

## Calculación de los criterios

Empresa: Can Cet; Año: 2013

SUMA DEL BALANCE:	62%	624	1000	640
-------------------	-----	-----	------	-----

Nr.	Grupos de contacto/Indicadores/Criterios	Pond.	Estado actual	Posibilidades de mejora	Auditoria	Punt.	Max.	Auto valor
<b>A</b>	<b>PROVEEDORES</b>				<b>52%</b>	<b>47</b>	<b>90</b>	<b>58%</b>
<b>A1</b>	<b>Gestión ética de los suministros</b>				<b>52%</b>	<b>47</b>	<b>90</b>	<b>58%</b>
A1.1	Consideración de aspectos regionales, ecológicos y sociales, alternativas de más valía (45%-65%)	55%	Serio compromiso ambiental y social durante los 15 años de existencia.	Incrementar el numero de proveedores con certificaciones de calidad ambiental y/o social	50%	25	50	60%
A1.2	Consideración activa de los riesgos de productos y servicios adquiridos y procesos de protección(25%-45%)*	35%	Analisis exhaustivo de una parte de los proveedores. Cuestionarios con excelente analisis de los riesgos de productos y servicios.	Incrementar el numero de proveedores analizados en sus cuestionarios	60%	19	32	60%
A1.3	Marco estructural para un precio justo (10%)	10%	El precio de compra no es el unico elemento valorado. Declaración a favor del precio justo, sin un proceso específico formalizado que lo asegure. Etq.verde	.Calcular el precio en en base a los Intercambios de servicios con otras entidades y organizaciones	35%	3	9	35%
<b>B</b>	<b>FINANCIADORES</b>				<b>44%</b>	<b>13</b>	<b>30</b>	<b>46%</b>
<b>B1</b>	.				<b>44%</b>	<b>13</b>	<b>30</b>	<b>46%</b>
B1.1	Calidad social y ecológica del servicio financiero (15-30%)	20%	Banca tradicional .Banca etica aun no esta adaptada a la operativa especial de los CET	Traspaso paulatino a la banca ética	20%	1	6	30%
B1.2	Depósito orientado al Bien Común (50-70%)	60%	Reinversion en la empresa de los rendimientos obtenidos a proyectos sociales	Incrementar en un 10 % actual	60%	11	18	50%
B1.3	Financiación orientada al Bien Común (15-30%)*	20%	Aportación economica a iniciativas en el sector financiero etico	Renovación de contratos de renting.leasing con banca etica. Mejora: "Renovación de contratos de renting.leasing con banca ética". De momento no es posible hacerlo porque no disponen de esos productos	20%	1	6	50%
<b>C</b>	<b>EMPLEADOS INCLUSIVE PROPIETARIOS</b>				<b>58%</b>	<b>186</b>	<b>320</b>	<b>65%</b>
<b>C1</b>	<b>Calidad del puesto de trabajo e igualdad</b>				<b>80%</b>	<b>72</b>	<b>90</b>	<b>87%</b>
C1.1	Horario de trabajo (20%) (Voluntario y decidido propiamente, no obligado por la empresa)	20%	Flexibilidad ajustada al perfil del trabajador con necesidades especiales	Poner en marcha mas medidas de conciliacion laboral y personal	50%	9	18	50%
C1.2	Configuración del puesto de trabajo (10%) (para EUP 20%)	10%	Puesto de trabajo conforme a las normativas aptas para discapacitados (ascensor.rampas)	Espacios adicionales para descanso	90%	8	9	90%
C1.3	Salud física y seguridad (10%) (para EUP 20%)	10%	Plan de riesgos laborales. Personal propio formado en prevención de riesgos Revisiones medicas anuales. .	Programas específicos de alimentación sana	80%	7	9	90%
C1.4	Salud psíquica (15%) (para EUP 30%) número de días = por empleado, por año. (Contenido variable)	15%	Excelente seleccion,formación y seguimiento social de las personas,con trabajo social y psicologico individual,comunitario y familiar		95%	13	14	100%
C1.5	Organización propia y fundamento del sentido del trabajo, Work-Life-Balance (Equilibrio-trabajo-vida)(15%) (para EUP 30%)	15%	Existen medidas de conciliación de vida laboral y personal que facilitan el equilibrio entre la vida personal y el trabajo atenciones especiales.	Evaluación continua, encuestas y trabajo persona a persona.Adelantos nominas	60%	8	14	90%
C1.6	Igualdad y trato igualitario para hombre y mujer (20%)	20%	Excelentes acciones, constatadas en su Plan de igualdad.Comite etico y de igualdad.Protocolos de actuación.		100%	18	18	100%
C1.7	Desfavorecidos (p.ej. personas con discapacitaciones, emigrantes, desempleados de largo tiempo) (10%)	10%	Plan individualizado de Inserccion. Colaboración puntual con varias ongs		100%	9	9	100%

<b>C2</b>	<b>Reparto justo del volumen de trabajo</b>				<b>94%</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>98%</b>
C2.1	Reducción de la jornada laboral normal (75%)	75%	Regulados por el convenio de Centros especiales de trabajo.Si hay convenios distintos se ajustan a la alza.Permisos especiales a parte del convenio.No hay horas extra		95%	36	38	100%
C2.2	Aumento del modelo laboral de jornada a tiempo parcial ( con plena paga) (25%)	25%	Jornada laboral de mañana, no hay trabajo en fin de semana.	En estudio añadir mas puentes/Ajustes dias cedidos	90%	11	13	90%
<b>C3</b>	<b>Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas</b>				<b>25%</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>38%</b>
C3.1	Cocina/cantina de la empresa / alimentación durante la jornada laboral (25%)	25%	Ajustada a las necesidades especiales del lugar de trabajo	Programas específicos de alimentación sana	20%	2	8	20%
C3.2	Movilidad al puesto de trabajo: sistema de incentivación / comportamiento real (25%)	25%	Coches compartidos.	Facilidades en bono para transporte publico	20%	2	8	30%
C3.3	Cultura de la organización, concienciación y procesos de empresa internos (25%)	25%	Talleres, charlas ,formación continua	Estudio de medidas innovadoras	50%	4	8	30%
C3.4	Huella ecológica (de Carbono) de los trabajadores (EUP / PYME) (25%)	25%	No realiza, pero si tiene intención de hacerlo en un futuro	Realizar el cálculo de la huella entre los compañeros y certificar la huella de carbono en la empresa	10%	1	8	10%
<b>C4</b>	<b>Reparto justo de la renta</b>				<b>54%</b>	<b>32</b>	<b>60</b>	<b>62%</b>
C4.1	Diferencia de salarios internos en la empresa (40%)	40%	El ratio es de 1 : 6,14	Incrementar	40%	10	24	60%
C4.2	Institucionalización (10%)	10%	Retribución transparente.Salarios por convenio	Aplicación de todos los objetivos (incluido medida Gini)	30%	2	6	30%
C4.3	Salario mínimo (25%)	25%	El salario inferior es de 951 (en España se estima en 1000 Euro)	Incrementar salario inferior en la medida de sus posibilidades	40%	6	15	40%
C4.4	Salario máximo (25%)	25%	Ningun salario es superior a 10 veces el salario minimo		100%	15	15	100%
<b>C5</b>	<b>Democracia interna y transparencia</b>				<b>31%</b>	<b>27</b>	<b>90</b>	<b>37%</b>
C5.1	Grado de transparencia 10%	10%	Todas las datos son transparentes para todos los trabajadores .	Los presupuestos son conocidos y generados por el equipo de administración.	70%	6	9	90%
C5.2	Legitimización de la directiva/ejecutivos 20%	20%	Evaluación dirección	Evaluar a coordinadores regularmente por la dirección	30%	5	18	60%
C5.3	Cogestión para decisiones básicas operativas /marco 30%	30%	Las decisiones que afectan a la plantilla son determinadas en reuniones.Son determinadas por consenso	Aumentar la sistematización de las consultas.	50%	14	27	50%
C5.4	Cogestión para la participación en las ganancias de los trabajadores 10%	10%	El modelo empresarial es reinvertir ganancias en la empresa	Posibilidad de reparto de una parte a trabajadores	10%	1	9	10%
C5.5	Copropiedad de los trabajadores /fundaciones independientes 30%	30%	Empresa SL propiedad del fundador	Estudiar la opcion de dar entrada a los socios y/o posibilidad vender participaciones a trabajadores	5%	1	27	0%
<b>D</b>	<b>CLIENTES /PRODUCTOS /SERVICIOS/ CO-EMPRESAS</b>				<b>63%</b>	<b>169</b>	<b>270</b>	<b>63%</b>
<b>D1</b>	<b>Venta ética</b>				<b>48%</b>	<b>24</b>	<b>50</b>	<b>46%</b>
D1.1	Institucionalización (Anclaje en la empresa)(14%/20%)	14%	Metodologia que garantiza la coherencia en sus acciones comerciales y de comunicación de la organización	Estrategia orientacion al cliente. Estrategia de venta etica	20%	1	7	20%
D1.2	Alcance marketing ético (14%/20%)	14%	El marketing efectuado es honesto y comprometido	Desarrollar un presupuesto completo para todas las acciones de MK y comunicación	50%	4	7	50%
D1.3	Formaciones para venta / marketing ético (14%/20%)	14%	No hay un plan de formación de mk etico para empleados	Desarrollar un plan de formación de relación con los diferentes clientes	40%	3	7	20%
D1.4	Bonificaciones alternativas de venta/marketing(14%/20%)	14%	Salario basico independiente del número de ventas	Evaluación del proceso / Indices alternativos E.J.: Segun satisfacción del cliente	30%	2	7	40%

D1.5	Alcance de la participación en la decisión del cliente, p. ej. consejo de clientes/ desarrollo conjunto del producto(14%/20%)	14%	Los requerimientos de los servicios prestados estan muy detallados en los pliegos tecnicos	Sistema de evaluación por parte del cliente, en los diferentes segmentos (contatadores y consumidores)	40%	3	7	20%
D1.6	Transparencia del producto (10%/0%)	10%	Cumple con los parametros certificados por la clasificacion de la junta administrativa de contratacion administrativa	Incorporación del Informe del Bien Común.Actualmente ya realiza actos de difusión de la EBC	70%	4	5	80%
D1.7	Cooperación con la protección al consumidor(10%/0%)	10%	15 años de servicio con reconocimiento privado y publico	Tratamiento especifico de las reclamacion insatisfechas	80%	4	5	80%
D1.8	Proceso de reclamaciones + lugar de quejas independiente + medidas positivas de servicio(10%/0%)	10%	Hoja de reclamaciones en sede, entencion por teléfono, email, postal, redes sociales.	Detallarlo en los protocolos internos / redes sociales mas activas/Recompensa a las reclamaciones.	80%	4	5	90%
<b>D2</b>	<b>Solidaridad con otras empresas</b>				<b>75%</b>	<b>53</b>	<b>70</b>	<b>80%</b>
D2.1	Revelación de informaciones + transmisión de tecnologías (25%)	25%	Comparte conocimientos con las empresas que colabora.	Incrementar participación en redes formativas	80%	14	18	80%
D2.2	Préstamo de mano de obra, encargos, participación en el mercado cooperativo (50%)	50%	Sinergias con otras empresas. La empresa tiene una alta participación en el mercado cooperativo.	Estudiar mercado cooperativo, proyeccto auditoria energetica,monitorización, Can Cet pone a disposición m de obra	80%	28	35	80%
D2.3	Marketing cooperativo (25%)	25%	Presentación de proyectos conjuntos(Se realizan acciones promocion del sector conjunta con entidades)	Integrar en la Planificación estratégica	60%	11	18	80%
<b>D3</b>	<b>Concepción ecológica de productos y servicios</b>				<b>60%</b>	<b>54</b>	<b>90</b>	<b>66%</b>
D3.1	EFICIENCIA Y CONSISTENCIA. Productos/servicios son en comparación ecológica con los competidores o con alternativas equivalentes de utilización (40-70%)	55%	Auditoría interna sobre el impacto ecológico de los productos y servicios	Estudio en detalle de alternativas equivalentes	60%	30	50	60%
D3.2	SUFICIENCIA: organización activa para una utilización ecológica y de consumo suficiente (20-40%)	30%	Analisis en detalle de la evolución de 20 indicadores.Uso sostenible de sus productos fomentando un uso razonable y duradero	Generar nuevos modelos y procesos aprovechables por terceros.Fomento ecologico comporetamiento clientes.	60%	16	27	80%
D3.3	COMUNICACIÓN: comunicación activa de los aspectos ecológicos frente al cliente (10%-20%)	15%	Comunicación ecológica continua, productos generadores de conciencia	Incluir comentarios activamente de sus clientes sobre los aspectos ecológicos realizados por la empresa Incluir comentarios de clientes sobre aspectos ecológicos y de estilo de vida	60%	8	14	60%
<b>D4</b>	<b>Concepción social de productos y servicios</b>				<b>48%</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>44%</b>
D4.1	Consideración de barreras económicas en la esfera del cliente (B2C: 30-40%; B2B: 5-40%)	30%	Adaptación al presupuesto a necesidades pliegos publicos	Estandarización y tabulado. Mencionar en la web	30%	3	9	30%
D4.2	Concepción de productos y servicios de barrera libre; 4 dimensiones: física, visual, lenguaje, intelectual (B2C: 40-60%; B2B: 5-40%)	40%	Accesibilidad global en sus productos, servicios e instalaciones Productos adaptados con consideraciones especificas para distintas minusvalías.	Estudio específico en las 4 dimensiones	60%	7	12	50%
D4.3	Procesos y medidas respecto a riesgos éticos y aspectos sociales en la esfera del cliente (B2C: 10-30%; B2B: 30-50%)	30%	Selección del cliente con limitacionesde contracion publicas	Ocupación amplia de los aspectos sociales en las relaciones con los clientes	50%	5	9	50%
<b>D5</b>	<b>Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales</b>				<b>80%</b>	<b>24</b>	<b>30</b>	<b>60%</b>
D5.1	Cooperación con concurrente y socios de la cadena de producción (20%-40%)	35%	. Colaboración sistemática con ONGs.	Desarrollo de metodologías innovadoras (MAMP) y productos diversos útiles para terceros	80%	8	11	30%
D5.2	Aporte activo para el aumento de los estándares legales (5%-20%)	15%	Todos los programas utilizados en la empresa cuentan con licencia legal.	Acciones planificadas p. e. Metodología MAMP.	80%	4	5	60%
D5.3	Alcance, amplitud de contenido y profundidad (40%-60%)	50%	La Responsabilidad Social es el marco bajo el que Can Cet estructura su política, líneas estratégicas y acciones	Seguir ensayando nuevas formas de producir,financiarse,colaborar con otras organiaaciones,ect	80%	12	15	80%

E	AMBITO SOCIAL: REGIÓN, SOBERANÍA, GENERACIONES FUTURAS, PERSONAS Y NATURALEZA				72%	208	290	68%
E1	Efecto social/ Significado del producto/ servicio				73%	65	90	65%
E1.1	Procesos internos de la empresa (25%)	25%	Sus productos y servicios son un beneficio social por definición.Los procesos internos están definidos para contribuir al desarrollo sostenible.	Informe frecuente sobre los efectos sociales de P y S	70%	16	23	60%
E1.2	Que utilidades positivas o efectos negativos derivan de forma directa o indirecta de nuestros productos/servicios (25%)	25%	Sus trabajos son un beneficio para el desarrollo sostenible. Sus P/S satisfacen las necesidades básicas y resuelven problemas de la sociedad	Estudio aplicacion de SROI paravalorar el retorno social de las actividades de la empresa	80%	18	23	80%
E1.3	Compatibilidad cultural: Cómo se valoran los aspectos sociales en el proceso de la cadena de producción en comparación con alternativas con fines similares? (ver aspectos sociales A1 y D4) (25%)	25%	Realiza proyectos de gran impacto social	Poner en valor acciones de ambito cultural de forma responsable	80%	18	23	60%
E1.4	Compatibilidad natural, suficiencia/ moderación Cómo se valoran los aspectos ecológicos de nuestros P/S en comparación con P/S con una finalidad similar? (ver D3) (25%)	25%	Los aspectos ecologicos se valoran de una forma forma responsable,significativamente mejor que el promedio del sector	Comparar con alternativas ecologicas de mas valor	60%	14	23	60%
E2	Aportación a la comunidad				95%	38	40	97%
E2.1	Rendimiento: apoyo mutuo y cooperación por medi	60%	La empresa apoya a empresas que generen productos y servicios que beneficien a la comunidad	Seguir aportando a Kadampa MC	100%	24	24	100%
E2.2	Efectos (30%)	30%	Los principales efectos están relacionados con el bienestar de las personas, la capacidad de ocupación.	Realizar acciones con otras organizaciones.	90%	11	12	90%
E2.3	Factores adicionales (+/- 20%)	10%	Responsabilidad y compromiso sostenible		80%	3	4	80%
E3	Reducción de efectos ecológicos				40%	28	70	30%
E3.1	Efectos absolutos: Reducción de los efectos sobre el medio ambiente a un nivel sostenible: recursos, energía y clima, emisiones, residuos, etc.(33%)	33%	Exashustivo registro de residuos	Analizar huella del carbono para empresas	40%	9	23	20%
E3.2	Efectos relativos: comparativamente en el sector se encuentra la empresa... (33%)	33%	En relación a los aspectos fundamentales ecológicos aplica medidas	Contribuir al desarrollo de la EBC como metodología de autoevaluación y de comunicación. externa.	30%	7	23	30%
E3.3	Gestión y estrategia (más relevante con el aumento de tamaño, para sectores con efectos ecologicos muy altos condiciones básicas): la empresa... (33%)	33%	A través del registro de aspectos ambientales se detectan los residuos más relevantes para la empresa	Estudio implantación EMAS-EasyEmas como herramienta para la gestión medioambiental pro-activa	50%	12	23	40%
E4	Minimización del reparto de ganancias a externos				100%	60	60	100%
E4.1	Descenso del reparto de dividendos en a externos(100%)	100%	Reinversion en la empresa de los beneficios obtenidos		100%	60	60	100%
E5	Transparencia social y participación en la toma de decisiones				56%	17	30	60%
E5.1	Extensión de contenido	10%	En todos los aspectos.	Intención de divulgar su BBC a todo el sector y publico en general	60%	2	3	100%
E5.2	Alcance de los grupos de contacto	10%	La empresa presenta una política de comunicación activa.Hay transparencia interna,externa y pasiva.		100%	3	3	100%
E5.3	Alcance de los emplazamientos	10%	Todos		100%	3	3	100%
E5.4	En empresas de < 100 empleados	0%	No es el caso		0%	0	0	0%
E5.5	En empresas de > 100 empleados	10%	Descripción detallada en los indicadores	Informe de la EBC	60%	2	3	60%
E5.6	Verificación > 100 empleados	10%	Evaluación externa de los riesgos		40%	1	3	40%

E5.7	Tipo de participación en la toma de decisiones +documentación	17%	Amplios procesos de decisiones conjuntas. Baja implicación en decisiones estratégicas. Son a nivel interno	Las tomas de decisiones consensuadas por todo el equipo en todas las secciones. Participación externa	60%	3	5	60%
E5.8	Extensión de la participación en la toma de decisiones	17%	Condiciones de trabajo equilibradas y saludables implicándose todo el equipo interno para conseguirlo	Implicar a más personas en la participación en la toma de decisiones	30%	2	5	40%
E5.9	Extensión de grupos de contacto implicados	17%	Todos	Estudio de creación grupos peer	30%	2	5	20%
<b>N</b>	<b>CRITERIOS NEGATIVOS</b>					<b>0</b>		<b>-2700</b>
<b>N1</b>	<b>Quebrantamiento de la Dignidad humana</b>					<b>0</b>		<b>-550</b>
N1.1	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT /derechos humanos -200					0		-200
N1.2	Productos sin dignidad humana/inhumanos, p.ej. armas, electricidad atómica, OGM					0		-200
N1.3	Suministro/ cooperación con empresas, que lastiman la dignidad humana					0		-150
<b>N2</b>	<b>Comportamiento no solidario</b>					<b>0</b>		<b>-500</b>
N2.1	Compra hostil					0		-200
N2.2	Patente defensiva					0		-100
N2.3	Precio dumping					0		-200
<b>N3</b>	<b>Destrucción del ecosistema</b>					<b>0</b>		<b>-450</b>
N3.1	Gran impacto medioambiental a ecosistemas					0		-200
N3.2	Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales (p.ej. valores límite)					0		-150
N3.3	Obsolescencia programada (vida del producto corta)					0		-100
<b>N4</b>	<b>Comportamiento socialmente injusto</b>					<b>0</b>		<b>-750</b>
N4.1	Remuneración desigual a mujeres y hombres					0		-200
N4.2	Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias					0		-150
N4.3	Filiales en paraísos fiscales					0		-200
N4.4	Interés de capital propio > 10%					0		-200
<b>N5</b>	<b>Comportamiento antidemocrático</b>					<b>0</b>		<b>-450</b>
N5.1	No revelación de todas las participaciones y filiales					0		-100
N5.2	Impedimento de comité de empresa					0		-150
N5.3	No publicación de los flujos de filiales a lobbies /entrada en el registro de lobbies de la UE					0		-200
<b>SUMA DEL BALANCE</b>					<b>0%</b>	<b>624</b>		<b>1000</b>

\* Resto hasta 100% (será calculado automáticamente)

**Leyenda:** Nr. = Numero, Pond. = Ponderación, Cump. = Grado de Cumplimiento, Punt. = Puntos, Max. = puntos máximos alcanzables

## Matriz del Bien Común

Empresa: Can Cet; Año: 2013

Suma Balance: **624 de 1000 Puntos**

Grupos de contacto	Dignidad humana	Solidaridad	Sostenibilidad ecológica	Justicia social	Participación democrática y transparencia
<b>A) Proveedores</b>	A1: Gestión ética de los suministros				47 de 90 <b>52%</b>
<b>B) Financiadores</b>	B1: Gestión ética de finanzas				13 de 30 <b>44%</b>
<b>C) Empleados inclusive propietarios</b>	C1: Calidad del puesto de trabajo e igualdad	C2: Reparto justo del volumen de trabajo	C3: Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas	C4: Reparto justo de la renta	C5: Democracia interna y transparencia
	72 de 90 <b>80%</b>	47 de 50 <b>94%</b>	8 de 30 <b>25%</b>	32 de 60 <b>54%</b>	27 de 90 <b>31%</b>
<b>D) Clientes/ productos/ servicios/ co-empresas</b>	D1: Venta ética	D2: Solidaridad con otras empresas	D3: Concepción ecológica de productos y servicios	D4: Concepción social de productos y servicios	D5: Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales
	24 de 50 <b>48%</b>	53 de 70 <b>75%</b>	54 de 90 <b>60%</b>	14 de 30 <b>48%</b>	24 de 30 <b>80%</b>
<b>E) Ámbito social</b>	E1: Efecto social/ Significado del producto/ servicio	E2: Aportación a la comunidad	E3: Reducción de efectos ecológicos	E4: Minimización del reparto de ganancias a externos	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones
	65 de 90 <b>73%</b>	38 de 40 <b>95%</b>	28 de 70 <b>40%</b>	60 de 60 <b>100%</b>	17 de 30 <b>56%</b>
<b>Criterios negativos</b>	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT /derechos humanos	Compra hostil	Gran impacto medioambiental a ecosistemas	Remuneración desigual a mujeres y hombres	No revelación de todas las participaciones y filiales
	0 de -200	0 de -200	0 de -200	0 de -200	0 de -100
	Productos sin dignidad humana/inhumanos, p.ej. armas, electricidad atómica, OGM (Organismos genéticamente modificados)	Patente defensiva	Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales (p.ej. valores límite)	Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias	Impedimento de comité de empresa
	0 de -200	0 de -100	0 de -150	0 de -150	0 de -150
Suministro/ cooperación con empresas, que lastiman la dignidad humana	Precio dumping	Obsolescencia programada (vida del producto corta)	Filiales en paraísos fiscales	No publicación de los flujos de filiales a lobbies /entrada en el registro de lobbies de la UE	
				0 de -150	0 de -200
Interés de capital propio > 10%				0 de -200	
Leyenda: <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">0-10 %</span> <span style="background-color: orange; color: white; padding: 2px;">11-30%</span> <span style="background-color: yellow; color: black; padding: 2px;">31-60%</span> <span style="background-color: green; color: white; padding: 2px;">61-100%</span>					

## Resumen de los resultados

En el año 2013 alcanzó la empresa Can Cet el total de  Puntos del Bien Común (de 1000).



**Los siguientes indicadores son cumplidos de forma ejemplar (> 80%):**

Calidad del puesto de trabajo e igualdad; Reparto justo del volumen de trabajo; Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales ; Aportación a la comunidad; Minimización del reparto de ganancias a externos ;

**Bajo los siguientes indicadores existe la necesidad de mejora (< 20% o criterios negativos cumplidos):**

Este informe fue .