

ANGARAVECA

Balance del bien común de la Economía del
Bien Común y Triple Balance de SANNAS



UC



YSBC
Centro Yunus
Cantabria

YUNUS SOCIAL BUSINESS CENTRE

Luis Madrid

- ANGARAVECA
(diseño estratégico)
- COMUNIDADES DE IMPACTO
(innovación sistémica)
- SANNAS
(Triple Balance)



**¿que esperas de
este taller?**

Nombre, super poder e interés en el taller



Volar



Telekinesis



cambiar de forma



Controlar el fuego



Leer la mente



Hacerse invisible



cambiar de tamaño



Superfuerza



controlar la energía



Controlar el tiempo



super velocidad

¿?

An aerial photograph of a wetland landscape. A dark, winding river flows through a vast, flat area of green and yellowish vegetation. The terrain is marked by numerous small, interconnected channels and pools, characteristic of a delta or floodplain. In the lower portion of the image, a dense forest of tall, thin trees, possibly palm trees, is visible. The lighting is bright, casting long, soft shadows across the landscape.

comencemos

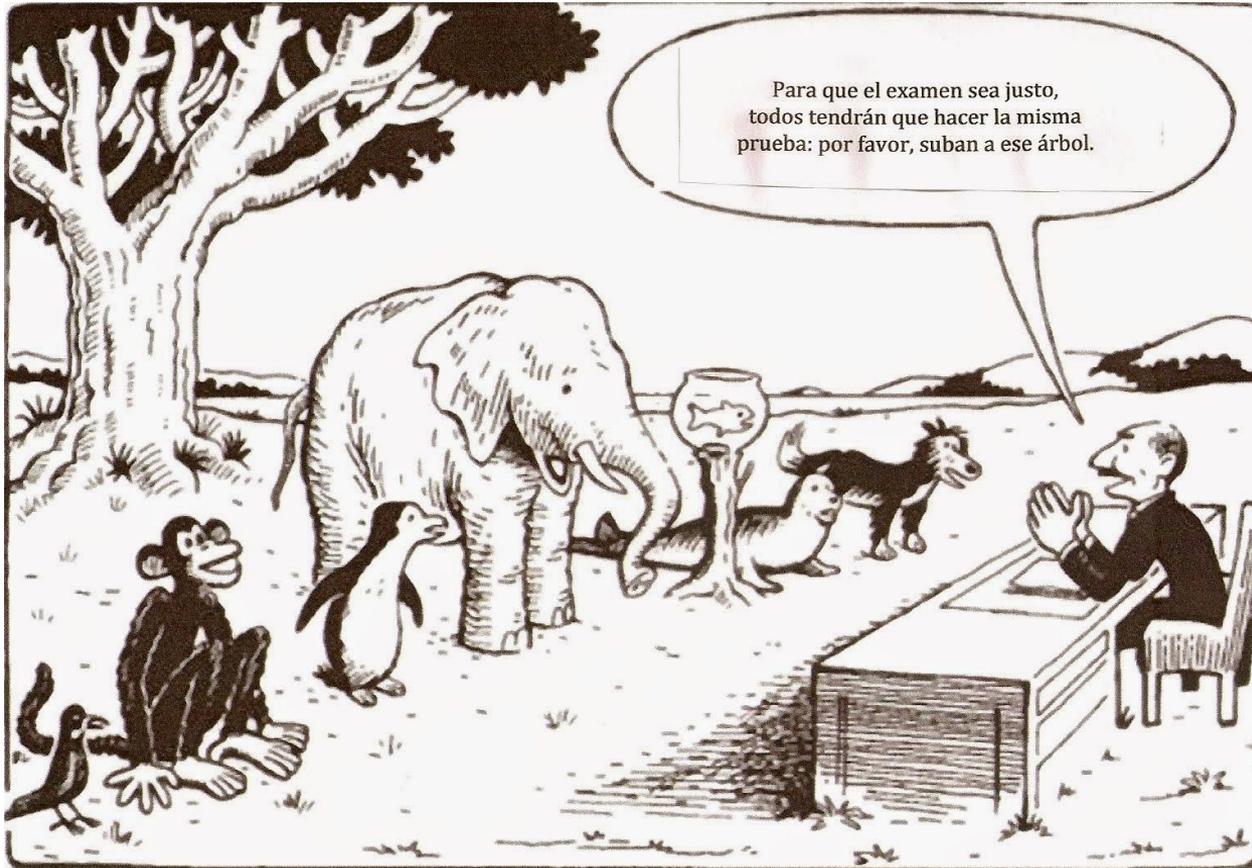
Objetivos del taller

Conocer las herramientas de medición de impacto de SANNAS y de la EBC.

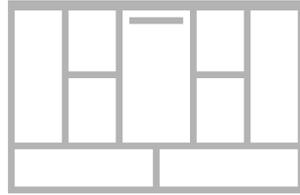
Comprender su uso y aproximación.

Conocer algunos casos de éxito, buenas prácticas y experiencias.

Tener claro dónde conseguir más información.



¿Por donde empezar a ser sostenible?

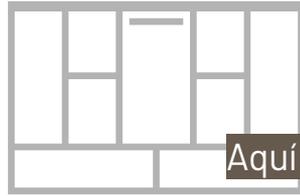


¿Por donde empezar a ser sostenible?



Aquí:

Aquí:



Aquí:

Aquí:

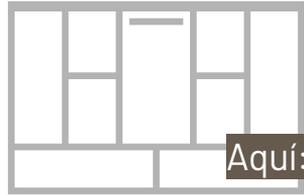


Aquí:

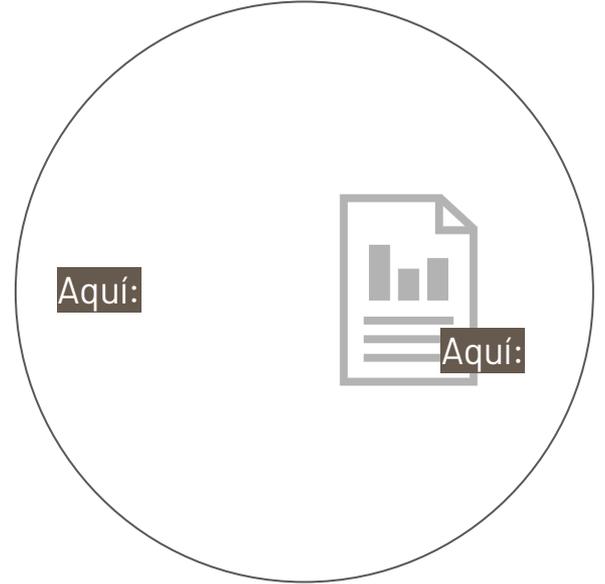
¿Por donde empezar a ser sostenible?



Aquí:



Aquí:



Aquí:

Aquí:



**Triple Balance de
SANNAS**

Para Quién

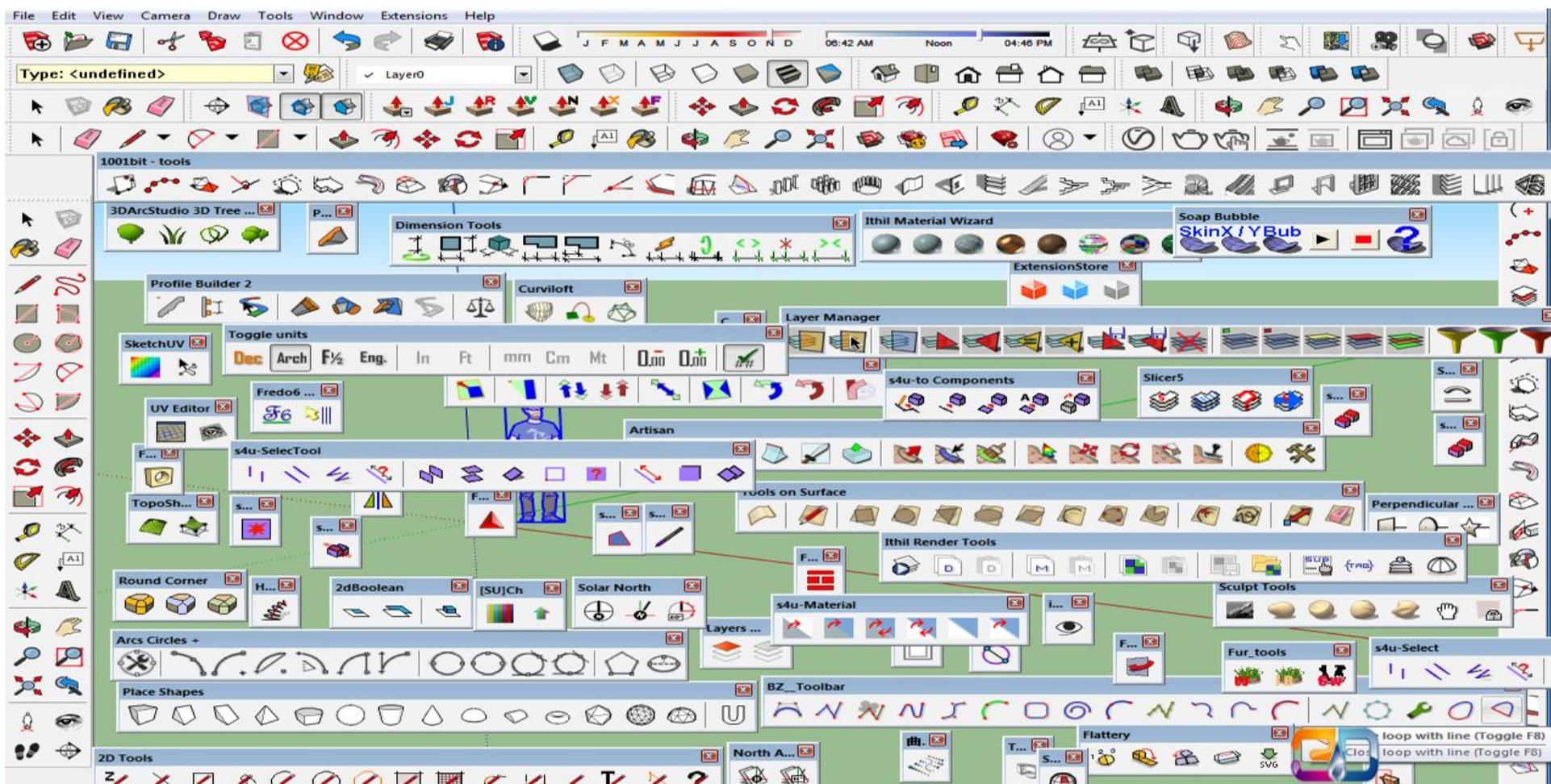
Micropyme ó autónoma

1. 1- 3 personas trabajadoras (empleadas o socias)
2. No tienen muy claro que es la sostenibilidad
3. No tienen mucho tiempo para trabajar en una estrategia
4. Intuición hacia la sostenibilidad (sensibilidad o mercado)
5. Territorio español

Propuesta de valor

Ayudarle a transitar hacia modelos basados en la sostenibilidad:

1. El estado actual de la organización en materia de sostenibilidad
2. Comprender las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (Dir (UE) 2022/2464)
3. Plantear una estrategia de Sostenibilidad en su micropyme
4. Ser parte de alguna red del cuarto sector
5. Desarrollar una lógica de Plugins adaptados a cada nicho de mercado





DISEÑO





Antes



Diseñas triple balance



Gestionas triple balance



Aprendes



Iteras



Estrategia avanzada

Aspecto ecológico



Concepto del Triple Balance de SANNAS



El Triple Balance contiene 5 perspectivas y 3 dimensiones (económica, ecológica y social). Las perspectivas son las siguientes:



1. Sociedad

Incluye todas las personas o grupos de personas no incluidas en las perspectivas anteriores, pero también se refiere a la sociedad en su conjunto. Queremos entender cómo influyen nuestras empresas en la configuración de una nueva sociedad sostenible en sus tres vertientes.



2. Espacio y entorno

Se refiere al espacio físico en el que se encuentra nuestra organización y sus instalaciones.



3. Personas trabajadoras y colaboradoras

Entendemos por trabajadoras a las personas socias, promotoras o que se encuentran en plantilla. Colaboradoras son aquellas personas que aportan valor añadido a la organización y que el 50% de su facturación depende nuestra empresa.



4. Clientela, producto y servicio

Dentro de esta perspectiva analizamos cómo nos comportamos frente al cliente o cómo son nuestros productos y servicios frente a cada una de las dimensiones.

5. Empresas proveedoras

Son aquellas organizaciones o personas que proveen de servicios y/o productos a nuestra empresa. Los suministros estarían incorporados en esta perspectiva.

Temas del Triple Balance de SANNAS

Clica en cada uno de los temas para ir directamente a la sección que buscas



Social



Ecológico



Económico

Sociedad

¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas? pag. 8

¿Tu modelo de negocio está enfocado en lograr una sociedad sostenible? pag. 11

¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable? pag. 14

Espacio y entorno

¿Tu espacio de trabajo favorece tanto el trabajo individual como el colectivo? pag. 17

¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente? pag. 20

¿Tu espacio de trabajo está diseñado para favorecer sinergias que produzcan activación económica? pag. 23

Personas trabajadoras y colaboradoras

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras gozan de bienestar? pag. 26

¿Promueves una cultura ecológica entre las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu empresa? pag. 29

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras participan en la marcha económica de la empresa? pag. 32

Clientela, producto y servicio

¿Son tus P/S accesibles para la mayoría de personas y empresas? pag. 35

¿Mides y mejoras el impacto ecológico en tus productos y servicios? pag. 38

¿Es tu política de precios transparente? pag. 41

Empresas proveedoras

¿Consideras la política social de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 44

¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 47

¿Tienes una política de precios que asegure condiciones justas a las empresas proveedoras? pag. 50

Temas del Triple Balance de SANNAS

Clica en cada uno de los temas para ir directamente a la sección que buscas



Social



Ecológico



Económico

Sociedad

¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas? pag. 8

¿Tu modelo de negocio está enfocado en lograr una sociedad sostenible? pag. 11

¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable? pag. 14

Espacio y entorno

¿Tu espacio de trabajo favorece tanto el trabajo individual como el colectivo? pag. 17

¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente? pag. 20

¿Tu espacio de trabajo está diseñado para favorecer sinergias que produzcan activación económica? pag. 23

Personas trabajadoras y colaboradoras

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras gozan de bienestar? pag. 26

¿Promueves una cultura ecológica entre las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu empresa? pag. 29

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras participan en la marcha económica de la empresa? pag. 32

Clientela, producto y servicio

¿Son tus P/S accesibles para la mayoría de personas y empresas? pag. 35

¿Mides y mejoras el impacto ecológico en tus productos y servicios? pag. 38

¿Es tu política de precios transparente? pag. 41

Empresas proveedoras

¿Consideras la política social de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 44

¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 47

¿Tienes una política de precios que asegure condiciones justas a las empresas proveedoras? pag. 50



¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas?



¿En qué nivel te encuentras?

- Nivel 5** Tenemos implementado un plan estratégico y realizamos un seguimiento para crear modelos de negocio con impacto social positivo.
- Nivel 4** Hemos implementado un plan estratégico que pone a la sociedad y a las personas en el centro.
- Nivel 3** Hemos desarrollado un plan estratégico para poner en el centro a la sociedad y a las personas.
- Nivel 2** Somos conscientes y estamos pensando en desarrollar un plan estratégico para mejorar el impacto social de nuestra actividad.
- Nivel 1** No hemos hecho nada hasta ahora.



¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable?

La pregunta se refiere a si muestras a la sociedad que tu modelo de negocio triple balance es rentable. Buena parte de la sociedad cree que no es posible conjugar responsabilidad medioambiental y social con tener beneficios económicos, y considera que, en el momento en el que una empresa se preocupa de aspectos diferentes a los económicos, se desvía de su propósito como empresa. Esta rentabilidad, entendida como impacto económico positivo, es una de las tres patas de cualquier modelo de negocio que pretenda ser responsable y sostenible.



¿Por qué es importante para SANNAS?

Mostrar que tu modelo de negocio triple balance es rentable es importante porque es la evidencia de que las cosas se pueden hacer de una manera diferente al "business-as-usual". Sirve además como inspiración para otras empresas, lobby para Administraciones Públicas y una prueba para la ciudadanía en general, generando confianza en modelos alternativos y fijando las bases para una sociedad más respetuosa con el medio y las personas.

El despertador

Ejemplos de prácticas que pueden implementarse son:

- Transparencia empresarial: mostrar lo que se hace, cómo se hace y los resultados.
- Publicar información financiera y no financiera.
- Participar en coloquios, charlas, mesas redondas o mentorizar a empresas jóvenes y emprendimientos para mostrar que se pueden hacer negocios de manera diferente a la tradicional.
- Asociarse en organizaciones sectoriales y mostrar el impacto conseguido.

Indicadores

Ejemplos de indicadores para monitorear este tema:

- Existencia de indicadores financieros y no financieros (incluyendo datos históricos).
- Indicadores financieros como ingresos, margen de explotación, masa salarial, rendimientos de capital, EBITDA, etc.
- Indicadores no financieros como los propuestos a lo largo de este manual.
- % de ingresos sobre productos y servicios que buscan realizar un cambio en la sociedad con respecto al total de ingresos.



Bolsas, guardatrajes, saquitos y embalaje responsable en papel y tela.

Desde 2009 somos especialistas en la fabricación y personalización de **embalaje ético y sostenible made in Spain**.

Descubre nuestros productos

Empresas para quienes hemos trabajado. [Ver más](#)

ROSA CLARÁ

**Empresa****Certificada**

Además nos unimos al **movimiento BCorp**, empresas donde el beneficio va más allá del meramente económico

Te ayudamos

Por Teléfono

Nuestro horario



Temas del Triple Balance de SANNAS

Clica en cada uno de los temas para ir directamente a la sección que buscas



Social



Ecológico



Económico

Sociedad

¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas? pag. 8

¿Tu modelo de negocio está enfocado en lograr una sociedad sostenible? pag. 11

¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable? pag. 14

Espacio y entorno

¿Tu espacio de trabajo favorece tanto el trabajo individual como el colectivo? pag. 17

¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente? pag. 20

¿Tu espacio de trabajo está diseñado para favorecer sinergias que produzcan activación económica? pag. 23

Personas trabajadoras y colaboradoras

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras gozan de bienestar? pag. 26

¿Promueves una cultura ecológica entre las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu empresa? pag. 29

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras participan en la marcha económica de la empresa? pag. 32

Clientela, producto y servicio

¿Son tus P/S accesibles para la mayoría de personas y empresas? pag. 35

¿Mides y mejoras el impacto ecológico en tus productos y servicios? pag. 38

¿Es tu política de precios transparente? pag. 41

Empresas proveedoras

¿Consideras la política social de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 44

¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 47

¿Tienes una política de precios que asegure condiciones justas a las empresas proveedoras? pag. 50



¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente?



La pregunta se refiere a que el diseño integral de su espacio laboral, su mantenimiento y funcionamiento no tengan efectos negativos sobre el medio ambiente, son salubres y favorables para el rendimiento de los trabajadores y aumentan su productividad. Podría tratarse de la propia casa en el caso de los trabajadores autónomos.

¿Por qué es importante para SANNAS?

El sector de la construcción es uno de los de mayor impacto. En SANNAS, además de considerar el edificio desde el punto de vista de la eficiencia energética y reducción de emisiones, también entendemos el espacio de trabajo desde la salud que aporta (luz, temperatura, mobiliario, zonas de descanso, etc.) a las personas.

Por otro lado, espacios eficientes y saludables tienen ventajas claras en ahorro de costes como pueden ser la factura de electricidad o – de manera más indirecta – la reducción de absentismo.

El despertador

Ejemplos de prácticas que pueden implementarse son:

- Oficinas, fábricas, almacenes, hogar si eres autónomo, etc. con certificación LEED, BREEAM, PASSIVHAUS, Calificación energética A, etc.
- Reductores de agua en los grifos y criterios de reciclaje del agua.
- Mejorar el uso de la energía del sitio donde trabajamos. Introducir tabiques móviles, paredes transparentes que dejan la luz invadir tu espacio. Utilizar solo

luz natural durante el día. Hacer un uso racional del aire acondicionado con termostato (21°C en invierno, 26 °C en verano).

- Utilizar bombillas, ordenadores, aparatos y máquinas de bajo consumo.
- Poner contenedores adecuados para la separación de residuos en la empresa o incluso la reutilización de los mismos.

Indicadores

Ejemplos de indicadores para monitorear este tema:

- Consumo de energía m² y personas del lugar de trabajo.
- Encuestas de satisfacción de trabajadores y colaboradores al respecto
- Análisis de calidad del aire, compuestos orgánicos volátiles, contaminación electromagnética, ionización.
- N.º y tipo de certificaciones de oficinas, fábricas, almacenes, tu hogar si eres autónomo, etc.

TRIPLE

- Materiales libres de tóxicos
- Sillas ergonómicas
- Calidad del aire
- Contaminación electromagnética
- Economía circular
- Construcción con materiales naturales
- Cálculo huella de carbono
- Eficiencia energética
- Gestión de residuos



Temas del Triple Balance de SANNAS

Clica en cada uno de los temas para ir directamente a la sección que buscas



Social



Ecológico



Económico

Sociedad

¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas? pag. 8

¿Tu modelo de negocio está enfocado en lograr una sociedad sostenible? pag. 11

¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable? pag. 14

Espacio y entorno

¿Tu espacio de trabajo favorece tanto el trabajo individual como el colectivo? pag. 17

¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente? pag. 20

¿Tu espacio de trabajo está diseñado para favorecer sinergias que produzcan activación económica? pag. 23

Personas trabajadoras y colaboradoras

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras gozan de bienestar? pag. 26

¿Promueves una cultura ecológica entre las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu empresa? pag. 29

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras participan en la marcha económica de la empresa? pag. 32

Clientela, producto y servicio

¿Son tus P/S accesibles para la mayoría de personas y empresas? pag. 35

¿Mides y mejoras el impacto ecológico en tus productos y servicios? pag. 38

¿Es tu política de precios transparente? pag. 41

Empresas proveedoras

¿Consideras la política social de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 44

¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 47

¿Tienes una política de precios que asegure condiciones justas a las empresas proveedoras? pag. 50



¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu equipo gozan de bienestar?

Esta pregunta pretende evaluar la situación en la que se encuentran las personas trabajadoras y colaboradoras en lo que se refiere a su situación de tranquilidad, seguridad y estabilidad dentro de la empresa a la vez que evalúa si Recursos Humanos lo conoce y actúa para mejorar esta situación. El bienestar puede lograrse trabajando las condiciones laborales, el desarrollo profesional, el grado de conciliación de la vida personal, familiar y profesional, la movilidad, el ambiente laboral, el grado de igualdad e inclusión, etc.



¿Por qué es importante para SANNAS?

Las personas trabajadoras y colaboradoras son la columna vertebral de una organización, uno de los principales grupos de interés más relevantes en cuanto a impacto e influencia. Por eso, su bienestar, su motivación y satisfacción son de gran valor.

El despertador

Ejemplos de prácticas que pueden implementarse son:

- Encuesta 360 de par a par y a dirección y/o encuesta de clima laboral.
- [Happyforce](#) es una aplicación que permite medir el índice de felicidad diario de la plantilla.
- Disponer de un Manual donde el personal pueda encontrar sus derechos, sus responsabilidades, y cualquier política interna que les atañe.
- Tener reuniones periódicas (i.e semestrales) personales en las que se trate el bienestar y desarrollo profesional del personal.
- Presentar indicadores de igualdad y diversidad.

- Plan de formación y desarrollo profesional.
- Nombrar representantes sindicales o persona delegada en la empresa.

Indicadores

- Indicadores desglosados por género, categoría laboral, edad, etc. de rotación, remuneración, medidas de conciliación, propiedad de la empresa, promoción interna, baja laboral, reincorporación baja m/ paternidad.
- Grado de satisfacción y sentido de pertenencia del personal con su trabajo, el proyecto de empresa y el equipo.
- N.º de reclamaciones internas realizadas, atendidas y resueltas (también en %).
- % del equipo que recibe evaluaciones de desempeño y las realiza a jefatura.
- Participación del equipo en iniciativas sociales (en horas de trabajo).



Alimentación consciente y sostenible 20 años produciendo BioKombucha con valor y amor



Apostamos en un modelo sostenible, social y ecológico; como parte de una visión más grande de una coexistencia pacífica y sana entre todos los seres vivos.

Temas del Triple Balance de SANNAS

Clica en cada uno de los temas para ir directamente a la sección que buscas



Social



Ecológico



Económico

Sociedad

¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas? pag. 8

¿Tu modelo de negocio está enfocado en lograr una sociedad sostenible? pag. 11

¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable? pag. 14

Espacio y entorno

¿Tu espacio de trabajo favorece tanto el trabajo individual como el colectivo? pag. 17

¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente? pag. 20

¿Tu espacio de trabajo está diseñado para favorecer sinergias que produzcan activación económica? pag. 23

Personas trabajadoras y colaboradoras

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras gozan de bienestar? pag. 26

¿Promueves una cultura ecológica entre las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu empresa? pag. 29

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras participan en la marcha económica de la empresa? pag. 32

Clientela, producto y servicio

¿Son tus P/S accesibles para la mayoría de personas y empresas? pag. 35

¿Mides y mejoras el impacto ecológico en tus productos y servicios? pag. 38

¿Es tu política de precios transparente? pag. 41

Empresas proveedoras

¿Consideras la política social de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 44

¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 47

¿Tienes una política de precios que asegure condiciones justas a las empresas proveedoras? pag. 50



¿Es tu política de precios transparente?



La pregunta se refiere al alcance que se da a la información sobre los costes de los productos y servicios destinada a la persona consumidora final o clientela, con el fin de fomentar la transparencia y facilitarles la posibilidad de valorar si los precios son justos en relación al producto o servicio ofrecido.

¿Por qué es importante para SANNAS?

La información que aportan los precios de los mercados hoy en día es insuficiente para valorar si éstos son justos o no. Detrás de los precios no somos capaces de vislumbrar si una empresa respeta el medio ambiente, los derechos humanos, o por el contrario los explota. Si la información que aportan los precios fuera suficiente, no nos encontraríamos en la encrucijada que se encuentran nuestras sociedades.

Diversos estudios también muestran que la transparencia en precios y costes aumentan la atracción del consumo y las ventas de los productos (véase Profundiza y mejora).

El despertador

Ejemplos de prácticas que pueden implementarse son:

- Presentar presupuestos/precios desglosados a la clientela.
- Hacer públicos – ej. en página web – los precios para permitir comparativas.

- La empresa Fairphone presenta un [desglose de gastos](#) de su teléfono Fairphone.
- La empresa de moda [Everlane](#) presenta sus gastos totalmente desglosados.
- Para servicios *ad hoc* una buena práctica puede ser mostrar rangos de precios o el coste de la hora de trabajo.

Indicadores

Ejemplos de indicadores para monitorear este tema:

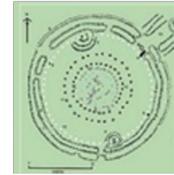
- % de productos/servicios en los que se presenta de forma desglosada el destino del ingreso.
- Canales de comunicación de precios (número y tipo).



**mercado
Social**

**valor
financiero**

FINANZAS ÉTICAS
TU DINERO PUEDE TRANSFORMAR EL MUNDO



FonRedess

Fondo para el desarrollo de redes de economía social y solidaria



Temas del Triple Balance de SANNAS

Clica en cada uno de los temas para ir directamente a la sección que buscas



Social



Ecológico



Económico

Sociedad

¿Tu modelo de negocio pone en el centro a la sociedad y las personas? pag. 8

¿Tu modelo de negocio está enfocado en lograr una sociedad sostenible? pag. 11

¿Muestras a la sociedad que tu modelo de negocio es rentable? pag. 14

Espacio y entorno

¿Tu espacio de trabajo favorece tanto el trabajo individual como el colectivo? pag. 17

¿Tu espacio de trabajo es sostenible y eficiente? pag. 20

¿Tu espacio de trabajo está diseñado para favorecer sinergias que produzcan activación económica? pag. 23

Personas trabajadoras y colaboradoras

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras gozan de bienestar? pag. 26

¿Promueves una cultura ecológica entre las personas trabajadoras y/o colaboradoras de tu empresa? pag. 29

¿Las personas trabajadoras y/o colaboradoras participan en la marcha económica de la empresa? pag. 32

Clientela, producto y servicio

¿Son tus P/S accesibles para la mayoría de personas y empresas? pag. 35

¿Mides y mejoras el impacto ecológico en tus productos y servicios? pag. 38

¿Es tu política de precios transparente? pag. 41

Empresas proveedoras

¿Consideras la política social de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 44

¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra? pag. 47

¿Tienes una política de precios que asegure condiciones justas a las empresas proveedoras? pag. 50



¿Consideras la política ambiental de tus empresas proveedoras en el proceso de compra?

La pregunta se refiere al grado de importancia que tiene la política ambiental de las empresas proveedoras en la selección y contratación de productos y servicios.



¿Por qué es importante para SANNAS?

Las empresas SANNAS tenemos en cuenta el impacto ambiental de la esfera en la que actuamos y promovemos un cambio en la misma. Buscamos empresas proveedoras que no tengan impacto ambiental - porque estén integrados en los ciclos de la naturaleza o en la **Tecnosfera** - o que se esfuercen en minimizarlos. Además, colaboramos con ellos en la transición.

Por otro lado, las empresas proveedoras de bajo impacto ambiental están abiertas a explorar nuevos caminos que muestran oportunidades de innovación. Por último, la regulación ambiental es cada vez más exigente y debemos buscar alianzas que se estén adaptando a estos cambios.

El despertador

Ejemplos de prácticas que pueden implementarse son:

- Seleccionar empresas proveedoras con distinción ecológica (véase profundidad y mejora).
- Colaborar en la consecución de sellos aportando asesoría, seguimiento, personal, etc.

- Disponer de datos de impacto, seguimiento, y evaluación de las empresas.
- Realizar formación - sensibilización a empresas proveedoras.

Indicadores

Ejemplos de indicadores para monitorear este tema:

- Tienes publicada tu política de contratación de empresas (Sí/No).
- % de empresas proveedoras que cumplen con tu política.
- % de gasto que cumple con tu política.
- Indicadores que puedes utilizar para la selección de empresas proveedoras puedes encontrarlos en las perspectivas "clientela" y "sociedad" de esta misma dimensión.



Rols Carpets

- Proveedores de km0
- Definen Código de Conducta de proveedores
- Incluyen en el CoC requisitos relativos a entorno
- Situados en Crevillente (Alicante)



A portrait of a man with short, dark hair and a neutral expression, looking directly at the camera. He is wearing a dark-colored shirt. The background is a solid, bright yellow color. The text "¿Se entiende?" is overlaid in white, centered on the man's face.

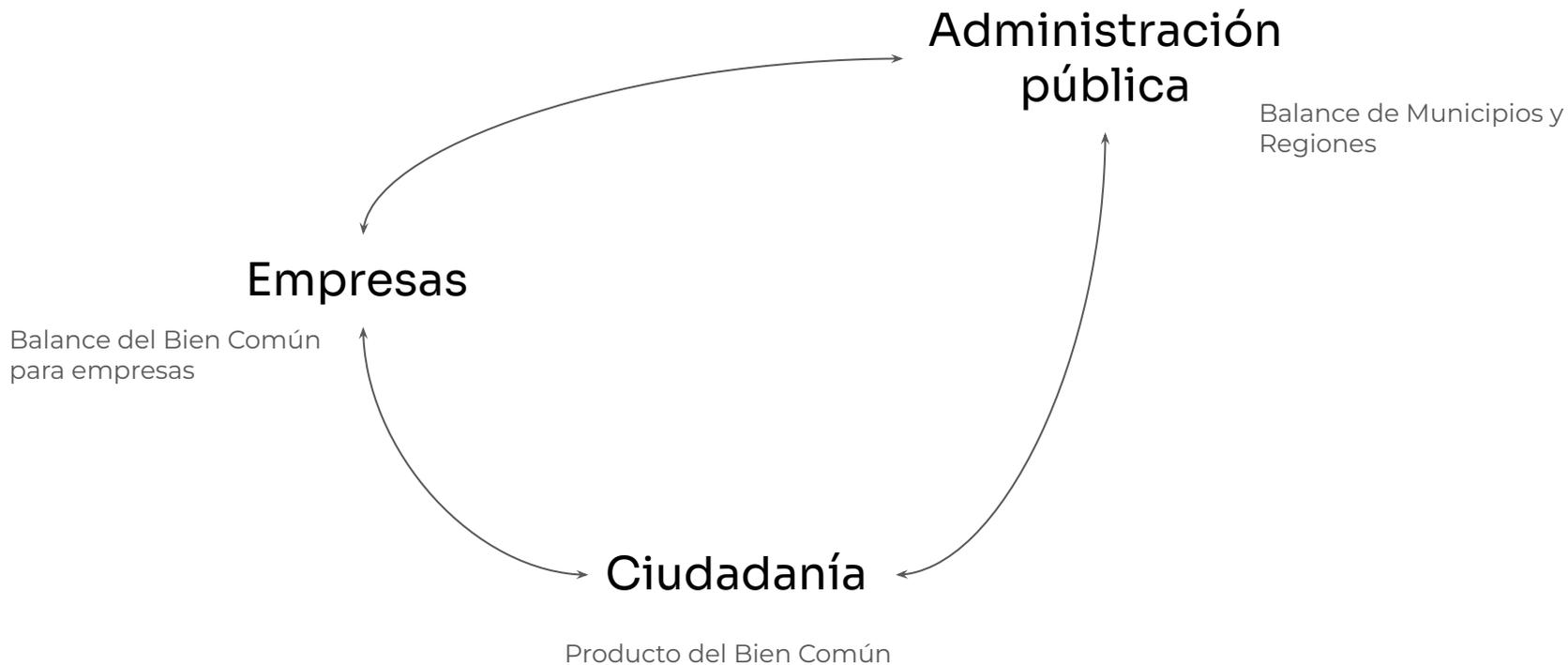
¿Se entiende?

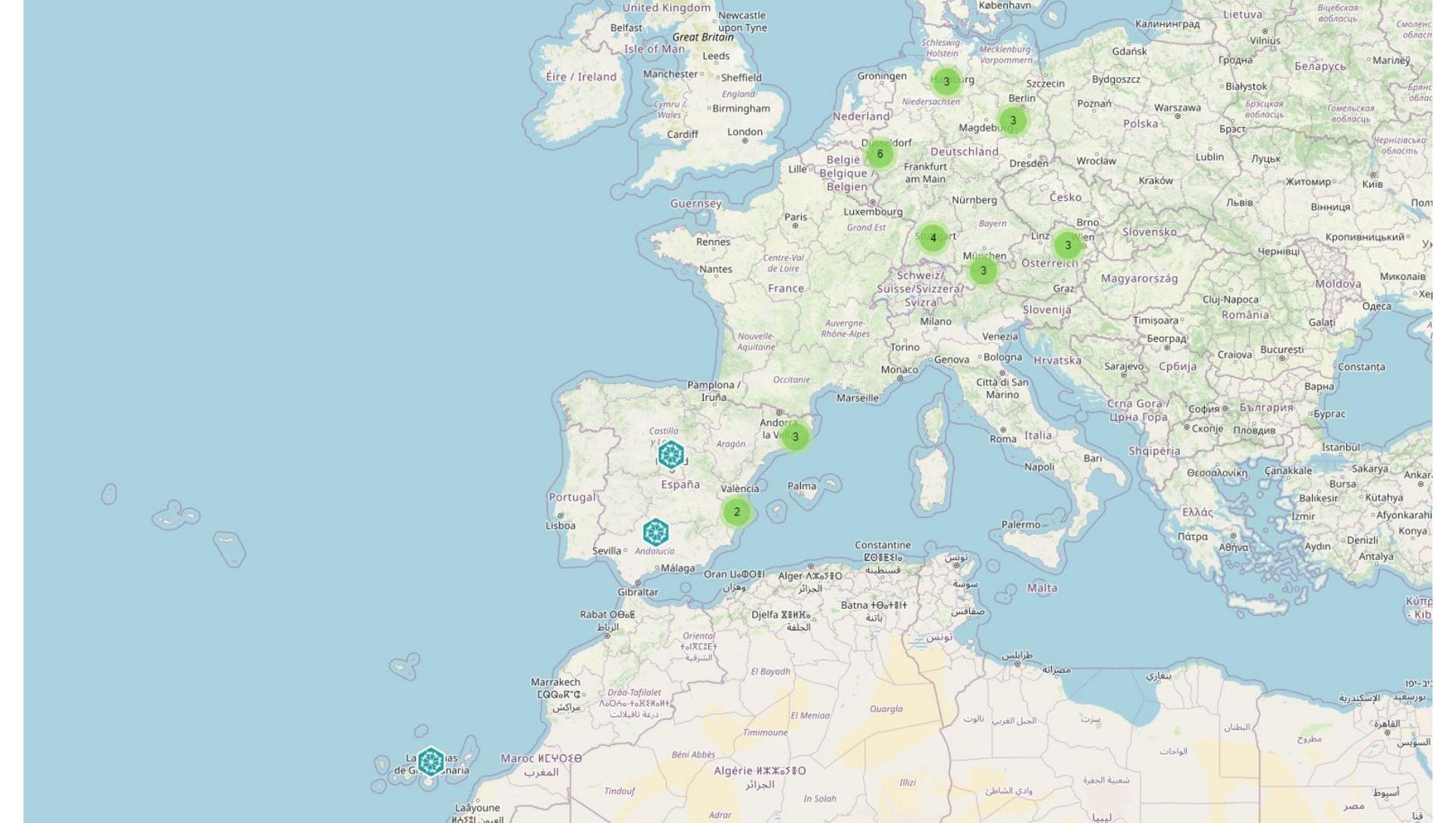


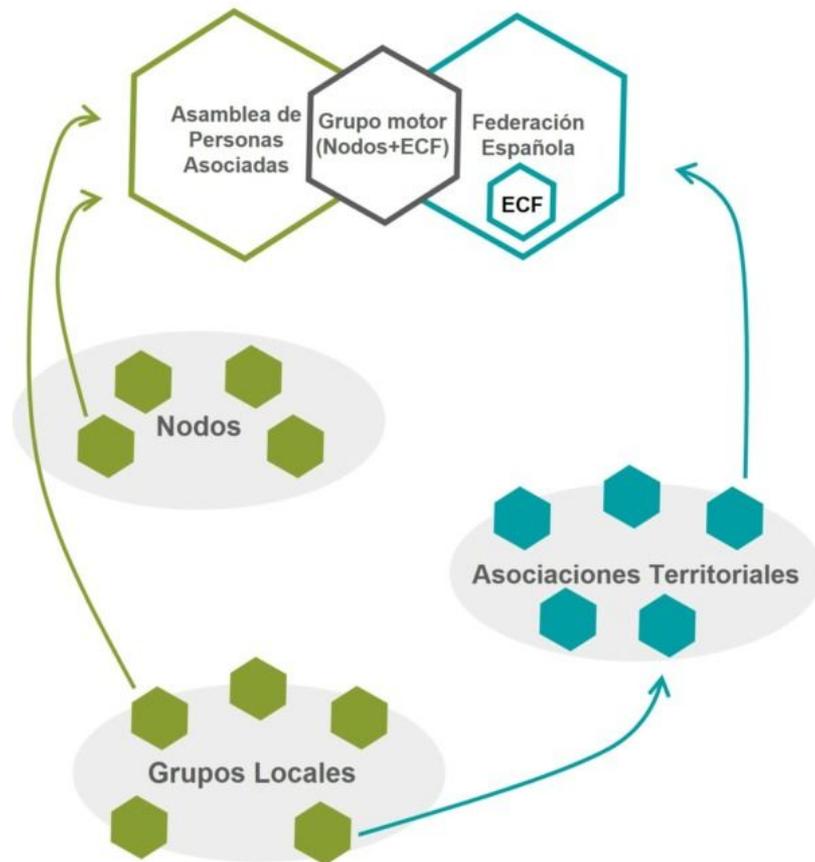
Economía del Bien Común











Propósito y visión

- ¿Cuál es el propósito de nuestra organización en relación al bien común?
- ¿Qué efectos sociales positivos tienen nuestros productos y servicios?
- ¿Qué visión unificadora tenemos de nosotros mismos como organización orientada al bien común (interna y externamente)?



Necesidades clave, deseos, problemas

- ¿Cuáles son las necesidades, deseos y problemas clave de las partes interesadas que satisfacemos, cumplimos o resolvemos? (nota: no es necesario para todas las partes interesadas)
- ¿Qué resultados y condiciones económicas, sociales y ambientales positivas les gustaría lograr a nuestras partes interesadas?



Propuesta y creación de valor - Beneficios deseados/alcanzados, impacto y valor añadido para todas las partes interesadas



Entorno social

- ¿Cómo hacemos la diferencia a través de nuestro trabajo y creamos beneficios/valor agregado para nuestras partes interesadas a través de los cuatro valores principales de la Economía del Bien Común?
- ¿Cómo podemos ponerlo en práctica y cómo trabajamos juntos?
- ¿Qué efectos concretos queremos obtener para nosotros y para nuestras partes interesadas?
- ¿Cuáles de las necesidades / deseos / problemas clave identificados en el paso 1b se responden?

Cientes y otras empresas

- ¿Cómo hacemos la diferencia a través de nuestro trabajo y creamos beneficios/valor agregado para nuestras partes interesadas a través de los cuatro valores principales de la Economía del Bien Común?
- ¿Cómo podemos ponerlo en práctica y cómo trabajamos juntos?
- ¿Qué efectos concretos queremos obtener para nosotros y para nuestras partes interesadas?
- ¿Cuáles de las necesidades / deseos / problemas clave identificados en el paso 1b se responden?

Empleados

- ¿Cómo hacemos la diferencia a través de nuestro trabajo y creamos beneficios/valor agregado para nuestras partes interesadas a través de los cuatro valores principales de la Economía del Bien Común?
- ¿Cómo podemos ponerlo en práctica y cómo trabajamos juntos?
- ¿Qué efectos concretos queremos obtener para nosotros y para nuestras partes interesadas?
- ¿Cuáles de las necesidades / deseos / problemas clave identificados en el paso 1b se responden?

Propietarios y socios financieros

- ¿Cómo hacemos la diferencia a través de nuestro trabajo y creamos beneficios/valor agregado para nuestras partes interesadas a través de los cuatro valores principales de la Economía del Bien Común?
- ¿Cómo podemos ponerlo en práctica y cómo trabajamos juntos?
- ¿Qué efectos concretos queremos obtener para nosotros y para nuestras partes interesadas?
- ¿Cuáles de las necesidades / deseos / problemas clave identificados en el paso 1b se responden?

Proveedores

- ¿Cómo hacemos la diferencia a través de nuestro trabajo y creamos beneficios/valor agregado para nuestras partes interesadas a través de los cuatro valores principales de la Economía del Bien Común?
- ¿Cómo podemos ponerlo en práctica y cómo trabajamos juntos?
- ¿Qué efectos concretos queremos obtener para nosotros y para nuestras partes interesadas?
- ¿Cuáles de las necesidades / deseos / problemas clave identificados en el paso 1b se responden?

Actividades principales y recursos

A partir de nuestra propuesta de valor, ¿cuáles son las actividades principales y los recursos necesarios para la creación de este valor?



Gastos = ingresos de las partes interesadas

- ¿Cuáles son nuestros costos fijos y variables?
- ¿Cuáles son las bases de un diseño de costos orientado al bien común? (política de compras, política salarial, política de financiación, costos externos)



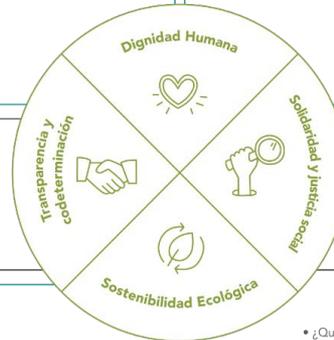
Ingresos/financiamiento a través de partes interesadas



- ¿Desde qué áreas/tipos de ingresos generamos valor agregado?
- ¿Cómo es nuestra fijación de precios orientada al bien común?
- ¿Cómo aseguramos nuestra independencia financiera con/a través de nuestras partes interesadas?
- ¿Cuál será nuestro enfoque en caso de obtener muy buenas ganancias?

Contribución al bien común (resumen)

- ¿Qué contribuciones al bien común son las más importantes para nuestra organización?
- ¿Qué no está actualmente en nuestra mira y debería recibir más atención?
- ¿Sobre qué aspectos debemos abstenernos para el bien común?



Matriz del Bien Común

- ¿Qué áreas hemos trabajado adecuadamente? (marca de verificación)
- ¿En qué áreas necesitamos actuar con mayor urgencia? (círculo)
- ¿Qué áreas no son prioridad actualmente? (en blanco)

	A1	A2	A3	A4
B1	B1	B2	B3	B4
C1	C1	C2	C3	C4
D1	D1	D2	D3	D4
E1	E1	E2	E3	E4

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 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



SONNENTOR

SHOP

STORES

VISIT

ABOUT US



Search term



Los contratos de cultivo
y suministro tienen en
cuenta las condiciones
locales, con precios
mínimos garantizados
por encima del
mercado.

[FIND MORE](#)

FROM € 3.29

**35 years specialist for
herbs and spices**



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

Descubre el mundo de la Tierra Verde en el Almtal

Todos los edificios propiedad de la compañía han sido renovados ecológicamente y se realizan inversiones anuales en la expansión de la movilidad eléctrica y fotovoltaica.



bistro



Mostrar producción



Zona exterior



Sumérgete en el mundo de la tierra verde ...

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

La empresa es propiedad de las propias personas empleadas, que no quieren limitar el liderazgo empresarial a unas pocas. Utilizan la forma de organización Holocracia, por la que todas las tareas se dividen en roles que siempre se pueden redefinir o llenar.

always beautiful

unsere nachhaltigen und stilvollen trinkflaschen aus glas

jetzt kaufen



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 on 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



PRODUKTE ▾

ColumNATURA® ▾

AKADEMIE ▾

GÄSTEHAUS

ATENTO

BLOG

NATURSALON FINDEN

DEUTSCH ▾



cosméticos
para el cabello
que no dañan la
piel y están
hechos de
productos
naturales.

Beste aus der Natur
für Haut und Haar.

Lebendig. Natürlich. Ehrlich. Seit 1996.



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 on 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

buch7 es una empresa con nueve personas empleadas, más de dos millones de euros en ventas y una donación acumulada de más de 500.000 euros, lo que corresponde a alrededor del 75 por ciento de las ganancias. Las donaciones se realizan sin burocracia a pequeños proyectos.

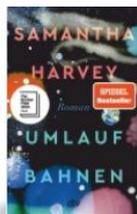


1.003.272€ ya donado
Book7 dona el 75% de las ganancias, ¡sin pagar más!
Funciona tan fácilmente libro de apoyo7

Gratis y CO₂do- envío neutral
en Alemania por más de 10 millones de artículos
Electricidad verde en book7 Pago y envío

Comprar cupón
El cupón que hace el bien: la idea de regalo ideal
¡Da dos veces con book7!

Los bestsellers actuales de buch7:



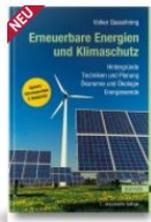
Límite

O órbitas



Libro de tapa blanda

Soledad y resentimiento



Límite

Energías renovables y protección del clima



Límite

El eje de los autócratas



libro

El niño en ti debe encontrar su hogar



libro

Poderes de autocuración



A portrait of a man with short dark hair and a questioning expression, looking directly at the camera. The background is a solid bright yellow. The text '¿Bien?' is overlaid in white on his face.

¿Bien?

Dudas y preguntas

**VERDES
DIGITALES**



¿Nos ejercitamos?



“Cambiar la economía actual es cómo reparar un avión en pleno vuelo”

Diseñando Culturas Regenerativas.
Daniel Christian Wahl

Thank

You