

El paper de les empreses d'Economia Social en la sostenibilitat del sector turístic

Nom de l'estudiant: Paula Muro Mauri

Nom del tutor/a: Gonzalo Berger Mulattieri

Data d'entrega: 28 de juny de 2020

MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: 5è

Estudis: Doble Titulació en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació i Turisme
i Gestió del Lleure

Gràcies a totes les empreses que, en moments on tot ha trontollat, s'han mostrat obertes a col·laborar en aquest projecte.

Gràcies al meu tutor per no posar-me pedres al camí.

Gràcies, també, al meu pare i a la meva mare i a l'Hèctor i la Xènia per fer-me sentir com a casa (fins i tot de forma telemàtica).

A les 12 camarades que m'han acompanyat en aquesta aventura que és la universitat.

I al Roger, la Carla i la Jordina.

I al covid-19 per mostrar-nos vulnerables davant d'un sistema que ja fa temps que ha de canviar.

RESUM

L'actual importància del sector turístic en l'economia catalana és indiscutible. No obstant això, cal remarcar els impactes negatius que aquest genera tant a la societat com al medi ambient. En aquest context, sorgeixen a Catalunya propostes emmarcades dins de l'Economia Social amb l'objectiu de revertir aquests costos. Així doncs, amb el present treball es pretén avaluar, mitjançant la Matriu del Bé Comú, la sostenibilitat d'aquesta tipologia d'empreses enfront de les d'economia tradicional.

Paraules clau: *economia social, cooperatives, Matriu del Bé Comú, sector turístic, impactes negatius, eixos de la sostenibilitat, contribució al bé comú.*

RESUMEN

La actual importancia del sector turístico en la economía catalana es indiscutible. Sin embargo, es necesario remarcar los impactos negativos que este genera tanto a la sociedad como al medio ambiente. En este contexto, surgen en Cataluña propuestas enmarcadas dentro de la Economía Social con el objetivo de revertir estos costes. Así, con el presente trabajo se pretende evaluar, mediante la Matriz del Bien Común, la sostenibilidad de esta tipología de empresas frente a las de economía tradicional.

Palabras clave: *economía social, cooperativas, Matriz del Bien Común, sector turístico, impactos negativos, ejes de la sostenibilidad, contribución al bien común.*

ABSTRACT

The current importance of the tourism sector in the Catalan economy is undeniable. However, it is necessary to highlight the negative impacts that this sector generates to both the society and the environment. In this context, proposals framed within the Social Economy arise in Catalonia with the aim of reversing these costs. Therefore, the aim of this work is to evaluate, through the Matrix of the Common Good, the sustainability of this type of companies compared with those of traditional economy.

Key words: *Social economy, cooperatives, Common Good Matrix, tourism sector, negative impacts, axes of sustainability, contribution to the common good.*

Índex

0. Introducció	6
1. Rellevància científica del tema.....	7
2. Marc teòric.....	9
2.1. Economia social i cooperatives	9
2.2. Història del cooperativisme a Catalunya.....	12
2.3. Impactes negatius del sector turístic.....	15
2.3.1. Costos econòmics.....	16
2.3.2. Costos socioculturals	17
2.3.3. Costos mediambientals.....	17
2.4. Desenvolupament sostenible del sector turístic.....	18
2.5. Relació entre l'economia social i la sostenibilitat del sector turístic.....	19
2.6. L'Economia del Bé Comú	20
2.7. Conclusions marc teòric	23
3. Hipòtesi i objectius de treball	24
4. Metodologia	25
4.1. Recollida de dades i puntuació del bé comú.....	27
5. Mostra de l'estudi.....	52
6. Resultats.....	52
6.1. Empreses d'economia social (cooperatives).....	52
6.1.1. Prospeccions en Sorra, SCCL	52
6.1.2. Gisfera, SCCL.....	56
6.1.3. Costa Brava Centre, SCCL	58

6.1.4. Sambucus, SCCL	61
6.2. Societats Limitades	65
6.2.1. Fent País, SL	65
6.2.2. Grums Barcelona Hotel&Spa, SL	68
6.2.3. Societat Limitada "A"	71
6.2.4. Societat Limitada "B"	74
6.3. Comparació de mitjanes	76
7. Conclusions	79
8. Referències bibliogràfiques	82

0. Introducció

El sector turístic a Espanya va suposar l'11,7% del PIB l'any 2018, aportant un valor a l'economia espanyola de 137.020 milions d'euros, així com 2,6 milions de llocs de treball, és a dir, un 12,8% del total de l'ocupació del país (Instituto Nacional de Estadística, 2018).

L'any 2018 van visitar Espanya un total de 82,8 milions de turistes internacionals, augmentant un 1,1% respecte a les dades de 2017 (Frontur, 2018). Aquests van consumir 89.856 milions d'euros (un 3,3% més que l'any 2017), situant-se en segona posició del rànquing mundial pel que fa a l'arribada de turistes i ingressos, després de França i els Estats Units, respectivament (Egatur, 2018).

Amb un total de 467.499.501 pernoctacions l'any 2018, les respectives als hotels (un 73% del total), es van reduir un 0,1%. En la resta de tipologies d'allotjament, les pernoctacions es van reduir de forma conjunta un 2,6%, exceptuant les realitzades en càmpings i allotjaments rurals, que augmenten respecte a l'any anterior (INE, 2019).

Amb tot, veiem que es tracta del sector més dinàmic de l'economia espanyola, sent l'Estat Espanyol una de les destinacions mundials per excel·lència. De fet, segons dades extretes de l'informe *European Union Tourism Trends*, realitzat per l'Organització Mundial del Turisme, aquesta activitat seguirà creixent a Europa un 1,5% anual fins al 2030 (World Tourism Organization, 2018).

No obstant això, segons el que s'esmenta a l'informe *La Ciudad digital al Servicio del ciudadano*, publicat per l'organització Minsait, on apareixen els reptes d'Espanya respecte al desenvolupament sostenible de les ciutats, es destaca que un dels reptes que més urgeix a l'Estat és la creació d'un turisme més sostenible. "Sense una estratègia adequada, pot conduir a l'economia local a una excessiva dependència i terciarització de l'ocupació, així com dificultar la prestació de serveis públics municipals a una població flotant que en ocasions traspasa significativament la de residents permanents" (González i Sarmiento, 2016).

Aquesta activitat genera impactes en la societat, en l'economia i en el medi ambient, ja que existeix una interacció entre els turistes, la destinació i l'entorn on es desenvolupa l'activitat. Aquests impactes poden ser tant positius com negatius. Tot i això, l'estratègia

llarg termini del sector turístic passa per un creixement sostenible d'aquest, on la població local es beneficiï directament i no es destrueixin patrimonis naturals i culturals (Artiz, 2018), o dit d'una altra manera, intentant reduir els impactes negatius.

És en aquest context on nombroses organitzacions i autors es dediquen a definir objectius de desenvolupament sostenible. Per importància, destaquem els *17 Objectius de Desenvolupament Sostenible* de l'Organització de les Nacions Unides, així com l'adequació d'aquests al sector turístic realitzada per l'Institut de Turisme Responsable a partir de les resolucions de la *Cumbre Mundial de Turismo Responsable* (Instituto de Turismo Responsable, 2017).

És aquí on les empreses d'economia social i, en essència les cooperatives, per la seva naturalesa empresarial, juguen un triple rol en l'execució d'aquests objectius:

Com a actors econòmics, creen oportunitats de treball, sustentament i ingressos; com a organitzacions socials basades en un objectiu comú i un vincle comú, amplien la protecció i la seguretat i contribueixen a la igualtat i la justícia social; i com a associacions d'individus controlades democràticament, tenen un paper constructiu a les comunitats i nacions, a la societat i a la política (Schwettmann, 2014).

1. Rellevància científica del tema

En una primera aproximació a la literatura científica existent, es destaquen estudis realitzats sobre l'impacte de les empreses l'economia social de qualsevol àmbit i sector d'activitat. En aquest sentit, (Vilaseca,2019) fa un estudi de la dimensió ecològica d'aquestes empreses i com aquestes poden ser claus per a la transició ecològica a Catalunya. L'autora conclou, després d'utilitzar indicadors quantitius, "que no hi ha una evolució positiva pel que fa als indicadors ambientals interns de les organitzacions" i que només un 34% de les empreses estudiades es podrien considerar mediambientalment ecològiques (Vilaseca, 2019).

Paral·lelament, (Pubill, 2019) estudia aquestes empreses des d'una perspectiva feminista, en quant a inserció sociolaboral de les dones a Catalunya. L'autora conclou

que les empreses d'economia social repeteixen els rols de gènere que es reproduïxen a les empreses capitalistes. Des d'un punt de vista de les entitats públiques (Sanfacundo, 2019), proposa un projecte pilot per acompanyar a dones en la creació de cooperatives.

En la mateixa línia, el Consell Econòmic i Social de Barcelona va fer l'any 2013 un estudi sobre l'impacte de l'economia social en l'ocupació i l'economia a Catalunya. Aquest conclou que l'economia social afavoreix la cohesió social, ja que crea més ocupació en col·lectius desfavorits "dones més grans de 45 anys, persones majors de 55 anys, persones amb discapacitat, col·lectius en situació de risc d'exclusió social, etcètera" (Consell Econòmic i Social de Barcelona, 2013).

De fet, l'estudi estima que el 73% de les persones que treballaven el 2008 a empreses d'economia social eren dones i que el 26% no tenien estudis, gairebé nou punts per sobre de la mitjana catalana. A més, destaca que l'ocupació que es crea és més estable i amb un menor ús de la jornada parcial i diferències salarials reduïdes entre les diferents categories de treballadores (Consell Econòmic i Social de Barcelona, 2013).

Respecte a la relació entre els valors cooperatius i la responsabilitat social corporativa present en empreses capitalistes i cooperatives, Vargas i Vaca escriuen que "és necessari que totes les tipologies d'empreses comptin amb directius que tinguin els valors adequats per a implantar una cultura organitzativa responsable". Tot i això, moltes empreses decideixen no optar per implementar polítiques de responsabilitat corporativa, sigui pel seu cost o perquè els beneficis d'aquestes no es veuen a curt termini (Vargas i Vaca, 2005).

Els autors, doncs, argumenten que les cooperatives faciliten el desenvolupament de la responsabilitat social corporativa, ja que entén que aquestes integren els grups d'interès i que generen amb ells relacions basades en la participació, transparència i confiança (Vargas i Vaca, 2005).

Pel que fa a l'estat de la literatura en relació amb l'economia social i el turisme, cal esmentar que aquesta és escassa, ja que "el fenomen del cooperativisme ha estat pràcticament inexistent en l'àmbit turístic fins molt recentment" (Fernández i Puig, 2002).

Tot i això, es destaquen estudis sobre l'impacte d'aquesta tipologia d'empreses, en essència de turisme rural, als procediments de desenvolupament rural. En són un

exemple les aplicacions a Andalusia (Flores i Barroso, 2011) i a la Comunitat Valenciana (Fernández i Puig, 2002).

Així doncs, un cop revisada la bibliografia existent, es conclou que l'estudi de l'impacte real que tenen aquestes formes empresarials en la consecució dels objectius sostenibles per al sector turístic en general i, en concret, a Catalunya, no ha arribat a avaluar-se.

És per aquesta raó que neix el present estudi, junt amb una sèrie de motivacions personals. En primer lloc, l'interès per aprofundir en la matèria de l'economia social i en el món cooperatiu en concret. En segon lloc, per esbrinar si, realment, es tracta d'un model alternatiu al d'economia tradicional capitalista per fer front als reptes que, com a societat, hem d'afrontar al segle XXI.

A més, la curiositat de conèixer si les empreses del sector turístic (tant d'allotjament, com de restauració, agències de viatge, així com altres serveis turístics) que es troben englobades dins de l'economia social són la resposta necessària per construir un model turístic més sostenible, ja que podria plantejar-me la creació d'una cooperativa del sector turístic en un futur, emmarcat en un projecte personal emprenedor.

2. Marc teòric

2.1. Economia social i cooperatives

L'economia social, també anomenada tercer sector, és un terme designat al sector empresarial comprès per cooperatives, societats laborals, associacions, mutualitats, fundacions, empreses d'inserció, centres especials d'ocupació, confraries de pescadors i societats agràries de transformació. Aquest sector està situat entre el sector públic i el sector de l'economia tradicional (Monzón, 2006) i té unes característiques concretes:

- Són iniciatives que procedeixen d'un grup de ciutadans.
- El poder polític a l'interior de l'empresa no es fonamenta en la propietat del capital.
- Hi ha una participació dels treballadors i dels socis en els òrgans polítics de l'empresa.
- Existeix una distribució limitada o no dels beneficis.
- Existeix un objectiu explícit de benefici a la comunitat (Generalitat de Catalunya, 2001).

Les empreses d'economia social neixen a Europa durant el segle XIX, degut a les desigualtats socials generades després tant de la revolució industrial com de l'evolució del capitalisme entre els segles XVIII i XIX. Així doncs, aquesta tipologia d'empresa sorgeix per intentar "cobrir mancances que el mercat o l'Estat no cobreixen o satisfan de manera insuficient" (Serrano, Crespo, Celma, i Martínez, 2016).

L'any 2016, l'economia social va generar més de 13,6 milions de llocs de treball remunerat a la Unió Europea, suposant un 6,3% de la població activa, es van comptabilitzar més de 232 milions de membres de cooperatives, mutualitats i similars i més de 2,8 milions d'entitats i empreses. (Comité Económico y Social Europeo, 2016)

En el cas concret de les cooperatives, el 2004 hi havia 250.000 societats cooperatives registrades com a tal a la UE, donant feina a 5,4 milions de persones. Segons (Díaz i Marcuello, 2010), citant a la Comissió de Comunitats Europees, "el rendiment de les cooperatives no es mesura pel retorn de la inversió, sinó pel servei que faciliten als seus socis".

Tanmateix, ja des de la dècada dels anys vuitanta, s'observa una relació entre la creació de cooperatives i el creixement econòmic. Tal com esmenta (Serrano et al., 2016), "el cooperativisme actua com a refugi o instrument per a la generació i manteniment de llocs de treball i de les rendes procedents del treball", ja que, com argumenta en el seu estudi, en èpoques de major atur i recessió econòmica, la creació de cooperatives ha estat major.

Les característiques que reuneixen les cooperatives i que, en essència, les diferencien de les empreses d'economia tradicional es troben desenvolupades en els principis establerts per l'Aliança Cooperativa Internacional (A.C.I) l'any 1995.

- 1. Adhesió voluntària i oberta:** Conjunt d'empreses privades organitzades formalment i amb llibertat d'adhesió, és a dir, sense cap mena de discriminació.
- 2. Gestió Democràtica:** Els socis participen activament de la definició de les polítiques i en la presa de decisions.
- 3. Participació Econòmica dels Socis:** La distribució dels beneficis o excedents entre els socis així com la presa de decisions no estan lligats directament amb el capital aportat per cada soci. A més, a cada soci li correspon un vot, independentment del

capital aportat a la cooperativa.

4. Autonomia i Independència: Creades per satisfer les necessitats dels seus socis a través del mercat, produint béns i serveis, assegurant-los o finançant-los. Si s'estableixen acords amb altres organitzacions o es demana capital a fons externes es realitzarà de forma que es mantingui en control democràtic, ja que l'objectiu prioritari és satisfer les necessitats de les persones (socis), abans que de retribuir als inversos capitalistes.

5. Educació, formació i informació: Destinació d'una part del benefici a la formació i educació dels socis, pel bon desenvolupament de la cooperativa. Tanmateix, la informació sobre els beneficis s'ofereix a tercers de forma transparent i clara.

6. Cooperació entre cooperatives: Les cooperatives treballen més efectivament pels seus socis i enforteixen el moviment cooperatiu, treballant conjuntament amb altres cooperatives d'àmbit local, nacional i internacional.

7. Interès per la comunitat: Destinació de la majoria dels excedents a la consecució d'objectius a favor del desenvolupament sostenible, de l'interès dels serveis als membres i de l'interès general (Alianza Cooperativa Internacional, 1995).

Existeixen tants tipus de cooperatives com necessitats hi ha en el mercat, però totes s'engloben en aquests grans grups: (Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas).

Les societats cooperatives de primer grau es poden classificar de la següent manera:

Cooperatives de treball associat.

Cooperatives de consumidors i usuaris.

Cooperatives d'habitatges.

Cooperatives agràries.

Cooperatives d'explotació comunitària de la terra.

Cooperatives de serveis.

Cooperatives de la mar.

Cooperatives de transportistes.

Cooperatives d'assegurances.

Cooperatives sanitàries.

Cooperatives d'ensenyament.

Cooperatives de crèdit.

2.2. Història del cooperativisme a Catalunya

Catalunya és considerada com la precursora del moviment cooperatiu a l'Estat Espanyol. Això és així degut a la forta implantació industrial a la regió durant el s. XIX, fet que va causar que els obrers busquessin solucions als seus problemes (Aymerich, 2008).

Segons esmenta Santiago Aguilar al seu estudi *Historia del Movimiento Cooperativo en Cataluña*, el cooperativisme a Catalunya, igual que arreu del món, es pot dividir en quatre fases diferenciades. La primera sorgeix de les preocupacions de les classes obreres i del proletariat a meitat del s. XIX, després de la mecanització de la feina i de la liberalització de l'economia. En aquest punt les cooperatives fan la funció, en paraules de l'autor, de "reformadores socials, ideològiques i utòpiques" de la societat (Aguilar, 1965).

En aquest punt, i des d'una limitació geogràfica catalana, el model cooperativista a Catalunya va iniciar-se amb l'*Asociación Fabril de Tejedoras de Mano* l'any 1842. Activa fins al 1848, és considerada la primera experiència cooperativa d'Espanya (Pérez, 1972). Més concretament, va ser una barreja entre un sindicat obrer, una mutualitat i una cooperativa de producció, la qual va donar feina a fins a 200 obrers i va subvencionar a unes 700 persones (Ponent Coopera, 2020).

Dins d'aquesta onada, en la que la producció col·lectiva obrera era considerada com una opció per a superar el capitalisme, apareix l'any 1864 la Cooperativa *La Obrera Mararonense*, la qual produïa fils i teixits i on també es van crear seccions de crèdit, consum i socors. Tot i això, degut a la mala conducta dels dirigents, la cooperativa es va dissoldre l'any 1880 (Aymerich, 2008).

Paral·lelament es va fundar la *Cooperativa Ladrillera* (Terrassa) i la *Constancia Martinense* (Barcelona) l'any 1866 i 1868 respectivament (Aymerich, 2008).

La segona fase correspon al que Aguilar anomena "realitzadors pràctics", és a dir, cooperatives que intenten aconseguir experiències realitzables (Aguilar, 1965). En aquest punt trobem l'obertura de la primera cooperativa de consum, *La Económica*

Palafrugellense l'any 1865, quan un grup d'obriers van decidir comprar de forma conjunta arròs i després repartir-se'l (Ajuntament de Palafrugell, 2020).

Des de llavors i fins als inicis del s. XX, es coneixen, entre d'altres, les següents experiències cooperativistes arreu del territori català, ordenades cronològicament (Aguilar, 1965):

- 1871: *El Porvenir* (Cornellà), *La Vilanovesa* (Vilafranca del Penedès)
- 1873: *La Obrera Sabadellense*, *La Primera del Ter*, *Unión Obrera de Sans* (Totes Barcelona)
- 1875: *La Antigua del Campo del Arpa* (Barcelona)
- 1876: *Tejedoras a Mano* (Barcelona)
- 1877: *Cooperativa de la Construcción* (Mataró)
- 1879: *La Fraternidad* (Barcelona)
- 1882: *La Andresense* (Barcelona)
- 1891: *La Fraternitat* (Sant Feliu de Llobregat)
- 1896: *La Redentora* (Sants)

Entre aquestes cal mencionar la importància de la cooperativa de consum i de producció *La Flor de Maig* (1890), situada al barri del Poblenou de Barcelona i fundada per 16 obrers. L'any 1915 ja comptava amb diverses seccions de negoci, com la carnisseria o el calçat i va arribar a ser la més important a tot el territori català amb 1.300 socis i set sucursals (Aymerich, 2008).

L'any 1902 es celebra a Barcelona el Segon Congrés Cooperatiu de Catalunya, assolint un acord històric en el qual s'envia representació catalana al Congrés de l'Aliança Cooperativa Internacional (A.C.I) a Manchester el que va suposar la primera representació a l'estranger dels cooperadors catalans (Pérez, 1972). Un dels tres representants era Jaime Anglés, el qual era el president i fundador de *La Flor de Maig* (Aymerich, 2008).

Durant la tercera etapa del moviment cooperatiu la societat i l'Estat consideren les cooperatives com a una eina per a millorar l'estil de vida dels treballadors. Així doncs, és aquí quan es dicten les primeres lleis favorables al cooperativisme i apareixen les cooperatives de crèdit i agràries (Aguilar, 1965). Contextualitzant, ens trobem a les

primeres dècades del s. XX, on les cooperatives agràries van trobar amb la *Ley de Sindicatos Agrícolas* de l'any 1906 un marc legislatiu adequat per afavorir el seu desenvolupament (Díaz-Foncela i Marcuello, 2013). L'any 1918 a Catalunya hi havia 219 cooperatives de consum amb més de 30.000 associats (Aymerich, 2008).

Paral·lelament, pel que fa a la internacionalització de les cooperatives catalanes, es van intensificar els contactes als congressos de l'A.C.I de Gant, Bèlgica (1924) i Estocolm, Suècia (1927) (Aguilar, 1965). El punt més important pel que fa a la difusió del moviment cooperativista tant a Espanya com a Catalunya va ser l'aprovació, l'any 1931, de la primera Llei de Cooperatives, que "dotava a les cooperatives de règim jurídic propi" (Díaz-Foncela i Marcuello, 2013).

Durant el règim franquista, les cooperatives queden relegades al control de l'estat i van ser tutelades i jerarquitzades per aquest, agrupades al mateix temps sota la *Organización Sindical del Movimiento* (1942). Aquell mateix any, es publica la *Ley de Cooperación*, la qual indicava que les organitzacions havien d'estar governades per un cap militant de la Falange espanyola i un sacerdot nomenat pel bisbe. "Aquesta llei oblidava els principis cooperatius, erradicava l'autonomia cooperativa i establia tota mena d'intervencions administratives discrecionals" (Confederació de Cooperatives de Catalunya, 2020).

Arran d'aquesta decisió, l'A.C.I dona de baixa a les organitzacions que agrupaven a cooperatives, tant espanyoles com catalanes. La dictadura franquista va suposar un cop molt fort pel cooperativisme català, minvant el nombre de cooperatives de 300 al 1935 a 65 al 1942. Molts dirigents de cooperatives van haver d'exiliar-se per considerar-los marxistes i moltes van haver d'operar en la clandestinitat. (Confederació de Cooperatives de Catalunya, 2020).

No obstant això, durant els anys 60 del s. XX les cooperatives creixen en nombre, especialment les agràries a Tarragona i a Lleida, arribant a més de 1.225 a tot l'Estat Espanyol (Díaz-Foncela i Marcuello, 2013).

Un cop acabada la dictadura franquista l'any 1975, degut a l'efervescència social i la crisi econòmica del 1973 i la inestabilitat laboral, les cooperatives de treball associat augmenten, així com el còmput total de cooperatives a Catalunya i a la resta de l'Estat

Espanyol. El creixement des de llavors va ser constant fins a l'entrada d'Espanya a la Unió Europea l'any 1986, que va incentivar la creació de societats anònimes (SA) i societats limitades (SL) (Díaz-Foncea i Marcuello, 2013).

A la quarta i actual etapa del moviment cooperatiu, aquest és considerat com a "tècnica democràtica de l'economia", ja que no és ni una filosofia abstracta ni una utopia, sinó una tècnica econòmica basada en l'autoajuda i la responsabilitat comuna (Aguilar, 1965).

D'aquesta manera, ja amb la redacció de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya del 1979, i amb la Generalitat de Catalunya amb competències plenes en matèries de cooperatives, es crea la Confederació de Cooperatives de Catalunya, "organització que fa possible, entre 1982 i 1985, la creació de més de 4.000 cooperatives" (Confederació de Cooperatives de Catalunya, 2020).

De fet, la dècada dels anys noranta suposa l'aparició de nous models empresarials d'economia social i l'impuls dels existents. A més a més, les administracions s'encaren en una política de foment i difusió del cooperativisme. Per exemple, es crea l'Institut Nacional de Foment de l'Economia social (INFES), d'àmbit nacional, i la Xarxa d'Economia Social (XES), d'àmbit autonòmic (Díaz-Foncea i Marcuello, 2013).

Actualment a Catalunya el moviment cooperatiu aporta aproximadament un 6% al PIB de la comunitat autònoma, la qual l'any 2018 comptava amb un total de 4.215 cooperatives, 3.120 cooperatives de treball associat, 442 cooperatives agràries, 122 cooperatives de consumidors i usuaris, 144 cooperatives d'ensenyament, 83 d'habitatge i 230 de serveis (Confederació de Cooperatives de Catalunya, 2018).

2.3. Impactes negatius del sector turístic

Els impactes del turisme s'emmarquen en la interacció del turista amb la destinació i la seva població. Tot i que, evidentment, és una activitat que genera molts beneficis, cal destacar també els costos (tant econòmics, socioculturals com mediambientals), els quals generen impactes negatius que cal revertir perquè sigui una activitat sostenible en el temps.

A més, és important remarcar que és difícil determinar els impactes reals generats pel turisme, donat el cas que es tracta d'una activitat que interactua amb diversos sectors i diversos àmbits.

2.3.1. Costos econòmics

Per una banda, es considera un cost econòmic de l'activitat en qüestió la dependència econòmica que genera a les destinacions, ja que el sector és volàtil i susceptible a canvis de la demanda inesperats (tals com guerres, crisis econòmiques, inseguretat social i política, pandèmies globals, etc.). Les economies que depenen majoritàriament del turisme poden veure's greument afectades per aquests canvis (Quintero, 2004).

Adicionalment ens referim a cost econòmic pel que fa a la demanda turística, ja que les tipologies de turisme marcades per l'estacionalitat, com el turisme de sol i platja i el turisme d'esports (nàutics i de neu), entre d'altres, marquen temporades altes i baixes.

Això és manifesta en una arribada de turistes mal distribuïda en el temps i en l'espai, una contractació temporal de treballadors, de mà d'obra poc especialitzada (que fa disminuir la qualitat del servei que s'ofereix), una obtenció d'ingressos irregular i una baixa distribució anual dels costos fixes, que en ocasions són molt elevats, com és el cas de l'hostaleria (Quintero, 2004).

Tanmateix, el turisme actua com a competidor d'altres sectors, com pot ser l'agricultura. En concret, "en regions on hi ha una escassetat de mà d'obra i de capital, existeix una transferència de mà d'obra de l'agricultura al turisme" (Quintero, 2004), així com una major inversió a sectors amb més rendibilitat, que solen ser els turístics.

A més a més, el preu del sòl es veu augmentat degut a la inflació per especulació, ja que el desenvolupament turístic crea una alta demanda de solars. (Quintero, 2004). En aquesta línia trobem un estudi realitzat l'any 2019 sobre l'impacte de les plataformes de lloguer turístic, en concret el cas d'*Airbnb* a la ciutat de Barcelona. En aquest cas, els investigadors conclouen que en barris amb un nombre proper a la mitjana del total d'apartaments turístics presents a la ciutat, el preu dels lloguers entre el 2012 i el 2016 va augmentar un 1,9%, mentre que els preus d'aquests en zones més turístiques i amb un nombre d'apartaments superior a la mitjana, van augmentar un 7% (Garcia, Jofre, i Martínez, 2019).

2.3.2. Costos socioculturals

En termes socioculturals, la població resident d'una destinació és considerada com l'actor econòmic més rellevant, ja que el seu comportament respecte als turistes i al desenvolupament de la seva activitat afecta directament la satisfacció d'aquests (Yu, Chancellor, i Cole, 2011).

Des del punt de costos socioculturals a la destinació, es poden comptabilitzar els espais destinats al turisme diferenciats dels residents, causant "guetos". A més, pot existir la "desculturalització" de la destinació, en quant a pèrdua de la identitat cultural autèntica, comercialitzant les tradicions locals de forma massiva (Quintero, 2004).

Tanmateix, els usuaris turístics utilitzen serveis que dels quals també fa ús d'una forma simultània la població local: hospitals, restaurants, gasolineres, bancs. Així doncs, succeeix que el consum d'aquests serveis per part d'uns redueix la quantitat de recursos (amb la mateixa qualitat) per part dels altres (Briassoulis, 2002). Aquest fet pot provocar un rebuig cap als usuaris turístics per part de la comunitat local.

De la mateixa manera, la inestabilitat de la demanda descrita a l'apartat anterior pot causar, en termes socioculturals, que les polítiques d'inversió econòmica per recuperar espais culturals i naturals sigui vista de forma positiva per part dels estats només quan aporta beneficis econòmics a curt termini, fent així que aquestes siguin insuficients en la majoria de casos (Briassoulis, 2002).

2.3.3. Costos mediambientals

Els costos de l'activitat turística al medi ambient són d'especial importància degut al fet que l'entorn és la base i l'atracció principal de moltes tipologies de turisme, que a la vegada es duen a terme en indrets vulnerables: illes, zones litorals i zones rurals (Quintero, 2004).

Per altra banda, la construcció de complexos turístics i l'augment del nombre d'embarcacions esportives i comercials genera lògicament una alta contaminació de les

aigües dels litorals, així com aigües residuals i altres residus i la consegüent contaminació paisatgística, acústica i lumínica que comporta.

Tanmateix, implica l'eliminació de la flora i la fauna, l'erosió i degradació del litoral, fins i tot la desaparició de platges, degut a l'augment del nivell del mar i els temporals.

Pel que fa als recursos escassos com l'aigua i l'energia, cal destacar els "elevats consums que es realitzen d'aquest recurs en instal·lacions turístiques i a les destinacions en general" (Generalitat de Catalunya, 2009).

És important remarcar també el greu impacte del sector en el canvi climàtic. Com assegura un estudi de l'Organització Mundial del Turisme, la qual l'any 2008 va realitzar la primera estimació sobre els desplaçaments turístics nacionals i internacionals i la seva contribució a l'emissió de gasos d'efecte hivernacle, la quantitat de gasos alliberats a l'atmosfera aquell any va ser de 26.400 milions de tones de CO₂, essent un 5% del total d'emissions globals (Sun i Pratt, 2014).

En línia d'aquestes investigacions, deu anys més tard científics internacionals publiquen a la revista *Nature Climate Change* un informe on conclouen que entre 2009 i 2013 la petjada de carboni del sector del turisme va augmentar de 3.9 a 4,5 Giga tones, quatre vegades més del nombre que la comunitat científica havia calculat, suposant el 8% de les emissions globals (Lenzen et al., 2018).

Aquesta recerca destaca, també, que la majoria d'aquestes emissions es duen a terme en els països amb les rendes per càpita més elevades i que l'augment de la demanda turística és considerablement major que els esforços de descarbonització del sector turístic. Això és així perquè com a mínim el 15% de les emissions globals del sector turístic no es troben amb cap voluntat de ser disminuïdes per estar excloses de l'acord de París de l'any 2015, com per exemple les del transport aeri internacional (Lenzen et al., 2018).

2.4. Desenvolupament sostenible del sector turístic

Els principis de sostenibilitat fan referència a aspectes ambientals, econòmics i socioculturals. Per tal de garantir la sostenibilitat a llarg termini de qualsevol destinació

i de qualsevol tipologia de turisme, aquestes tres dimensions han d'estar equilibrades i mai s'han de tenir en consideració de forma independent.

Així doncs, segons el que s'esmenta a la Guia Pràctica dels Indicadors de Desenvolupament Sostenible per a les destinacions Turístiques, redactada per l'Organització Mundial del Turisme, el turisme sostenible hauria de (Organización Mundial del Turismo, 2005):

- Fer un ús òptim dels recursos naturals (biològicament acceptable).
- Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats locals.
- Assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini que aportin beneficis socioculturals a totes les parts interessades, creant ocupació estable i reduint la pobresa.
- Satisfer als turistes a la vegada que augmenta la seva conscienciació pels problemes de la sostenibilitat.

2.5. Relació entre l'economia social i la sostenibilitat del sector turístic

Per una banda, el sector del turisme cooperatiu a Catalunya encara és minoritari. Segons dades de la Confederació de Cooperatives de Treball de Catalunya, l'any 2019 les cooperatives del sector turístic es distribueixen tal com es mostra a la Taula 1.

Taula 1: Nombre de cooperatives catalanes del sector turístic, amb relació al seu subsector.

Subsector	Nombre de cooperatives
Allotjament turístic	4
Hosteleria	20
Serveis culturals	7
TOTAL	31

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de la Confederació de Cooperatives de Treball de Catalunya.

En l'àmbit europeu, cal destacar la iniciativa de la confederació de cooperatives industrials i de serveis d'Europa, qui va crear l'any 2015 la Ruta Europea de la Cultura Cooperativa (Cooprout), la qual consisteix en un itinerari de cooperatives que contribueixen a la preservació i desenvolupament del patrimoni cultural i industrial de la zona en la qual es troben. D'aquesta forma no només afavoreixen que la destinació sigui atractiva pels turistes, sinó que promouen els valors cooperatius (Cooprout, 2020).

A Catalunya, hi ha un total de 5 cooperatives que formen part d'aquesta ruta, 3 de les quals formen part d'un entorn rural. Cal destacar aquí que les cooperatives són instruments empresarials útils per a desenvolupar empreses eficients en un entorn rural, afavorint el desenvolupament "endogen" d'una zona, ja que aquestes són empreses de participació que es troben particularment lligades a un territori (Flores i Barroso, 2011).

Tanmateix, el caràcter formatiu i la implicació que exigeixen aquesta tipologia d'empreses als seus treballadors o clients "pot ser una eina útil per al foment d'activitats empresarials eficients i rendibles en àrees deprimides, així com que aquestes controlin el seu propi futur en el marc d'un procés de globalització de l'economia com l'actual", ja que com la gestió està en mans de la població rural, és la millor forma perquè el desenvolupament estigui lligat a les expectatives de la població local i no als interessos d'agències de turisme externes. (Fernández i Puig, 2002).

A més, les empreses d'economia social permeten contribuir a l'atur estructural de zones rurals, ja que "l'economia social ha demostrat ser decisiva en la generació d'ocupació estable". També, després d'estudiar el cas de zones rurals a Andalusia, "el paper de formes jurídiques d'economia social adquireix més importància quan es tracta de fomentar la iniciativa emprenedora i creació de llocs de treball per a les dones" (Flores i Barroso, 2011).

2.6. L'Economia del Bé Comú

L'Economia del Bé Comú (d'ara endavant, EBC) és un model econòmic, social i polític alternatiu al model d'economia tradicional de mercat existent actualment i que es troba a cabal entre el capitalisme i el comunisme.

Aquest model va ser proposat l'any 2012 pel professor d'Economia de la Universitat de Viena, Christian Felber, qui és també un dels fundadors de l'Associació per la Taxació de les Transaccions Financeres i per l'Ajuda dels Ciutadans (ATTAC) (Felber, 2012).

Concretament, l'autor (nascut a Salzburg l'any 1972), va recollir la seva teoria a la seva obra homònima "L'Economia del Bé Comú". La raó de ser d'aquesta radica en la contradicció entre la voluntat de crear una economia al servei de les persones i l'economia de mercat existent, ja que Felber opina que aquesta última s'allunya de la funció d'ajudar a les persones (Charterina, 2013).

L'EBC explica, en primer lloc, que actualment el resultat econòmic es mesura amb indicadors merament econòmics: des de la perspectiva macroeconòmica, a través del Producte Interior Brut (PIB) i des de la visió microeconòmica, mitjançant el resultat o benefici monetari.

En segon lloc, exposa que aquests indicadors no permeten al conjunt de la societat conèixer si, per exemple, el repartiment del treball és just dins d'un país, si les dones gaudeixen d'igualtat, si la qualitat dels llocs de treball és l'adequada o si les empreses cuiden o exploten el medi ambient (Felber, 2012).

En tercer lloc, argumenta que la competitivitat del sistema econòmic tradicional promou la voluntat d'acumulació d'estocs, el que comporta posar en risc la sostenibilitat del planeta (Gómez-Álvarez, Sánchez, i Rodríguez, 2017), sent el pilar de l'EBC l'orientació cap a un model econòmic alternatiu que, mitjançant normes i incentius, fomentin la cooperació entre empreses, per ajustar els recursos a les necessitats reals del mercat.

Davant d'aquesta situació, l'autor proposa mesurar l'èxit econòmic en termes del bé comú: la dignitat humana, la solidaritat, la sostenibilitat, la justícia social, la participació democràtica i la transparència (Charterina, 2013).

Així doncs, l'autor exposa que la meta de qualsevol societat i de qualsevol forma empresarial hauria de ser contribuir al bé comú i no només el creixement econòmic i l'acumulació de capital, els quals poden ser mitjans per a assolir els objectius empresarials però mai la finalitat social d'aquestes.

D'aquesta manera, l'autor no critica que les empreses obtinguin beneficis econòmics, sinó que argumenta que aquests són un només un mitjà per prestar l'aportació més gran possible al benestar de la societat en la qual opera (Ramos i Castillo, 2013).

En termes microeconòmics, l'autor proposa que l'èxit s'hauria de mesurar a partir del Balanç del Bé Comú. Aquest està construït per una sèrie d'indicadors que mesuren la implicació de l'empresa en la consecució del seu model de negoci conjuntament amb els valors anteriorment esmentats. És a dir, la manera com l'empresa fomenta aquests valors quan es relaciona amb tots els seus *stakeholders*, així com societat en la qual opera. La intersecció d'aquests valors i grups d'interès genera 17 indicadors.

Gràcies a aquest Balanç del Bé Comú, les empreses poden avaluar de forma quantitativa la seva aportació al bé comú, sent 1.000 punts l'avaluació màxima que es pot obtenir. El resum del Balanç del Bé Comú es troba recollit en la Matriu del Bé Comú (Felber, 2012). En aquesta matriu s'interrelacionen a l'eix horitzontal els valors fonamentals esmentats anteriorment i a l'eix vertical els *stakeholders* relacionats amb l'empresa: empleats, proveïdors, clients i entorn social (Ramos i Castillo, 2013).

El suport a aquest model econòmic és ampli en el marc europeu: l'any 2015 el Comitè Econòmic i Social Europeu va aprovar un dictamen en el qual es recollia que el model de l'EBC és adequat per incloure's al marc jurídic europeu i nacional amb l'objectiu d'avançar cap a mercat contextualitzat dins d'una economia més ètica, basada en els valors ètics europeus (Gómez-Álvarez et al., 2017). Actualment més de 1.300 empreses elaboren aquest balanç i l'organització compta amb la participació d'un centenar de polítics i més de 170 associacions (Ramos i Castillo, 2013).

L'objectiu principal de l'EBC és, en una primera etapa, que les empreses es comprometin a mesurar la seva aportació al bé comú mitjançant el Balanç del Bé Comú i que, en una segona etapa, el facin públic a través dels mitjans de comunicació i d'etiquetes als seus productes i/o serveis on aparegui la seva puntuació final. Aquestes etiquetes compten amb cinc nivells de diferents colors, segons la puntuació.

D'aquesta manera, els consumidors podran exercir la seva responsabilitat individual i col·lectiva en les compres i/o prestació de serveis que realitzin, ja que el balanç ha de ser obligatòriament públic, i el client pot comprovar el valor de cadascun dels indicadors, per conèixer més concretament la igualtat de gènere dins de l'empresa, la qualitat dels seus proveïdors, etc.

En una tercera i última etapa, les empreses amb els millors resultats dels balanços comptaran amb incentius fiscals, amb una cooperació amb la investigació universitària, una reducció d'impostos, una obtenció de crèdits més assequibles, etc, per tal de contribuir a teixir un clima on les empreses aspirin a obtenir la màxima puntuació cooperant entre elles i compartint polítiques i maneres de treballar, així com els productes i serveis més ètics acabaran sent més barats en el mercat (Ramos i Castillo, 2013).

2.7. Conclusions marc teòric

Un cop revisada la literatura esmentada als apartats anteriors, es poden extreure diverses conclusions.

En primera instància, es destaca la importància del sector turístic a l'economia de l'Estat Espanyol i com aquest és una de les destinacions més destacades en l'àmbit mundial. No obstant això, i tot i que aquesta activitat econòmica aporta beneficis econòmics i socials d'una gran magnitud, també comporta certs costos per la societat, l'economia i el medi ambient.

Paral·lelament a aquest fet, s'exposa la definició d'economia social i es determinen, en concret, les empreses cooperatives i la seva història, així com la forma en què es diferencien de les empreses d'economia tradicional i el paper que duen a terme a l'economia catalana i espanyola i el suport que obtenen per part d'institucions europees.

D'aquest punt és possible concloure que, segons la bibliografia consultada, aquestes formes empresarials estudiades poden ser una alternativa per a que l'activitat turística sigui més sostenible, tenint en compte criteris socioeconòmics, socioculturals i mediambientals.

Per últim, i per tal de contextualitzar la metodologia en el present estudi, es presenta l'economia del bé comú, una teoria i model socioeconòmic que comparteix els valors i els principis de l'economia social i que aporta eines per a mesurar de forma quantitativa el desenvolupament sostenible de qualsevol forma empresarial.

3. Hipòtesi i objectius de treball

Hipòtesi: Les empreses d'economia social del sector turístic suposen una alternativa més sostenible que les empreses d'economia tradicional.

Objectius:

- Determinar si l'impacte socioeconòmic de les empreses d'economia social del sector turístic és més positiu que les empreses d'economia tradicional.
- Determinar si l'impacte sociocultural de les empreses d'economia social del sector turístic és més positiu que les empreses d'economia tradicional.
- Determinar si l'impacte mediambiental de les empreses d'economia social és més positiu que les empreses d'economia tradicional.

4. Metodologia

Per tal de refutar o validar la hipòtesi, es realitzarà un estudi comparatiu entre variables. Aquestes variables són les recollides dins de la Matriu del Bé Comú proposada per Christian Felber a l'estudi anomenat "*L'Economia del Bé Comú: un model econòmic amb futur*". Aquí, l'autor proposa una sèrie de variables tenint en compte l'impacte que l'empresa té sobre la societat i la comunitat. És a dir, la seva aportació al bé comú.

D'aquesta manera, es puntuen termes com la dignitat humana, la solidaritat, la sostenibilitat ecològica, la justícia social, la participació democràtica i la transparència, puntuant cada empresa amb un màxim de 200 punts, tal com es mostra a la Taula 2.

Taula 2: Matriu del bé comú.

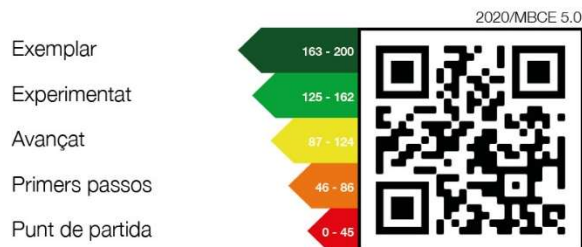
APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	10	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	10	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	10	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	10
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	13,3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13,3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	13,3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	10	C2: Característiques dels contractes de treball	10	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	10	C4: Transparència i participació democràtica interna	10
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	10	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	10	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	10	D4: Participació dels clients	10
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	10	E2: Contribució a la comunitat	10	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	10	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	10
Puntuació Total Valors		53		53		40		53
Puntuació Total Bé Comú								200

Font: Elaboració pròpia a partir de la matriu proposada a (Felber, 2012).

Un cop obtinguda la puntuació, les empreses tindran una etiqueta on es mostrarà gràficament el seu impacte en el bé comú (Imatge 1).

Imatge 1: Resultat de la puntuació de la Matriu del bé comú.

Nivells de puntuació



Font: Elaboració pròpia.

A més a més, els indicadors s'han dividit d'acord amb els 3 eixos de la sostenibilitat: eix mediambiental, sociocultural i socioeconòmic, tal com s'indica a la Taula 3. D'aquesta forma, es podrà estudiar de forma més detallada la sostenibilitat de l'activitat que duen a terme les empreses que formen part de la mostra.

Taula 3: Indicadors de la matriu del bé comú dividits en criteris mediambientals, socioculturals i socioeconòmics.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	0	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	0	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	0
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	0		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	0	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	0				
	B4: Propietat i participació democràtica	0				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	0	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	0
			C2: Característiques dels contractes de treball	0		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	0		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	0	D1: Actitud ètica amb els clients	0	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	0
	D4: Participació dels clients	0				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	0	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	0	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	0
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	0				
Puntuació Total Eixos		0		0		0
Puntuació Total Sobre 10		0		0		0

Font: Elaboració pròpia a partir dels indicadors esmentats a (Blachfellner i Drosig-Plöckinger, 2017).

4.1. Recollida de dades i puntuació del bé comú

En aquest apartat, per a cada un dels 20 temes que apareixen a la Matriu del Bé Comú, es detalla l'indicador que s'usarà per tal d'avaluar-lo, la metodologia que es durà a terme per a la recollida de dades i el líndar de puntuació de cada un dels indicadors.

Així doncs, els temes recollits a la Matriu del Bé Comú s'han distribuït segons l'apartat que fan referència. És a dir, amb els seus proveïdors (A1, A2, A3 i A4), amb els

propietaris i proveïdors financers (B1, B2 i B4), amb les persones empleades¹ (C1, C2, C3 i C4), amb els clients (D1, D2, D3 i D4) i, per últim, amb l'entorn social (E1, E2, E3 i E4).

És necessari esmentar que cada apartat tindrà una puntuació màxima de 10 punts, segons uns nivells de valoració proposats per Christian Felber, tal com es mostra a la Taula 4.

Taula 4: Nivells de valoració de cada apartat, amb la corresponent puntuació.

Nivells de valoració	Puntuació
Exemplar	10 punts
Experimentat	8 punts
Avançat	6 punts
Primers passos	4 punts
Punt de partida	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

A més, s'han descartat els criteris negatius presents a la Matriu del Bé Comú original, en tractar-se d'empreses petites i considerar que era difícil fer una ponderació objectiva segons els criteris que proposa l'autor.

Tanmateix, s'ha decidit eliminar el criteri "B3: *Inversions sostenibles i ús dels recursos financers*", ja que tal com s'indica al manual, es considera poc o gens significatiu per a les empreses que disposen de pocs actius, patrimoni o instal·lacions, com és el cas de les empreses que configuren la mostra.

Així doncs, i per tal que cada apartat tingués la mateixa puntuació màxima (40 punts), cada subapartat del tema "C: Persones empleades" tindrà una puntuació diferent, tal com es mostra a la Taula 5.

¹ **Persones empleades:** Empresaris/es que treballen a l'organització, directius/ves i la resta de persones treballadores.

Taula 5: Nivells de valoració del tema “C: Persones empleades” i la seva corresponent puntuació.

Nivells de valoració	Puntuació
Exemplar	13.3 punts
Experimentat	11.3 punts
Avançat	9.3 punts
Primers passos	7.3 punts
Punt de partida	5.3 punts

Font: Elaboració pròpia.

A. Proveïdors

- A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament
 - **Indicador:** Condicions laborals dels proveïdors
 - **Metodologia de recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 1:

1. Quins criteris segueix la seva organització per a seleccionar als seus proveïdors?

- a) *L'organització compleix amb la llei respecte a les normes laborals per part dels proveïdors. A part d'això, no hi ha més compromís social per part del proveïdor.*
- b) *L'organització avalua les condicions laborals d'alguns proveïdors i desenvolupa estratègies i/o mesures de millora.*
- c) *L'organització implementa els primers procediments per a establir condicions laborals dignes en els proveïdors.*
- d) *En l'organització existeixen procediments de compra que expliquen com s'avaluen, seleccionen i donen suport als proveïdors d'acord amb criteris socials, de tal manera*

que es compleixi amb la política que conté els valors de l'organització. La major part dels proveïdors principals tenen condicions laborals per sobre de la mitjana.

e) La gestió ètica dels subministraments és part de la identitat de l'empresa i el seu posicionament de mercat. Processos de compra ètica s'implementen de manera innovadora en totes les àrees de l'organització.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 6: Llindar de puntuació criteri A1.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament
 - **Indicador:** Percentatge de proveïdors seleccionats d'acord amb criteris de justícia i solidaritat i percentatge de productes i matèries primeres que duen segells relatius a criteris de justícia i solidaritat.
 - **Metodologia de recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 2 i núm. 3:

2. Quin és el percentatge aproximat de proveïdors (respecte al total) amb els quals s'ha tractat el tema de la justícia i solidaritat, o que van ser seleccionats sobre la base d'aquests criteris? (Per exemple: Que aquests no tinguin salaris menors als salaris de subsistència, que no evitin el pagament d'impostos de manera il·legítima o que no tinguin abús de poder de mercat o altres).

- a) 0-19%
- b) 20-39%
- c) 40%-59%
- d) 60%-79%
- e) 80% o més

- **Llindar de puntuació:**

Taula 7: Llindar de puntuació criteri A2.

Criteri	Puntuació
80% o més dels proveïdors	5 punts
60%-79% dels proveïdors	4 punts
40%-59% dels proveïdors	3 punts
20%-39% dels proveïdors	2 punts
0%-19% dels proveïdors	1 punt

Font: Elaboració pròpia.

3. Quin és el percentatge aproximat de productes i matèries primeres adquirides que porten un segell que considera criteris de solidaritat i justícia, respecte al total?

- a) 0-19%
- b) 20-39%
- c) 40%-59%
- d) 60%-79%
- e) 80% o més

- **Llindar de puntuació:**

Taula 8: Llindar de puntuació criteri A2.

Criteri	Puntuació
80% o més dels proveïdors	5 punts
60%-79% dels proveïdors	4 punts
40%-59% dels proveïdors	3 punts
20%-39% dels proveïdors	2 punts
0%-19% dels proveïdors	1 punt

Font: Elaboració pròpia.

- A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament
 - **Indicador:** Percentatge de proveïdors que contribueixen a la reducció del seu impacte mediambiental.
 - **Metodologia de recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 4:

4. Quin és el percentatge aproximat de proveïdors que contribueixen a la reducció del seu impacte mediambiental, respecte al total?

- a) 0-19%
- b) 20-39%
- c) 40%-59%
- d) 60%-79%
- e) 80% o més

- **Llindar de puntuació:**

Taula 9: Llindar de puntuació criteri A3.

Criteri	Puntuació
80% o més dels proveïdors	10 punts
60%-79% dels proveïdors	8 punts
40%-59% dels proveïdors	6 punts
20%-39% dels proveïdors	4 punts
0%-19% dels proveïdors	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament
 - **Indicador:** Informació que té l'empresa sobre els possibles riscos i irregularitats de la cadena de subministrament i quantitat de productes i matèries primeres adquirides que posseeixen un certificat pel que fa a transparència i participació democràtica.
 - **Metodologia de recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 5:

5. Quin és el paper de l'empresa quant a la transparència i participació democràtica de la cadena de subministrament?

a) *L'organització no s'ocupa de manera explícita de la transparència i participació en la cadena de *subministro, però compleix amb la normativa vigent sobre aquest tema.*

b) *L'organització està informant-se sobre riscos i possibles irregularitats en la seva cadena de subministrament respecte a transparència i participació. Alguns productes i matèries primeres adquirides posseeixen un certificat que té en compte la transparència i la participació en la presa de decisions.*

c) Almenys un terç dels productes i matèries primeres adquirides posseeixen un certificat referent a això, i possibles riscos i irregularitats són analitzats sistemàticament en la cadena de subministrament.

d) Almenys la meitat dels productes i matèries primeres adquirides posseeixen un certificat referent a això. La cadena de subministrament és analitzada periòdicament, i en cas que es trobin riscos o irregularitats, s'implementen mesures immediatament i/o sancions.

e) Tots els productes i matèries primeres adquirides posseeixen un certificat referent a això. Tots els proveïdors van ser seleccionats sobre la base que mantenen relacions transparents i participatives amb els seus grups d'interès.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 10: Llindar de puntuació criteri A4.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

B. Propietaris i proveïdors financers

- B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers
 - **Indicador:** Percentatge de capital propi respecte al total de finançament i ètica dels proveïdors financers.
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Dades balanç econòmic-financer i pregunta enquesta núm. 6:

6. Com s'avalua als proveïdors financers en relació a l'ètica i la sostenibilitat?

- a) Els proveïdors financers presenten els riscos dels productes i serveis que ofereixen.
- b) Aquests tenen alguns productes financers ètics i sostenibles, estan compromesos amb l'economia local i no estan involucrats en projectes qüestionables.
- c) Aquests tenen una cartera important de productes financers ètics i sostenibles, estan compromesos amb l'economia local i no estan involucrats en projectes qüestionables.
- d) Els proveïdors financers estan especialitzats principalment en serveis ètics i sostenibles.
- e) Tots els proveïdors financers tenen exclusivament serveis ètics i sostenibles.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 11: Llindar de puntuació criteri B1.

Criteri (dades balanç)	Puntuació
% de fons propis exemplar al sector	6,65 punts
% de fons propis superior a la mitjana sector	5,65 punts
% de fons propis igual a la mitjana del sector	4,65 punts
% de fons propis menor a la mitjana del sector	3,65 punts
% de fons propis igual a la regulació	2,65 punts

Font: Elaboració pròpia.

Taula 12: Llindar de puntuació criteri B1.

Criteri (enquesta)	Puntuació
Resposta E	6,65 punts
Resposta D	5,65 punts
Resposta C	4,65 punts
Resposta B	3,65 punts
Resposta A	2,65 punts

Font: Elaboració pròpia.

- B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers
 - **Indicador:** Política de repartiment de beneficis de l'organització
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 7:

7. Quina és la política de repartiment de beneficis en l'empresa?

- a) *Repartiment de beneficis sol en cas que hi hagi hagut realment beneficis, tenint en compte les clàusules necessàries, i sense incórrer en endeutament per això.*
- b) *Repartiment de dividends només una vegada cobert com a mínim el 60% de les despeses futures i sense incórrer en un nou deute*
- c) *Repartiment de dividends només una vegada cobert com a mínim el 70-80% de les despeses futures i sense incórrer en un nou deute.*
- d) *Repartiment de dividends només una vegada cobert com a mínim el 80-100% de les despeses futures i sense incórrer en un nou deute.*
- e) *No es reparteixen dividends i es reinverteixen els beneficis en l'empresa o en la societat.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 13: Llindar de puntuació criteri B2.

Criteri	Puntuació
Resposta E	13,3 punts
Resposta D	11,3 punts
Resposta C	9,3 punts
Resposta B	7,3 punts
Resposta A	5,3 punts

Font: Elaboració pròpia.

- B4: Propietat i participació democràtica

- **Indicador:** Repartiment de l'aportació del capital propi entre empresaris, directius, persones empleades, clients, proveïdors, inversors que no treballen en l'organització i altres.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Dades balanç econòmic-financer
- **Llindar de puntuació:**

Taula 14: Llindar de puntuació criteri B4.

Criteri	Puntuació
El capital propi està aportat per tots els grups d'interès, sent les persones empleades qui posseeixen la majoria de les participacions	13,3 punts
El capital propi està aportat per tots els grups d'interès	11,3 punts

El capital propi està aportat per, com a mínim, 3 persones empleades	9,3 punts
El capital propi està aportat pels fundadors/es i directius/ves	7,3 punts
El capital propi està aportat pels fundadors/es	5,3 punts

Font: Elaboració pròpia.

C. Persones empleades

- C1: Dignitat humana al lloc de treball
 - **Indicadors:** Hores anuals de formació als treballadors respecte a les hores totals anuals.
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Dades balanç econòmic-financer.
 - **Llindar de puntuació:**

Taula 15: Llindar de puntuació criteri C1.

Criteri	Puntuació
40h anuals de formació	10 punts
35h anuals de formació	8 punts
30h anuals de formació	6 punts
25h anuals de formació	4 punts
Hores de formació corresponents a l'Estatut dels Treballadors (20h)	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- C2: Característiques dels contractes de treball

- **Indicadors:** Característiques dels contractes de treball i paritat de gènere.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 8 i dades balanç econòmic-financer.

8. Quines característiques de les quals es mostren a continuació formen part dels contractes de treball de la seva organització?

a) *Es compleix amb les exigències mínimes de la regulació de treball.*

b) *Anàlisi i diàleg periòdic sobre una estructura salarial justa, distribució de la càrrega de treball, horaris laborals, i tipus de contractes.*

c) *A més de l'anterior, s'implementen mesures per a garantir una remuneració digna d'acord amb els costos de vida de la regió en la qual es troba*

d) *A més de l'anterior, es fomenten mesures i formacions perquè les persones emprades gestionin de manera conscient el seu horari laboral i les hores extres.*

e) *A més de l'anterior, s'ha desenvolupat un procés perquè cada persona emprada pugui fixar els apartats fonamentals del seu contracte de treball.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 16: Llindar de puntuació criteri C2.

Criteri (dades balanç)	Puntuació
Hi ha un equilibri de gèneres	5 punts
Entre un 21% i un 49% de les persones empleades són dones	4 punts
Entre un 16% i un 20% de les persones empleades són dones	3 punts

Entre un 10% i un 15% de les persones empleades són dones	2 punts
Menys d'un 10% de les persones empleades són dones	1 punt

Font: Elaboració pròpia.

Taula 17: Llímit de puntuació criteri C2.

Criteri (enquesta)	Puntuació
Resposta E	5 punts
Resposta D	4 punts
Resposta C	3 punts
Resposta B	2 punts
Resposta A	1 punt

Font: Elaboració pròpia.

- C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades
 - **Indicadors:** Mesures de responsabilitat ambiental preses a l'organització.
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 9:

9. Quines mesures es prenen en la seva organització quant a responsabilitat ambiental de les persones emprades?

a) No existeixen mesures per a dur a terme un estil de vida més mediambientalment responsable.

b) S'han fet uns primers passos en la promoció de qüestions mediambientals, p. ex. hi ha un grup de consum, la direcció té un comportament exemplar, etc.

c) Existeix una voluntat clara de l'organització sobre alimentació sostenible, política de mobilitat sostenible, i integració puntual de qüestions mediambientals en la formació dels empleats.

d) En la cantina (si n'hi ha), s'ofereix alimentació local i de temporada en la seva majoria. Voluntat per a reduir els trajectes al lloc de treball amb cotxe, així com els viatges de l'organització es planegen considerant opcions de baix impacte.

e) A més de l'anterior, existeix un petit percentatge de trajectes al lloc de treball amb cotxe, i els viatges d'organització sempre es planegen amb l'opció de menor impacte. Selecció de personal tenint en compte la consciència mediambiental dels aspirants.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 18: Llindar de puntuació criteri C3.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- C4: Transparència i participació democràtica interna

- **Indicadors:** Grau de transparència de l'organització amb les persones empleades.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 10:

10. En quina mesura es prenen les decisions amb la consulta/col·laboració/participació de les persones emprades?

a) *Nivell de transparència concorde a la legislació.*

b) *L'organització aborda el tema transparència i/o participació, i té un pla concret per a augmentar-la.*

c) *Consulta i/o participació de les persones emprades en temes i decisions fonamentals (inclosa selecció de la direcció).*

d) *A més de l'anterior, la majoria de les dades crítiques i fonamentals són transparents i fàcilment accessibles i comprensibles per a totes les persones emprades. La transparència forma part de la cultura organitzacional des de fa anys.*

e) *A més de l'anterior, totes les decisions fonamentals (inclosa selecció de la direcció) es prenen amb les persones emprades per consens: la participació de les persones emprades forma part de la cultura organitzacional.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 19: Llindar de puntuació criteri C4.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts

Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

D. Clients i altres organitzacions

- D1: Actitud ètica amb els clients
 - **Indicadors:** Informació present a la pàgina web de l'organització.
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Visualització de la pàgina web.
 - **Llindar de puntuació:**

Taula 20: Llindar de puntuació criteri D1.

Criteri	Puntuació
Recomanacions de productes i serveis d'altres organitzacions del sector	10 punts
Servei al client fàcilment accessible	8 punts
Les dades dels clients no s'envien a altres organitzacions	6 punts
<i>Permission marketing</i> ²	4 punts
Informació clara, completa i vertadera.	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

² La publicitat només s'envia si abans hi ha hagut un consentiment explícit per part del client potencial.

- D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions

- **Indicadors:** Grau de col·laboració amb altres organitzacions.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 11:

11. Quin és el grau de cooperació i solidaritat amb altres organitzacions?

a) *L'organització no col·labora amb altres organitzacions, però tampoc s'aprofita d'elles ni actua contra elles*

b) *L'organització té una actitud amistosa cap a altres organitzacions i posa a la seva disposició els seus coneixements, informació i recursos si li són sol·licitats.*

c) *L'organització col·labora esporàdicament amb organitzacions d'altres sectors i/o del mateix sector i comença a compartir empleats, comandes, recursos financers i tecnologia en situacions de necessitat o per a fer costat a altres organitzacions.*

d) *A més de l'anterior, l'organització té àmplia experiència a compartir empleats, comandes, recursos financers i tecnologia en situacions de necessitat o per a fer costat a altres organitzacions.*

e) *L'oferta de l'organització es desenvolupa principalment – on sigui possible – en cooperació amb altres empreses. La solidaritat amb altres organitzacions forma part del model de negoci.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 21: Llindar de puntuació criteri D2.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts

Resposta A

2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis
 - **Indicadors:** Gestió de l'impacte ambiental dels productes i serveis que ofereix l'organització.
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 12:

12. Quina és la gestió de la seva organització quant a l'impacte ambiental dels productes i serveis que aquesta ofereix?

a) *L'organització no té dades sobre l'impacte ambiental dels seus productes i serveis. No hi ha estratègia ni mesures implantades per a reduir els impactes ambientals dels productes i serveis o per a fomentar un consum moderat.*

b) *L'organització ha fet primers càlculs per a mesurar l'impacte ambiental i està planificant mesures per a reduir els impactes ambientals i/o promoure un consum moderat.*

c) *Es disposa de multitud de dades quantitatives i qualitatives sobre els impactes ambientals. Existeix una estratègia clara i definida per a reduir els impactes ambientals de tota la gamma de productes.*

d) *Els productes i serveis tenen un impacte ambiental mig inferior a les alternatives. La comunicació de l'organització fomenta un consum moderat i aporta informació completa i clara als seus clients sobre l'impacte ambiental dels productes i serveis.*

e) *L'organització ha optimitzat els seus processos i gamma de productes considerant el seu impacte ambiental. La promoció d'un consum moderat és una part essencial del model de negoci de l'organització i de la relació amb els clients.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 22: Llindar de puntuació criteri D3.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- D4: Participació dels clients
- **Indicadors:** Paper del client en les innovacions dels productes i serveis de l'organització.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 13:

13. Quin és el paper del client en les innovacions de productes i serveis de la seva organització?

a) No hi ha cap mena de participació del client. Només es contesta als comentaris dels clients. L'organització compleix amb la llei respecte a les seves obligacions de declaració legal.

b) Els comentaris dels clients es busquen ocasionalment.

c) Els comentaris constructius dels clients es reben de manera sistemàtica i s'incorporen en molts casos.

d) L'organització té una participació institucionalitzada, oberta i transparent per als clients. Els comentaris constructius s'incorporen en la majoria dels casos.

e) Existeix un “consell/comitè” de clients o altres formes institucionalitzades similars de diàleg i participació democràtica. Els comentaris constructius s'incorporen gairebé sempre. Existeix un desenvolupament en conjunt amb el client de productes sostenibles.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 23: Llindar de puntuació criteri D4.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

E. Entorn Social

- E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis
 - **Indicadors:** Necessitats que cobreixen els productes i serveis que ofereix l'organització.
 - **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 14:

14. De quina forma serveixen els seus productes i serveis a les necessitats bàsiques, al desenvolupament personal, a l'enfortiment de la comunitat o a la regeneració del planeta?

a) Tots els productes i serveis serveixen més per a incrementar l'estatus que per a satisfer una necessitat bàsica.

b) La major part dels productes i serveis satisfan necessitats bàsiques per a portar una vida bona i saludable.

c) La major part dels productes i serveis serveix a més al desenvolupament de l'ésser humà.

d) La major part de productes serveix a més al desenvolupament de la societat i/o la diversitat de la biosfera.

e) La major part dels productes i serveis col·labora a solucionar problemes definits pels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 24: Llindar de puntuació criteri E1.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- E2: Contribució a la comunitat

- **Indicadors:** Contribució a la comunitat de l'organització.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 15:

15. Com estableix la seva organització un equilibri just entre el que aporta a la comunitat i el que rep?

a) L'organització paga els seus impostos correctament però no aporta voluntàriament a la comunitat.

b) L'organització coneix i publica detalladament els impostos i quotes a la seguretat social. A més, de manera puntual es fan aportacions voluntàries sense estudiar els impactes.

c) L'organització implementa mesures concretes per a aportar una contribució que vagi més enllà dels impostos i quotes a la seguretat social. Es realitzen aportacions voluntàries en major mesura, però només es contribueix a accions amb impactes plausibles.

d) A més de l'anterior, la contribució voluntària és de gran valor, es realitza en diverses àrees i durant períodes llargs.

e) L'organització té una aportació per sobre de la mitjana. Es busquen solucions innovadores perquè l'aportació a la comunitat vagi més enllà de l'aportat estrictament per la seva activitat econòmica.

- **Llindar de puntuació:**

Taula 25: Llindar de puntuació criteri E2.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- E3: Reducció de l'impacte mediambiental
- **Indicador:** Identificació dels impactes mediambientals i erradicació d'aquests.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 16:

16. Com identifica la seva organització possibles impactes mediambientals i, en cas d'haver-los, els intenta evitar i/o reduir?

- a) *En l'organització es coneix l'existència d'impactes ambientals, però no es tenen dades ni mesures de millora.*
- b) *L'organització està fent els primers passos per a identificar els seus impactes mediambientals més importants.*
- c) *L'organització coneix les seves emissions i ús de recursos, així com la seva petjada ecològica. Recopila i analitza les dades corresponents i disposa d'estratègies de millora.*
- d) *A més de l'anterior, l'organització disposa d'estratègies a llarg termini per a reduir o eliminar els seus impactes.*
- e) *A més de l'anterior, l'organització publica aquestes dades i coopera amb altres organitzacions del sector.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 26: Llindar de puntuació criteri E3.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

- E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social

- **Indicador:** Publicació d'informes públics.
- **Metodologia per a la recollida de dades:** Enquesta pregunta núm. 17:

17. Com publica o presenta els impactes de la seva activitat organitzacional?

- a) *No s'existeix cap informe en línia o una altra publicació fàcilment accessible.*
- b) *S'han desenvolupat les primeres anàlisis i existeix una planificació per a elaborar un informe transparent, honest i basat en fets.*
- c) *S'ha elaborat un informe senzill fàcilment accessible on es publiquen els valors de l'organització i el seu compliment.*
- d) *S'ha elaborat un Informe del Bé Comú complet o una altra opció anàloga i auditoria externa d'aquest.*
- e) *A més de la realització d'un informe, existeix una recerca activa de tots els aspectes crítics.*

- **Llindar de puntuació:**

Taula 27: Llindar de puntuació criteri E4.

Criteri	Puntuació
Resposta E	10 punts
Resposta D	8 punts
Resposta C	6 punts
Resposta B	4 punts
Resposta A	2 punts

Font: Elaboració pròpia.

5. Mostra de l'estudi

La mostra de l'estudi són 8 empreses del sector turístic situades a Catalunya, el 50% d'economia social, en concret cooperatives, i el 50% d'economia tradicional, en concret societats limitades. Ambdós grups contenen empreses que reuneixen característiques semblants (nombre de treballadors, públic objectiu, resultats econòmics, etc.), amb l'objectiu de poder-les comparar de forma correcta.

Els criteris que s'han fet servir per escollir la mostra són, en el cas de les empreses d'economia social (cooperatives), aquelles cooperatives del sector turístic presents a Catalunya i adherides a la Xarxa d'Economia Solidària (XES) i a la Federació de Cooperatives de Treball Associat de Catalunya. Per altra banda, en el cas de les empreses d'economia tradicional, s'han escollit 4 de les que presentava la base de dades SABI, en quant a empreses registrades a Catalunya, amb un màxim de 25 treballadors i 400.000€ de facturació anual (2018).

6. Resultats

6.1. Empreses d'economia social (cooperatives)

6.1.1. Prospeccions en Sorra, SCCL

Aquesta cooperativa té un projecte anomenat La Bullanga, el qual està orientat a difondre el patrimoni històric de la ciutat de Barcelona, mitjançant el disseny i la realització de visites turístiques sostenibles i alternatives. De fet, compten amb 3 rutes amb un vessant lúdic (*la Barcino Romana, la Ciutat Medieval* i una experiència gastronòmica).

Segons els seus fundadors, en Marc i en Xavier, les seves experiències generen un impacte positiu en l'entorn, ja que donen suport als comerços de proximitat de Barcelona i a altres iniciatives d'economia social. Actualment, aquesta cooperativa està formada per 3 socis iniciant la seva activitat l'any 2018 (La Bullanga, 2020).

Referent a l'impacte d'aquesta cooperativa al bé comú, podem observar a la Taula 28 que la seva puntuació total és de **138 punts (sobre 200)**. En aquesta es determina que

la gestió ètica dels subministres és part de la identitat de l'empresa i del seu posicionament de mercat. En aquesta línia, entre un 60% i un 79% dels proveïdors van ser seleccionats en base a criteris de justícia i solidaritat i, un percentatge similar d'aquests contribueixen a la reducció del seu impacte mediambiental.

Paral·lelament, en termes de transparència i participació democràtica, com a mínim la meitat dels productes i matèries primeres adquirides per la cooperativa posseeixen un certificat que fa referència a aquest aspecte. A més, la cadena de subministrament s'analitza periòdicament per implementar mesures i/o sancions.

Respecte al finançament de l'organització, detallem que és 100% provinent de fons propis aportats pels fundadors (percentatge exemplar al sector³) i que, en el cas de necessitar finançament extern, aquest provindria de proveïdors especialitzats principalment en serveis ètics i sostenibles. En el cas d'obtenir excedents monetaris de la seva activitat, no es reparteixen entre els socis i es reinverteixen en projectes duts a terme per la mateixa cooperativa.

En total, les persones empleades gaudeixen de 20 hores anuals de formació, tal com estableix l'Estatut dels Treballadors, i un 0% d'aquestes són dones. Tanmateix, es fomenten mesures perquè les persones empleades gestionin de forma conscient el seu horari laboral i les hores extres.

Com que la seva activitat es realitza al carrer, que és l'entorn on es fan els itineraris, apelen al compromís particular amb la societat i la sostenibilitat de cada persona quan es presta el servei. Tot i això, existeix una voluntat ferma en reduir els trajectes en cotxe, i els viatges corporatius es planegen buscant l'opció amb menor impacte. A més a més, les persones empleades tenen una capacitat molt gran de decisió, llevat que totes les decisions fonamentals es prenen amb aquestes de forma consensuada.

Pel que fa a l'actitud ètica amb els clients, observem que a la seva pàgina web es recomanen productes i serveis d'altres organitzacions del sector, amb qui existeix una relació de cooperació i solidaritat. També, la cooperativa té una participació

³ CNAE 79: Activitats d'agències de viatge, operadors turístics, servei de reserves i activitats relacionades. Mitjana de recursos propis respecte del total del passiu: 31,8% (Registro de Expertos Contables, 2015).

institucionalitzada, oberta i transparent pels clients i els comentaris constructius d'aquests s'incorporen en la majoria de casos.

En termes mediambientals, l'empresa ha realitzat els primers càlculs per a mesurar l'impacte que genera la seva activitat i està planificant mesures per tal de reduir-lo.

Finalment, tot i que l'organització implementa mesures concretes per aportar una contribució que vagi més enllà dels impostos i de les quotes a la Seguretat Social, no existeix ningun informe en línia o cap altra publicació fàcilment accessible on es presentin els impactes de la seva activitat organitzacional.

Taula 28: Puntuació del Bé Comú de Prospeccions en Sorra, SCCL.

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	10	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	8	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	8
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	12,3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13,3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	5,3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C2: Característiques dels contractes de treball	5	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	8	C4: Transparència i participació democràtica interna	10
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	10	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	10	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4	D4: Participació dels clients	6
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	6	E2: Contribució a la comunitat	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	2
Puntuació Total Valors		40,3		42,3		24		31,3
Puntuació Total Bé Comú								137,9

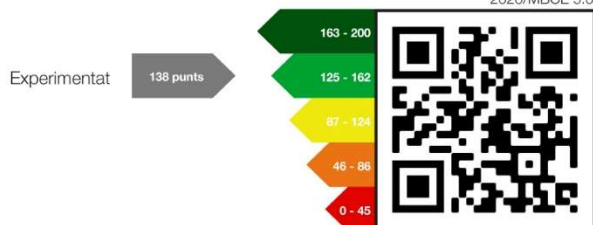
Font: Elaboració pròpia.

Tanmateix, l'etiqueta que obtindria aquesta cooperativa és la que es mostra a la Imatge 2.

Imatge 2: Puntuació del bé comú de l'empresa Prospeccions en Sorra, SCCL.

Prospeccions en Sorra, SCCL

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia

Amb tot, i relacionant la contribució al bé comú amb els tres eixos de la sostenibilitat, tal com es mostra a la Taula 29, la cooperativa obté una puntuació de **7 sobre 10** en l'eix socioeconòmic, un **7,3 sobre 10** en l'eix sociocultural i, finalment un **6 sobre 10** en l'eix mediambiental.

Taula 29: Puntuació eixos de la sostenibilitat de Prospeccions en Sorra, SCCL.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	8	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	10	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	8		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	12,3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13,3				
	B4: Propietat i participació democràtica	5,3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	8
			C2: Característiques dels contractes de treball	5		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	10		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	10	D1: Actitud ètica amb els clients	10	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4
	D4: Participació dels clients	6				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	6	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	2				
Puntuació Total Eixos		62,9		51		24
Puntuació Total Sobre 10		7		7,3		6

Font: Elaboració pròpia.

6.1.2. Gisfera, SCCL

Es tracta d'una cooperativa geo-ambiental de treball associat i sense ànim de lucre formada per 3 sòcies fundadores. Aquesta s'especialitza en estudis i projectes de desenvolupament local vinculats al territori, el turisme sostenible, la conservació de la natura i la divulgació ambiental (Gisfera, 2020).

En relació al servei turístic de guies de natura, ofereixen experiències d'observació de fauna salvatge arreu del territori català així com a espais naturals i territoris desconeguts.

Pel que fa a la seva aportació al bé comú, la podem observar a la Taula 30, essent la seva puntuació de **151 punts (sobre 200)**. Aquesta determina que, en concret pels proveïdors, l'empresa avalua les condicions laborals d'alguns d'aquests i desenvolupa estratègies per a millorar-les, on entre un 20 i un 39% dels proveïdors i matèries primeres són escollits per la seva justícia i solidaritat. Tanmateix, en termes mediambientals, entre un 40 i un 50% dels proveïdors tenen en compte la reducció del seu impacte mediambiental i un terç dels productes i matèries primeres que adquireixen tenen un certificat de transparència i participació democràtica.

Paral·lelament, en referència al seu finançament propi, es troba situat igual que la mitjana del sector d'activitat⁴ en termes de recursos propis respecte al total de finançament (29%) i està aportat només pels socis fundadors. A més a més, tots els seus proveïdors financers tenen exclusivament serveis ètics i sostenibles i no es reparteixen dividendes, sinó que es reinverteixen a la mateixa cooperativa.

Pel que fa a les persones empleades, el 40% són dones i totes obtenen 30 hores anuals de formació. S'ha desenvolupat, també, un procediment per a que cada treballador pugui fixar apartats fonamentals del seu contracte de feina i, en termes de viatges corporatius, es planteja sempre l'opció que comporta el menor impacte mediambiental.

La seva pàgina web no recomana serveis d'altres organitzacions però, tot i això, l'oferta de l'organització es realitza en cooperació amb altres empreses. Amb els clients, a més,

⁴ CNAE 79: Activitats d'agències de viatge, operadors turístics, servei de reserves i activitats relacionades. Mitjana de recursos propis respecte del total del passiu: 31,8% (Registro de Expertos Contables, 2015).

es té una relació estreta, ja que els comentaris constructius d'aquests es reben de forma sistemàtica i s'incorporen en molts casos.

En relació amb l'entorn social, el seu servei serveix per al desenvolupament de la societat i la diversitat de la biosfera, coneixent la seva petjada ecològica i obtenint dades per tal de reduir-la.

Finalment, la cooperativa elabora un informe senzill i accessible on s'hi poden veure els valors i el seu compliment.

Taula 30: Puntuació del Bé Comú de Gisfera, SCCL.

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	4	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	10	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	6	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	6
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	11.3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13.3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	5.3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	6	C2: Característiques dels contractes de treball	9	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	10	C4: Transparència i participació democràtica interna	10
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	8	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	10	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	10	D4: Participació dels clients	6
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	8	E2: Contribució a la comunitat	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	6	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	6
Puntuació Total Valors		37.3		48.3		32		33.3
Puntuació Total Bé Comú								151

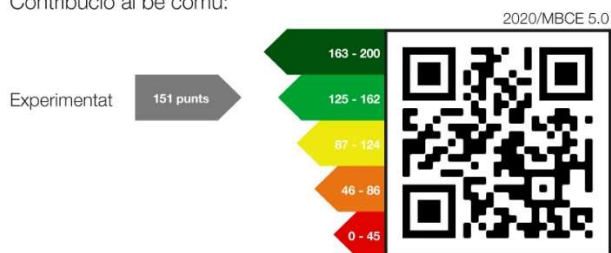
Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, l'etiqueta d'aportació al bé comú corresponent a aquesta empresa seria la que es mostra a la Imatge 3.

Imatge 3: Puntuació del bé comú de l'empresa Gisfera, SCCL.

Gisfera, SCCL

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

La relació entre la matriu i els eixos de la sostenibilitat, aquesta empresa obté una puntuació de **8 sobre 10** en sostenibilitat socioeconòmica i mediambiental i un **7,3 sobre 10** en sostenibilitat sociocultural, tal com es mostra a la Taula 31.

Taula 31: Puntuació eixos sostenibilitat de Gisfera, SCCL.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	10	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	4	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	6
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	6		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	11.3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13.3				
	B4: Propietat i participació democràtica	5.3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	6	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	10
			C2: Característiques dels contractes de treball	9		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	10		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	10	D1: Actitud ètica amb els clients	8	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	10
	D4: Participació dels clients	6				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	6	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	8	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	6
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	6				
Puntuació Total Eixos		67.9		51		32
Puntuació Total Sobre 10		8		7.3		8

Font: Elaboració pròpia.

6.1.3. Costa Brava Centre, SCCL

Costa Brava Centre és una cooperativa de treball associat fundada l'any 1986 per tal d'oferir serveis administratius en l'àmbit turístic a empreses del sector i a entitats públiques i privades. Actualment, l'organització ha augmentat el seu ventall de serveis, fins a convertir-se en una consultoria de gestió de destinacions i de comunicació turística (Costa Brava Centre, 2020).

En referència als resultats de l'enquesta i de l'anàlisi de dades del balanç de situació, la puntuació del bé comú d'aquesta empresa és de **127 punts (sobre 200)**, i es troba desglossada a la Taula 32.

Tal com podem observar, amb relació als proveïdors dins de l'organització existeixen procediments de compra que donen suport a aquells qui compleixen amb la política de valors socials de l'empresa. D'aquesta forma, entre un 20% i un 39% dels proveïdors van ser escollits d'acord amb criteris de justícia i solidaritat, així com entre un 20% i un 39% dels productes i matèries primeres van ser adquirides amb un segell amb aquests valors.

D'altra banda, entre un 60% i un 79% dels proveïdors, contribueixen a la reducció del seu impacte mediambiental.

A més, en referència als recursos propis, veiem que l'empresa té un 60% de patrimoni net respecte del total del passiu, el qual implica que es troba per sobre de la mitjana de les empreses del seu sector d'activitat⁵. Aquests recursos propis són aportats per tots els grups d'interès. Tanmateix, els proveïdors financers de l'organització tenen productes ètics i sostenibles i estan compromesos amb l'economia local.

En aquesta cooperativa no es reparteixen dividendes, i aquests s'inverteixen en la millora dels recursos humans i de les infraestructures.

En relació a les persones empleades, observem que es dediquen 30 hores anuals a la formació dels treballadors i s'implementen mesures per a garantir una remuneració digna segons els costos de vida de Girona.

A més, un 30% de les persones empleades són dones, tot i que no existeix a l'empresa cap mesura que afavoreixi un estil de vida de les persones empleades mediambientalment responsable. Aquestes, també, són consultades per a temes i decisions fonamentals de l'empresa (inclosa la selecció de la direcció).

Pel que fa a la qüestió de la relació entre l'empresa, els clients i altres organitzacions, observem que la pàgina web aporta informació clara, completa i vertadera, es demana permís per a enviar publicitat i el servei al client és accessible. Tanmateix, la cooperativa té una actitud amistosa cap a altres organitzacions i disposa de dades quantitatives i qualitatives sobre els impactes mediambientals de la seva activitat.

⁵ CNAE: 70.2. Activitats de consultoria de gestió empresarial. Mitjana de recursos propis respecte del total del passiu: 54,5% (Registro de Expertos Contables, 2015).

En relació a l'entorn, l'organització implementa mesures per aportar a la societat que van més enllà dels impostos i quotes de la Seguretat Social. Paral·lelament, disposa d'estratègies per tal de reduir o eliminar els impactes mediambientals.

Finalment, destacar que elabora un informe senzill accessible on es publiquen els valors de la cooperativa i els esforços per a complir-los.

Taula 32: Puntuació del Bé Comú de Costa Brava Centre, SCCL.

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	8	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	2	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	4
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	10.3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13.3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	11.3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	6	C2: Característiques dels contractes de treball	8	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2	C4: Transparència i participació democràtica interna	6
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	8	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	4	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	6	D4: Participació dels clients	8
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	2	E2: Contribució a la comunitat	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	8	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	6
Puntuació Total Valors		34.3		33.3		24		35.3
Puntuació Total Bé Comú								126.9

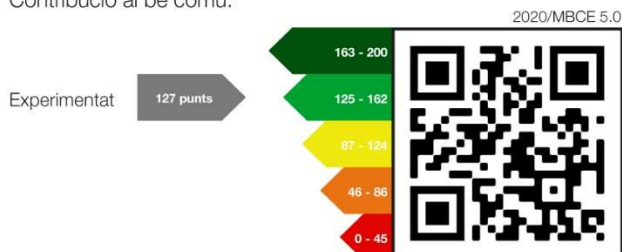
Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, l'etiqueta d'aportació al bé comú corresponent a aquesta empresa seria la que es mostra a la Imatge 4.

Imatge 4: Puntuació del bé comú de l'empresa Costa Brava Centre, SCCL.

Costa Brava Centre, SCCL

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a la relació entre la matriu i els eixos de la sostenibilitat, podem concloure que l'empresa obté una puntuació de **7 sobre 10** en sostenibilitat socioeconòmica i un **6 sobre 10** en sostenibilitat tant sociocultural com mediambiental, tal com es pot observar a la Taula 33.

Taula 33: Puntuació eixos sostenibilitat de Costa Brava Centre, SCCL.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	4	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	8	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	4		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	10.3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13.3				
	B4: Propietat i participació democràtica	11.3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	6	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2
			C2: Característiques dels contractes de treball	8		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	6		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	4	D1: Actitud ètica amb els clients	8	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	6
	D4: Participació dels clients	8				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	6	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	2	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	8
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	6				
Puntuació Total Eixos		62.9		42		24
Puntuació Total Sobre 10		7		6		6

Font: Elaboració pròpia.

6.1.4. Sambucus, SCCL

Sambucus és una cooperativa de treball i empresa d'inserció sense ànim de lucre creada l'any 2011 a Osona amb l'objectiu de dotar d'oportunitats professionals a persones amb dificultats sociolaborals. Tenen un restaurant, realitzen càterings per a esdeveniments fent servir productes ecològics, frescos, de temporada i de proximitat.

Tanmateix, promouen programes formatius de transició al món professional, així com cuines per col·lectivitats (Sambucus Cooperativa, 2020).

Actualment compta amb 4 sòcies treballadores, 10 contractes d'inserció laboral i 4 contractes de persones en pràctiques (Sambucus Cooperativa, 2020).

Pel que fa referència a la puntuació de la seva aportació al bé comú, aquesta és de **129 punts (sobre 200)**, tal com es mostra a la Taula 34.

En aquesta matriu s'observa que en termes de proveïdors, l'organització compleix amb la llei respecte a les normes laborals d'aquests. Tot i això, entre un 40% i un 59% d'aquests, així com dels productes i matèries primeres que adquireixen en la seva activitat empresarial van ser escollits en base a criteris de solidaritat i justícia.

Paral·lelament, entre un 60% i un 70% dels actors de la cadena de subministrament contribueixen a la reducció del seu impacte mediambiental i com a mínim un terç dels productes adquirits tenen un certificat de transparència i participació democràtica.

El percentatge de recursos propis respecte al total del passiu (endeutament intern) de la cooperativa es troba per sobre de la mitjana del seu sector d'activitat⁶, en concret, en un 45%. Aquest capital propi, a més, està aportat per tots els grups d'interès.

Pel que fa al finançament extern, les entitats tenen productes financers ètics i sostenibles i estan compromesos amb l'economia social. Tanmateix, no es reparteixen dividendes i aquests són reinvertits a la cooperativa i a projectes socials.

Les persones empleades de la cooperativa (25% dones) obtenen 35 hores anuals de formació i obtenen una remuneració digna segons els costos de vida de la regió en la qual es troba. A més d'això, totes les decisions fonamentals es prenen amb les persones empleades per consens. Tot i això, no existeixen mesures per a dur a terme un estil de vida mediambientalment responsable.

En quant a la relació ètica amb els clients i altres empreses, a la seva pàgina web hi trobem recomanacions de productes i serveis d'altres organitzacions del sector i aquesta

⁶ CNAE 56.2: Provisió de menjars preparats per a esdeveniments i altres serveis de menjar. Mitjana de recursos propis respecte el total del passiu 32,95% (Registro de Expertos Contables, 2015).

té àmplia experiència en compartir empleats, recursos financers i tecnologia amb altres organitzacions.

Els comentaris dels clients es reben de forma sistemàtica i s'incorporen com a millores del servei en la majoria de casos i la major part dels productes i serveis que ofereixen als clients satisfan necessitats bàsiques per a tenir una vida saludable.

Respecte a la contribució a la societat, es realitzen aportacions voluntàries en major mesura, però només en a través d'accions amb impactes plausibles a curt termini.

Finalment, s'han desenvolupat unes primeres anàlisis dels impactes de l'activitat empresarial i existeix una planificació per tal d'elaborar un informe transparent i honest.

Taula 34: Puntuació del Bé Comú de Sambucus, SCCL.

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	2	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	6	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	6
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	9.3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13.3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	11.3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	8	C2: Característiques dels contractes de treball	7	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2	C4: Transparència i participació democràtica interna	10
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	10	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	8	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4	D4: Participació dels clients	6
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E2: Contribució a la comunitat	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	4
Puntuació Total Valors		33.3		40.3		18		37.3
Puntuació Total Bé Comú								128.9

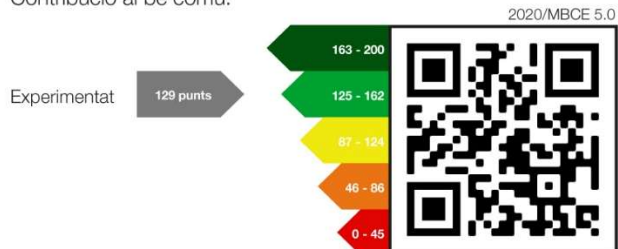
Font: Elaboració pròpia.

Amb tot, l'etiqueta d'aportació al bé comú corresponent a aquesta cooperativa seria la que es mostra a la Imatge 5.

Imatge 5: Puntuació del bé comú empresa Sambucus, SCCL.

Sambucus, SCCL

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

En relació amb els eixos de la sostenibilitat, podem concloure que l'empresa obté una puntuació de **7,1 sobre 10** en sostenibilitat socioeconòmica, un **6,7 sobre 10** en sostenibilitat sociocultural i, finalment, un **4,5 sobre 10** en sostenibilitat mediambiental, tal com s'observa a la Taula 35.

Taula 35: Puntuació eixos sostenibilitat de Sambucus, SCCL.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	6	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	2	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	6		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	9.3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	13.3				
	B4: Propietat i participació democràtica	11.3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	8	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2
			C2: Característiques dels contractes de treball	7		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	10		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	8	D1: Actitud ètica amb els clients	10	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4
	D4: Participació dels clients	6				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	6	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	4				
Puntuació Total Eixos		63.9		47		18
Puntuació Total Sobre 10		7.1		6.7		4.5

Font: Elaboració pròpia.

6.2. Societats Limitades

6.2.1. Fent País, SL

Fent País és una Societat Limitada dedicada a l'elaboració de xecs regal d'experiències arreu del territori català (escapades, gastronomia, aventura, enoturisme, benestar, cultura, etc.). Creada el 2017 per 5 socis fundadors del Bages, es mostren com una empresa compromesa amb els productes locals i de proximitat, aportant valor a l'entorn natural ric que es pot gaudir a Catalunya, així com la cultura catalana.

Mitjançant la seva activitat empresarial, la seva aportació al bé comú és de **93,3 punts (sobre 200)**, desglossats tal com es mostra a la Taula 36.

Taula 36: Puntuació del Bé Comú de Fent País, SL.

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	8	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	8	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	2
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	9,3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	2,65	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	7,3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C2: Característiques dels contractes de treball	6	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2	C4: Transparència i participació democràtica interna	4
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	6	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	6	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	2	D4: Participació dels clients	6
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E2: Contribució a la comunitat	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	2	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	2
Puntuació Total Valors		29,3		28,65		14		21,3
Puntuació Total Bé Comú								93,25

Font: Elaboració pròpia.

En aquesta es determina, a més, que els processos de compra estan determinats d'acord amb criteris socials, de forma que la major part dels proveïdors tenen condicions laborals per sobre de la mitjana del sector. En concret, entre un 60% i un 79% d'aquests són seleccionats en base a termes de justícia i solidaritat.

Paral·lelament, respecte a criteris mediambientals, entre un 60% i un 79% dels proveïdors contribueixen a la reducció del seu impacte ambiental. No obstant això,

l'organització no s'ocupa de manera explícita en la transparència i participació a la cadena de subministrament.

Pel que fa als proveïdors de finançament, aquests presenten els riscos dels productes i serveis que ofereixen, però no tenen cap producte ètic i sostenible. Tot i això, la proporció de recursos propis enfront del total del passiu és de 100% (aportat pels fundadors/es i directius/ves), la qual es troba per sobre de la mitjana del sector⁷. Els beneficis de la societat es reparteixen només quan hi ha hagut realment beneficis sense recórrer a endeutament per a tal qüestió.

Les persones empleades de l'organització (un 20%, dones) obtenen un total de 20 hores anuals de formació i s'implementen mesures per tal de garantir una remuneració d'aquestes que vagi en consonància amb els costos de vida de la regió en la qual es troba situada. Tot i això, no existeixen mesures per tal que aquestes duguin a terme una vida mediambientalment responsable ni les decisions fonamentals són consensuades amb elles.

La relació amb els clients és ètica en quant que el servei al client és fàcilment accessible a la seva pàgina web i les dades d'aquests no s'envien a altres organitzacions i els comentaris que es reben per part seva s'incorporen en molts casos per tal de millorar el servei. Tanmateix, l'organització col·labora esporàdicament amb empreses d'altres o del mateix sector.

La relació sostenible amb l'entorn, en canvi, es troba encara en fases inicials: l'empresa no té dades sobre l'impacte ambiental dels seus serveis ni existeix cap estratègia per a reduir el possible impacte ambiental d'aquesta. A més a més, no existeix cap informe en línia o alguna altra publicació fàcilment accessible on es presentin els impactes de l'activitat.

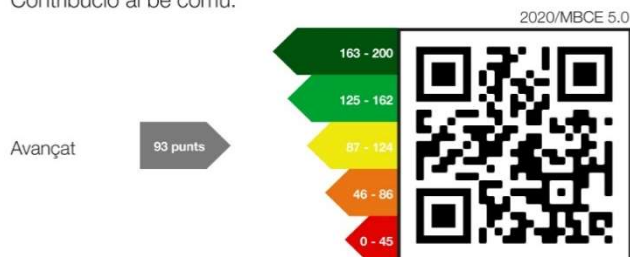
L'etiqueta que obtindria aquesta empresa es troba representada a la Imatge 6.

⁷ CNAE 79: Activitats d'agències de viatge, operadors turístics, servei de reserves i activitats relacionades. Mitjana de recursos propis respecte del total del passiu: 31,8% (Registro de Expertos Contables, 2015).

Imatge 6: Puntuació del bé comú de l'empresa Fent País, SL.

Fent País, SL

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

Amb tot, i relacionant la matriu del bé comú amb els tres eixos de la sostenibilitat, l'empresa en qüestió obté una puntuació de **5,3 sobre 10** en termes socioeconòmics, un **4,6 sobre 10** en aspectes socioculturals i, finalment, un **3,5 sobre 10** en l'eix mediambiental, tal com s'observa a la Taula 37.

Taula 37: Puntuació eixos sostenibilitat de Fent País, SL.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	8	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	8	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	2		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	9,3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	2,65				
	B4: Propietat i participació democràtica	7,3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2
			C2: Característiques dels contractes de treball	6		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	4		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	6	D1: Actitud ètica amb els clients	6	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	2
	D4: Participació dels clients	6				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	6	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	2
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	2				
Puntuació Total Eixos		47,25		32		14
Puntuació Total Sobre 10		5,3		4,6		3,5

Font: Elaboració pròpia.

6.2.2. Grums Barcelona Hotel&Spa, SL

L'hotel de 4 estrelles i Spa Grums Barcelona, està situat al centre de la ciutat de Barcelona, als peus de Montjuïc i a prop de la terminal de creuers. Es tracta d'un hotel que ofereix habitacions d'alta qualitat ambientades amb un estil *art-decò*. A més a més, compta amb una cafeteria i restaurant, així com esmorzar de tipus bufet i una terrassa a l'àtic.

En referència a la contribució de l'empresa al bé comú, veiem que obté una puntuació de **96 punts (sobre 200)**, els quals es troben desglossats per temes a la Taula 38.

Taula 38: Puntuació Bé Comú de Grums Barcelona Hotel&Spa.

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	8	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	2	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	10
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	6,3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	11,3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	5,3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C2: Característiques dels contractes de treball	9	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	6	C4: Transparència i participació democràtica interna	4
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	4	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	2	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	2	D4: Participació dels clients	6
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E2: Contribució a la comunitat	2	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	2	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	2
Puntuació Total Valors		24,3		26,3		18		27,3
Puntuació Total Bé Comú								95,9

Font: Elaboració pròpia.

En concret, la societat compta amb procediments de compra que donen suport als proveïdors d'acord amb criteris socials que vagin lligats amb els valors de l'organització. Tot i això, entre un 0% i un 19% d'aquests van ser seleccionats d'acord amb criteris de justícia i solidaritat, al contrari del 60%-79% dels proveïdors que sí que contribueixen a reduir el seu impacte mediambiental. Sobre transparència i participació democràtica de la cadena de subministrament, veiem que tots els productes i matèries primeres tenen un certificat al respecte.

Pel que fa al finançament intern de l'empresa, la proporció de fons propis respecte al total de passiu es troba per sota de la mitjana del sector⁸, en concret en un 40%, aportat pels fundadors/es. Els dividendes es reparteixen una vegada cobert com a mínim el 80% de les despeses i sense incórrer en nous deutes.

Els proveïdors de finançament extern, per altra banda, no compten amb productes ètics i sostenibles ni estan compromesos amb l'economia local.

Les persones empleades (un 40%, dones) gaudeixen de 20 hores anuals de formació, tal com queda establert a l'Estatut dels Treballadors, i des de l'organització s'ha desenvolupat un procediment perquè cada una pugui fixar els apartats fonamentals del seu contracte de treball. Tanmateix, existeix una voluntat clara de l'empresa per a inculcar una cultura d'alimentació i mobilitat sostenible entre els treballadors.

No obstant l'anterior, la transparència i participació dels empleats en les decisions de l'empresa està encara limitada.

En relació al grau de col·laboració amb altres organitzacions, aquesta empresa no en realitza cap, però tampoc s'aprofita ni actua contra elles. Pel que fa a l'impacte ambiental del servei que presta als clients, l'organització no disposa de dades qualitatives i quantitatives sobre aquests i tampoc existeix una estratègia per tal de reduir-los.

Paral·lelament, l'empresa no aporta voluntàriament a la comunitat, més enllà dels impostos que està obligada a pagar i tampoc existeix cap informe en línia ni cap altra publicació fàcilment accessible on es publiquin els impactes socials i mediambientals de l'activitat organitzacional.

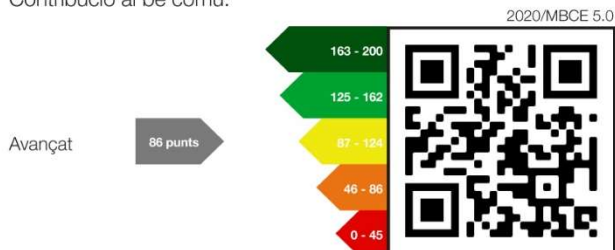
Així doncs, l'etiqueta del bé comú que tindria aquesta empresa és la que es mostra a la Imatge 7.

⁸ CNAE 55.1: Hotels i allotjaments similars. Mitjana del sector en quant a fons propis respecte al total del passiu: 50,13% (Registro de Expertos Contables, 2015).

Imatge 7: Puntuació del bé comú de l'empresa Grums Barcelona Hotel&Spa, SL.

Grums Hotel&Spa, SL

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

Finalment, relacionant la contribució al bé comú amb els tres eixos de la sostenibilitat, Grums Hotel&Spa obté un **4,1 sobre 10** en termes socioeconòmics, un **5,9 sobre 10** en l'eix sociocultural i un **4,5 sobre 10** en l'eix mediambiental, com s'observa a la Taula 39.

Taula 39: Puntuació eixos sostenibilitat Grums Barcelona Hotel&Spa.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	2	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	8	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	8
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	10		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	6,3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	11,3				
	B4: Propietat i participació democràtica	5,3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	6
			C2: Característiques dels contractes de treball	9		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	4		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	2	D1: Actitud ètica amb els clients	4	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	2
	D4: Participació dels clients	6				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	2	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	2
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	2				
Puntuació Total Eixos		36,9		41		18
Puntuació Total Sobre 10		4,1		5,9		4,5

Font: Elaboració pròpia.

6.2.3. Societat Limitada "A"

L'empresa "A", la qual no ha donat el consentiment per a que el seu nom aparegui al present estudi, està dedicada a l'organització d'esdeveniments per a empreses automobilístiques. Està situada a la ciutat de Mataró i connecta usuaris que desitgen comprar un automòbil nou i els concessionaris que els ofereixen, mitjançant l'organització d'esdeveniments.

Pel que fa a la contribució de l'empresa al bé comú mitjançant la prestació de serveis, observem a la Taula 40 que obté una puntuació de **99 punts (sobre 200)**.

Taula 40: Puntuació Bé Comú Societat Limitada "A".

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	4	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	3	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	4	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	4
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	8,3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	7,3	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	9,3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C2: Característiques dels contractes de treball	9	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	4	C4: Transparència i participació democràtica interna	6
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	6	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	4	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4	D4: Participació dels clients	8
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	2	E2: Contribució a la comunitat	6	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	4
Puntuació Total Valors		22,3		29,3		16		31,3
Puntuació Total Bé Comú								98,9

Font: Elaboració pròpia.

Sobre la selecció dels proveïdors, l'empresa selecciona entre un 0 i un 19% segons criteris de justícia i solidaritat i entre un 20 i un 39% del total de proveïdors contribueixen a la reducció del seu impacte mediambiental. Respecte a la transparència i participació democràtica de la cadena de subministrament, l'empresa ha fet els primers passos per a informar-se sobre riscos i possibles irregularitats en quant aquests valors.

Per una banda, en relació al finançament propi de l'entitat, observem que la proporció de recursos propis respecte al total del passiu és superior a la mitjana del sector

d'activitat⁹, sent aquesta d'un 75%, aportat per com a mínim 3 persones empleades i les persones fundadores.

Per altra banda, el finançament extern s'obté a partir d'entitats financeres que no tenen cap producte ètic ni sostenible i tampoc estan compromeses amb l'economia local. A més, en cas d'obtenir beneficis, es reparteixen els dividendes només un cop cobert com a mínim el 60% de les despeses futures i sense incórrer, per això, a nous deutes.

Les persones empleades (més de la meitat, dones) gaudeixen de 20 hores anuals de formació i, des de l'organització, es fomenten mesures i formacions perquè aquestes gestionen de forma conscient el seu horari laboral i les hores extres. Pel que fa a la contribució de la seva responsabilitat ambiental, s'han realitzat uns primers passos (la direcció té un comportament exemplar). Aquestes, a més, són consultades en temes i decisions fonamentals de l'activitat quotidiana de l'organització.

L'organització té una actitud amistosa cap a altres organitzacions i posa a la seva disposició el seu coneixement, informació i recursos. En relació als clients, aquesta té una participació institucionalitzada, oberta i transparent amb ells, i els seus comentaris constructius s'incorporen en la majoria de casos.

Tanmateix, l'empresa implementa aportacions voluntàries a la comunitat, però només amb accions que tenen impactes plausibles i s'han desenvolupat unes primeres anàlisis per tal d'elaborar un informe transparent i honest on s'expliquin els impactes que genera la seva activitat.

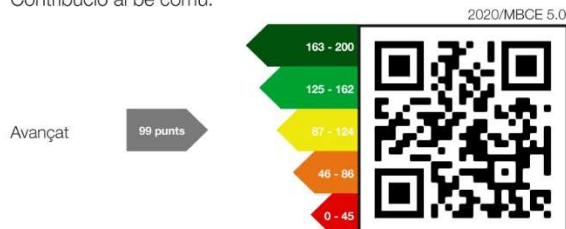
⁹ CNAE 79: Activitats d'agències de viatge, operadors turístics, servei de reserves i activitats relacionades. Mitjana de recursos propis respecte del total del passiu: 31,8% (Registro de Expertos Contables, 2015).

L'etiqueta del bé comú que tindria aquesta empresa és la que es mostra a la Imatge 8.

Imatge 8: Puntuació del bé comú de l'empresa Societat Limitada "A", SL.

Societat Limitada "A"

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

Amb tot, i amb l'objectiu de relacionar la contribució al bé comú d'aquesta empresa amb els tres eixos de la sostenibilitat, obtenim una puntuació de **5,1 sobre 10** a l'eix socioeconòmic, un **4,7 sobre 10** en l'eix sociocultural i un **4 sobre 10** en termes mediambientals, tal com es mostra a la Taula 41.

Taula 41: Puntuació eixos sostenibilitat Societat Limitada "A".

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	3	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	4 4	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	4
	B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers B4: Propietat i participació democràtica	8,3 7,3 9,3	-		
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball C2: Característiques dels contractes de treball C4: Transparència i participació democràtica interna	2 9 6	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	4
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions D4: Participació dels clients	4 4	D1: Actitud ètica amb els clients	6	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	6 4	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	2	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4
Puntuació Total Eixos		45,9		33		16
Puntuació Total Sobre 10		5,1		4,7		4

Font: Elaboració pròpia.

6.2.4. Societat Limitada "B"

La Societat Limitada "B", la qual no ha donat el consentiment per a que sortís el seu nom al present treball, va ser fundada l'any 1980 a Mataró i actualment es dedica a organitzar esdeveniments corporatius per a empreses, organitza viatges empresarials i, alhora, fa tasques de consultoria a empreses turístiques.

En relació a la contribució al bé comú, aquesta empresa ha obtingut una puntuació de **88 punts (sobre 200)**, desglossats per temes tal com es mostra a la Taula 42.

Taula 42: Puntuació Bé Comú de Societat Limitada "B".

APARTAT / VALOR	1. Dignitat Humana	Punts	2. Justícia i Solidaritat	Punts	3. Sostenibilitat Ecològica	Punts	4. Transparència i participació democràtica	Punts
A. Proveïdors	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	2	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	4	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	4	A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	4
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	8,3	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	2	-	-	B4: Propietat i participació democràtica	9,3
C. Persones Empleades	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C2: Característiques dels contractes de treball	8	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2	C4: Transparència i participació democràtica interna	4
D. Clients	D1: Actitud ètica amb els clients	8	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	4	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4	D4: Participació dels clients	6
E. Entorn Social	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E2: Contribució a la comunitat	2	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	6
Puntuació Total Valors		24,3		20		14		29,3
Puntuació Total Bé Comú								87,6

Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, l'organització compleix amb la llei respecte a normes laborals dels seus proveïdors i aproximadament entre un 20% i un 39% d'aquests van ser escollits per la seva justícia i solidaritat, proporció semblant als proveïdors que contribueixen a reduir el seu impacte mediambiental.

Pel que fa referència al finançament extern, les entitats financeres que cooperen amb l'empresa tenen alguns productes ètics i sostenibles i estan compromesos amb l'economia social. Per altra banda, el finançament propi respecte el total del passiu és

igual a la mitjana del sector¹⁰, concretament es troba en un 32%, aportat per, com a mínim, tres persones empleades. Només es reparteixen dividendes si hi ha hagut realment beneficis, sense incórrer a deutes per tal cosa.

Les persones empleades (30% dones) tenen anualment 20 hores de formació a l'empresa, la qual implementa mesures per tal de garantir que es gestioni de manera conscient l'horari laboral i les hores extres. Tot i això, no existeixen iniciatives perquè aquestes duguin un estil de vida mediambientalment responsable i no es prenen en consideració la seva opinió en decisions fonamentals per a l'organització.

Aquesta societat limitada gaudeix d'una relació amistosa amb altres organitzacions i ha realitzat els primers càlculs per tal de mesurar l'impacte ambiental de la seva activitat. Sobre les opinions dels clients, l'empresa les rep de forma sistemàtica i les incorpora en la majoria de casos per a millorar el servei.

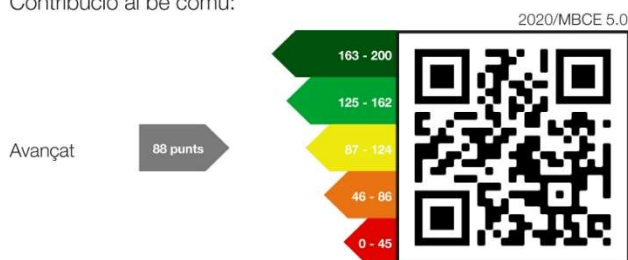
L'empresa paga els seus impostos de forma correcta però no aporta voluntàriament a la comunitat més enllà d'aquests i, finalment, elabora un informe senzill fàcilment accessible on es publiquen els valors i el seu compliment.

Així doncs, l'etiqueta que obtindria aquesta empresa és la que es mostra a la Imatge 9.

Imatge 9: Puntuació del bé comú de l'empresa Societat Limitada "B", SL.

Societat Limitada "B"

Contribució al bé comú:



Font: Elaboració pròpia.

Finalment, per tal de relacionar la contribució al bé comú amb els tres eixos de la sostenibilitat, podem observar com a l'eix socioeconòmic aquesta empresa obté una

¹⁰ CNAE 79: Activitats d'agències de viatge, operadors turístics, servei de reserves i activitats relacionades. Mitjana de recursos propis respecte del total del passiu: 31,8% (Registro de Expertos Contables, 2015).

puntuació de **4 sobre 10**, una de **4,6 sobre 10** en termes socioculturals i un **3,5 sobre 10** en termes mediambientals, tal com es mostra a la Taula 43.

Taula 43: Puntuació eixos sostenibilitat de Societat Limitada “B”.

	Eix Socioeconòmic	Punts	Eix Sociocultural	Punts	Eix Mediambiental	Punts
A. Proveïdors	A2: Justícia i solidaritat a la cadena de subministrament	4	A1: Dignitat humana a la cadena de subministrament	2	A3: Sostenibilitat mediambiental a la cadena de subministrament	4
			A4: Transparència i participació democràtica a la cadena de subministrament	4		
B. Propietaris i proveïdors financers	B1: Actitud ètica a la gestió de recursos financers	8,3	-	0	-	0
	B2: Actitud solidària a la gestió de recursos financers	2				
	B4: Propietat i participació democràtica	9,3				
C. Persones Empleades	-	0	C1: Dignitat humana al lloc de treball	2	C3: Promoció de la responsabilitat mediambiental de les persones empleades	2
			C2: Característiques dels contractes de treball	8		
			C4: Transparència i participació democràtica interna	4		
D. Clients	D2: Cooperació i solidaritat amb altres organitzacions	4	D1: Actitud ètica amb els clients	8	D3: Impacte ambiental de l'ús i de la gestió dels residus dels productes i serveis	4
	D4: Participació dels clients	6				
E. Entorn Social	E2: Contribució a la comunitat	2	E1: Propòsit i impacte positiu dels productes i serveis	4	E3: Reducció de l'impacte mediambiental	4
	E4: Transparència i participació democràtica de l'entorn social	0				
Puntuació Total Eixos		35,6		32		14
Puntuació Total Sobre 10		4,0		4,6		3,5

Font: Elaboració pròpia.

6.3. Comparació de mitjanes

Per tal d'estudiar de forma més global el comportament de les dues tipologies d'empreses que conformen la mostra, es realitzarà una comparació de mitjanes, tant de la puntuació del bé comú com de cada eix de la sostenibilitat.

En primer lloc, com es pot determinar observant la Taula 44, la mitjana de puntuació del bé comú en les societats cooperatives és major que en les societats limitades.

Taula 44: Mitjana de puntuació del bé comú de les societats cooperatives i les societats limitades que configuren la mostra.

PUNTUACIÓ BÉ COMÚ			
Societats Cooperatives		Societats Limitades	
Empresa	Punts	Empresa	Punts
Prospeccions en Sorra, SCCL	137.9	Grums Hotel&Spa, SL	95.9
Gisfera, SCCL	150.9	Fent País, SL	93.3
Sambucus, SCCL	128.9	Societat Limitada "A", SL	98.9
Costa Brava Centre, SCCL	126.9	Societat Limitada "B", SL	87.6
Mitjana	136	Mitjana	94

Font: Elaboració pròpia.

En segon lloc, pel que fa referència als criteris inclosos dins de l'eix socioeconòmic, la mitjana de puntuació segueix sent major en les societats cooperatives que en les societats limitades, tal com es mostra a la Taula 45.

Taula 45: Puntuació eix socioeconòmic de la sostenibilitat de les societats cooperatives i les societats limitades que configuren la mostra.

EIX SOCIOECONÒMIC			
Societats Cooperatives		Societats Limitades	
Empresa	Punts	Empresa	Punts
Prospeccions en Sorra, SCCL	7.0	Grums Hotel&Spa, SL	4.1
Gisfera, SCCL	7.6	Fent País, SL	5.3
Sambucus, SCCL	7.1	Societat Limitada "A", SL	5.1
Costa Brava Centre, SCCL	7.0	Societat Limitada "B", SL	4.0
Mitjana	7.16	Mitjana	4.61

Font: Elaboració pròpia.

En tercer lloc, quant a la sostenibilitat sociocultural de les empreses de la mostra, observem com la mitjana de la puntuació obtinguda per les organitzacions d'economia social (cooperatives) és més alta que l'obtinguda per les d'economia tradicional (societats limitades). Això es pot observar a la Taula 46.

Taula 46: Puntuació eix sociocultural de la sostenibilitat de les societats cooperatives i les societats limitades que configuren la mostra.

EIX SOCIOCULTURAL			
Societats Cooperatives		Societats Limitades	
Empresa	Punts	Empresa	Punts
Prospeccions en Sorra, SCCL	7.3	Grums Hotel&Spa, SL	5.86
Gisfera, SCCL	7.3	Fent País, SL	4.57
Sambucus, SCCL	6.7	Societat Limitada "A", SL	4.71
Costa Brava Centre, SCCL	6.0	Societat Limitada "B", SL	4.57
Mitjana	6.82	Mitjana	4.93

Font: Elaboració pròpia.

En quart i últim lloc, en relació a l'eix mediambiental, observem també una mitjana superior en les societats cooperatives que en les societats limitades de la mostra, tal com s'indica a la Taula 47.

Taula 47: Puntuació eix mediambiental de la sostenibilitat de les societats cooperatives i les societats limitades que configuren la mostra.

EIX MEDIAMBIENTAL			
Societats Cooperatives		Societats Limitades	
Empresa	Punts	Empresa	Punts
Prospeccions en Sorra, SCCL	6.0	Grums Hotel&Spa, SL	4.50
Gisfera, SCCL	8.0	Fent País, SL	3.50
Sambucus, SCCL	4.5	Societat Limitada "A", SL	4.00
Costa Brava Centre, SCCL	6.0	Societat Limitada "B", SL	3.50
Mitjana	6.13	Mitjana	3.88

Font: Elaboració pròpia.

7. Conclusions

L'objectiu del present treball és determinar si les empreses cooperatives catalanes del sector turístic tenen un impacte socioeconòmic, sociocultural i mediambiental més positiu que les societats limitades del mateix sector i àmbit territorial.

En primer lloc, podem concloure que la hipòtesi inicial és vàlida. Segons la mostra estudiada, les empreses d'economia social (en concret, les cooperatives), suposen una alternativa més sostenible a les empreses d'economia tradicional (societats limitades). Això es demostra per la seva major aportació al bé comú.

En segon lloc, per tal de validar la hipòtesi, s'ha aplicat de forma adaptada la metodologia proposada per Christian Felber, que pondera a les empreses per la seva contribució al bé comú, mitjançant enquestes i l'anàlisi del balanç econòmic-financer. D'aquesta forma s'ha pogut comparar la contribució al bé comú i obtenir la puntuació d'un total de 4 empreses turístiques d'economia social (cooperatives) i 4 empreses turístiques d'economia tradicional (societats limitades).

Cal esmentar que la mostra analitzada no és representativa del conjunt del sector turístic, ja que ha estat impossible obtenir dades de totes les empreses plantejades en un inici. Això és així degut a la situació en la qual s'han trobat les empreses del sector amb la pandèmia global de Covid-19. Una situació que ha dificultat l'activitat d'algunes i, també, ha suposat el tancament de moltes altres.

En tercer lloc, del resultat de l'anàlisi destaquem la comparació de mitjanes de les puntuacions obtingudes de les dues tipologies d'empreses. Segons aquestes, la mitjana de l'aportació al bé comú de les societats cooperatives és major que la de les societats limitades (136 punts enfront a 94, respectivament).

Paral·lelament, i coincidint amb els tres eixos de la sostenibilitat marcats per l'Organització Mundial del Turisme, determinem que en tots tres casos l'impacte és més positiu en les empreses d'economia social que en les d'economia tradicional.

En concret, la diferència en l'eix socioeconòmic és de gairebé 2 punts i mig. D'aquesta forma, en relació amb els objectius de l'estudi, podem determinar que l'impacte socioeconòmic de les empreses d'economia social del sector turístic és més positiu que les empreses d'economia tradicional.

Això pot ser degut al fet que totes les cooperatives estudiades són societats sense ànim de lucre, i tots els excedents de la seva activitat es reinverteixen en la societat o en millorar la prestació del servei, en contraposició a les societats limitades presents a l'estudi, les quals reparteixen els dividendes entre els socis i fundadors. A més, les cooperatives analitzades tenen una relació de cooperació amb altres organitzacions i procuren tenir proveïdors financers més ètics i sostenibles.

Seguidament, pel que fa referència a l'eix sociocultural, podem determinar també que l'impacte sociocultural de les empreses d'economia social del sector turístic és més positiu que les empreses d'economia tradicional, amb una diferència d'1,89 punts.

Aquest fet pot tenir com a causa la naturalesa organitzativa de les empreses cooperatives, les quals tenen procediments de participació interna més intensos que les societats limitades. A més, la majoria d'elles tenen iniciatives socials al darrera que fomenten polítiques empresarials més implicades amb la societat.

Tanmateix, podem afirmar que l'impacte mediambiental de les empreses d'economia social és, a la vegada, més positiu que el de les empreses d'economia tradicional, amb una diferència de 2,25 punts entre les dues. La raó d'aquests resultats pot recaure en el fet que la majoria de cooperatives estudiades tenen plans per tal de conèixer i reduir el seu impacte mediambiental, així com els residus generats per la seva activitat empresarial.

En quart lloc, respecte a les possibilitats futures d'aquesta anàlisi, seria interessant el desenvolupament de normatives públiques que obliguessin a totes les empreses del sector a calcular la seva puntuació del bé comú i fer-la pública. D'aquesta forma, el consumidor podria obtenir informació acurada sobre el conjunt d'impactes de l'activitat empresarial de l'organització, fent així que aquest pogués triar quin model empresarial fomenta.

A més a més, amb aquesta acció les empreses veurien que la reducció del seu impacte negatiu i la col·laboració amb altres organitzacions pot significar realment un avantatge competitiu davant altres empreses, teixint així una xarxa d'organitzacions que farien de l'activitat turística una alternativa més sostenible a llarg termini.

Una forma d'incentivar aquestes polítiques seria implementar un sistema tributari que beneficiés a les empreses amb millors puntuacions.

Personalment i per finalitzar, considero que seria valuós pel sector seguir amb la línia d'investigació d'aquest estudi, augmentant la mostra i, si fos el cas, obrint-la a altres sectors empresarials.

8. Referències bibliogràfiques

- Aguilar, S. J. (1965). Historia del movimiento cooperativo en Catalunya. *Estudios Cooperativos*.
- Ajuntament de Palafrugell. (2020). Cooperativa de consum L'Econòmica Palafrugellenca - Ajuntament de Palafrugell. Retrieved March 2, 2020, from <https://www.palafrugell.cat/serveis-ciutadania/cooperativa-de-consum-l-economica-palafrugellenca>
- Aymerich, J. (2008). *Las cooperativas y las colectivizaciones obreras en Catalunya como modelos de gestión colectiva. Proceso de regulación legal (1839-1939)*.
- Blachfellner, M., i Drosig-Plöckinger, A. (2017). *Manual Del Balance Del Bien Común 5.0*. Retrieved from [https://documentos.economiadelbiencomun.org/s/5Y25ZZa4Ddb5YAA?path=%2FBalance completo#pdfviewer](https://documentos.economiadelbiencomun.org/s/5Y25ZZa4Ddb5YAA?path=%2FBalance%20completo#pdfviewer)
- Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 7–20. <https://doi.org/10.1023/A:1016336125627>
- Charterina, A. M. (2013). Cooperativismo y economía del bien común. *Boletín de La Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, (47), 185–198. <https://doi.org/10.18543/baidc-47-2013pp185-198>
- Confederació de Cooperatives de Catalunya. (2018). Estadístiques. Retrieved March 2, 2020, from <https://www.cooperativescatalunya.coop/index.php/ca/observatori-2/estadistiques>
- Confederació de Cooperatives de Catalunya. (2020). Història||Resum de la història. Retrieved March 2, 2020, from <https://www.cooperativescatalunya.coop/index.php/ca/observatori/historia>
- Consell Econòmic i Social de Barcelona. (2013). *L'economia social i el tercer sector: una aproximació al seu impacte en l'ocupació i l'economia*. 1–34.
- Costa Brava Centre. (2020). No Title. Retrieved May 29, 2020, from <https://www.cooperativacostabravacentre.com/ca/>
- Díaz-Foncea, M., i Marcuello, C. (2013). Evolución del sector cooperativo en España. *4th INTERNATIONAL CIRIEC RESEARCH CONF. ON THE SOCIAL ECONOMY*, 21. Retrieved from [http://www.ciriec-ua-conference.org/images/upload/pdf/PAPERS/347_Diaz-Foncea and Marcuello_txt.pdf](http://www.ciriec-ua-conference.org/images/upload/pdf/PAPERS/347_Diaz-Foncea%20and%20Marcuello_txt.pdf)

- Díaz, G.-álvarez, Sánchez, M., i Morilla, R. (2017). *La Economía del Bien Común en el ámbito local*.
- Felber, C. (2012). Economía del Bien Común. Un modelo de economía con futuro. *Wordpress.Com*. Retrieved from <https://economydelbiencomunbcn.wordpress.com/?s=bd1>
- Fernández, M., i Puig, A. (2002). *El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana*. Retrieved from www.ciriec.es
- Flores, D., i Barroso, M. de la O. (2011). Desarrollo rural, economía social y turismo rural: un análisis de casos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (70), 55–80.
- García, M. Á., Jofre, J., i Martínez, R. (2019). Do short-term rental platform affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona. *IEB Working Paper*.
- Gisfera. (2020). No Title. Retrieved May 29, 2020, from <https://www.gisfera.com/guiatgessalvatges/>
- Gómez-Álvarez, R., Sánchez, R., i Rodríguez, C. (2017). La economía del bien común en el ámbito local. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 1(90), 189–222. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.90.8898>
- La Bullanga. (2020). No Title. Retrieved May 29, 2020, from <https://labullangabcn.com/>
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., i Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Organización Mundial del Turismo. (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica. In *OMT*.
- Ponent Coopera. (2020). Sabies que...? | Ponent Coopera. Retrieved March 2, 2020, from <https://ponentcoopera.cat/ca/c/curiositats-cooperativisme-38>
- Pubill, C. (2019). Com pot esdevenir la ESS feminista. *Universitat Autònoma de Barcelona*.
- Quintero, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales Del Museo de América*, pp. 263–274.
- Ramos Arriagada, R. A., i Castillo Gatica, C. (2013). Balance y Economía Del Bien Común Para Una Economía De La Felicidad. *Capic Review*, 11(2), 75–88.
- Registro de Expertos Contables. (2015). *Ratios Sectoriales 2015*. Retrieved from <https://www.bsm.upf.edu/documents/ratios-sectoriales-2015-es.pdf>

- Sambucus Cooperativa. (2020). No Title. Retrieved May 29, 2020, from <https://www.sambucus.cat/>
- Sanfacundo, C. (2019). Dona i refugi. Quin és el paper de l'administració local i l'economia social i solidària en la seva inserció sociolaboral? *Universitat Autònoma de Barcelona*, 1–49.
- Sun, Y. Y., i Pratt, S. (2014). The Economic, Carbon Emission, and Water Impacts of Chinese Visitors to Taiwan: Eco-efficiency and Impact Evaluation. *Journal of Travel Research*, 53(6), 733–746. <https://doi.org/10.1177/0047287513517420>
- Schwettmann, J. (2014). The Role of Cooperatives in Achieving the Sustainable Development Goals - the economic dimension -. *The Role of Cooperatives in Sustainable Development for All: Contributions, Challenges and Strategies*, (December), 1–17. Retrieved from <http://ccr.ica.coop/sites/ccr.ica.coop/files/attachments/1.1> Jurgen Schwettmann.pdf
- Serrano, E., Crespo, P., Celma, D., i Martínez, E. (2016). *Cooperatives i crisi econòmica ¿una relació causal? Evolució de les cooperatives catalanes creades des del 1970 fins el 2016*. Mataró: Fundació TecnoCampus
- Vargas, A., i Vaca, R. M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*, 53, 241–260.
- Vilaseca, E. (2019). La dimensió ecològica de l'Economia Social i Solidària Situació actual i reptes per a la transició ecològica. *Universitat Autònoma de Barcelona*.
- Yu, C. P., Chancellor, H. C., i Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57–63. <https://doi.org/10.1177/0047287509353189>
- World Tourism Organization. (2018). European Union Tourism Trends. In *European Union Tourism Trends*. <https://doi.org/10.18111/9789284419470>

