Matriz del Bien Común

Guía para la implementación

A1 – Gestión ética de los suministros

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
Consideración de aspectos regionales, ecológicos y sociales, alternativas de más valía (45%-65%)	Puntual para productos clásicos de riesgo (Eco-electricidad)	En algunos productos y servicios básicos	En la gran mayoría de productos y servicios básicos +reducción clara de sustancias críticas sin alternativa de más valía	En todos los productos y servicios básicos adquiridos +soluciones innovadoras para la reducción de sustancias críticas sin alternativa de más valía
Consideración activa de los riesgos de productos y servicios adquiridos y procesos de protección (25%-45%)	Consideración interna por medio de la recogida activa de informaciones sobre el tema Integración de aspectos sociales y ecológicos en los contratos/reglamentos (código de conducta/código ético)	Auditoria interna en caso de riesgos y de proveedores importantes Formaciones (seminarios, talleres, presupuesto para charlas de expertos) todos los trabajadores de proceso de ventas	Evaluación regular de riesgos y alternativas Garantía mediante auditoria independiente (p. ej. productos y servicios certificados bajo distintivos sociales o ecológicos, cooperación con ONGs)	Cooperación con proveedores y coempresarios respecto a aspectos sociales y ecológicos
Marco estructural para un precio justo (10%)	Renuncia a procesos de adquisición derivados de los precios (p. ej. subastas, licitaciones públicas) Ningún sistema de bonificación para compradores dependiente del precio de compra	Largas relaciones cooperativas, se priorizarán frente a cambiantes orientadas a los costes	Estructuras de ventas establecidas y directas Evaluación del comportamiento del vendedor por medio de conversaciones regulares, con el foco a los desafíos, derivados de la adquisición ética	Estructuras innovadoras en la adquisición (p. ej. participación en monedas o conceptos monetarios alternativos, etc.)

B1 - Gestión ética de las finanzas

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
Calidad social y ecológica del servicio financiero (15-30%)	Banco convencional con productos financieros ético-ecológicos propios (<5% en volumen de crédito y ahorro) ninguna involucración en proyectos críticos [1]	Banco convencional con una oferta amplia de productos financieros ético-ecológicos propios (>5% en volumen de crédito y ahorro)	Banco especializado mayoritariamente en servicios ético-ecológicos	Exclusivamente servicios ético-ecológicos
Depósito orientado al Bien Común (50-70%)	Garantía de un depósito no dañino para el Bien Común [2]	Depósito mayoritario en proyectos ético-ecológicos[3] + Utilización del rédito del capital para inversiones sociales/ecológicas	Depósito exclusivo en proyectos ético-ecológicos + Renuncia parcial de los intereses de depósitos	+ Renuncia total de los intereses de depósitos
Financiación orientada al Bien Común (15-30%)	Ninguna financiación de capital propio por medio de aportaciones de capital de no trabajadores de la empresa [4] Anclaje del la gestión ética en la declaración de objetivos de la empresa	Intento de financiación por medio de los grupos de contacto [5] o por medio de créditos de bancos sin reparto de beneficio Anclaje en las actividades de la empresa [6]	Comienzo exitoso de la financiación por medio de grupos de contacto o de créditos de bancos que renuncien parcialmente de los intereses	Financiación sin interés en su mayoría con ayuda de los grupos de contacto o créditos bancarios, que no lleven ningún interés de ahorros

C1 - Calidad del puesto de trabajo e igualdad

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar	
Horario de trabajo (20%) (Voluntario y decidido propiamente, no obligado por la empresa)	Horario de trabajo flexible y modelo de tiempo parcial	Horario de trabajo flexible y modelo de tiempo parcial + con la implicación del empleado	+ Descarga activa temporal de la ocupación de los niños (p. ej. guarderías, cuidadores/as)	Organización completamente propia del horario de trabajo (reparto del trabajo en función de los acuerdos de resultados)	C2.2
Configuración del puesto de trabajo (10%) (para EUP 20%)	Todos los puestos de trabajo son ergonómicos (p. ej. luz y clima, etc.)	+ apto para minusválidos (acceso libre de barreras para todas la espacios); + Posibilidades extras para la elección libre del propio lugar de trabajo (p. ej. Homeoffice) + espacios adicionales para relajación y movimiento (p. ej. zonas verdes, cuarto de descanso)			C1.4
Salud física y seguridad (10%) (para EUP 20%)	Programas de prevención de saludo y medidas de sensibilización (talleres y ponencias; 2 días p.a.)	+ (comienzo) promoción activa de la alimentación sana; (p. ej. ninguna máquina con "fast food", sino cestas biológicas)	+ ofertas individuales de asesoria en salud, chequeos voluntarios y acciones de deporte	+ (experimentado) Cocina Ecológica y cuidado (ev. por medio de autoabastecimiento o cocinar con profesionales)	C1.3
Salud psíquica (15%) (para EUP 30%) número de días = por empleado, por año. Contenido en parte cambiable	**Un día**: Eventos de trabajadores para desarrollo de las capacidades de equipo y trabajo en parte de temas propios (p. ej. supervisión, coaching)	**Dos días**: talleres y formaciones regulares para competencia social (p. ej. Gestión de conflictos, comunicación sin violencia) y salud (reducción de stress)	**Tres días:** Talleres para formación continua (competencias sociales, desarrollo de la personalidad y mediadores)	**Cuatro días:** formación continua para el desarrollo personal y de competencias sociales	C2.2

C1 - Calidad del puesto de trabajo e igualdad

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar	
Organización propia, satisfacción en el puesto de trabajo, sentido (15%) (para EUP 30%)	Codeterminación y relación en la creación de las tareas (en equipo)	+ Encuesta de trabajadores (1x p.a.) sobre el puesto de trabajo y la cultura de confianza +medidas para fomentar la des-jerarquización (2-3 niveles jerárquicos)	Codeterminación en la creación de tareas, dirección y salarios, rotaciones del trabajo y enriquecimiento del campo de tareas gracias a la formación específica	Organización propia, cocreación de visión y estrategia de empresa, objetivo de reparto del trabajo (valor orientado a 1 nivel jerárquico)	C1.1
Igualdad y trato igualitario para hombre y mujer (20%)	Género y Formaciones en diversidad, instalación de una persona responsable para los temas de género (a partir de 5 trabajadores) oferta de trabajo libre de discriminación, diversidad en el puesto de trabajo.	+ Elaboración de un informe de igualdad, incluido el fomento de mujeres y de carencia paternal + (F) presupuesto de gender (incl. Transparencia de todos los salarios y de co-decisión de los trabajadores en el sueldo) encargado de igualdad de trato (1 pers. cada 25 empleados) + 50 % proporción de mujeres en la dirección de la empresa; formación y desarrollo continuo de personas de dirección (2 días p.a./p.p.)			C1.4
Desfavorecidos (p. ej. personas con discapacitaciones, emigrantes, desempleados de largo tiempo) (10%)	Formaciones obligatorias sobre el tema anti-discriminación, búsqueda de personal adecuada (diversidad); cumplimiento en parte de la cuota legal (sobre 2%)	+ Incorporación de personas o cooperaciones para el apoyo; cumplimiento de la cuota legal (=ningún pago compensatorio) + Formaciones en el trato de necesidades especiales; sobrecumplimiento de la cuota legal, cooperaciones con ONGs con proyectos activos. + Creación de las posibilidades extras para la incorporación de trabajadores Programas específicos para grupos discapacitados, inherente en la estrategia de empresa			C1.4

C2 - Reparto justo del volumen de trabajo

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)	
Reducción de la jornada laboral normal **(75%)**	Reducción de contratos con horas extras incluidas en un 50%; Media anual de máximo 10 horas extras por empleado/a/mes	Reducción de contratos con horas extras incluidas en un 75%; Media anual de máximo 5 horas extras por empleado/a/mes	Ningún contrato con horas extras incluidas; Ninguna hora extra por empleado/a/mes	10% jornada media laboral inferior que la media del sector o máx. 38,5 horas	C2.1
Aumento del modelo laboral de jornada a tiempo parcial (con plena paga) **(25%)**	Nuevos contratos en función de la reducción de horas extras; hasta un 10% de los empleados pueden disfrutar de jornada a tiempo parcial	Nuevos contratos equivalentes a la reducción de horas extras; hasta un 25% de los empleados pueden disfrutar de jornada a tiempo parcial	Nuevos contratos equivalentes a la reducción de reducción de horas extras; hasta un 50% de los empleados pueden disfrutar de jornada a tiempo parcial	Nuevos contratos debidos a la reducción general de la jornada, más de un 50% de los empleados pueden disfrutar de jornada a tiempo parcial	C2.2

C3 - Promoción del comporta-miento ecológico de las personas empleadas

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Cocina/cantina de la empresa / alimentación durante la jornada laboral	Primeras medidas para la promoción de modelos sostenibles de alimentación (p. ej. opción vegetal)	Clara confesión de la empresa hacia unas prácticas alimenticias más sostenibles (reducción relevante de productos animales)	Alimentación mayoritariamente vegetariana- vegana + alimentos de origen local, estacional y biológico/orgánico	Alimentación en gran parte vegetariana-vegana + alimentos mayoritariamente de origen local, estacional y biológico/orgánico
Movilidad al puesto de trabajo: sistema de incentivación / comportamiento real	Primeras medidas para una política de movilidad sostenible (p. ej. sistemas de incentivación financieros para la utilización de transporte público, política de coche de empresa fijada por escrito: <130 g CO2 / Km.)	Política de movilidad sostenible consecuente (p. ej. cuando no hay ningún medio de transporte urbano público disponible, Car Sharing activo, aparcamientos de empleados sólo para Car Sharing)	La mayoría de los empleados utilizan el transporte urbano público / autobús / tren / bici / Car Sharing	Casi todos los trabajadores utilizan el transporte urbano público / bici / Car Sharing

C3 - Promoción del comporta-miento ecológico de las personas empleadas

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Cultura de la organización, concienciación y procesos de empresa internos	Tematización puntual de aspectos ecológicos (p. ej.: boletín de noticias, etc.) La gerencia vive un comportamiento ecológico (p. ej. ningún coche de empresa desmesurado de prestigio)	Integración puntual de aspectos ecológicos en los programas de formación continua Lo trabajadores serán integrados en asuntos ecológicos (tematización regular, eventos informativos, etc.)	Integración regular de aspectos ecológicos en los programas de formación continua Lo trabajadores serán integrados regularmente en asuntos ecológicos	Programas de concienciación para todos los trabajadores (p.ej. toma de datos regular para tematizar el comportamiento ecológico, talleres sobre la huella de carbono) Medidas innovadoras como p. ej. "servicios verdes sociales"
Huella ecológica (de Carbono) de los trabajadores (EUP / PYME) [8]	< 5 ha / empleado/a	< 4 ha / empleado/a	< 3 ha / empleado/a	< 1,8 ha / empleado/a

C4 - Reparto justo de la renta

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
Diferencia de salarios internos en la empresa **(40%)**	Diferencia de salarios internos en la empresa es de max. 1:10	Diferencia de salarios internos en la empresa es de max. 1:7	Diferencia de salarios internos en la empresa es de max. 1:5	Diferencia de salarios internos en la empresa es de max. 1:3
Institucionalización **(10%)**	Trasparecia del salario mínimo y máximo	Living Wages[15] (salario que cubra necesidades básicas) en todos los emplazamientos	Objetivo de diferencia de salarios, máximo y mínimo salario	Aplicación de todos los objetivos, incluido la medida. GINI[16]
Salario mínimo **(25%)**	Ningún salario para plena jornada es inferior al salario que cubre las necesidades básicas de 1.250 Euro o living wage (en España se estima en 1000 Euro)			
Salario máximo **(25%)**	Ningún salario para plena jornada es superior a 10 veces el salario mínimo del país.			

C5 - Democracia interna y transparencia

Criterios	Principiante (0-10%)	Avanzado (11-30%)	Experimentado (31-60%)	Ejemplar (61-100%)
Grado de transparencia (10%)	Primeras medidas para más transparencia	Algunos datos críticos* transparentes	Transparencia de datos críticos fundamentales	Todos los datos transparentes para consultar por cada trabajador
Legitimización de la directiva/ejecutivos (20%)	Audiencia/ consulta para contratar a nuevos Ejecutivos	Derecho de veto para el alta de nuevos ejecutivos, fase de test – 25% elegidos	Más de 75% regularmente elegidos	100% regularmente elegidos
Cogestión para decisiones básicas operativas /marco (30%)	Audiencia/ consulta + Argumentación, concepto existente de la cogestión democrática	Fase de test, - 25% de la decisiones democráticas, en parte consensual	25-75% decisiones democráticas, el resto por lo menos. 25% consensual	76-100% democráticas, de estas por lo menos50% consensuales
Cogestión para la participación en las ganancias de los trabajadores (10%)	Concepto presente para la participación de los trabajadores + Fase de test	25% de las ganancias serán repartidas consensualmente	26-75% de las ganancias serán repartidas consensualmente	Todas las ganancias serán repartidas consensualmente
Copropiedad de los trabajadores /fundaciones independientes (30%)	1-24% de la empresa es propiedad de los trabajadores	Minoría de control (a partir de 25%)	Predominante por eso. > 50%	Completo, p. ej. fundación de trabajadores

D1 - Venta ética

Categoría (cada 20%)	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Alcance marketing ético	concepto básico y fase de test	Más del 10% del presupuesto de marketing	Más del 25% del presupuesto de marketing	Más del 50% del presupuesto de marketing
Transparencia del producto	Transparencia del producto sobre la media del sector	Transparencia del producto muy por encima de la media del sector	Amplio, bajo los estándares uniformes del sector + conexión con el Informe del Balance del Bien Común	Éxito durante más años
Cooperación con la protección al consumidor	Comunicaciones aisladas	Comunicaciones regulares, encargado existente	+ cooperación activa y constructiva	Éxito durante más años
Proceso de reclamaciones + lugar de quejas independiente + medidas positivas de servicio	Pasivo: primeros conceptos + fase de test, mín. online	Activo: servicio de reclamaciones, proceso sencillo de reclamaciones, medida completa del servicio	Proactivo: Medias de sanción por las reclamaciones + informes transparentes	Éxito durante más años

D2 - Solidaridad con otras empresas

Categoría	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
Revelación de informaciones + transmisión de tecnologías **(25%)**	revelación de informaciones financieras y técnicas	Amplia revelación de calculaciones de costes, fuentes de suministro y tecnología	Adicionalmente: préstamo desinteresado de tecnologías individuales	Completa transparencia y principio de Open-source
Préstamo de mano de obra, encargos, participación en el mercado cooperativo **(50%)**	Cooperación sólo tras petición	Cooperación en zonas márgenes del negocio	Cooperación en toda el ámbito del negocio	+ involucración en la participación de mercado cooperativo
Marketing cooperativo **(25%)**	Renuncia del mal hablar de la concurrencia	Renuncia a la publicidad de masas (TV, Radio, carteles)	Construcción conjunta de un sistema de información de productos (PIS)	Conllevar la iniciativa sectorial para marketing ético-cooperativo

D3 - Concepción ecológica de productos y servicios

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
EFICIENCIA Y CONSISTENCIA. Productos/servicios son en comparación ecológica con los competidores o con alternativas equivalentes de utilización (40-70%)	Están caracterizados por una huella ecológica en comparación pequeña, además por los primeros pasos de una organización ecológica sobre la media	La empresa dispone de una estrategia clara, comprensible y unas medidas reconocibles para la ecologización del producto/servicio	P / S por encima de la media del sector (p. ej. BAT = Best Available Technology;)	P / S puntero en el sector (p. ej..: Cradle-to-Cradle)
SUFICIENCIA: organización activa para una utilización ecológica y de consumo suficiente (20-40%)	La empresa se ocupa de los campos de aplicación de sus P/S [21] no suficientes / potencialmente nocivos (p.ej.: análisis interno de lo productos/servicios propios) Los productos no son contradictorios con un estilo de vida de suficiencia	Primeras medidas para el estilo de vida suficiente (utilización de criterios de exclusión, P/S para mercados de consumo orientados ecológicamente)	La empresa fomenta un aprovechamiento sostenible activamente por medio de mejores condiciones y servicios (p.ej. ventajas en el precio, sistema de incentivización, garantías más largas, reparaciones baratas)	Fomento amplio del comportamiento ecológico suficiente de los clientes (ventajas de precio sistemas de incentivización; reparación, reutilización y aprovechamiento común como parte fundamental del modelo de negocio)

D3 - Concepción ecológica de productos y servicios

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
COMUNICACIÓN: comunicación activa de los aspectos ecológicos frente al cliente (10%-20%)	La empresa indica activamente alternativas de más valor (también frente a la concurrencia)	Informaciones explícitas y amplias sobre aspectos ecológicos y de estilo de vida de los P/S	Se recogen los comentarios activamente de clientes sobre aspectos ecológicos y de estilo de vida (p. ej.: hábitos de utilización, potenciales de mejora, etc.)	Aspecto ecológicos y de estilo de vida son contenido fundamental en las relaciones con los clientes

D4 - Concepción social de productos y servicios

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Consideración de barreras económicas en la esfera del cliente **(B2C: 30-40%; B2B: 5-40%)**	La empresa ofrece a clientes con ingresos bajos productos /servicios ocasionalmente a condiciones especiales (concierne a >1% de la facturación /de la salida de productos) La oferta es transparente (p. ej. en la página web)	La empresa ofrece a clientes con ingresos bajos productos /servicios ocasionalmente a condiciones especiales (concierne a >3-5% de la facturación /de la salida de productos) los clientes con ingresos bajos serán abordados activamente	escalonamiento social de precios regular y amplio (concierne a 5-10% de la facturación /de la salida de productos)	escalonamiento social de precios establecido y marcado (concierne a > 5-10% de la facturación /de la salida de productos)
Concepción de productos y servicios de barrera libre; 4 dimensiones: física, visual, lenguaje, intelectual **(B2C: 40-60%; B2B: 5-40%)**	Acceso de barrera libre seguro en 1 de las 4 dimensiones (p. ej. libre de barreras físicas en todos los emplazamientos básicos/ productos /servicios)	Acceso de barrera libre seguro en 2 de las 4 dimensiones (p. ej. : + certidumbre del acceso a la información para disminuidos auditivos y visuales) los clientes desaventajados serán abordados activamente	La empresa pone a disposición segura un acceso de libre barrera en 3 de las 4 dimensiones (p. ej.: información/asesoramiento en un idioma de minorías / grupo de emigrantes)	La empresa pone a disposición segura un acceso de libre barrera en 3 de las 4 dimensiones (p. ej.: informaciones básicas están disponibles en una versión Easy-2-Read)

D4 - Concepción social de productos y servicios

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Procesos y medidas respecto a riesgos éticos y aspectos sociales en la esfera del cliente **(B2C: 10-30%; B2B: 30-50%)**	Ninguna relación de negocios con empresas críticas éticamente	Evaluación regular de los potenciales aspectos críticos en la esfera del cliente Realización de las primeras mediadas Riegos reducidos de los P/ S en comparación con los alternativos	Concepto, estrategia y medidas desarrolladas dirigidas a los aspectos críticos en la esfera de los clientes (p. ej.: integración de expertos)	Ocupación amplia de los aspectos sociales en las relaciones con los clientes (p. ej.: revisión institucionalizada sobre el efecto de las medidas)

D5 - Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Cooperación con concurrente y socios de la cadena de producción (20%-40%)	Primeros proyectos pilotos para el desarrollo conjunto de estándares más altos con socios de mercado (p. ej.: cooperación I+D) Comunicación activa hacia fuera de estándares altos (p. ej.: pagina web)	Mecanismos regulares y establecidos para el desarrollo conjunto de estándares más altos Estándares más altos son parte fundamental de la política de comunicación de la empresa	Auto-obligación a nivel de sector	Garantizado y comprobabilidad de los estándares más altos (p. ej.: auditorias externas y controles independientes, cooperación con ONGs)
Aporte activo para el aumento de los estándares legales (5%-20%)	Revelación transparente de las actividades políticas Ninguna resistencia contra estándares legales más altos sociales y ecológicos	Compromiso interno sectorial para estándares legales más altos (p. ej. cooperación con representantes sectoriales)	Compromiso por encima del sector para estándares legales mas altos (p. ej.: cooperación con ONGs)	Proceso transparente de lobbying incluyendo a los grupo de contacto importantes (p. ej.: formulación de iniciativas de ley)
Alcance, amplitud de contenido y profundidad (40%-60%)	Un aspecto marginal social o ecológico afectado	Un aspecto social o ecológico fundamental afectado aplicación real de estándares altos respecto > 25% de la facturación	Varios aspectos importantes sociales y ecológicos afectados Aplicación real de estándares altos > 50%	Todos los aspectos fundamentales socio-ecológicos Subida de los estándares sectoriales es parte inherente del posicionamiento de la compañía (> 90%)

E1 – Efecto social/ significado del producto/ servicio

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar	
Procesos internos a la empresa	Evaluación de los efectos directos e indirectos de los P/S	Concepto y estrategia para reducir los efectos negativos de productos	Revisión institucionalizada de la eficiencia de las medidas	Informe frecuente sobre los efectos sociales de P/S	
Que utilidades positivas o efectos negativos derivan de forma directa o indirecta de nuestros P/S?	Múltiple efecto positivo de nuestros P hacia los clientes Ninguna primaria función de estatus, compensación o adicción	Múltiple efecto positivo de productos y ocupación activa de las consecuencias negativas	Exclusivamente efecto positivo de productos	P/S satisfacen las necesidades básicas y resuelven problemas de la sociedad fundamentales, p. ej. pobreza, salud, educación	E3.1
Compatibilidad cultural: Cómo se valoran los aspectos sociales en el proceso de la cadena de producción en comparación con alternativas con fines similares? (ver aspectos sociales A1 y D4)	Enfoques puntuales en la media del sector	Respecto a aspectos sociales P/S por encima del promedio del sector	Respecto a los aspectos sociales P/S significativamente mejor que el promedio del sector	En comparación con alternativas P/S socialmente de más valor	E3.2
Compatibilidad natural, suficiencia/ moderación Cómo se valoran los aspectos ecológicos de nuestros P/S en comparación con P/S con una finalidad similar? (ver D3)	Enfoque puntuales en la media del sector	Respecto a aspectos ecológicos P/S por encima del promedio del sector	Respecto a los aspectos ecológicos P/S significativamente mejor que el promedio del sector	En comparación con alternativas P/S ecológicamente de más valor	E3.2

E2 – Aporte a la comunidad

Categoría	%	Principiante (0-10%)	Avanzado (11-30%)	Experimentado (31-60%)	Ejemplar (61-100%)
Rendimiento[25]	70%	0-0,5%	0,5-1,5	1,5-2,5 %	> 2,5%
Efecto	30%	Efecto aislados percibidos con carácter predominantemente de síntoma	Efecto aislados sin sostenibilidad o medidas de efecto amplio	Efecto profundizado y sostenible en campos aislados	Efecto sostenible en múltiple campos
Factor adicional	+/- 20% (máximo) [26]	Medias aisladas, no institucionalizadas, menor asunción de responsabilidad	Medidas aisladas regularmente, primera estrategia percibida, responsabilidad percibida	Estrategia amplia, aplicación institucionalizada, amplia asumición de responsabilidad	Practica correspondiente desde hace por lo menos 3 años

E3 – Reduc-ción de efectos ecológi-cos

Criterios	Principiante	Avanzado	Experimentado	Ejemplar
Efectos absolutos:	Para la valoración de los efectos absolutos es válido el trabajar con un set de indicadores apropiado (p. ej.: la huella ecológica para empresas)[28]			
Efectos relativos: en la comparación de sectores donde se halla la empresa ...	... en relación a un aspecto ecológico sobre la media del sector	... en relación a algunos aspectos ecológicos sobre la media del sector con medidas de mejora reconocibles claramente	... en relación a aspectos fundamentales ecológicos sobre la media del sector con medidas claras para la mejora	...es relación a aspectos importantes ecológicos por encima de la media (guía innovativo, lider en el sector)
Gestión y estrategia (con aumento del tamaño aumenta la relevancia, exigencias básicas con sectores con altos efectos ecológicos) La empresa	... pone en marcha los primeros pasos para la identificación de los aspectos importantes ecológicos y riesgos (claras responsabilidades, procesos institucionalizados con la dirección de la empresa)	+ ... eleva su objeto de empresa en relación a los indicadores y dispone de estrategias claras / medidas para múltiples aspectos relevantes (p. ej.: CO2-Footprint, consumo de agua y recursos, aspectos específicos sectoriales)	+ ... eleva su objeto de empresa en relación a los indicadores y dispone de estrategias claras ambiciosas /medidas para todos los aspectos relevantes (p. ej.: CO2-Footprint, consumo de agua y recursos, aspectos específicos sectoriales)	+ ... dispone de objetivos ambiciosos cualitativa y cuantitativamente y estrategias incl. plazos en relación a aspectos importantes ambientales

E4 – Minimiza-ción del reparto de ganancias a externos

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
Descenso del reparto de dividendos a externos	5-años de periodo: el dividendo no mas alto que la inflación mas 5%	5-años de periodo: el dividendo no mas alto que la inflación mas 2,5%	5-años de periodo: el dividendo no mas alto que la inflación	Ningún reparto de ganancias a propietarios externos

E5 – Transparencia social y participación en la toma de decisiones

TRANSPARENCIA

Criterios	Principiante (0-10%)	Avanzado (11-30%)	Experimentado (31-60%)	Ejemplar (61-100%)
Extensión de contenido	Aspectos aislados	Aspectos importantes	En gran parte aspectos importantes, los críticos[29]	Todos
Alcance de los grupos de contacto	Transparencia interna (Intranet)	Transparencia específica a los Stakeholder (Extranet)	Transparencia pasiva general (Internet)	Transparencia activa general (política de comunicación)
Alcance de los emplazamientos	Como mínimo un emplazamiento importante	Unos emplazamientos importantes	Gran parte de los emplazamientos importantes, los críticos	Todos
En empresas de < 100 empleados	Informe EBC superficial	Descripción amplia de cada indicador	Descripción detallada de cada uno de los indicadores	Descripción detallada de cada criterio de los indicadores
En empresas de > 100 empleados[30]	GRI nivel C	GRI nivel B	GRI nivel A	GRI nivel A y Sector Supplement
Verificación > 100 empleados	Puntual, indirecta verificada externamente	Evaluación externa de los riegos	Verificación externa de todos los criterios importantes, low level of assurance	High level of assurance + cooperation extensa con ONGs

E5 – Transparencia social y participación en la toma de decisiones

PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES

Criterios	Principiante (0-10%)	Avanzado (11-30%)	Experimentado (31-60%)	Ejemplar (61-100%)
Tipo de participación en la toma de decisiones +documentación	Reactiva: audición de reclamaciones+ reacción	Activa: dialogo con representantes de empresa de alto rango + documentación amplia	Activo +: decisiones orientadas al consenso, documentación con consecuencias de acceso público	Proactivo/ innovador: por lo menos 50% decisiones consensuales
Extensión de la participación en la toma de decisiones	Medidas aisladas/ proyecto sobre tiempo limitado	Siempre amplios procesos de toma de decisiones conjuntas	Implicación regular en temas importantes, en decisiones estratégicas	Dialogo permanente y participación en la toma de decisiones en temas importantes/ decisiones estratégicas
Extensión de grupos de contacto implicados	Algunos	Los mas importantes	Todos	Todos

E5 – Transparencia social y participación en la toma de decisiones

PONDERACIÓN PORCENTUAL DE LA TRANSPARENCIA /PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES SEGÚN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

Principalmente es válido: cuanto más grande sea la empresa, mas alto es la valoración de la participación en la toma de decisiones en relación a la transparencia

Número de empleados	Ponderación Transparencia	Ponderación Decisión Conjunta
1-2	80%	20%
3-10	70%	30%
11-50	60%	40%
51-250	50%	50%
251-1.000	40%	60%
Sobre 1.000	30%	70%