

LA MATRIZ DEL BIEN COMÚN 3.0

Versión: 7. Noviembre 2011 (Moreno). Esta versión es válida para el balance 2011

VALOR GRUPO DE CONTACTO	Dignidad humana	Solidaridad	Sostenibilidad ecológica	Justicia social	Democrática y transparencia
A) Proveedores	A1: Gestión ética de la oferta/suministros Planteamiento activo de los riesgos de los productos/servicios adquiridos, consideración de aspectos sociales y ecológicos en la elección de proveedores y socios de servicios				100
B) Financiadores	B1: Gestión ética de finanzas Consideración de aspectos sociales y ecológicos en la elección de servicios financieros; orientación al bien común de inversiones/disposiciones y financiaciones				20
C) Empleados inclusive propietarios	C1: Calidad del puesto de trabajo Garantía de las condiciones humanas de trabajo, promoción de salud física y bienestar psíquico, organización propia del tiempo y fundamento del sentido del trabajo, espacio libre para el desarrollo familiar y personal (Work-Life-Balance) (Equilibrio-trabajo-vida) 60	C2: Reparto justo del volumen de trabajo Reducción de horas extras, renuncia a los contratos "todo-incluido", reducción del horario de trabajo regular, contribución a la reducción del desempleo 40	C3: Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas Promoción activa del estilo de vida sostenible de los trabajadores (movilidad, alimentación), formación y concienciación de las medidas logradas, cultura de la organización sostenible 40	C4: Reparto justo de la renta Menor extensión de renta (neta) en la empresa, limitación de renta máxima y mínima. 60 C5: Igualdad/ Inclusión de discapacitados y desaventajados Género, emigrantes, personas con necesidades especiales 40	C6: Transparencia y participación en la toma de decisiones en la empresa Transparencia de decisiones y financiera, participación de los trabajadores en las decisiones operativas y estratégicas, elección de la directiva, transmisión de propiedad a los trabajadores, p. ej. Sociocracia 100
D) Clientes / productos / servicios / copropietarios	D1: Venta ética Orientación hacia clientes y participación de éstos, cooperación con la protección al consumidor, formación venta ética, marketing ético, sistema de bonificación ética 40	D2: Solidaridad con copropietarios Transmisión de información, Know-How, personal, encargos, créditos sin interés; participación en marketing cooperativo y superación de crisis cooperativa 80	D3: Concepción ecológica de productos y servicios Oferta de productos/servicios ecológicos de calidad; conciencia de generación de medidas; consideración de aspectos ecológicos en la elección del cliente 60	D4: Concepción social de productos y servicios Escalonamiento social de los precios, libertad de barreras, productos especiales para clientes perjudicados/ discapacitados 20	D5: Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales Efecto ejemplar, desarrollo con competidores de estándares más altos, lobbying 20
E) Ámbito social: región, soberanía, generaciones futuras, personas, animales y plantas globales	E1: Efecto social/ Significado del producto/ servicio Sentido del producto bajo consideración de estilo de vida sostenible 100	E2: Aportación al bien común Apoyo mutuo y cooperación a través de medios de financiación, servicios, productos, logística, tiempo, Know-how, conocimiento, contactos, influencias 40	E3: Reducción de efectos ecológicos Reducción de los efectos medioambientales de la empresa a un nivel de futuro sostenible: recursos, energía y clima, emisiones, residuos, etc. 100	E4: Minimización del reparto de ganancias a externos Sin rédito o máxima compensación de inflación para el capital de propietarios externos 40	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones Información bajo Global Reporting Initiative (GRI), Informe del Bien Común, participación en la toma de decisiones de los grupos de interés 40
Criterios negativos	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT /derechos humanos -200 Productos sin dignidad humana/ inhumanos, p.ej. armas, electricidad atómica, OCM (Organización Común de Mercados) -200 Suministro/ cooperación con empresas, que lastiman la dignidad humana -150	Compra hostil -200	Gran impacto medioambiental a ecosistemas -200 Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales (p.ej. valores límite) -150 Obsolescencia programada (vida del producto corta) -100	Remuneración desigual a mujeres y hombres -200 Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias -150 Filiales en paraísos fiscales -200 Interés de capital propio > 10 % -200	No revelación de todas las participaciones y filiales -100 Impedimento a sindicatos de trabajadores -150

Definiciones más detalladas de los criterios se encuentran en los Fact-Sheets / en el Manual bajo www.gemeinwohl-oekonomie.org bajo la rúbrica pioneros. Comentarios por favor a los responsables de los criterios mencionados en dicha web.