

**EI GIRO HACIA UNA NUEVA ECONOMÍA. OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO DE LA ECONOMÍA VERDE Y DEL BIEN COMÚN EN
EXTREMADURA.
EMPRESAS , REDES DE EMPRESAS , NUEVA ECONOMÍA Y EBC**

FERNANDO DUGO BENÍTEZ

BADAJEZ FEBRERO 2019



De los **NEGOCIOS ROMÁNTICOS**
y de cómo sobrevivir en el empeño



Fernando Dugo

Negocios: fríos, alcanzar el máximo beneficio con el menor coste o esfuerzo

Románticos: Caliente, corazón, etéreo, sentimental, generoso, soñador

<https://www.linkedin.com/in/fernandodugo/>

Que se gana en las empresas con corazón

A nivel interno:

1. Mejora la fidelidad, el compromiso y la motivación de los trabajadores/as
2. Ayuda a atraer y retener buenos/as profesionales
3. Mejora el clima laboral, lo que incrementa la productividad y la calidad
4. Permite reducir costes de operación
5. Permite obtener desgravaciones fiscales
6. Mejora la comunicación interna
7. Fomenta una cultura corporativa definida



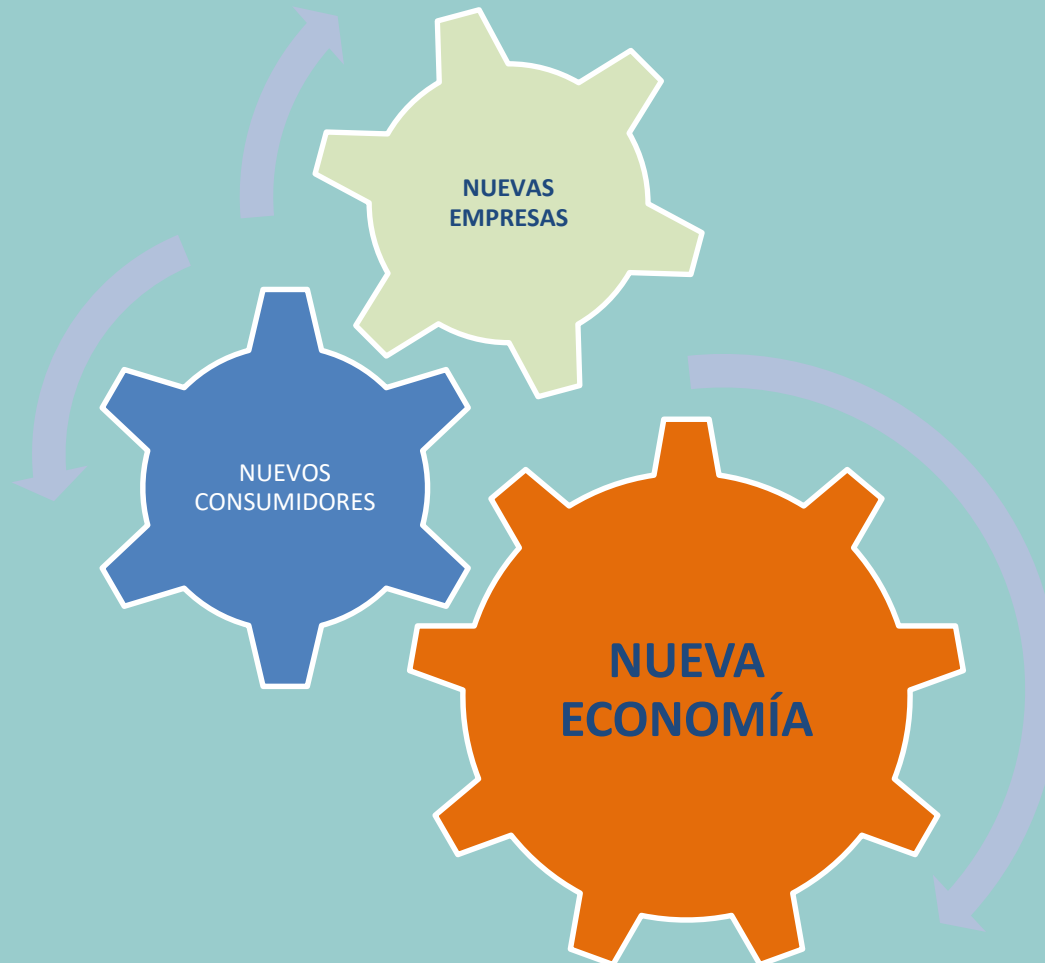
Que se gana en las empresas con corazón

A nivel externo:

1. Ayuda a fidelizar los/as clientes actuales y captar nuevos clientes
2. Mejora la relación con el entorno social
3. Mejora la imagen y reputación de la empresa
4. Contribuye a un mejor posicionamiento y diferenciación de marca.
Reputación digital
5. Incrementa la notoriedad
6. Mejora las relaciones con los sindicatos y la Administración
7. Permite el acceso a nuevos segmentos de mercado



¿DÓNDE ESTAMOS? ¿ADÓNDE VAMOS?



NUEVOS CONSUMIDORES

TENDENCIAS.

- **HIPERCONECTIVIDAD.** Internet y los nuevos dispositivos tecnológicos (teléfonos móviles, i-pods, i-phones, videojuegos, etcétera) . El contenido generado por los usuarios (blogs, sitios web), las redes sociales como Facebook, Twitter o My Space o la mensajería instantánea (messenger, chat rooms)
- **GREEN MARKETING.** Dirigido a aquellos consumidores preocupados por el entorno
- **REAL FACT MARKETING.** Ante el creciente interés de los consumidores por lo natural y lo auténtico,.
- **PREMIUMTIZATION.** Consiste en ofrecer a los consumidores productos exclusivos que les diferenciarán del resto..

NUEVOS CONSUMIDORES

LAS NUEVAS AGRUPACIONES DE CONSUMIDORES

- **KIDS Y TWEENS** entre los 6 y los 12 años
- **TEENS**, entre los 13 y 19 años, son los miembros de la generación del milenio o generación
- **ADULTESCENTES, KIDADULTS, PETERPANDEMONIUMS O CUARENTEEN.** Los adultescentes (adultos que se sienten adolescentes), kidadults (mezcla entre las palabras inglesas kid –niño- y adult –adulto-, peterpandemonium (adultos que se niegan a crecer como el célebre Peter Pan) o cuarenteens (cuarentones con comportamientos de teenagers) son personas adultas (principalmente hombres) con edades entre los 20 y los 40 años,
 - Greys, goldens o seniors: el mercado de la tercera edad.
 - Los roles sexuales. **METROSEXUALES Y RETROSEXUALES.** El übersexual o retrosexual sabe potenciar sus rasgos masculinos sin dejar de lado su sensibilidad. un hombre entre los 30 y los 64 años, abierto a colaborar en las tareas del hogar y el cuidado de los niños llegando, en ocasiones, a hacerse cargo de las mismas cuando es la mujer quien tiene mayores ingresos o cuando es ella quien ha logrado conservar su empleo en situaciones de crisis.
- **LAS MUJERES ALFA**, en el rango de entre los 25 y los 54 años pueden o no vivir en pareja y de ser éste el caso suelen aportar más dinero a la familia que su pareja llegando a tomar decisiones y a ejercer roles que antes eran exclusivos de los hombres.
 - El mercado gay,.
 - **DINKS.** El término dink (Double Income No Kids) fue acuñado por Pat Buchanan en su libro La muerte de occidente (2003) y como ya se señala define aquellas parejas sin hijos en las que ambos trabajan aportando dos ingresos al hogar. Suelen tener entre 25 y 35 años y según lo refleja un estudio de la agencia de investigación De la Riva Group en 2008 valoran en demasía su bienestar personal.
 - **SINGLES.** suelen consumir productos de lujo, moda y decoración.
 - **BOBOS.** son un grupo de consumidores con un elevado nivel cultural. cultural y su oposición hacia lo ostentoso.
 - **GEEKS O TEKKIES**, como también se les llama, son amantes de la tecnología
- easy adopters o adoptadores fáciles (representan entre el 15 y un 20% de la sociedad) quienes serán los encargados de convertir una tendencia en un producto de masas. Este grupo influirá en otro más, los early adopters o adoptadores tempranos que empezarán a contagiar a los consumidores tardíos hasta que un producto o moda se vaya convirtiendo en un fenómeno de masas.



La Nueva Economía

La primera vez que se manejó públicamente el término de Nueva Economía fue el 30 de diciembre de 1996 por la Revista BusinessWeek en el informe de Michael J. Mandel denominado "El triunfo de la Nueva Economía".

Muchos de los cambios que se están produciendo tienen su origen en las transformaciones que vienen ocurriendo desde mediados del siglo pasado.

La Nueva Economía

Las principales transformaciones se están produciendo en los márgenes del sistema, a través de la identificación de oportunidades de negocio fuera de los ámbitos tradicionales que caracterizan la actividad de cada sector.

En estos nuevos modelos de negocio lo fundamental es el tamaño y la vinculación a la colectividad de usuarios a los que se sirve.

tres características fundamentales

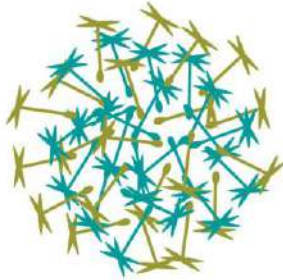
Se centra en la información y el conocimiento como bases de la producción, la productividad y la competitividad.

Es una economía global; la producción y gestión de bienes y servicios se organiza a nivel planetario.

Internet es el sistema de organización en la Nueva Economía.

LOS MODELOS

¿ADÓNDE VAMOS?



Empresas cuarto sector

Empresas EBC

B-Corporation

Cooperativas

Cooperación-redes

EMPRESAS TRIPLE BALANCE

Y LAS PYMES

¿¿ADÓNDE VAMOS? La Nueva Economía

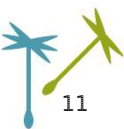
✓ Cooperación entre organizaciones- entre personas. –
EN RED

✓ TODO EL Equipo humano emprendedor :Sin
jerarquias.

✓ SER Eficiente /eficaz

✓ Implica cambiar la estructura de las organizaciones
✓ Las empresas tienen organizaciones flexibles, se
identifican con la estructura funcional y en menor
medida con la matricial.

✓ Empresario combina los perfiles de innovador y
emprendedor



- ✓ *La Cultura Corporativa es altamente participativa y se acepta el derecho al error en un proceso de asunción de riesgos.*
- ✓ *Destaca la capacidad de trabajo en equipo y de adaptación al cambio.*
- ✓ *La principal estrategia seguida por las empresas es la diferenciación.*



EOI escuela de negocios

“El proyecto sectores de la Nueva Economía 20+20”

(www.eoi.es/savia)

- **Economía Verde.** Actividades en torno a la lucha contra el cambio climático, al fomento del ahorro del agua, y otros recursos naturales y la generación sostenible de energía.
- **Economía Social.** Actividades realizadas por cooperativas, fundaciones, mutualidades y asociaciones que actúan en distintos ámbitos de interés social con objetivos no estrictamente mercantiles.
- **Economía Digital.** Actividades relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, fundamentales para incrementar el capital tecnológico de las empresas y aumentar su productividad.
- **Industrias de la Creatividad,** que realizan conexiones originales entre distintas actividades y nuevos desarrollos en el ámbito cultural.
- **Economía Abierta,** empresas que emplean modelos de negocio abiertos, en los que las redes entre empresas, proveedores y clientes completan el proceso productivo mediante un sistema de relaciones basadas en la cooperación.
- **Administración y Competitividad.** Actividades y proyectos de gestión pública basados en la introducción de nuevas preocupaciones sociales, en la asunción de soluciones a retos tecnológicos y en la creación de infraestructuras facilitadoras del desarrollo competitivo de los sectores económicos.
- **Economía de la Confianza,** basada en organizaciones en las que la confianza forma parte del conjunto de recursos intangibles que les proporcionan sus ventajas competitivas, actuando como un factor clave en su capacidad competitiva.
- **Economía del Ensamblaje,** en donde la capacidad de la empresa para adaptar y sistematizar el conocimiento adquirido de diversas fuentes favorece la resolución de problemas y la generación de nuevos procesos de innovación.
- **Empresas de Humanidades,** en las que las personas cumplen un papel central en su misión, visión y procesos, aplicando el talento humanístico a sus prácticas empresariales y primando el lado humano de la tecnología.
- **Economía de la Hibridación,** empresas cuyas competencias innovadoras radican en la capacidad de combinar lo mejor de al menos dos conceptos, productos, perfiles o áreas del conocimiento entre los que no existía hasta ese momento ninguna conexión reconocida.
- **Reset Economy,** empresas y emprendedores que cometieron algún tipo de error estratégico o a los que el mercado o el entorno competitivo no les fue favorable en un momento concreto, pero que gracias a la aplicación de estrategias imaginativas, creativas e innovadoras cambiaron su rumbo.
- **Economía del Fracaso,** en donde se analizará los factores críticos que llevan al fracaso y los aprendizajes que se pueden desarrollar para evitarlos.
- **Economía del Dato,** proyectos cuyo modelo de negocio se basa en la exploración y explotación de las estructuras de bases de datos existentes para detectar nuevas oportunidades de generación de servicios y productos.
- **Economía de la Accesibilidad,** empresas que desarrollan de modelos de negocio dirigidos a impulsar la consecución de derechos básicos para las personas discapacitadas

Ser responsable también es rentable

CUARTO SECTOR

Se trata de empresas que se constituyen con el doble objetivo de lucro y atención a problemas sociales aunque son empresas como las tradicionales.

que tratan de capturar lo mejor de los otros tres sectores, -empresa (primer sector), gobiernos (segundo) y sociedad civil (tercero)-,

CUARTO SECTOR

El foco es la sociedad

con el convencimiento de que para poder llevar a cabo sus actividades deben ser **financieramente autosuficientes y sostenibles** en el largo, sin depender de ayudas o subsidios.

Deber ser gestionadas con una cultura empresarial e incentivos que respalde los objetivos de Eficiencia, Efectividad y Solidaridad. Deben ser empresas.

La Nueva Economía

Desde el primer sector,
Desde el segundo sector
Desde el tercer sector
Desde el cuarto sector
Desde las pymes

tenemos ya Movimientos sociales que van en la misma dirección. Es particularmente relevante el **Movimiento para el fomento de la Economía del Bien Común** (EBC, Christian Felber), creado por empresarios en Austria y con un importante desarrollo en apenas seis años, que sustituye el afán de lucro y la competencia por el beneficio social y la cooperación estableciendo unos indicadores específicos y medibles.

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0

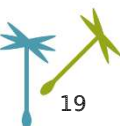
VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
GRUPO DE INTERÉS				
A: PROVEEDORES	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros	B4 Propiedad y participación democrática
C: TRABAJADORES	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2 Formalidad de los contratos de trabajo	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de los trabajadores	C4 Transparencia y participación democrática interna
D: CLIENTES Y OTRAS EMPRESAS	D1 Actitud ética con los clientes	D2 Cooperación y solidaridad con otras empresas	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto
E: ENTORNO SOCIAL	E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

MATRIZ 5.0 Y OBJETIVOS DEL MILENIO

VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
GRUPO DE INTERÉS				
A: PROVEEDORES	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro 1 2 3 4 5 6 8 10 12	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro 1 2 3 4 10 12	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro 6 7 12 13 14 15	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro 10
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros 8	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros 1 8	B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros 3 6 7 8 9 11 13 14 15	B4 Propiedad y participación democrática 10 16
C: PERSONAS EMPLEADAS	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo 3 4 5 8 9 10	C2 Formalidad de los contratos de trabajo 1 3 5 8	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de los trabajadores 3 7 12 13 14 15	C4 Transparencia y participación democrática interna 10
D: CLIENTES Y OTRAS ORGANIZACIONES	D1 Actitud ética con los clientes 10 12	D2 Cooperación y solidaridad con otras empresas 9 17	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios 6 7 12 13 14 15	D4 Participación de los clientes y transparencia del producto 12
E: ENTORNO SOCIAL	E1 Propósito e impacto de los productos y servicios 3 10 12	E2 Contribución a la comunidad 8 9 10 11 16 17	E3 Reducción del impacto medioambiental 3 6 7 12 13 14 15 17	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social 10 16 17



Fuente: adaptación de Salvador Garrido Soler para Cooperación (<https://cooperacion.es>) sobre Giesenbayer, B. y Müller-Christ, G. (2018). Die Sustainable Development Goals für und durch KMU. Ein Leitfaden für kleine und mittlere Unternehmen. Bremen: Universität Bremen und Rann Nord, p. 63. Disponible en línea en la url https://www.rann-netzwerk.de/fileadmin/user_upload/handbooks/Broschüre_sdg_kmu.pdf



VIII. Matriz del Bien Común con puntos TESTADO : AUDITORIA

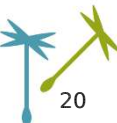
BALANCE DEL BIEN COMÚN 2014 para Asociación Subbética Ecológica Auditoría: Andreu Pérez (sup. Moreno)



GRUPO DE CONTACTO	Dignidad humana	Solidaridad	Sostenibilidad ecológica	Justicia social	Participación democrática y transparencia
A) Proveedores	A1: Gestión ética de los suministros				81 %
B) Financiadores	B1: Gestión ética de finanzas				74 %
C) Empleados inclusive propietarios	C1: Calidad del puesto de trabajo e igualdad 70 %	C2: Reparto justo del volumen de trabajo 33 %	C3: Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas 83 %	C4: Reparto justo de la renta 77 %	C5: Democracia interna y transparencia 87 %
D) Clientes / productos / servicios / co-empresas	D1: Venta ética 72 %	D2: Solidaridad con otras empresas 73 %	D3: Concepción ecológica de productos y servicios 82 %	D4: Concepción social de productos y servicios 68 %	D5: Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales 75 %
E) Ámbito social: región, soberanía, generaciones futuras, personas y naturaleza mundial	E1: Efecto social/ Significado del producto/ servicio 80 %	E2: Apechación a la comunidad 86 %	E3: Reducción de efectos ecológicos 83 %	E4: Minimización del reparto de ganancias a externos 100 %	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones 58 %
Criterios Negativos	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT derechos humanos 0 Productos sin dignidad humana (in)humanos, p.ej. armas, electricidad atómica, OGM (Organismos genéticamente modificados) 0 Suministro/cooperación con empresas, que lastiman la dignidad humana 0	Compra hostil 0 Patente defensiva 0 Precio dumping 0	Gran impacto medioambiental a ecosistemas 0 Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales (p.ej. valores límite) 0 Obsolescencia programada (vida del producto corta) 0	Remuneración desigual a mujeres y hombres 0 Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias 0 Filiales en paraísos fiscales 0 Interés de capital propio > 10% 0	No revelación de todas las participaciones y filiales 0 Impedimento de comité de empresa 0 No publicación de los flujos de filiales a lobbies (entrada en el registro de lobbies de la UE) 0

Con este testado se confirma la auditoría del Informe de Balance del Bien Común. El testado está basado en la Matriz del Bien Común 4.0. Más informaciones sobre la Matriz, sus indicadores y el sistema de auditoría se encuentran en www.economia-del-bien-comun.org

Testado válido hasta 10.12.2017 SUMA DEL BALANCE 768



Empresas existente en España 01.01.2017(DIRCE) 3.279.120

el 99,87%,
pymes



el 55,56% son empresas sin asalariados
el 40,02% tienen entre 1 y 9 asalariados
sólo el 0,13% poseen 250 o más asalariados,



6,06% en el sector de la industria
12,29% lo hace en el de la construcción
22,96% en el del comercio
58,69% resto de servicios.

Total empresas ESPAÑA	3.279.120	ANDALUCÍA 501.458
Persona física	1.746.657	292.754
Sociedad Anónima	81.533	6.803
Sociedad Limitada	1.160.921	165.056
Comunidad de bienes	115.208	11.893
Sociedad Cooperativa	20.576	4.216
Otras formas jurídicas*	154.225	20.736



¿DÓNDE ESTAMOS? La PYME lo lleva en su ADN

SOCIEDADES COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES	
TRIMESTRE 1/18	
	TOTAL 29.966
COOPERATIVAS	20.871
S. ANÓNIMAS LABORALES	962
S. LIMITADAS LABORALES	8.133



la pyme posee unas características singulares –estructura más sencilla, empresas familiares, comunicación interna, relación con grupos de interés- en que se dan de forma natural los principios de la RSC: sostenibilidad, flexibilidad, conciliación, transparencia,...

EL DATO: Según el **Euro barómetro** sobre cómo influyen las empresas en la sociedad



el 79% de la población española se declara interesado en saber que hacen las empresas españolas para ser responsables en la sociedad.



las pymes son percibidas como responsables: el 79%

8 puntos porcentuales más que la media europea y 36% por encima de como son percibidas las grandes.

Si la pyme de forma consciente y deliberada, formalizara lo que hace de modo natural, tendría mucho camino andado.





Los tres problemas más importantes de las microorganizaciones:

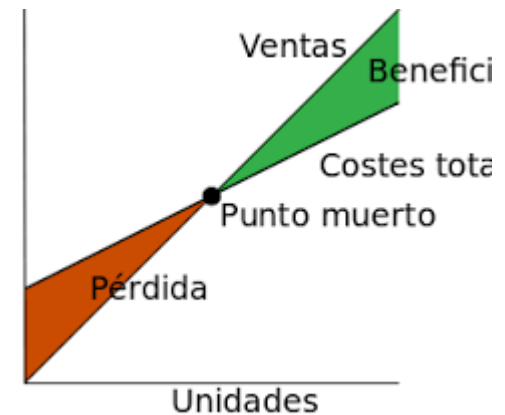


El tamaño



La soledad del jefe

Las Ventas & Rentabilidad



Los otros problemas

• El tiempo

• La preparación técnica

• ¡Subvenciones!

• Control de gestión

• socios

• Situación financiera

• El personal

• **DEPENDER DE UN SOLO...**

• Empresa familiar

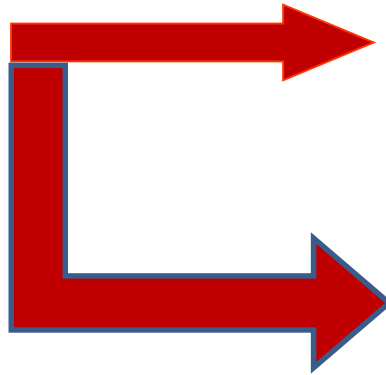
• **Economía sumergida**

• Competir en situación desigual

• Trabajar con las Administraciones Públicas



Tamaño



Pasar de la unidad básica de negocio
a la unidad de supervivencia

LAS ALIANZAS

Organización

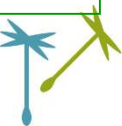


Tamaño

Control de gestión



Administrador Compartido



Ejemplos de empresas Economía Verde

EMPRESA	FECHA INICIO OPERACIONES. UBICACIÓN PRINCIPAL	ACTIVIDAD
TORRESOL ENERGY	2008. Vizcaya	Generación de energías alternativas derivadas de la energía solar
HELIOSOLAR	2005. Mutilva Baja (Navarra)	Construcción y venta de instalaciones de energías renovables
GREENPOWER TECH, S.L	2002. Sevilla	Productos y servicios basados en el conocimiento y la aplicación de tecnología electrónica de última generación
VEGETALIA	1986.Castellcir (Barcelona)	Líder en nutrición ecológica
MADERAS NOBLES DE LA SIERRA DE SEGURA	2000.Riópar (Murcia)	La permacultura y la agricultura ecológica. Árboles como inversión
BIONEST	1992. Almonte (Huelva)	Produce de manera ecológica berrys y frutos de hueso
BODEGAS ROBLES	1997. Montilla (Córdoba)	Vinos generosos ecológicos
BONTERRA IBÉRICA	1994. Campotéjar (Granada)	Mantas orgánicas y otros productos relacionados, para el control de la erosión del suelo
CRISOLAGRO	1990. El Ejido (Almería)	Cultivos en invernaderos y agroturismo
CYCLUS ID	2001. Morón de la Frontera (Sevilla)	Depuración de aguas residuales industriales
RECYTEL	2001. Campo Real (Madrid)	Reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos y gestión de sus residuos
INTEMPER ESPAÑOLA S.L.	1971. Madrid	Sistemas de impermeabilización y sistemas integrales sostenibles para cubiertas y fachadas.
ALTRA CORPORACIÓN EMPRESARIAL	1996. Campanillas PTA(Málaga)	Climatización inteligente, la automatización residencial (domótica) y la telemedicina
ANÁLISIS DEL TERRITORIO, S.L.	1992. Sevilla	Gestión de equipos multidisciplinares que desarrollen proyectos vinculados con el medioambiente
GRUPO HOTELES EL FUERTE	1957. Sevilla	Turismo responsable
XTRAICE	2003. Salteras (Sevilla)	Paneles de hielo “ecológico” para pistas de patinaje y hockey



Ejemplos de empresas Economía Social

EMPRESA	FECHA INICIO OPERACIONES. UBICACIÓN PRINCIPAL	ACTIVIDAD
CONSUM, SC VALENCIANA	1975. Valencia	Distribución comercial; acoge en su estructura tanto al colectivo de usuarios (socios consumidores), como de empleados (socios trabajadores)
GREDOS SAN DIEGO	1985. Madrid	Cooperativa de enseñanza
SUARA COOPERATIVA	2008. Barcelona	Provisión de servicios sociales a sus usuarios, personas necesitadas de atención social, y a los clientes de la entidad, que son, habitualmente, Administraciones Públicas y entidades del sector sin fines de lucro
EL ROBLE SCA	2000. Castilblanco de los Arroyos (Sevilla)	Gestión de centros (sociosanitarios, educativos, etc) y a la formación y consultoría
CARNES OVIARAGÓN	1981. Zaragoza	Grupo Cooperativo, que incluye, además de Oviaragón, a tres empresas más: Movicarne, una coop. de consumidores s; Alimentos Rum, S.L, que produce piensos para rumiantes; y la "Unión de Productores de Rasa Aragonesa" empresa de I+D del grupo, especializada en la mejora genética en el sector
TEXTILS MORA, S.A.L.	1991. Valencia)	Por transformación en SAL de Mora, S.A. productos textiles de cama
TUSGSAL	1985. Badalona (Barcelona)	Transporte urbano, turístico, hospitalario, formación, marketing
FLISA	1990. Nacional	Explotación comercial de lavanderías industriales, por medio de Centros Especiales de Empleo, CEE. Grupo ONCE
TASUBINSA	1989. Navarra	Subcontratación industrial y de servicios a sus empresas clientes, proporcionados por una plantilla compuesta en su mayor parte por personas con discapacidad intelectual
MAPISER - MANIPULADOS Y SERVICIOS PICARRAL, S.L	1998. Zaragoza	Sociedad de inserción laboral. fabricación y venta de embalajes de madera, cajas, bases, palets y construcción
BERZIKLATU, S.L	2007. Vizcaya	Sociedad de inserción. Tratamiento integral de residuos voluminosos
MUTUAL MÉDICA	1920. Barcelona y Baleares	Mutua. Atención y asesoramientos a médicos
MONTEPIÓ LORETO	1970. Madrid	Principal actividad es ofrecer productos de previsión social complementarios al sistema público de pensiones para los trabajadores del sector aéreo.
LA CONFRARIA DE PESCADORS DE ROSES	1921. Rosas (Gerona)	Servicios de apoyo a marineros y pescadores



Ejemplos de empresas Humanidades

EMPRESA	FECHA INICIO PERACIONES. UBICACIÓN PRINCIPAL	ACTIVIDAD
CONEXIONES IMPROBABLES	2005.Bilbao	Ofrecer una unión fructífera para ambas partes al mundo de la empresa y al mundo de las artes, la investigación social, la filosofía, etc.
FUNKY PROJECTS	2002. Bilbao y Madrid	Consultoría de innovación especializada en el diseño de servicios (service design), la creatividad estratégica y la innovación centrada en las personas y destinada a empresas e instituciones
HUB MADRID	2010.Madrid	Ofrece alquiler de espacios y servicios para el desarrollo de actividades de emprendimiento social según la fórmula de networking (trabajo colaborativo o en red).
INVESTIC	2005. Pamplona	Mejorar la eficiencia, flexibilidad y usabilidad de las herramientas de creación, gestión y uso de páginas web complejas basadas en Drupal: software libre
VIZZUALITY	2003. Madrid	Creación de software para visualizaciones de datos.
CC60	2003. Madrid	Centra su modelo de negocio en la articulación de una gestión empresarial interna muy estructurada en la que la reflexividad, el cambio y la flexibilidad son los pilares básicos, con un desarrollo profesional que aúna diferentes posibilidades, dirigido por la integridad en el mantenimiento de sus valores y la calidad
E-CULTURA	1999.	Empresa dedicada a la intervención cultural para el desarrollo local
ACEITE LAS VALDESAS	1989. Puente Genil (Córdoba)	Producción y comercialización de aceite de oliva virgen extra ecológico
COMUNITAE	2008. Barcelona	Iniciativa empresarial perteneciente al sector financiero que a través de Internet consigue desintermediar la relación de financiación entre un prestatario y un prestamista(máx. 15.000 e.)
MILHULLOA	2001. Palas de Rei. (Lugo)	Cultivo ecológico de plantas medicinales, aromáticas y hortalizas
MONVÍNIC	2004. Barcelona	Empresa de restauración ofrece dos líneas de productos interconectados: degustación de vinos del mundo y gastronomía de proximidad
TERRA MADRE	2008. Torremocha del Jarama.(Madrid)	Venta de productos alimentarios con certificado ecológico, productos frescos (frutas y verduras), que comercializa on line y a través del servicio a domicilio.
AULA CO-EDUCATIVA	2007. Plasencia	Una ludoteca: el laboratorio del juego, y un Ludobús: una furgoneta que recorre los pueblos llevando juegos y haciendo animaciones.
ESPINOSO RURAL	Espinoso de Compludo.(León)	Revitalización de entornos rurales, complejo de casas rurales con servicios extras



Ejemplos de empresas Accesibilidad

EMPRESA	FECHA INICIO OPERACIONES. UBICACIÓN PRINCIPAL	ACTIVIDAD
ACEFAT	1990.Barcelona	Empresa de capital mixto: gestión, coordinación y dirección de calidad de las obras de servicios en la ciudad de Barcelona
DELGADO DEL MORAL CONSULTORES SL	1993. Granada	Servicios de asesoría, formación y consultoría en temas de accesibilidad en el entorno urbano
TOTHOMWEB	2011. Gerona	Accesibilidad aplicada a las tecnologías de la información y la comunicación
CARADAP	2008.Barcelona	Servicio integral al discapacitado, en todas sus facetas, desde facilitar la conducción de vehículos, hasta facilitar el transporte en el mismo. Grupo Fundosa
BDU – BARCELONA DISEÑO URBANO	1997. Barcelona	Diseño e instalación de juegos infantiles y skateparks
SIGNLAB	2012. Barcelona	Nuevas tecnologías de la información en productos y servicios que ayuden a la comunicación de las personas sordas
BJ ADAPTACIONES	2003. Barcelona	Crea, fabrica y comercializa útiles adaptados para mejorar la calidad de vida de las personas
CODE FACTORY	1998.Tarrasa	Líder mundial en el desarrollo de productos diseñados para la eliminación de barreras y la accesibilidad a la tecnología móvil para ciegos y deficientes visuales
VÍA LIBRE	2002. Madrid	Adaptación de automóviles para personas con discapacidad, a través de CARADAP., Consultoría en accesibilidad,• Equipamiento socio-sanitario, Accesibilidad documental, Ortopedia y productos de apoyo. Grupo Fundosa
ARQUITECTURA Y ACCESIBILIDAD AIA	2008. Barcelona	Residencias y Centros para personas mayores, para personas con discapacidades (centros de día y de acogida, centros ocupacionales, etc.)
BESTRATEN HORMÍAS ARQUITECTURA SLP	2006. Barcelona	Despacho de arquitectura, están especializados en Sostenibilidad y en Accesibilidad
VIAJES 2000, S.A.	1977Madrid	Agencia de Viajes especializada en la oferta de viajes accesibles para personas con deficiencias visuales y otras discapacidades. Grupo ONCE
GESTVERD	2012. Barcelona	Radio Taxi 033 ha habilitado este servicio para cubrir las necesidades especiales de movilidad de los usuarios en área metropolitana de Barcelona
SERTEL	1989.Madrid	Ofrecen soluciones de externalización de procesos de negocio y son especialistas en el diseño y gestión integral de servicios de Contact Center. Grupo FUNDOSA
CONFORTEL HOTELES	2010. Madrid	Hoteles con accesibilidad total para incapacitados. Grupo CEOSA
REHATRANS	1996 Getafe. Madrid	Dedicada a la adaptación y transformación de vehículos para el transporte de personas con movilidad reducida (PMR)
EMERGYA	2004. Sevilla	Software Libre, GIS (Sistemas de Información Geográfica). Distribuciones Linux. Gestión y publicación de contenidos: web semántica, microformatos, escritorio remoto, web 3D, web centrada en el usuario, etc.



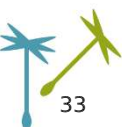
EL BALANCE DEL BIEN COMÚN MIDE LA ÉTICA DE LAS EMPRESAS

OBJETIVO A MEDIO PLAZO: PREMIAR A LAS BUENAS Y CASTIGAR A LAS MALAS

El objetivo futuro es que la realización del Balance del Bien Común a través de la matriz se eleve a la categoría de norma de obligado cumplimiento, de la misma manera que ocurre con el balance financiero.

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0

GRUPO DE INTERÉS	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
A: PROVEEDORES	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros.	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros	B4 Propiedad y participación democrática
C: TRABAJADORES	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2 Formalidad de los contratos de trabajo	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de los trabajadores	C4 Transparencia y participación democrática interna
D: CLIENTES Y OTRAS EMPRESAS	D1 Actitud ética con los clientes	D2 Cooperación y solidaridad con otras empresas	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto
E: ENTORNO SOCIAL	E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social



EL BALANCE DEL BIEN COMÚN TIENE ELEMENTOS COMUNES CON LOS CERTIFICADOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PORQUÉ NO NOS SIRVE LA ACTUAL RSC?



Una de las principales limitaciones de los certificados de la RSC es que son de aplicación voluntaria (GRI, Pacto Mundial, ISO 26000)



Otra limitación muy importante:
Se han apropiado del concepto las empresas que no son precisamente cuidadosas con la RSC

Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa)

Posición	Empresa	Puntuación
1	ONCE Y SU FUNDACIÓN	10000
2	MERCADONA	9426
3	INDITEX	9231
4	CAIXABANK	8654
5	MAPFRE	8459
6	BBVA	8271
7	IBERDROLA	8119
8	REPSOL	7936
9	IKEA	7919
10	MUTUA MADRILEÑA	7854
11	MAHOU SAN MIGUEL	7733
12	DANONE	7725
13	TELEFÓNICA	7702
14	SANTANDER	7669
15	CALIDAD PASCUAL	7657



seguimiento y verificación de su proceso de elaboración y resultados es objeto de una revisión independiente por parte de KPMG, según la norma ISAE 3000

Posición	Empresa	Puntuación
16	LA FAGEDA	7646
17	MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	7636
18	DKV SEGUROS	7396
19	LEROY MERLIN	7381
20	NESTLÉ	7359
21	GOOGLE	7329
22	TRIODOS BANK	7311
23	CAMPOFRÍO	7192
24	SANITAS	7154
25	EL CORTE INGLÉS	7114
26	ACCIONA	6957
27	GAS NATURAL FENOSA	6941
28	APPLE	6897
29	EROSKI	6870
30	NH HOTEL GROUP	6845



¿Quién puede creerse esto?

Efecto multiplicador

Realizar el balance, fomentará la retroalimentación positiva, el Balance del Bien Común de una empresa será mejor cuanto mejor es el Balance del Bien Común de sus proveedores, de sus instituciones financieras y de las empresas con las que colaborar.

El Balance del Bien Común permitirá a la organización validar objetivamente su contribución al bien común de forma que les ayude a mejorar en todos los ámbitos. Su integración en el movimiento de la EBC favorecerá la cooperación y la retroalimentación de otras empresas y sectores sociales afines.

Balance auditable

A diferencia de la mayor parte de herramientas de RSC existentes, el Balance del Bien Común es medible, comparable, público, accesible para todo el mundo y debe ser auditable para poder conllevar consecuencias legales

El Balance del Bien Común a medio y largo plazo podrá aportar:

Uno de los factores claves, será poder asociar el resultado del Balance del Bien Común a un trato legal distinto, discriminando positivamente las empresas con una mayor puntuación con:

- unos aranceles más bajos.
- una disminución sobre el impuesto de beneficios.
- prioridad en la adjudicación de contratos públicos
- ventajas fiscales para la empresa y las empresas colaboradoras.
- un acceso a una financiación más favorable (banca democrática).

Resumen de los principales beneficios por realizar el BBC:

- | | |
|-------------------|--|
| Diferenciación | Me permite diferenciarme de otros actores en el mercado. |
| Compromiso | Demuestra mi compromiso con el bien común a clientes, proveedores y otros grupos de interés. |
| Visión global | Me indica el punto actual en el que se encuentra mi empresa respecto al bien común. |
| Mejores prácticas | Me ayuda a identificar mejores prácticas en empresas referentes. |

Muchas gracias por vuestra atención
fernandodugo@gmail.com

WWW: economia-del-bien-comun.org

Saludos



Fernando Dugo
Coordinador

615315389



ANDALUCÍA
ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN
Un modelo de economía con futuro



ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN
Un modelo de economía con futuro

