Sostenible: reciclaje, energía, clima, residuos, residuos, etc.	E4: Mitigación del riesgo de ganancias a expensas E5: Reducción de la huella ecológica E6: Reducción de la huella ecológica E7: Reducción de la huella ecológica E8: Reducción de la huella ecológica E9: Reducción de la huella ecológica E10: Reducción de la huella ecológica	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones Trabajar bajo el signo de la transparencia, informe del Bien Común, participación en la toma de decisiones de los grupos de interés
F) Otros stakeholders	200	F1: Efecto social F2: Efecto medioambiental F3: Efecto social F4: Efecto medioambiental F5: Efecto social F6: Efecto medioambiental F7: Efecto social F8: Efecto medioambiental F9: Efecto social F10: Efecto medioambiental	F2: Apoyar a la comunidad Ayudar a una y apoyar a otras zonas de producción, gestión, tiempo, conocimiento, experiencia, contactos, proyectos	F3: Reducción de la huella ecológica Zanchar de la calidad medioambiental de la empresa a un nivel superior Sostenible: reciclaje, energía, clima, residuos, residuos, etc.	F4: Mitigación del riesgo de ganancias a expensas F5: Reducción de la huella ecológica F6: Reducción de la huella ecológica F7: Reducción de la huella ecológica F8: Reducción de la huella ecológica F9: Reducción de la huella ecológica F10: Reducción de la huella ecológica	F5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones Trabajar bajo el signo de la transparencia, informe del Bien Común, participación en la toma de decisiones de los grupos de interés

Definición más detallada de los criterios se encuentran en la documentación sobre el Balance del Bien Común: <http://www.uv.es/biencomun/>. Bajo la rubrica Finanzas.

Comentarios sobre los indicadores por sector y segmentos: <http://biencomun.uv.es/>.

Anexo II.- Test rápido de la “Economía del Bien Común”



Test rápido de la „Economía del Bien Común”¹

La Economía del Bien Común es una visión política, que pretende crear una economía para los seres humanos y el medio ambiente. Para ello el objetivo no ha de ser exclusivamente la maximización del provecho, sino la maximización del “Bien Común”.

El Bien Común será definido en base a la Matriz del Bien Común:

Como vivo como empresario/a los cinco valores (dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y democracia y transparencia) en contacto con mis grupos de interés (proveedores, financiadores, empleados, clientes/competidores y el entorno social)?

En concreto existen en base a estas relaciones 17 indicadores, que pueden medir el bien común. Como es p. ej. medida la dignidad humana dentro de la empresa en relación con los empleados? Esto se describe en el indicador C1 “Calidad en el puesto de trabajo”.

Con la ayuda de un detallado “Informe del Bien Común” la empresa da información detallada sobre el comportamiento hacia el bien común de la mano de los 17 indicadores. Esta tarea necesita tiempo y esfuerzo, de los cuales no disponen muchas empresas debido a las obligaciones económicas. Para poder disponer de una primera visión “rápida” hemos modificado y actualizado con la versión 4.1 este Test Rápido de Thomas Haderlapp.

Al cabo de una media hora dispondrá de una impresión de lo que trata la EBC y de un primer resultado aproximado de cómo de orientadas al bien común son sus actividades económicas.

El siguiente paso posterior podría ser el realizar un primer balance de comienzo.

Junto con el número de las preguntas hemos incluido el número del indicador de la Matriz, por eso A1= Gestión ética de los suministros. De esta manera puede si tiene interés leer informaciones más detalladas en el manual.

Más informaciones al respecto puede descargarse bajo documentos de nuestra web:

www.economia-del-bien-comun.org

Christian Rütter y el equipo de redacción

Por favor conteste a las siguientes preguntas según su autovaloración para su empresa siguiendo la escala:

- 0 (no cumple)
- 1 (cumple en poca medida)
- 2 (cumple en media medida)
- 3 (cumple en gran medida)
- 4 (cumple completamente)

Escriba el número correspondiente en la casilla consecuente a la pregunta y sume los puntos totales de la autoevaluación.

Algunos aspectos son especialmente importantes en la EBC, por eso multiplique el número por 2 en las preguntas: 19, 21, 23, 25 y 26

Para EUP o autónomos no corresponden las preguntas nr. 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14 y 26

Por favor, para ponderar el caso de EUP y autónomos, divida el resultado total por 24 y multiplíquelo por 32 (de esta manera se considerarán los aspectos dobles).

1. A1	Mi empresa considera en relación a todos los productos y servicios relevantes adquiridos las mejores alternativas regionales, sociales y ecológicas, así como encuentra soluciones para evitar las sustancias críticas sin alternativas más elevadas.	
2. A1	Mi empresa coopera activamente con proveedores, para solucionar aspectos sociales y ecológicos. Existe un controlling demostrable, por eso todos los P/S son certificados internamente o externamente.	
3. A1	Mi empresa paga precios justos, cuida las cooperaciones con los proveedores duraderamente y ha desarrollado primeras estructuras innovativas	

¹ En base a los pre-trabajos de Thomas Haderlapp (www.kultur.welter-wandel.at/) en el marco de la academia plenum Formación de CSR-Manager 2012

4. B1	Mi empresa tiene Institutos financiero exclusivamente éticos-ecológicos e invierte(se financia ahí un 100%	
5. C1	Mi empresa cuida una cultura organizacional apreciativa y abierta, con tareas/competencias claras, formación suficiente y una cultura de gestión participativa.	
6. C1	Mi empresa ofrece una seguridad óptima para sus empleados. Existen una variedad de modelos de trabajo, los cuales son elegidos por los propios trabajadores. Se da el marco para un Balance óptima entre familia y trabajo.	{no EUP}
7. C1	Mi empresa se ocupa de forma activa en diversos empleados y en el trato igualitario de hombre-mujer. Existen las mismas pagas para hombre y mujer, la directiva está compuesta en un 50% de mujeres en todos los niveles, existe una consideración especial para trabajadores mayores, emigrantes empleados, empleados disminuidos/desaventajados. No pagamos ninguna taxa de equidad.	{no EUP}
8. C2	Mi empresa no dispone de contratos de „all inclusive“ y reduce la horas extras. En lugar de nuevas horas extras, se contratan nuevos empleados. Nosotros realizamos un aporte para la reducción del desempleo.	
9. C3	Mi empresa fomenta y exige el comportamiento ecologico de los empleados por medio de una alimentación biológica, regional, vegetal, así como una formación continua y apoyo financiero a los medios de transporte bajos en contaminación	
10. C4	Mi empresa tiene una diferencia salarial máxima de 1:3, por eso el sueldo máximo corresponde a tres veces como máx. el sueldo mínimo.	{no EUP}
11. C4	Mi empresa paga como mín. 1250 Euros al mes netos y como máx. diez veces más a los que más ganan.	{no EUP}
12. C5	Mi empresa dispone de una transparencia interna y todos los trabajadores pueden tomar parte en las decisiones de forma consensual dentro de sus equipos.	{no EUP}
13. C5	En mi empresa los trabajadores eligen, evalúan y pueden despedir a los ejecutivos.	{no EUP}
14. C5	Nuestra empresa pertenece a todos los trabajadores o a una fundación independiente. No existe ningún „poder supremo“ de unos pocos propietarios.	{no EUP}
15. D1	Mi empresa dispone de un concepto conjunto para ética en las ventas y se preocupa de la transparencia en los precios, precios justos y suministra a clientes correctamente éticos.	
16. D1	Mi empresa tiene en cuenta a los clientes en el desarrollo del producto y deja decidir a los clientes en la medida de lo posible.	
17. D2	Mi empresa pone a disposición para otras empresas tanto conocimientos, como calculaciones y fuentes de suministros. Juntas se trabaja en un sistema de información de productos, de forma que los clientes estén lo mejor posible informados para poder comparar los servicios correctamente.	
18. D2	Mi empresa pasa encargos a otras empresas concurrentes en el caso de no poder cubrir estos trabajos ella misma, apoya a las empresas concurrentes en caso de situaciones críticas con empleados propios y capital a un interés moderado.	
19. D3/ E1	Los productos/servicios de mi empresa son en comparación con el sector en la cabecera a nivel ecológico, p. ej. Cradle-to-cradle. Somos pioneros en la calidad medioambiental de P/S	{x 2}
20. D3	Mi empresa fomenta el comportamiento ecológico de los clientes. Ventajas en los precios o sistemas de atracción; reparaciones, reutilización y utilización compartida son componentes básicos de nuestro modelo de negocio.	
21. D4	Mi empresa se ocupa de forma activa en el trato de desaventajados (pocas ganancias, emigrantes, personas mayores, disminuidos) en relación a nuestros productos/servicios y consigue accesos moderadas para estos.	{x 2}
22. D5	Mi empresa trabaja activamente con los competidores para estándares sectoriales más altos e intenta realizar un lobbying positivo.	
23.	Mi empresa pone a disposición productos/servicios, que disponen de una utilidad positiva	{x 2}

E1	para la sociedad (no primariamente los clientes). 75% hasta 100% cubren las necesidades o tienen un efecto positivo y demostrable, así como solventan problemas de la sociedad (Social Business).	
24. E2	Mi empresa aporta más del 2,5% de la facturación para fines sociales. Además dispone de una estrategia y efecto sostenible en más campos.	
25. E3	Mi empresa conoce su huella ecológica y es ejemplar en la media sectorial. Nuestros efectos negativos ecológicos son muy bajos.	(x 2)
26. E4	Nuestras ganancias son repartidas justamente entre empleados e inversores, sirven para el aumento de la cuota de capital propio o fluyen en inversiones sociales y ecológicas (orientación al bien común). No existe ningún reparto de dividendos a propietarios no trabajadores de la empresa.	(no EUP) (x 2)
27. E5	Mi empresa publica un informe del bien común o un informe de sostenibilidad completo al estilo de GRI. Además involucramos a los grupos de Interés/contacto para decisiones relevantes.	
Suma total		

Suma total

Resultado:

Este resultado es sólo una aproximación hacia una orientación al bien común.

Naturalmente a de servir este Test Rápido para que se ocupe más en profundidad con la materia. Por eso a continuación después de cada sección de puntos le damos una recomendación para los siguientes pasos:

0-32 Puntos:

Su empresa se ocupa por encima de las exigencias legales mínimas de algunos aspectos orientados al bien común.

Sin embargo existe un alto potencial de desarrollo en dirección hacia el bien común y la sostenibilidad.

El informe del bien común interno puede ayudar a detallar el Status Quo y en base a estos desarrollar objetivos y medidas para el próximo año.

33-62 Puntos:

Su empresa realiza ya más del 25% de los aspectos del bien común y se halla en el "buen camino".

Para una mejor aproximación podría realizar el balance inicial, la cual le permite una ocupación detallada y al mismo tiempo requiere de menor tiempo en su realización que un balance completo.

63-94: Puntos

Su empresa está orientada hacia la sostenibilidad en muchos aspectos y da un valor a la actividad empresarial con valores sociales y ecológicos. Su empresa podría realizar ya un informe del bien común y en los campos ejemplares de la empresa destacar.

Un informe del bien común otorga un análisis detallado de sus actividades y ayuda a desarrollar mejoras. Al mismo tiempo pueden experimentar más sus clientes y proveedores de sus actividades e involucrarlos en ellas.

94-126 Puntos:

Su empresa es ejemplar bajo muchos criterios del bien común.

Probablemente sea ya empresa del bien común y desde hace años en la cabeza a nivel de sectores la escena de la sostenibilidad.

Como empresa pionera es ejemplar para sus competidores y sirve de inspiración para otras empresas interesadas por el bien común.

Por favor, realice un informe del bien común y cuente sus experiencias a los demás en él a los demás!

PREGUNTAS PARA EMPRESAS		PUNTOS A RELLENAR	SUMATORIA AUTOMÁTICA
1. A1	Mi empresa considera que todos los productos y servicios relevantes que adquiere constituyen ya la mejor alternativa en cuanto a características de proximidad, sociales y ecológicas se refiere. Además, encuentra soluciones para sustituir aquellos productos críticos que no presentan alternativas de mayor valor.	3	3
2. A1	Mi empresa coopera activamente con sus proveedores para encontrar soluciones a problemas sociales y ecológicos. Mi empresa dispone de un sistema de control sobre todos los productos y servicios de manera que todos ellos se certifiquen, ya sea interna o externamente.	4	4
3. A1	Mi empresa paga precios justos a sus proveedores y procura cooperar con ellos para mantener una relación duradera basada en la confianza mutua.	4	4
4. B1	Mi empresa recurre exclusivamente a servicios financieros éticos y ecológicos.	2	2
5. C1	Mi empresa prevé a corto y a largo plazo organizar y mejorar con tales competencias claras, formación suficiente y una cultura de gestión de modelos de trabajo, los cuales son elegidos por los propios trabajadores. Se da el marco para un Balance óptimo entre familia y trabajo.	4	4
6. C1	Mi empresa está formada por diversos empleados y hay un trato igualitario entre el hombre y la mujer. Existen las mismas pagas para hombre y mujer, la directiva está compuesta en un 50% de mujeres en todos los niveles, existe una consideración especial para trabajadores mayores, empleados inmigrantes, etc.	3	3
7. C1	Mi empresa está formada por diversos empleados y hay un trato igualitario entre el hombre y la mujer. Existen las mismas pagas para hombre y mujer, la directiva está compuesta en un 50% de mujeres en todos los niveles, existe una consideración especial para trabajadores mayores, empleados inmigrantes, etc.	4	4
8. C2	Mi empresa no dispone de contratos de "full inclusive" y reduce la horas extras. En lugar de nuevas horas extras, se contratan nuevos empleados. Nosotros realizamos un estudio para la reducción del desperdicio.	3	3
9. C3	Mi empresa toma en serio el comportamiento ecológico de los empleados por medio de una alimentación biológica, regional, vegetal, así como una formación continua y apoyo financiero a los medios de transporte bajos en contaminación.	2	2
10. C4	Mi empresa tiene una diferencia salarial máxima de 1:3, por eso el sueldo máximo corresponde a tres veces como máximo, al sueldo mínimo.	1	1
11. C4	Mi empresa paga como mín. 1250€ al mes netos y como máx. diez veces más a los que más ganan.	1	1
12. C5	Mi empresa dispone de una transparencia interna y todos los trabajadores pueden tomar parte en las decisiones de forma conversacional dentro de sus equipos.	4	4
13. C5	En mi empresa los trabajadores eligen, evalúan y pueden despedir a los ejecutivos.	0	0
14. C5	Nuestra empresa pertenece a todos los trabajadores o a una fundación independiente. No existe ningún "poder supremo" de unos pocos propietarios.	4	4

15. D1	MI empresa dispone de un concepto de ética en las ventas y se preocupa de la transparencia en los precios aplicando precios justos, y de proveerles y clientes correctamente éticos	4		4
16. D1	MI empresa tiene en cuenta a los clientes en el desarrollo del producto y deja decidir a los clientes en la medida de lo posible.	4		4
17. D2	MI empresa pone a disposición para otras empresas conocimientos, fuentes de suministros, etc. Juntas se trabaja en un sistema de información de producciones, de forma que los clientes estén lo mejor posible informados para poder comparar los servicios/soluciones.	4		4
18. D2	MI empresa pasa encargos a otras empresas concurrentes en el caso de no poder cubrir estos trabajos ella misma, apoya a las empresas concurrentes en caso de ser necesario.	2		2
19. D3/E1	Los productos/servicios de mi empresa están, en comparación con el sector, en la categoría a nivel ecológico.	4		8
20. D3	MI empresa fomenta el comportamiento ecológico de los clientes. Ventilas en los precios o sistemas de atención, reparaciones, reutilización y utilización compartida son componentes básicos de nuestro modelo de negocio.	4		4
21. D4	MI empresa se ocupa de forma activa en el trato de desahuciados (pocas ganancias, inmigrantes, personas mayores, desempleados) en relación a nuestros productos/servicios, e intenta tener accesos moderados para estos.	4		8
22. D5	MI empresa trabaja activamente con los competidores para estándares sectoriales más altos e intenta realizar un lobbying positivo.	3		3
23. E1	MI empresa pone a disposición productos/servicios que disponen de una utilidad positiva para la sociedad. El 75%-100% de estos productos/servicios cubren las necesidades e llenan un efecto positivo y demostrable, así como solucionan problemas.	4		8
24. E2	MI empresa aporta más del 2,5% de la facturación para fines sociales. Además dispone de una estrategia y efecto sostenible en más campos.	4		4
25. E3	MI empresa conoce su huella ecológica y es el principal en la media sectorial. Nuestros efectos negativos ecológicos son muy bajos.	3		6
26. E4	Nuestras ganancias son repartidas justamente entre empleados e inversores, sirven para el aumento de la cuota de capital propio o fluyen en inversiones sociales y ecológicas (concentración al bien común). No existe ningún reparto de dividendos a propietarios no trabajadores de la empresa.	3		6
27. E5	MI empresa publica un informe del bien común o un informe de sostenibilidad. Además involucramos a los grupos de interés/contacto para decisiones relevantes.	1		1
SUMA TOTAL:			101	78,91%

ANEXO III.- ENCUESTA A ESTUDIANTADO

1. **¿Considera usted que el sistema económico actual es el adecuado?**
 1. Sí
 2. No
2. **¿Piensa usted que, por lo general, el objetivo de las empresas es ganar dinero?**
 1. Sí
 2. No
3. **¿Conoce usted La Economía del Bien Común?**
 1. Sí
 2. No
4. **¿Cree que sería justo aplicar beneficios fiscales a aquellas empresas que se preocupan por el bienestar de la sociedad y el medio ambiente?**
 1. Sí
 2. No
 3. Ns/Nc
5. **¿Cree que hay suficiente información acerca de las distintas economías alternativas que hay?**
 1. Sí, creo que hay suficiente
 2. No, creo que no hay suficiente
6. **Indique su sexo:**
 1. Hombre
 2. Mujer
7. **Indique su titulación de Grado:**
 1. ADE
 2. Economía
 3. Contabilidad y finanzas
 4. Turismo