

L'auditoria social i de responsabilitat social

Jordi Ribas Sebastian

PID_00208581



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

Introducció	5
Objectius	7
1. Context, antecedents i conceptes bàsics de la responsabilitat social de les organitzacions (RSO)	9
1.1. Orígens i actualitat de l'RSO	9
1.2. Perspectives, actors, usos i instruments de l'RSO	10
1.2.1. Perspectives de l'RSO	10
1.2.2. Actors de l'RSO	11
1.2.3. Usos de l'RSO	12
1.2.4. Instruments de l'RSO	13
1.3. Els dogmes neoliberals s'esquerden: l'ètica pot ser rendible	14
1.4. Avançant cap a nous paradigmes: l'economia social i solidària	18
1.5. De la sostenibilitat a la democràcia econòmica	23
1.5.1. Criteris i indicadors específics de la democràcia econòmica	25
1.5.2. Instruments de la democràcia econòmica	26
2. L'auditoria social	27
2.1. Conceptes generals	27
2.2. Elements fonamentals per a una auditoria social	29
2.3. Condicions necessàries i aportacions de l'auditoria social	30
2.4. Com s'organitza una auditoria social	31
3. Propostes metodològiques	33
3.1. Els indicadors com a garantia de rigor metodològic	33
3.2. Principis de referència i àmbits d'anàlisi d'indicadors en una auditoria social	34
3.3. Iniciatives i normatives de referència	35
3.3.1. Iniciatives internacionals	35
3.3.2. Iniciatives regionals i locals	37
Resum	41
Activitats	43
Exercicis d'autoavaluació	43
Solucionari	45

Glossari	46
Bibliografia	47

Introducció

L'economia de mercat i la societat de consum són expressions d'un model socioeconòmic basat en el següent:

- El discurs de l'eficiència, entesa com el màxim benefici al mínim cost.
- La competitivitat, entesa com la llei del més fort.
- La riquesa, concentrada en unes poques oligarquies econòmiques que controlen els recursos tant naturals com financers i monopolitzen el mercat.

Aquests tres vectors defineixen el capitalisme neoliberal, unes premisses que, d'altra banda, es reforcen i fomenten des de pràcticament tots els agents socioeconòmics implicats. Les grans empreses transnacionals, els mitjans de comunicació, els partits polítics, les institucions públiques i privades, bona part del teixit empresarial s'erigeixen en defensors i promotors d'un ordre mundial que es revela cada vegada més insostenible i injust, i que té poc a veure amb l'ètica, la responsabilitat social i el desenvolupament endogen i harmònic dels pobles i els territoris.

En aquest context, els processos de producció i prestació de serveis obliden sistemàticament factors tan transcendents com els costos ecològics o els costos socials, gràcies als quals es fa possible mantenir un model de societat de consum que, a mesura que avança el procés de globalització, es descobreix cada vegada més insostenible, tant per l'impacte mediambiental com per les desigualtats socioeconòmiques que genera.

La felicitat, la salut i el benestar s'associen erròniament, però persistentment, amb la riquesa i el poder adquisitiu. Sovint el factor humà no passa de ser un recurs més, explotable fins a límits inhumans. Els ciutadans participem d'un imaginari col·lectiu manipulat de manera sistemàtica, minuciosa i tendenciosa pels mitjans de comunicació que estan en mans dels grans grups corporatius que també controlen els mitjans de producció, de distribució i de finançament, amb l'únic objectiu de fomentar el consum.

Aproximadament, una quarta part de la població mundial (1.500 milions de persones) vivim sota un model de societat de consum. La resta, més de 4.500 milions de persones, senzillament es troben fora d'aquest model, és a dir, no són consumidors. No obstant això, són imprescindibles per a sostenir el model consumista occidental.

Aquests símptomes no passen desapercebuts a ningú, ni tan sols als responsables principals d'aquesta situació, i és precisament a partir d'aquesta percepció col·lectiva quan conceptes com la sostenibilitat, la responsabilitat social, la justícia social, el respecte pel medi ambient o la democràcia econòmica adqui-

reixen una rellevància i una notorietat sense precedents. El paradigma neoliberal es troba de front amb les pròpies contradiccions, alhora que es manifesta incapaç d'oferir solucions autèntiques i creïbles. Des d'aquest punt de vista, cal buscar les alternatives no tant dins del mateix sistema, sinó més aviat en les esclotxes del sistema.

La responsabilitat social de les organitzacions (RSO) neix i es desenvolupa com una resposta a aquesta situació, i malgrat els intents sistemàtics d'instrumentalització com a "rentada d'imatge", es consolida com una disciplina a tenir molt en compte en les dècades esdevenidores.

Altres models socioeconòmics es van obrint pas per a sortir de la crisi. L'economia social i solidària, entesa com la que es desenvolupa amb criteris democràtics, igualitaris i sostenibles, va creixent i recuperant terreny a poc a poc, ocupant un espai que la mateixa societat civil genera en aplicar l'esperit crític davant el model de societat de consum en el qual transcorren les nostres vides. Alhora les entitats de l'economia social creixen en nombre i sectors d'activitat i teixeixen una vasta xarxa d'intercooperació anomenada *mercat social*, i apareix la figura del consumidor responsable, capaç de fer de la seva vida quotidiana un exercici de transformació social de valor inestimable. El consumidor responsable sent curiositat per l'origen i les condicions de producció dels productes i serveis que consumeix, i les grans multinacionals i responsables principals de la situació actual en són plenament conscients.

La responsabilitat social de les organitzacions (RSO) i les eines que se'n deriven han d'anar més enllà del pur màrqueting social per a convertir-se en un marc de referència autèntic per a un nou i necessari paradigma empresarial, més respectuós amb el medi ambient, més compromès amb la societat civil i més generós amb els recursos.

"Tradicionalment el repte principal de les empreses ha estat crear valor per als seus accionistes, sense tenir en consideració l'impacte social i mediambiental de les seves activitats.

Avui dia les expectatives sobre el rol de les empreses en la societat està canviant. Els consumidors es mostren més exigents amb noves qualitats, els inversors i accionistes consideren les pràctiques socials i mediambientals com a indicadors de bon govern i d'una gestió de riscos i oportunitats adequada, i la societat exerceix un major control sobre les activitats de les empreses. Tot això crea un nou repte: obtenir beneficis creant valor econòmic, mediambiental i social per a tots els grups d'interès.

Per respondre a aquest repte, les empreses adopten un nou model de creació de valor, tot realitzant actuacions en àmbits com el del bon govern (relacions entre la direcció, el seu consell d'administració, els seus accionistes i altres parts interessades), treball (gestió de persones dins de l'organització), mercat (relacions amb proveïdors i subcontractistes, clients i producte), societat (relacions amb la comunitat on les organitzacions operen) i medi ambient (relacions amb l'entorn natural i consum de recursos)".

Guia d'impuls a l'RSE, Generalitat de Catalunya

Objectius

En finalitzar l'estudi d'aquest mòdul didàctic, podreu:

1. Reconèixer l'actitud responsable de les empreses i comprendre el concepte de *responsabilitat social de les organitzacions*.
2. Repassar les iniciatives concretes per a veure de quina manera es du a terme.
3. Prendre un punt de vista davant les diferents maneres de ser responsable.
4. Diferenciar entre els processos de certificació i l'auditoria social.
5. Definir en què consisteix l'auditoria social.
6. Determinar-ne les característiques distintives.
7. Identificar els elements necessaris en el procés d'una auditoria social.
8. Establir les condicions necessàries per a la seva realització.
9. Contextualitzar l'auditoria social respecte a nous models econòmics.
10. Reflexionar sobre les contribucions de l'auditoria social com a eina de transformació social.
11. Establir un marc metodològic coherent que es concreti en indicadors de mesurament.
12. Garantir el rigor metodològic mitjançant la construcció correcta dels indicadors.

1. Context, antecedents i conceptes bàsics de la responsabilitat social de les organitzacions (RSO)

1.1. Orígens i actualitat de l'RSO

La responsabilitat social de les organitzacions (RSO) és un fenomen relativament recent i el seu desenvolupament es deu a un lent procés de maduració i de presa de consciència sobre les externalitats i impactes socials, econòmics i mediambientals que genera el sistema capitalista.

Des del principi del segle xx alguns empresaris sensibilitzats respecte a les condicions de vida precàries de bona part de la classe treballadora van emprendre actuacions filantròpiques orientades a pal·liar les desigualtats socioeconòmiques que generaven els sistemes organitzatius i de producció que s'aplicaven durant el procés d'industrialització.

El liberalisme clàssic que es va desenvolupar durant la segona meitat del segle XIX sota el guiatge de pensadors com Adam Smith, Bentham o Stuart Mill té poc que veure amb el model neoliberal del principi del segle XXI, que es desplega sota una lògica d'expansió i concentració del poder material planetari. Malgrat això, es continuen basant en una mateixa premissa que consisteix en la llibertat del mercat, en què precisament l'oferta i la demanda són capaces d'ajustar-se i ordenar-se per a aconseguir el benestar comú.

La mà invisible és la base de la llibertat de mercat. El concepte el va introduir Adam Smith el 1776 i estableix que actuar segons el mòbil de l'interès personal condueix a l'òptim social.

Amb la consolidació de l'estat del benestar, una vegada superades les guerres i ja entrats en la segona meitat del segle XX, el capitalisme darwinista comença a entrar en crisi per les desigualtats evidents que generava entre classes socials. Desgraciadament, l'excés de llibertat corporativa sovint ha anat acompanyat d'una inhibició de la responsabilitat de les mateixes corporacions i les persones que les dirigeixen, la qual cosa ha deixat via lliure a l'ambició i la corrupció d'empresaris i polítics i ha minimitzat al màxim els pocs mecanismes de control que els estats podien exercir sobre les cada vegada més totpoderoses corporacions.

A la fi del segle XX la incertesa, el desconcert i la desconfiança s'apoderen d'una bona part de la societat civil. Un dels efectes d'aquesta situació és el sorgiment de l'RSO, que apareix al costat d'altres corrents, accions i experiències

no menys rellevants com, per exemple, el màrqueting de causa, codis ètics, campanyes mediambientals, noves legislacions o fons d'inversió ètics, entre d'altres.

Aquesta preocupació per l'impacte negatiu de l'activitat econòmica de les empreses en la societat i en el medi ambient no fa més que créixer al llarg del segle XX, especialment en els moments de crisi sistèmica com en els anys trenta o els setanta. Però no serà fins als anys noranta, amb la liberalització dels mercats internacionals i el procés de globalització econòmica en plena expansió, quan l'RSO no es consolida com un corrent que s'ha de tenir molt en compte per a la supervivència, ja no de les empreses, sinó de la civilització tal com la coneixem avui dia.

En l'actualitat, l'ètica empresarial i la responsabilitat social són valors afegits per si mateixos, i tant productors com consumidors tenim la responsabilitat de produir i consumir béns i serveis que s'hagin fabricat en condicions ètiques, socialment i mediambientalment responsables.

La tendència "extractiva" persistent del sistema econòmic dominant a deslocalitzar-se buscant sempre les condicions de producció més favorables i rendibles, sense considerar tampoc les externalitats socials i mediambientals que generen la seva activitat econòmica, i buscant sistemàticament el màxim benefici al mínim cost, ha demostrat àmpliament la seva ineficàcia i ineficiència. Els recursos del planeta Terra són limitats, per tant el model de producció i consum lineal (produir-consumir-lleçar) està condemnat irremeiablement al fracàs.

En aquest sentit és urgent i necessari generalitzar sistemes de producció, prestació de serveis i estils de consum que siguin sostenibles, ètics i socialment i mediambientalment responsables. I és en aquest sentit també que l'RSO es constitueix en una caixa d'eines i vector de transformació socioempresarial de valor inestimable.

1.2. Perspectives, actors, usos i instruments de l'RSO

1.2.1. Perspectives de l'RSO

En aquest context, en els últims anys s'ha obert a Europa el debat sobre la possibilitat de crear processos de redistribució i de cohesió social a partir d'instruments nous, diferents dels instruments de cohesió clàssics (com són la reivindicació sindical i la negociació col·lectiva, d'una banda, i les polítiques públiques i la intervenció de l'estat en l'economia, de l'altra).

Un dels conceptes que més relleu han adquirit en aquest sentit és el de l'RSO. El juliol del 2001, la Comissió Europea va publicar el Llibre verd sobre la responsabilitat social de l'empresa. El procés arrenca de la crida que l'any 1993 va fer el president Delors a les empreses europees perquè participessin en la lluita contra l'exclusió social.

L'RSO fa referència a l'assumpció voluntària per part de les empreses de compromisos que van més enllà de les seves obligacions legals, amb la intenció d'eleva els nivells de desenvolupament social, protecció mediambiental i respecte dels drets humans.

Aquests compromisos provenen del seu diàleg amb tots els grups d'interès i agents socials afectats directament o indirectament (*stakeholders*) per l'activitat de l'organització.

L'RSO implica, doncs, l'assumpció voluntària de bones pràctiques de gestió integrada de l'empresa en totes les seves relacions, el respecte de valors ètics no exclusivament financers o econòmics, i també els socials i els mediambientals.

L'RSO comprèn els aspectes relacionats amb la millora de les condicions de treball, formació i ocupabilitat dels treballadors, la igualtat d'oportunitats, el desenvolupament sostenible i l'aplicació de criteris ecològics en l'adquisició de matèries primeres, en les inversions i en els sistemes de producció, i també el respecte dels drets humans dels proveïdors, contractistes i concessionaris.

1.2.2. Actors de l'RSO

L'RSO es caracteritza per dos trets de tipus formal:

- Anar més enllà del que la llei exigeix en relació amb els temes assenyalats (**solidaritat**).
- Retre comptes de les seves bones pràctiques en relació amb els temes assenyalats (**transparència**).

Les organitzacions poden dur a terme aquest tipus de pràctiques que van més enllà dels mínims legals per iniciativa pròpia o com a resposta als actors que tenen més capacitat de condicionar l'actuació de les empreses. En l'àmbit de l'RSO, els actors implicats es denominen *grups d'interès* (o *stakeholders* en anglès). Quins són aquests actors?

D'entrada, i de manera directa:

- Persones consumidores
- Persones estalviadores/inversores
- Persones treballadores

Actors directes: poden exigir a l'empresa que adopti una determinada pràctica no solament amb vista a si mateixos, sinó també amb vista als efectes mediambientals, o a la relació amb els proveïdors, subcontractistes, etc.

També, de manera indirecta:

- Organitzacions no governamentals (ONG)
- Moviments socials
- Tercer sector

Aquests poden generar processos de sensibilització que poden tenir dues conseqüències: d'una banda, que l'empresa o institució modifiqui les seves pràctiques i assumeixi la responsabilitat social per iniciativa pròpia; i, d'altra banda, que la sensibilització arribi als consumidors i als inversors i que siguin aquests els que pressionin l'empresa.

1.2.3. Usos de l'RSO

En la mesura en què l'RSO serveix per a anar més enllà de les obligacions legals, l'ús i la interpretació que se'n faci dependrà de la manera en què es concebi la relació entre la llei i l'RSO.

En aquest sentit, es poden tipificar quatre maneres estàndard de concebre aquestes relacions:

1) L'RSO serveix per a rebaixar els estàndards legals en tot allò que es refereix a les obligacions socials, laborals i mediambientals de les empreses i substituir-los per pràctiques voluntàries per part d'aquestes.

RSO per a rebaixar l'estàndard: es tracta de la interpretació neoliberal.

2) L'RSO serveix per a substituir la llei allà on aquesta representa uns nivells de protecció social i mediambiental molt baixos (interpretació referida al comportament de les empreses del nord als països del sud).

RSO per a substituir la llei: aquesta interpretació és vàlida sempre que aquesta substitució no tingui l'efecte de retardar o impedir l'elevació d'aquests nivells legals tan baixos, sinó al contrari, que n'anticipi i n'impulsi l'elevació.

3) L'RSO serveix per a complementar la llei. D'aquesta manera, aquest ús es refereix al següent:

- Complementar la llei en els buits que la llei no cobreix.
- El fet que hi ha moltes maneres de complir la llei i, per tant, que aquestes maneres poden prestar més o menys atenció a l'RSO.

L'RSE serveix per a complementar la llei: aquest ús incideix en el fet que la llei no pot cobrir tots i cadascun dels aspectes de la realitat econòmica i de les relacions de mercat de manera absoluta, vista la complexitat d'aquestes realitats, sinó solament establir un marc més o menys específic, dins del qual es poden donar casos molt diferents.

4) L'RSO serveix per a superar la llei. En el millor dels casos, la protecció legal se situa en el que podríem denominar *una economia social de mercat de tipus socialdemòcrata*, és a dir, està fortament regulada. En cap cas és previsible que el consens legal obligui a la transformació de les estructures de l'empresa en pro d'un tipus d'empresa més democràtica, o d'unes pràctiques ecològiques molt elevades, o d'un compromís amb la comunitat molt alt. Des d'aquest punt de vista, els instruments de l'RSO serveixen per a impulsar les pràctiques empresarials que van més enllà dels mínims legals preestablerts.

1.2.4. Instruments de l'RSO

D'acord amb el punt anterior, és necessari tenir instruments que permetin retre comptes de l'RSO davant dels diferents actors amb capacitat d'influir en el comportament de les organitzacions i davant dels diferents grups d'interès (*stakeholders*). L'RSO també s'ha de considerar com una caixa d'eines per a millorar el comportament de la nostra organització més enllà dels índexs de rendibilitat i competitivitat, i en aquest sentit aporta un gran valor estratègic als processos de gestió estratègica de l'organització. Podem considerar cada instrument pel tipus d'actor al qual està dirigit:

- Per als estalviadors/inversors: la banca ètica i els fons d'inversió socialment responsables (FSR).
- Per als consumidors: etiquetes socials.
- Per a l'administració: compra pública ètica i compra social.

- Per a la societat civil: cooperativisme (productiu i de consum), monedes socials, bancs de temps i mercats de bescanvi.

Per a fer possible tant les etiquetes socials com els instruments financers (banca ètica i FSR) o els processos de compra pública són necessaris altres instruments que puguin retre compte de les actuacions de l'empresa i del seu caràcter social:

1) **Balanços socials** com a instruments específics de les auditories socials per a mesurar i donar visibilitat a les aportacions ecosocials de l'organització.

2) **Auditories socials**, com a forma d'auditoria estratègica, per a mesurar i analitzar aspectes socials concrets de l'organització, com aspectes de conciliació, riscos laborals, igualtat, qualitat laboral, qualitat professional o comunicació entre d'altres.

L'auditoria social: es tracta d'un procés d'avaluació i d'anàlisi interna de l'organització per a buscar els nivells de coherència amb les finalitats èticament responsables de la seva societat (context sociocultural diferencial), els nivells d'eficàcia respecte dels seus objectius i el grau de satisfacció i identificació de les diferents persones i grups que la componen i el seu entorn més immediat. L'auditoria social com a metodologia d'anàlisi es tracta més a fons en l'apartat 2 d'aquest mòdul.

Mentre que l'auditoria social és una eina d'anàlisi orientada al reajustament de processos en l'organització, el balanç social és una eina de recollida d'informació orientada a la descripció del nivell de responsabilitat social en un moment determinat.

1.3. Els dogmes neoliberals s'esquerden: l'ètica pot ser rendible

El nou context econòmic i laboral ha afeblit els instruments que durant la segona meitat del segle XX havien servit per a garantir la cohesió social i la redistribució de la riquesa:

1) El coneixement es va convertint cada vegada més en el factor clau de la productivitat econòmica, la qual cosa ha portat alguns científics socials a parlar d'un nou paradigma econòmic que alguns denominen *capitalisme informacional* (Castells).

2) Aquest nou tipus de capitalisme emergent pot generar fàcilment una dualització en el mercat laboral entre "treballadors autoprogramables" i "treballadors genèrics" (segons la terminologia de Castells). La dualització es deriva del fet que la relació entre temps de treball i valor de les rendes percebudes

és cada vegada més diferent per a cadascun d'aquests grups. Ja no és el temps del treball, sinó la quantitat de coneixement que aquest incorpora el que en determina el valor.

3) La individualització progressiva dels processos de negociació en el mercat laboral i dels contractes de treball fa que els mecanismes sindicals tradicionals perdin eficàcia a l'hora de garantir els interessos dels treballadors i els drets socials.

Coneixement, renda i temps de treball

El primer grup de treballadors (treballadors autoprogramables, analistes simbòlics) incorpora molt coneixement i, per tant, molt valor al seu treball, i això li garanteix una capacitat de percepció de rendes alta. El segon grup (treballadors genèrics, treballadors de serveis en persona més rutinaris de producció) incorpora poc coneixement i, per tant, poc valor i, per aquest motiu, la seva capacitat de percepció de rendes és baixa. Per a temps de treball similars, un mercat de treball sense cap tipus de correctiu proporciona rendes cada vegada més diferenciades.

4) En virtut de la revolució tecnològica, hem passat de l'empresa concebuda com una unitat productiva a la xarxa d'empreses, hiperespecialitzades, de grandària reduïda, versàtils i flexibles, que externalitzen les activitats i subcontracten altres empreses.

La flexibilitat: en el cas dels treballadors genèrics, fàcilment es pot convertir en una font de precarietat.

5) Al mateix temps, el nou paradigma informacional hauria d'empènyer a la superació de la vella dicotomia patronal-obrer, en el si d'unes empreses en les quals la col·laboració i la comunitat d'interessos haurien de ser imprescindibles per a competir i millorar la productivitat del coneixement.

6) Paral·lelament a l'emergència del paradigma informacional i vinculat amb aquest, som davant un procés de globalització econòmica.

El cas de l'economia espanyola i catalana

La globalització econòmica es pot concretar en tres dinàmiques relacionades: la liberalització dels mercats financers; el creixement del comerç internacional i, en aquest sentit, l'augment del pes de les exportacions en el conjunt del PIB; i la internacionalització de la producció i la deslocalització d'algunes empreses a països amb costos laborals més baixos.

7) La dinàmica de globalització ha restat capacitat d'acció a l'estat a l'hora d'implementar polítiques de garantia de la cohesió social, la protecció dels drets socials i la redistribució, en la mesura en què ha restat cert marge a les polítiques macroeconòmiques, que estan molt condicionades per les exigències dels mercats financers globals; i en la mesura, sobretot, en què ha minat les bases fiscals en les quals tradicionalment es recolzava l'estat del benestar.

El neoliberalisme atorga a les corporacions llibertat il·limitada per a buscar l'increment del valor de les seves accions a costa de tots els altres agents involucrats i, en general, de tot el seu entorn social i mediambiental. En canvi, la responsabilitat és limitada i anònima per als accionistes.

La política neoliberal és una prova de la mateixa liberalització de gairebé tots els sectors econòmics, incloent-hi sectors com l'ensenyament, la sanitat o, fins i tot, la seguretat social o els serveis socials. I no tan evidents, però paradoxalment molt més descarats, són els efectes devastadors del model neoliberal de societat de consum sobre els factors socials i mediambientals dels països en via de desenvolupament. L'empresa privada no ha de respondre davant de ningú sobre les seves pràctiques i no ha de retre comptes a la societat excepte en matèria fiscal. L'explotació dels recursos tant naturals com humans no té límits.

En contra del que es podria pensar, la preocupació creixent per les qüestions ètiques en àmbits econòmics i professionals respon a una autèntica necessitat i no tant a una moda. La incorporació de valors ètics en les actuacions de les empreses, com la integritat, la veracitat, la transparència o la confiança, es converteix en un factor essencial per al desenvolupament de relacions econòmiques eficaces, eficients i justes.

No es deixa de repetir que l'economia de mercat és el sistema més eficient, que la competitivitat és el motor del desenvolupament i que, gràcies a aquestes, podem ser més rics i feliços.

L'accés a la informació per part de la societat civil justifica la crisi de confiança en el sistema neoliberal i complica una mica el panorama a les grans corporacions. Una vegada afloren totes les mancances, debilitats i efectes perversos del model neoliberal, la mentida i la manipulació es fan massa evidents per a sostenir-les i sortir-ne impunes.

Els dogmes neoliberals s'esquerden i l'eficiència, la competitivitat i la riquesa entren en crisi. Vegem amb més detall cadascun.

L'**eficiència** com a "acció perfecta" topa amb les limitacions següents:

- de temps,
- de criteris,
- d'informació,
- d'efectes col·laterals,
- d'efectes contradictoris.

A més, en un sistema complex com és la realitat socioeconòmica, qualsevol enfocament basat en una sola racionalitat ens porta irremeiablement a una visió reduccionista a l'hora de prendre decisions. Cal integrar en els processos de decisió **múltiples racionalitats**:

- ideològica,
- política,
- social,
- econòmica afectiva,
- tecnològica,
- tradicional,
- ambiental,
- hedònica.

La **competitivitat** s'enfronta també a les seves pròpies contradiccions, ja que en excés i sense límits és la responsable d'uns efectes perversos que no es poden ignorar:

- economia depredadora,
- creació d'oligopolis i monopolis,
- insolidaritat social,
- augment de la desigualtat social,
- augment de la destrucció del medi ambient,
- estrès i angoixa personal.

Finalment, la **riquesa** o opulència també topa amb els seus límits:

- els béns cada vegada són més superflus i nocius,
- la riquesa no es basa en el capital econòmic, sinó en el financer,
- desigualtats socials entre generacions, classes i països,

- destrucció ambiental,
- degradació social.

En certa manera, l'RSO sorgeix com a contracultura respecte a l'excés de llibertat d'actuació de les grans corporacions.

La concepció d'una economia cada vegada més mancada d'elements ideològics i ètics, i l'acceptació de la racionalitat i l'utilitarisme com a criteris de comportament fonamentals en la presa de decisions en el sistema econòmic dominant representen una pèrdua de consciència de la responsabilitat i respecte que persones i organitzacions devem al nostre entorn, tant social com mediambiental.

Aquest nou àmbit d'estudi i coneixement requereix un aprofundiment tant teòric com metodològic que en verifiqui la coherència, adequació, pertinència, validesa i fiabilitat tenint present que la rendibilitat econòmica no és incompatible amb la responsabilitat i la transformació social.

Malgrat ser una petita minoria, les empreses que volen assumir plenament la seva responsabilitat social són cada vegada més nombroses, i l'auditoria social n'és un instrument, com s'explica més endavant, que permet integrar de manera estructurada aquests diferents aspectes en la gestió quotidiana d'una empresa, i també portar al dia una comptabilitat social.

1.4. Avançant cap a nous paradigmes: l'economia social i solidària

Entenem per *economia social i solidària* (ESS) la xarxa de producció, distribució, consum i finançament de béns i serveis que funciona amb criteris democràtics, ecològics i solidaris, i està constituïda tant per empreses socials i productors individuals com per consumidors individuals i col·lectius.

L'ESS es caracteritza perquè:

- S'orienta a les necessitats humanes i al bé comú.
- S'organitza de manera democràtica i participativa.
- Actua amb compromís social i ambiental.

L'any 2001, en el marc de les dinàmiques del Fòrum Social Mundial de Porto Alegre, es va fundar la Xarxa Intercontinental de Promoció de l'Economia Social i Solidària (XIPESS Internacional), fet que va marcar el punt d'inici d'una sèrie d'emprenedories col·lectives territorials i sectorials que faran emergir l'ESS per tot el planeta. A la fi del segle XX i principi del XXI es creen

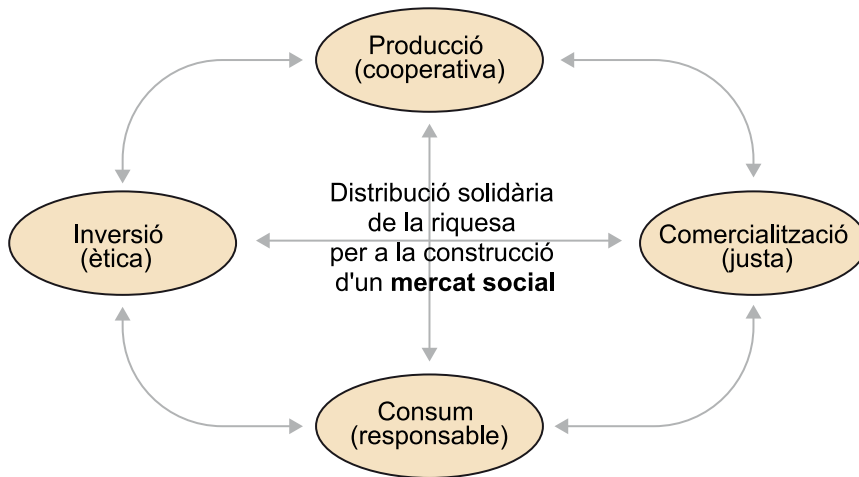
les xarxes principals territorials i sectorials d'ESS al territori espanyol, com la Xarxa d'Economia Alternativa i Solidària (XEAS - xarxa de xarxes - <http://www.economiasolidaria.org>) el 1997, que integra diverses xarxes territorials i sectorials del territori espanyol, o la Xarxa d'Economia Solidària (XES) de Catalunya el 2003. I no serà fins a l'any 2011 que es crearà la Xarxa Intercontinental d'ESS d'Europa (XIPESS EU). Com a moviment social, l'ESS amb prou feines fa vint anys que es desenvolupa, i avui dia hi ha països que ja disposen d'un ministeri específic per al seu tractament, com és el cas del Brasil, França, Bèlgica, el Canadà o Luxemburg entre d'altres. Però l'ESS no ha fet aquest recorregut en solitari, paral·lelament altres moviments socials com el comerç just, el cooperativisme, les finances ètiques, les auditories ciutadanes, els balanços socials o el consum responsable, entre d'altres, també han anat consolidant-se i creixent. Tots ells conformen les llavors que comparteixen un mateix objectiu: el de transformar la realitat aportant solucions a la crisi sistèmica del capitalisme.

Com es desprèn de la definició del principi, l'ESS transcendeix els mitjans de producció i distribució i integra també hàbits de consum crític i responsable, i instruments de finançament ètic. D'aquesta manera l'ESS s'estén per tot el cicle econòmic: producció, distribució/comercialització, consum i finançament. Els intercanvis econòmics entre empreses, organitzacions i persones consumidores de l'ESS conformen el que anomenarem *mercat social* (MS).

Els objectius de l'MS són:

- Consolidar les entitats de l'economia solidària per mitjà d'un augment de les vendes i la fidelització dels compradors.
- Fer créixer el consum responsable.
- Reforçar les relacions comunitàries en el sector.
- Fer-nos cada vegada més autosuficients com a persones i col·lectius respecte a l'economia capitalista.

El cicle econòmic en l'ESS



Font: elaboració pròpia

L'MS és un espai generador de sinergies en què s'incentiva el consum i la producció responsables i en el qual els béns i serveis que circulen garanteixen el compliment d'uns criteris bàsics de sostenibilitat, justícia social, equitat econòmica i respecte pel medi ambient. L'MS és consubstancial a l'ESS, també és un espai generador de valors i cultura amb vocació transformadora i mobilitzadora, i es desenvolupa tant en l'àmbit local com global.

En general, les organitzacions d'ESS comparteixen les característiques següents:

- L'autonomia com a principi de llibertat i exercici de la coresponsabilitat.
- L'autogestió com a metodologia que respecta, implica, educa, iguala les oportunitats i possibilita l'apoderament.
- La cultura alliberadora com a base de pensaments creatius, científics i alternatius que ens ajudin a buscar, investigar i trobar noves formes de conviure, produir, gaudir, consumir i organitzar la política i l'economia al servei de totes les persones.
- El desenvolupament de les persones en totes les seves dimensions i capacitats: físiques, psíquiques, espirituals, estètiques, artístiques, sensibles, relacionals, etc. en harmonia amb la naturalesa, per sobre de qualsevol creixement desequilibrat econòmic, financer, bèl·lic, consumista, transgènic i anòmal com el que s'està propugnant en nom d'un desenvolupament "fictici".
- La compenetració amb la naturalesa.
- La solidaritat humana i econòmica com a principi de les nostres relacions locals, nacionals i internacionals.

Els sis principis de la carta de principis de l'economia solidària:

- 1) Principi d'equitat
- 2) Principi de treball
- 3) Principi de sostenibilitat ambiental
- 4) Principi de cooperació
- 5) Principi "sense ànim de lucre"
- 6) Principi de compromís amb l'entorn

Passem a analitzar-los amb detall:

1) Principi d'equitat

- Considerem que l'equitat introdueix un principi ètic o de justícia en la igualtat. És un valor que reconeix totes les persones com a subjectes amb la mateixa dignitat, i en protegeix el dret a no estar sotmeses a relacions basades en la dominació independentment de la condició social, gènere, edat, ètnia, origen, capacitat, etc. que tinguin.
- Una societat més justa és aquella en què totes les persones es reconeixen mútuament com a iguals en drets i possibilitats, i té en compte les diferències entre les persones i els grups. Per això ha de satisfer de manera equitativa els interessos de totes les persones.
- La igualtat és un objectiu social essencial allà on la seva absència comporta un dèficit de dignitat. Quan es vincula amb el reconeixement i respecte a la diferència, la denominem *equitat*.

2) Principi de treball

- Considerem que el treball és un element clau en la qualitat de vida de les persones, de la comunitat i de les relacions econòmiques entre la ciutadania, els pobles i els estats. Per això des de XEAS situem la concepció del treball en un context social i institucional ampli de participació en l'economia i en la comunitat.
- Afirmem la importància de recuperar la dimensió humana, social, política, econòmica i cultural del treball que permeti el desenvolupament de les capacitats de les persones, produint béns i serveis, per a satisfer les veritables necessitats de la població (nostres, del nostre entorn immediat i de la comunitat en general). Per això, per a nosaltres la feina és molt més que un lloc de treball o una ocupació.

- Constatem que aquestes activitats les podem fer individualment o col·lectivament, i poden ser remunerades o no (treball voluntari), i la persona treballadora pot estar contractada o assumir la responsabilitat última de la producció de béns o serveis (autoocupació).
- Dins d'aquesta dimensió social cal destacar que sense l'aportació del treball que es du a terme en l'àmbit de l'atenció a les persones, fonamentalment fet per les dones, la nostra societat no podria sostenir-se. Aquest treball encara no està prou reconegut per la societat ni repartit equitativament.

3) Principi de sostenibilitat ambiental

- Considerem que tota la nostra activitat productiva i econòmica està relacionada amb la naturalesa, per això la nostra aliança amb aquesta i el reconeixement dels seus drets és el nostre punt de partida.
- Creiem que la nostra bona relació amb la naturalesa és una font de riquesa econòmica, i de bona salut per a tothom. Per a això hi ha la necessitat fonamental d'integrar la sostenibilitat ambiental en totes les nostres accions, avaluant el nostre impacte ambiental (petjada ecològica) de manera permanent.
- Volem reduir significativament la petjada ecològica humana en totes les nostres activitats, avançant cap a formes sostenibles i equitatives de producció i consum, i promovent una ètica de la suficiència i de l'austeritat.

4) Principi de cooperació

- Volem afavorir la cooperació en lloc de la competència, dins i fora de les nostres organitzacions vinculades a la Xarxa, buscant la col·laboració amb altres entitats i organismes públics i privats, etc.
- Volem construir col·lectivament un model de societat basant-nos en el desenvolupament local harmònic, les relacions comercials justes, la igualtat, la confiança, la coresponsabilitat, la transparència, el respecte, etc.
- Partim del fet que l'economia solidària es basa en una ètica participativa i democràtica, que vol fomentar l'aprenentatge i el treball cooperatiu entre persones i organitzacions, mitjançant processos de col·laboració, de presa de decisions conjuntes, d'assumpció compartida de responsabilitats i deures, que garanteixin la màxima horitzontalitat possible alhora que respectin l'autonomia de cadascuna, sense generar dependències.
- Entenem que aquests processos de cooperació han d'estendre's a tots els àmbits –local, regional o autonòmic, estatal i internacional– i normalment

han d'articular-se en xarxes en què es visquin i es fomentin aquests valors, etc.

5) Principi "sense ànim de lucre"

- El model econòmic que practiquem i perseguim té com a finalitat el desenvolupament integral, col·lectiu i individual de les persones, i, com a mitjà, la gestió eficient de projectes econòmicament viables, sostenibles i integralment rendibles, els beneficis dels quals es reverteixen i redistribueixen.
- Aquest "no-lucre" està íntimament unit a la nostra manera de mesurar els balanços de resultats, que no solament tenen en compte els aspectes econòmics sinó també els humans, socials, mediambientals, culturals i participatius, i el resultat final és el benefici integral.
- S'entén per això que les nostres activitats destinen els possibles beneficis a la millora o ampliació de l'objecte social dels projectes i també al suport d'altres iniciatives solidàries d'interès general, participant d'aquesta manera en la construcció d'un model social més humà, solidari i equitatiu.

6) Principi de compromís amb l'entorn

- El nostre compromís amb l'entorn es concreta en la participació en el desenvolupament local, sostenible i comunitari del territori.
- Les nostres organitzacions estan plenament integrades en el territori i en l'entorn social en el qual duen a terme les seves activitats, la qual cosa exigeix la implicació en xarxes i la cooperació amb altres organitzacions del teixit social i econòmic proper dins del mateix àmbit geogràfic.
- Entenem aquesta col·laboració com un camí, perquè experiències positives i solidàries concretes puguin generar processos de transformació de les estructures generadores de desigualtat, dominació i exclusió.
- El nostre compromís en l'àmbit local ens aboca a articular-nos en dimensions més àmplies per a buscar solucions més globals, interpretant la necessitat de transitar contínuament entre el micro i el macro, el local i el global.

1.5. De la sostenibilitat a la democràcia econòmica

La globalització, com a procés social i econòmic de caràcter planetari, ha produït uns efectes sobre les societats i el medi ambient que s'han traduït en una doble dimensió:

- En l'àmbit ontològic, estan emergint una sèrie de valors que poden resumir-se en el concepte de *responsabilitat social*.
- La relació dels fenòmens econòmics, socials, polítics i mediambientals amb els grups humans de qualsevol part del món ha implicat que sectors amplis hagin pres consciència de la importància dels processos locals pel que fa al seu impacte global.

Es produeix un procés endogen de mobilització de les energies socials en espais de petita escala que implementen canvis socials, definidors al mateix temps d'un procés d'aprenentatge i d'una acció política.

En l'àmbit pràctic, aquest procés s'ha traduït, des de l'inici dels anys setanta, en propostes per a nous models de creixement sota criteris de desenvolupament sostenible, que necessàriament s'han d'implementar en l'àmbit local però que tenen efectes globals.

El desenvolupament sostenible consta de tres grans pilars:

1) **Ambiental.** És imprescindible que les formes de creixement econòmic siguin respectuoses amb els ecosistemes i l'entorn.

Explotació indiscriminada: l'explotació del medi natural per sobre de les seves possibilitats de regeneració condueix de manera irremissible a l'esgotament del medi, la reducció de la biodiversitat vegetal i animal, l'increment de la contaminació i, en definitiva, la degradació de les condicions de vida de les persones.

2) **Social.** El creixement econòmic, perquè sigui sostenible, ha de ser compartit per tots els sectors socials.

3) **Econòmic.** Per al manteniment o increment del benestar social, la riquesa dels països ha de créixer paral·lelament al seu creixement demogràfic. L'increment de la productivitat, acompanyat de polítiques socials i mediambientals, garanteix els mitjans materials necessaris per al desenvolupament íntegre de les persones.

Acumulació de la riquesa: l'acumulació de la riquesa en mans d'un nombre reduït de persones genera tensions socials, un augment de la pobresa entre les classes que queden al marge del creixement i, a mitjà termini, una degradació efectiva del sistema democràtic i participatiu, que es mostra incapaç de garantir en la pràctica els drets universals bàsics a tota la població.

Si bé l'àmbit de l'economia és consubstancial a l'àmbit social, l'economia mereix una atenció especial atès el seu paper central en les relacions de poder tal com estan configurades avui dia. La democràcia econòmica persisteix en el postulat de la transformació social i aprofundeix en pràctiques i discursos que tracten de superar la llei, és a dir, millorar els estàndards legals en matèria social i ambiental.

D'una manera àmplia, podem entendre la democràcia econòmica com un concepte que inclou tots els mecanismes que cerquen democratitzar la vida econòmica, tant si és des de l'interior mateix de l'empresa com per mitjà del funcionament dels mercats.

La democràcia econòmica cerca generar processos de redistribució, de garantia de l'equitat i de cohesió social, i també de sostenibilitat mediambiental i de cooperació amb la comunitat, no mitjançant una intervenció dels poders públics des de l'exterior de l'economia, sinó des del seu interior, és a dir, per mitjà dels actors econòmics que operen en els mercats de manera habitual.

En aquest sentit, la democràcia econòmica faria referència al poder que tenen com a treballadors, com a consumidors i com a estalviadors/inversors per a impulsar processos de democratització i socialització de l'economia i del mercat. D'alguna manera, la democràcia econòmica (i en general l'RSO) intenta impulsar com a consumidors, com a treballadors i com a estalviadors/inversors els processos que difícilment es poden impulsar com a ciutadans.

1.5.1. Criteris i indicadors específics de la democràcia econòmica

En concret, la democràcia econòmica es pot definir d'una manera més exhaustiva per mitjà de les característiques específiques que es poden atribuir al concepte d'*economia democràtica*, que són:

Des del punt de vista de la justícia interna de l'empresa:

- equitat salarial / gran desigualtat salarial,
- participació dels treballadors en la propietat i en els beneficis,
- participació dels treballadors en la gestió,
- relació entre temps de treball i temps de vida (treball / temps lliure).

Des del punt de vista de l'eficiència de l'empresa:

- productivitat basada en el compromís amb l'empresa, i compromís basat en la democràcia interna (eficiència X),

- foment de la innovació i la recerca (R+D) com a mecanismes de millora de la productivitat i la competitivitat.

Des del punt de vista del compromís de l'empresa amb la comunitat:

- sostenibilitat ecològica de l'empresa,
- ús no consumista de la publicitat,
- capacitat per a crear llocs de treball,
- capacitat per a incorporar col·lectius socialment vulnerables,
- capacitat per a distribuir la riquesa econòmica i generar cohesió social.

Des del punt de vista de l'equilibri econòmic i social:

- capacitat per a vincular el ritme de creixement econòmic amb la voluntat democràtica de la societat,
- capacitat per a contribuir a garantir l'estabilitat econòmica (impedir les recessions),
- capacitat per a contribuir al progrés tecnològic,
- capacitat per a contribuir a l'estabilitat social,
- capacitat per a garantir una compatibilitat millor entre democràcia (política) i mercat.

1.5.2. Instruments de la democràcia econòmica

Els instruments són tots els que responguin als criteris que hem assenyalat més amunt:

- En el mercat de treball. Els tipus d'empreses que responguin als criteris que hem assenyalat, molt especialment les empreses cooperatives i similars.
- En el mercat financer. Les propostes de banca ètica i fons d'inversió ètics o socialment responsables que incorporin els criteris que hem assenyalat.
- En el mercat de béns i serveis. Les etiquetes socials i el consum social i ecològic vinculat als criteris que hem assenyalat.

La suma d'empreses participatives, d'instruments financers ètics o alternatius i de productes i consumidors socialment responsables se sintetitzaria en el concepte global de *mercat social*.

La democràcia econòmica és un mercat social en què els criteris que serveixen per a determinar la qualitat democràtica de les empreses, l'ètica de les inversions i el caràcter social del consum i dels productes es correspon amb els criteris que hem assenyalat més amunt.

2. L'auditoria social

2.1. Conceptes generals

L'auditoria social és un instrument que permet integrar de manera estructurada diferents aspectes de la gestió quotidiana de l'empresa com la coherència, la transparència, el clima, la sensibilitat, l'adequació dels resultats a les finalitats o la motivació entre altres aspectes intangibles de l'organització.

Amb l'auditoria social se cerca:

- Reflexionar sobre l'adequació de l'activitat quotidiana de l'empresa als seus objectius.
- Millorar els resultats i adequar-los a les finalitats socioeconòmiques previstes per l'empresa.
- Fomentar la sensibilitat i la permeabilitat de l'empresa a l'entorn.
- Crear hàbits de transparència i de retre comptes amb respecte a l'ètica de la gestió empresarial.
- Motivar per a renovar els principis i les finalitats socioeconòmiques de l'empresa.
- Reflexionar sobre l'impacte en la comunitat i l'adequació de l'activitat quotidiana de l'empresa al bé comú.
- Millorar els processos de producció, comercialització i distribució, com també els resultats i adequar-los a les finalitats socioeconòmiques previstes per l'empresa i preferibles per a l'entorn.
- Fomentar la sensibilitat i la permeabilitat de l'empresa envers l'entorn.
- Crear hàbits de transparència i de retre comptes, i de gestió empresarial ètica i basada en el bon govern.
- Motivar per a renovar els valors, principis i les finalitats socioeconòmiques de l'empresa.

Les auditories socials es caracteritzen per ser:

- Una eina de gestió interna a mida i controlada per la mateixa entitat.
- Un procés d'observació sobre el que fem i com ho fem.
- Un procés d'avaluació d'objectius.
- Un procés amb un inici i un final.
- Un mètode d'autoavaluació que implica a totes les persones de l'empresa.
- Un compromís de retre comptes, informar i ser transparent amb l'entorn social.
- Una actitud de revisió sobre l'impacte social i el comportament ètic de l'empresa.
- Una possibilitat de certificació.

Una auditoria social no és:

- Una fiscalització externa imposada per qualsevol persona o organisme vinculat directament o indirectament amb l'entitat.
- Una avaluació *a posteriori*, una vegada ha acabat el procés.
- Un equip d'experts extern a l'entitat.
- Una avaluació directa i global de tota l'entitat.

L'auditoria social implica avaluar, analitzar i valorar, però a diferència de l'auditoria convencional, sigui del tipus que sigui, que és de naturalesa externa i prescriptiva, l'auditoria social és una eina interna per a considerar la coherència amb l'entorn, l'eficàcia dels objectius marcats i el grau de satisfacció i identificació de les diferents persones i grups que formen l'organització.

Cal remarcar també que no és el mateix auditar que certificar i que, en aquest sentit, una auditoria és una eina que permet executar una certificació.

El component de visibilitat social i comunicació externa que tot procés de certificació implica, unit a les pressions del mateix mercat, tant dels competidors com dels consumidors, sovint facilita que els instruments de mesurament es viciïn. Si no es cuida, l'auditoria social es pot convertir en un instrument d'aplicació generalitzada que no discrimina entre les empreses que sí integren l'RSO en el seu tarannà i les altres que la instrumentalitzen com a estratègia de màrqueting amb l'única finalitat de millorar el posicionament en el mercat i rentar la imatge pública.

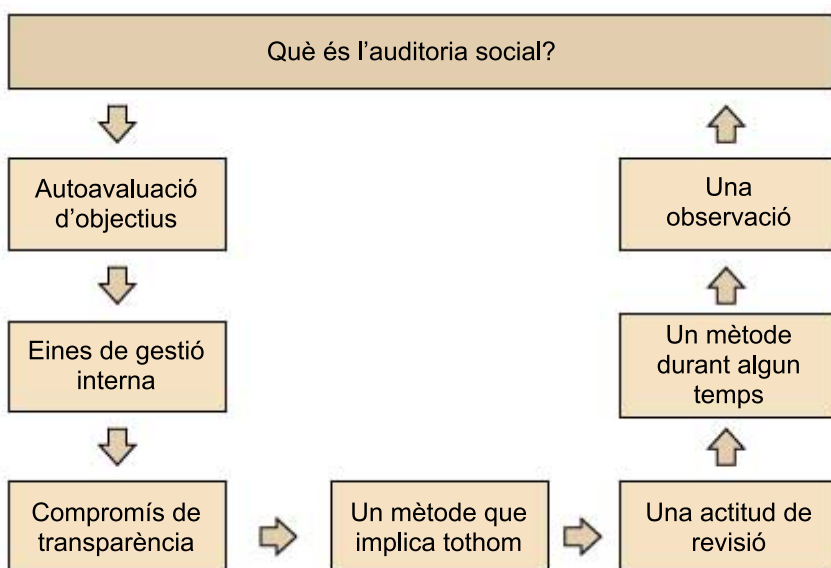
La diferència principal entre els processos de certificació i els processos d'auditoria social és que aquests tracten de ser un procés continuat que vol mesurar, comparar i integrar els valors de les empreses en la seva gestió quo-

tidiana, i que l'organització immersa en aquest procés reflexioni i aprengui sobre la coherència entre els valors que vol construir en la societat i les polítiques actives, els sistemes de gestió i organització vigents i el tarannà i maneres de fer les coses característics de cada organització. En aquest sentit, l'auditoria social és una eina enfocada a millorar més que a certificar.

2.2. Elements fonamentals per a una auditoria social

L'auditoria social no solament és una eina, sinó que també és un mètode i fins i tot una actitud, una manera de combinar amb coherència la teoria i la pràctica. Ens trobem, doncs, davant un procés que permet avaluar l'eficàcia social i el comportament ètic d'una organització en relació amb els seus objectius, de manera que li permeti millorar els resultats socials i solidaris i donar compte d'això a totes les persones i entitats compromeses per la seva activitat. Es tracta d'un instrument per a mesurar, avaluar i corregir aquest impacte social i solidari en funció dels seus objectius i valors. També es pot considerar un procés d'aprenentatge integrable en els cicles de planificació, avaluació i informació de l'organització, i que dóna la possibilitat de reforçar i millorar el desenvolupament organitzacional, el compromís social, els sistemes de comunicació i fins i tot la pròpia identitat de l'organització.

En què consisteix una auditoria social



A continuació, es detallen les tasques bàsiques i els elements fonamentals d'una auditoria social:

- Mesurar per mitjà d'indicadors qualitius i quantitius els serveis o productes, avaluant-ne la coherència amb les finalitats socials, econòmiques i mediambientals.
- Buscar el diàleg i la implicació de totes les persones que tenen alguna cosa a veure amb l'entitat i les seves activitats.

- Mesurar l'impacte real en l'entorn, les articulacions, la coordinació i la qualitat de les relacions amb el teixit socioeconòmic del territori on s'actua.
- Observar, escoltar, reflexionar i analitzar els objectius marcats, i acompanyar-ne la realització durant el període de temps que s'hagi fixat per aconseguir-los.
- Analitzar la sintonia de l'entitat amb el context i el conjunt d'entitats del seu entorn que duen a terme tasques similars.
- Elaborar informes parcials i una memòria final que doni fe de tot.
- Acceptar la presència externa d'un observador que doni fe de la veracitat del mètode i de la representativitat de les diferents persones implicades, la qual cosa dóna més legitimitat al procés.
- Garantir la representativitat de l'equip responsable que dirigeix i coordina l'auditoria social.

2.3. Condicions necessàries i aportacions de l'auditoria social

Perquè un procés d'auditoria es dugui a terme correctament cal que es donin unes condicions necessàries (que no suficients) per a garantir que el procés es faci de manera rigorosa i amb qualitat.

Per a fer una auditoria social, es requereix:

- Que hi hagi motivació suficient per part de tots els departaments i persones de l'entitat.
- Que hi hagi consens entre tots els estaments de l'entitat per a facilitar la participació i representació directa i indirecta de tots els implicats.
- Que tothom estigui informat del que es farà, perquè tothom participarà en la resposta en els indicadors fixats individualment o en grup.
- Que hi hagi un comitè o equip director de l'auditoria, escollit en el si de l'entitat entre tots els diferents grups que hi ha i amb la proporcionalitat adequada.
- Que hi participi una persona externa per assessorar i acompanyar el procés d'auditoria, i així garantir la veracitat del mètode i la representativitat dels participants.

- Que s'estableixin indicadors de mesurament adequats als objectius que es volen avaluar.

Els processos d'auditoria social són complexos i costosos al mateix temps. No obstant això, tenen uns avantatges indiscutibles:

- Internament, són unes eines d'observació i mesurament de la dimensió socioeconòmica de l'entitat en tots els aspectes.
- Externament, són uns instruments que permeten verificar la transparència del compromís i els objectius en termes d'esforços i resultats.

2.4. Com s'organitza una auditoria social

No hi ha un sol mètode vàlid per a dissenyar i desenvolupar una auditoria social, sinó més aviat molts mètodes diferents i combinacions d'aquests, però més o menys tots s'ajusten al guió de procés següent:

- Iniciativa i proposta. Per a iniciar una auditoria social és necessari el vistiplau de la junta directiva, de la junta de socis o de l'equip responsable de l'entitat, i també haver-ne informat tota l'organització.
- Presa de decisió. Una vegada donat el vistiplau, l'equip responsable fixa el període de durada de l'auditoria social.
- Reunions explicatives. Perquè tota l'organització assumeixi el procés, s'organitza una reunió plenària per a informar de l'inici del procés d'auditoria social.
- Identificació de tots els agents implicats. Cal identificar tots els agents implicats, com també els objectius, i fomentar la participació.
- Nomenament de l'equip responsable. És necessari crear un equip de treball representatiu de l'entitat per a coordinar i fer el seguiment de l'auditoria.
- Elaboració dels indicadors per consens. És necessari que les persones implicades en el procés d'auditoria social defineixin i determinin de manera consensuada uns indicadors clau que s'ajustin als objectius del procés.
- Resposta als indicadors. De manera individual o en grup, cal organitzar una agenda de reunions per a posar en comú, analitzar i elaborar conclusions.
- Elaboració d'informes. Els informes han d'oferir les claus per a millorar els punts febles de l'organització pel que fa a l'acció social i solidària.

- Informe final o memòria. És el resultat tangible del procés d'auditoria.

3. Propostes metodològiques

3.1. Els indicadors com a garantia de rigor metodològic

La major part de les organitzacions ja disposa de mecanismes per a recollir informació més enllà de la purament econòmica, però sovint es presenten de manera fragmentària i poc estructurada.

L'auditoria social es basa i es construeix sobre els mecanismes i informacions existents i tracta d'obtenir un conjunt estructurat i integrat.

En aquest sentit, l'auditoria social no reinventa les coses ja conegudes, sinó que desenvolupa elements procedents de mètodes d'avaluacions existents, de procediments de gestió de la qualitat, de models de planificació estratègica i de conceptes de desenvolupament organitzacional.

Per a identificar els indicadors, cal reflexionar sobre qüestions com les següents:

Per a què necessitem els indicadors?

- Per a mesurar en qualitat i en quantitat.
- Per a comparar.

Què mesurem?

- Els objectius i valors de l'organització.
- El diàleg amb les parts implicades.
- Les normes i valors dels socis.

Sobre què?

- Els productes i la prestació de serveis.
- L'impacte social.

Com mesurem?

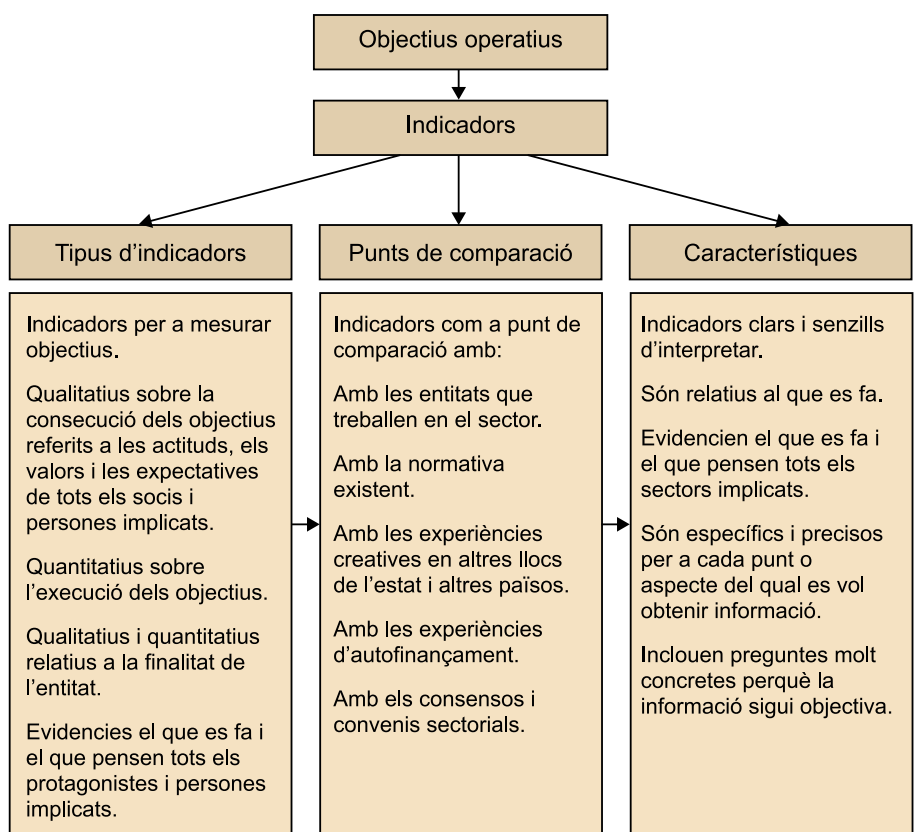
- Qualitativament: els models i maneres, la intensitat i els nivells de satisfacció i les diferents percepcions de tots els implicats.
- Quantitativament: la globalitat, la proporció.

Per mitjà de què?

- Del desglossament en preguntes concretes de tots els aspectes que componen cadascun dels temes que volem avaluar.

Els indicadors són un punt de comparació necessari i imprescindible, tant amb el sector d'activitat de l'entitat com amb la normativa existent i definitiva. És necessari que compleixin certs trets de claredat, precisió i objectivitat.

L'esquema que presentem a continuació sintetitza diferents aspectes sobre els indicadors i el seu disseny.



3.2. Principis de referència i àmbits d'anàlisi d'indicadors en una auditoria social

En la taula següent, es mostren els principis i àmbits d'anàlisi pròpies d'aquest tipus d'auditoria.

Taula 1. Principis i àmbits d'anàlisi propis de l'auditoria social

Principis	Àmbits d'anàlisi
Equitat	Respecte, transparència, participació i implicació.
Treball	Creació de treball estable, creació de treball per a col·lectius desfavorits, desenvolupament de les capacitats personals dels treballadors, compliment de les condicions laborals mínimes.

Principis	Àmbits d'anàlisi	
Medi ambient	Impacte mediambiental, gestió mediambiental, aplicacions polítiques (problemàtiques, normatives i jurisprudència).	
Cooperació	Nivell intern: horitzontalitat, polivalència de l'equip, rotació dels directius, transparència de la informació.	Nivell extern: relacions comercials justes, participació en xarxes, recursos compartits amb altres entitats.
Caràcter no lucratiu	Promoció humana i social (destinació dels beneficis), compte de resultats (independència financera i control de despeses).	
Compromís amb l'entorn	Creació i participació en xarxes; diàleg, negociació i cooperació; donació, finançament o inversió ètica; innovació i desenvolupament; educació i sensibilització; transparència.	

3.3. Iniciatives i normatives de referència

3.3.1. Iniciatives internacionals

Entre les iniciatives internacionals principals, trobem:

1) El Pacte mundial (*Global compact*)

Es tracta d'un macrocodi de conducta per a la gestió empresarial responsable, afavorit per l'ONU i basat en la Declaració universal dels drets humans.

Objectius del Pacte mundial: es va formular l'any 1999 en el marc del Fòrum Mundial Econòmic de Davos i té l'objectiu de promoure la cooperació entre les empreses, les institucions, les associacions de treballadors, les organitzacions no governamentals i les Nacions Unides.

2) La GRI (*Global Reporting Initiative*)

La Global Reporting Initiative (GRI) és una organització que té com a finalitat impulsar l'elaboració de memòries de sostenibilitat en tot tipus d'organitzacions. GRI produeix un marc complet per a l'elaboració de memòries de sostenibilitat, l'ús del qual està molt estès a tot el món. El marc, que inclou la guia per a l'elaboració de memòries, estableix els principis i indicadors que les organitzacions poden utilitzar per a mesurar i donar a conèixer el seu acompliment econòmic, ambiental i social. Aquesta organització està compromesa amb la millora contínua i l'increment de l'ús d'aquestes guies, les quals es troben a disposició del públic de manera gratuïta.

La GRI és una organització sense ànim de lucre amb múltiples grups d'interès. Va ser fundada per CERES i el Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA) l'any 1997 als Estats Units. L'any 2002, la GRI va traslladar

les oficines a Amsterdam, on actualment es troba la secretaria. La GRI disposa d'oficines regionals (*focal points*) a Austràlia, el Brasil, la Xina, l'Índia i els Estats Units, i a més disposa d'una xarxa de més de 30.000 persones a tot el món.

3) Normes SA-8000

Es tracta d'un conjunt de normes generals i auditables sobre la protecció dels drets dels treballadors, creat per l'agència acreditadora del Council on Economic Priorities (entitat sense ànim de lucre situada a Nova York), i basat en les convencions de l'Organització Internacional del Treball (OIT) i la Declaració universal dels drets humans.

Objectiu de la SA-8000: mesurar aspectes com la seguretat i higiene en el treball, el treball infantil, el treball forçat, els drets sindicals, els horaris dels treballadors o els barems salarials.

4) Normes AA-1000

Conjunt de normes, aquesta vegada formulades per l'Institute of Social and Ethical Accountability l'any 1999. La norma d'assegurament AA-1000 és un estàndard d'aplicació general per a avaluar, testificar i enfortir la credibilitat i qualitat de l'informe de sostenibilitat d'una organització i dels seus processos, sistemes i competències principals. Així mateix, proveeix d'orientació sobre els elements clau del procés d'assegurament.

5) Llibre verd de la Comissió Europea

Es presenta en la cimera de Lisboa de l'any 2000 i recull tot un seguit de principis i reflexions estratègiques sobre temes socials tan diversos com la formació permanent, l'organització equitativa i justa del treball, la igualtat d'oportunitats, la inserció sociolaboral de col·lectius en risc d'exclusió, el diàleg de les parts o la sostenibilitat.

6) Model EFQM

Consisteix en una metodologia d'autoavaluació de l'excel·lència empresarial orientada a pimes i grans empreses, i desenvolupada per l'European Foundation for Quality Management durant la dècada dels vuitanta.

L'excel·lència com a estratègia: model EFQM

EFQM són les sigles d'European Foundation for Quality Management. El model EFQM sorgeix en la dècada dels vuitanta i és un referent en l'àmbit de la Unió Europea, on més de trenta mil empreses l'han adoptat, i el Premi Europeu a la Qualitat que promouen s'ha convertit en una

referència per a moltes empreses públiques dels diferents països membres de la Unió. La concessió d'aquest premi es basa en els criteris del model d'excel·lència empresarial EFQM.

Els conceptes principals que conformen el model EFQM són:

- Orientació als resultats
- Orientació al client
- Lideratge i coherència
- Gestió per processos i fets
- Desenvolupament i implicació de les persones
- Procés continu d'aprenentatge, innovació i millora
- Desenvolupament d'aliances
- Responsabilitat social de l'organització

Per mitjà de l'autoavaluació el model EFQM cerca una gestió més eficaç i eficient. La identificació dels punts forts i febles aplicats a diferents àmbits de l'organització són el punt de partida per al procés de millora contínua.

L'EFQM va ser fundada el 1988 pels presidents de les catorze companyies europees més importants, amb el suport de la Comissió Europea. Actualment són centenars d'organitzacions associades, des de multinacionals o companyies importants d'àmbit nacional fins a universitats i instituts de recerca. L'EFQM treballa per millorar l'eficàcia i l'eficiència d'aquestes organitzacions, reforçant la qualitat en tots els aspectes de les seves activitats, com també estimulant i assistint el desenvolupament de la millora de la qualitat. Com a part d'aquest estímul, l'EFQM atorga tots els anys el Premi Europeu a la Qualitat.

7) També contribueixen a la tasca de l'RSO diferents **codis ètics** de conducta formulats per entitats com l'OIT o l'ONU, que també poden servir de marc de referència per a la implantació d'una política de responsabilitat social en l'empresa, com per exemple la Declaració universal dels drets humans o la Carta de la terra.

3.3.2. Iniciatives regionals i locals

1) Els balanços socials

El balanç social és un instrument d'avaluació/autoavaluació per a mesurar i donar visibilitat a les aportacions ecosocials de l'organització al llarg d'un exercici, en un procés de millora contínua de caràcter voluntari.

Es tracta d'un mitjà d'anàlisi, una metodologia que s'ha desenvolupat per a obtenir un diagnòstic que ajudi a valorar. Perquè aquesta eina sigui vàlida, ens ha de proporcionar informació clara, ordenada i precisa, tant quantitativament com qualitativament.

Per exemple, un balanç social ens pot donar informació sobre el grau de democratització dels processos de presa de decisions, l'índex d'absentisme laboral, el grau de participació dels treballadors, l'acció social de l'empresa, l'impacte mediambiental de la seva activitat, la inclusió de col·lectius en risc d'exclusió, la qualitat laboral o la qualitat professional entre d'altres.

Com a instrument de gestió empresarial, el podem equiparar a altres eines com els quadres de comandament, els estudis de mercat o de finançament, la comptabilitat de gestió o les auditories sociolaborals, i ens pot facilitar la gestió de la planificació estratègica, l'organització, la direcció i la presa de decisions, la política de formació, els sistemes de comunicació, els plans de màrqueting o el control i l'avaluació de processos.

La informació obtinguda s'ha de poder comparar amb algun estàndard prefixat. Aquests paràmetres poden ser:

- Els que sorgeixin dels objectius de responsabilitat social de l'empresa.
- Les dades històriques de la corporació, sobretot si en volem conèixer l'evolució.
- Els fixats en el sector de la nostra organització, per a poder fer un *benchmarking*.

Ha de considerar que els destinataris són tant els agents interns com els externs, que influeixen i són influïts en l'activitat de l'organització.

Lògicament, si la responsabilitat social treballa en aquesta doble dimensió, el seu instrument de validació ha de tenir en compte l'entorn i, molt especialment, el conjunt de grups d'interès, parts interessades, prescriptors, proveïdors, agents implicats o consumidors finals, entre d'altres (*stakeholders*).

Així mateix, el balanç social també és l'eina clau de treball en una auditoria social, de la mateixa manera que els balanços econòmics o els comptes de resultats, entre d'altres, ho són en les auditories comptables de compliment obligat.

Les finalitats del balanç social es presenten desglossades en tres grups:

- Objectius operatius. Els que s'aconsegueixen pel simple fet de tenir una activitat determinada; ajuden a controlar el grau de desenvolupament de l'acció, del projecte, etc.

- Objectius generals. Els que es formulen tenint en compte els resultats esperables de les activitats. La seva consecució és un paràmetre per a valorar l'efectivitat de l'actuació.
- Objectius estratègics. Assolir-los representa l'èxit total de l'execució del projecte.

El balanç social de la XES

A diferència de la GRI, que com hem vist està orientada més aviat a grans i mitjanes empreses, hi ha altres models de procediments d'auditories basats en lògiques diferents i en realitats locals concretes i específiques, però que s'han desenvolupat amb el mateix rigor que els grans referents mundials.

És el cas del balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària, una associació d'empreses socials de Catalunya que ha desenvolupat un sistema de balanç social (www.bsxes.org) perquè les organitzacions avaluin les seves aportacions ecosocials al llarg d'un exercici. Aquest sistema de balanç social és fonamentalment una metodologia d'autoavaluació i s'ha dissenyat amb criteris de senzillesa i operativitat per a mitjanes i petites empreses, i microempreses.

El balanç social té dues grans finalitats:

- d'una banda, externament, donar visibilitat a les pràctiques socialment responsables de les organitzacions de l'economia social i solidària;
- i, d'altra banda, internament, establir un sistema de millora contínua en matèria de responsabilitat social en l'organització.

Aquesta eina també s'ha dissenyat per a donar visibilitat al sector de l'economia social i solidària que en els últims temps es perfila en molts dels fòrums de debat principals com una de les fonts principals d'inspiració respecte a la necessitat d'un canvi de paradigma socioempresarial.

Es tracta d'una metodologia de naturalesa propositiva i no prescriptiva, que requereix la implicació i participació de tots els membres de l'organització.

El balanç social consisteix en una bateria de quaranta-sis indicadors distribuïts en sis capítols:

- Democràcia
- Igualtat
- Medi ambient

- Compromís social
- Qualitat laboral
- Qualitat professional

El resultat és una fotografia de les aportacions ecosocials de l'empresa i la possibilitat d'identificar alguns compromisos susceptibles de ser millorats. El fet de dur a terme el balanç social en successius exercicis converteix aquesta metodologia en una eina potent de millora contínua.

Taula 2. Característiques del balanç social de la XES

Eina d'autodiagnòstic	Senzilla Operativa Universal Periòdica
Que descriu i mesura	Aportacions socials Aportacions ambientals

Resum

Davant l'interès i consolidació creixents que els processos de responsabilitat social susciten en el teixit empresarial i també en el sector públic, en aquest mòdul didàctic us hem proposat fer un recorregut de llarg a llarg d'aquest concepte tractant a fons de l'auditoria social, i de les seves diverses variants, com a instrument principal d'avaluació de la responsabilitat social en les organitzacions. La perspectiva didàctica d'aquest mòdul és essencialment crítica, constatada la necessitat no solament d'avaluar o certificar les conductes responsables de les organitzacions, sinó també de reconstruir el paradigma socioeconòmic en el qual neixen, creixen i es desenvolupen. Es tracta, doncs, de revisar i posar en dubte els valors socioculturals convencionals característics d'un teixit empresarial essencialment neoliberal i reenfocar-los cap a un nou paradigma que denominarem d'*economia social i solidària*.

Hem dividit el mòdul en tres apartats. En el primer hem abordat l'origen, el context i els conceptes principals relacionats amb la responsabilitat social, incloent-hi els usos, actors i instruments. També hi hem vist el concepte de *democràcia econòmica* com una de les claus per a l'anàlisi organitzacional.

El segon i el tercer apartat han aprofundit en l'auditoria social com a eina principal per a valorar la responsabilitat social de les organitzacions, revisant els criteris i elements metodològics, organitzatius, contextuals i normatius.

Aquest mòdul i els dos anteriors han aprofundit en tres tipus d'auditories (de recursos humans, estratègica i de responsabilitat social) que en els últims temps estan prenent una rellevància especial, potser impulsades per la necessitat d'explorar nous models socioempresarials que basin la seva activitat econòmica en coordenades diferents de les coordenades de la competitivitat i el lucre, un model basat en la cooperació i el bé comú en el seu triple vessant: el social, l'econòmic i l'ambiental.

Activitats

1. Desenvolpeu en una pàgina la proposta de model de balanç social de la Xarxa d'Economia Solidària (www.bsxes.org).

2. Cerqueu a Internet informació sobre xarxes d'economia solidària a Espanya i elaboreu un mapa general de l'economia solidària en aquest territori (vegeu www.economiasolidaria.org, www.xes.cat). Feu el mateix per a Europa (vegeu www.ripest.org, <http://noumodeleconomic.wordpress.com/>).

3. La responsabilitat social de les organitzacions comença per les persones. Tradicionalment, els valors de l'organització venien marcats pels propietaris i la junta directiva, però s'ha demostrat que aquest model és reduccionista per necessitat, ja que deixa de banda l'actiu més important de l'organització, que són els treballadors. La suma dels valors d'aquestes persones donen identitat al conjunt. En la mesura en què els treballadors siguin persones responsables i compromeses amb l'entorn, l'organització serà més responsable socialment.

Una manera de conèixer el nostre compromís social és des del punt de vista del consum. Us convidem a autoavaluar-vos com a consumidors, tractant de respondre a les preguntes següents:

Mobilitat

- Quin tipus de transport utilitzeu en els desplaçaments per la ciutat?
- Compartiu el cotxe amb familiars, amics o companys de treball?
- Quin tipus de combustible useu habitualment?

Alimentació

- Consumiu productes de comerç just?
- Consumiu productes ecològics?
- Compreu en grans superfícies?
- Compreu en mercats, petites botigues i drogueries de barri?
- Teniu tota la informació que us agradaria sobre els productes d'alimentació que consumeu?
- Consumiu productes de grans multinacionals?
- Cuineu i consumeu productes precuinats?

Roba

- Acostumeu a portar roba de marca?
- Coneixeu les condicions de fabricació de la roba que porteu habitualment?
- Teniu més roba de la que realment necessiteu?
- Què feu amb la roba vella?

Mitjans de comunicació i pantalles

- Quantes hores al dia mireu la televisió?
- Quantes hores al dia passeu davant de l'ordinador?
- Llegiu habitualment algun tipus de publicació alternativa?
- Sou consumidors de videojocs?

Participació social

- Feu treball voluntari en alguna organització sense ànim de lucre?
- Participeu en algun moviment social?

Estalvi energètic

- Procureu apagar (desendollar) els aparells electrònics quan no els useu?
- Intenteu no malgastar l'aigua?
- Teniu bombetes de baix consum a casa?

4. Imagineu-vos que sou un auditor en una consultoria privada i que l'empresa ha decidit engagar una nova línia de negoci de responsabilitat social de les empreses. Elaboreu un argumentari comercial per persuadir els clients de la conveniència i el valor estratègic de l'RSO i les auditories socials.

Exercicis d'autoavaluació

1. Quins tres elements del sistema econòmic dominant entren en crisi?

- a) Eficàcia, intercooperació i lucre.
- b) Eficiència, competitivitat i riquesa.
- c) Eficiència, comunicació i riquesa.

2. Quines etapes formen el cicle econòmic d'un bé o servei?

- a) Cooperació, distribució, consum i inversió.
- b) Producció, comercialització, compres i estalvi.
- c) Producció, comercialització, consum i inversió.

3. Quants principis preveu la carta de principis de l'economia solidària?

- a) 5.
- b) 4.
- c) 6.

4. Quins són els tres instruments principals del model de democràcia econòmica?

- a) Les empreses cooperatives i empreses socials, la banca ètica i fons d'inversió ètics o socialment responsables, i les etiquetes socials i el consum social i ecològic.
- b) Les empreses mercantils, la banca cívica, i el consum social i ecològic.
- c) Les empreses cooperatives i empreses socials, la banca ètica i fons d'inversió ètics o socialment responsables, els certificats socials i el consum responsable.

5. Quin model d'auditoria se centra en l'excel·lència empresarial?

- a) La GRI.
- b) L'EFQM.
- c) La SA-8000.

Solucionari

Exercicis d'autoavaluació

1. b

2. c

3. c

4. a

5. b

Glossari

acció social *f* Ús de recursos humans, tècnics o financers per a ajudar els col·lectius menys afavorits o en risc d'exclusió social.

auditor -a *m i f* Professional independent (si és extern), expert en la matèria que ha auditar, que observa i verifica l'adequació a les polítiques, els programes, les actuacions, els sistemes, els processos, etc. d'una organització, en una àrea o unes àrees determinades d'aquesta, a les lleis i normes que els regulen o els estàndards i els objectius prefixats.

auditoria *f* Avaluació sistemàtica, documentada, periòdica i objectiva que fa un professional de la subjecció a les normes, els models o els procediments establerts en una àrea o activitat d'una organització. Proporciona informació per a la presa de decisions, informació que haurà de ser verídica, solvent i contrastada.

auditoria sociolaboral *f* Procediment objectiu i independent mitjançant el qual s'observen, analitzen i avaluen les polítiques i els programes de recursos humans, i també la seva adequació i contribució a l'estratègia corporativa, per a concloure amb suggeriments dirigits a millorar la direcció i gestió del factor humà de l'organització.

balanç social *m* Instrument de gestió que permet avaluar el compliment de la responsabilitat social de l'organització. Mentre que l'auditoria social és una eina d'anàlisi orientada al reajustament de processos en l'organització, el balanç social és una eina de recollida d'informació orientada a la descripció del nivell de responsabilitat social en un moment determinat en el temps.

sigla **BS**

BS *m* Vegeu **balanç social**.

codi de conducta *m* Declaració formal de valors i pràctiques comercials d'una empresa i, de vegades, dels seus proveïdors. Enunciat de normes i compromís de complir-les tant per part de la mateixa organització com per part dels proveïdors, contractistes o subcontractistes.

desenvolupament sostenible *m* Desenvolupament que garanteix la satisfacció de les necessitats presents sense comprometre la capacitat de les generacions futures de satisfer les pròpies. Té present el triple vessant d'equitat econòmica, de justícia social i de respecte al medi ambient.

eficàcia *f* Facultat d'assolir totalment un objectiu determinat a qualsevol cost.

eficiència *f* Facultat d'assolir totalment un objectiu determinat al mínim cost.

estratègia *f* Patró d'una sèrie d'accions que succeeixen en el temps, planificades prèviament i en el qual s'estableixen les metes i polítiques principals d'una organització.

ètica *f* Del llatí *ethos*, costum o manera habitual d'actuar. Codi de conducta.

grup d'interès *m* Individu o grup que pot afectar el comportament d'una organització o ser afectat per aquest. Per exemple: treballadors, indústria, govern, consumidors, tercer sector, proveïdors, administració pública, societat civil, etc.
en stakeholder

indicador *m* Combinació de dades o variables dissenyades per a controlar o seguir una activitat. Pot ser qualitatiu o quantitatiu.

prediagnòstic social *m* Recopilació ordenada i classificada de dades de l'organització i d'informacions d'aquesta i de les normes, els procediments o les lleis que són aplicables.

sistema de gestió ètica *m* Instrument de control i mesurament dels aspectes ètics de l'activitat d'una organització amb l'objectiu de donar suport als processos de presa de decisions i facilitar-los.

stakeholder *m* Vegeu **grup d'interès**.

Bibliografia

- Aires, S.; Estivill, J.** (2008). *De Lisboa a Lisboa. Regresso ao futuro*. Porto: REAPN.
- Ardigó, A.** (1993). "Dallo stato assistenziale al welfare state". A: G. Rossi; P. P. Donati. *Welfare State. Problemi e alternative* (pàg. 39). Milà: Franco Angeli.
- Ascoli, U.** (ed.) (1984). *Welfare State all'Italiana*. Bari: Laterza.
- Borzaga, C.; Defourny, J.** (ed.) (2001). *The emergence of social enterprises*. Londres: Routledge.
- Braudel, F.** (1977). *La Méditerranée, l'espace et l'histoire*. París: Arts et Metiers.
- Capucha, L.** (ed.) (1995). "ONGs de solidaridade social. Práticas e disposições". *Cadernos REAPN*. Porto.
- Casado, D.** (coord.) (1997). *Las organizaciones voluntarias en Europa*. Barcelona: Ed. Hacer.
- Castells, M.** (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- Castel, R.** (1997). "The model of the employment society". A: *Comparing social welfare systems in Southern Europe*. París: MIRE.
- Castillo, S.** (ed.) (1994). *Solidaridad desde abajo*. Madrid: UGT.
- CEPES** (2008). *La economía social en el Magreb*. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores.
- Cherubini, A.** (1977). *Storia della previdenza sociale*. Roma: Ed. Riuniti.
- CGM** (1997). *Imprenditori sociali*. Torí: Ed. Angeli.
- Defourny, J.** (1994). *Développer l'entreprise sociale*. Brussel-les: Fondation Roi Baudouin.
- Diversos autors** (1994). *La comunità solidale in Europa*. Roma: Presidenza dei Consiglio dei Ministri.
- Diversos autors** (1995). *Les entreprises sociales. Une chance pour l'Europe*. Brussel-les: CE-COP-CGM.
- Donati, P. P.** (1984). *Risposta alla crisi dello stato sociale* (pàg. 67-135). Milà: Franco Angeli.
- Döring, R.; Kegler, H.; Zimmerman, K.** (1996). *People's economy. Approaches towards a new social economy in Europe*. Berlín: Bahauss Dessau Foundation.
- Estivill, J.** (1995). "El voluntariado organizado en la Europa del Sur". A: diversos autors. *El voluntariado*. València: Banc Caixa.
- Estivill, J.** (1998). "La valeur ajoutée des entreprises sociales face aux enjeux Européens". *Rev. Les Politiques Sociales* (núm. 3-4). Brussel-les.
- Estivill, J.; Bernier, A.; Valadou, C.** (1997). *Las empresas sociales en Europa*. Barcelona: Ed. Hacer.
- Evers, A.; Laville, J. L.** (ed.) (2006). *The third sector in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Ewald, F.** (1986). *L'État Providence* (pàg. 109 i seg.). París: Ed. Grasset.
- Ferrera, M.** (1996). "The Southern model of welfare in social Europe". *Journal of European Social Policy* (vol. 6, núm. 2). Londres.
- Flora, P.; Hendeheimer, J.** (editors) (1983). *Lo sviluppo del Welfare State in Europa e in America* (pàg. 76 i seg.). Bolonya: Il Mulino.
- L'attività volontaria organizzata nei paesi dell'Europa Mediterranea* (1998). Roma: Fondazione Italiana per il Volontariato.
- Gide, C.** (1929). *Cours d'économie politique* (7a. ed., pàg. 7). París: Librairie C. Bonnet.

- Giner, S.** (1995). "La modernización de la Europa Meridional: una interpretación sociológica". A: S. Sarasa; L. Moreno (editors). *El estado del bienestar en la Europa del Sur* (pàg. 28). Madrid: CSIC.
- Gueslin, F.** (1987). *L'invention de l'économie sociale*. París: Ed. Económica.
- Hernández Iglesias, F.** (1876). *La beneficencia en España*. Madrid: Est. Tipográficos.
- Hespanha, P.** (coord.) (2000). *Entre o Estado e o mercado*. Coïmbra: Ed. Quarteto.
- Katrougelos, G.** (1994). *The South-European model of the Welfare State and the European integration*. Atenes.
- Laville, J. L.** (ed.) (2000). *L'économie solidaire: Une perspective internationale*. París: Desclée de Brouwer.
- Lejeune, R.** (ed.) (1993). *L'Europe et l'insertion par l'économique*, París: Ed. Syros.
- Leontidou, L.** (1990). *The Mediterranean city in transition. Social change and urban development*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Liebfried, S.** (1993). "Towards a European Welfare State?". A: C. Jones (ed.). *New perspectives on the Welfare State in Europe* (pàg. 141). Londres: Routledge.
- Maià, F.** (1984). *A segurança social em Portugal. Evolução e tendências*. Lisboa: Secretaria do Estado.
- Mazzoli, E.** (1995). *La frontiera flessibile. La creatività dell'economia sociale*. Roma: Liacorno Ed.
- Monzón, J. L.; Demoustier, D.; Sajardo, A.** (2003). *El tercer sector no lucrativo en el Mediterráneo*. València: CIRIEC.
- Morin, J.** (1990). *Underground economy and irregular forms of employment*. Luxemburg: Commission of the European Communities.
- Paci, M.** (1984). "Il sistema di Welfare Italiano tra tradizione clientelare e prospettive di riforma". A: U. Ascoli. *Welfare State all'Italiana* (pàg. 306-316). Bari: Laterza.
- Papageorgiou, C. L.** (1999). "The role of social economy and its dimensions in Greece". Ponència presentada en el Congrés de Bolonya.
- Requena, F.** (1991). "Redes sociales y mecanismos de acceso al mercado de trabajo". *Sociología del Trabajo* (núm. 11). Madrid.
- "A Sociedade-Providència". *Revista Critica de Ciencias Sociais* (1995) (núm. 42). Coïmbra.
- Rodríguez, V.** (comp.) (2008). *Economia informal em Portugal*. Porto: Universidade Catolica.
- Salomon, L.; Anheier, H.** (1997). *The emerging sector revisited*. Nova York: John Hopkins University.
- Schweickart, D.** (1997). *Más allá del capitalismo*. Santander/Barcelona: SalTerra / Cristianismo y Justicia.