



La matriz del bien común como herramienta de gestión ética de las organizaciones

The common good matrix as an ethical management tool for organizations

A matriz do bem comum como ferramenta de gestão ética para as organizações

Jenifer Tamara Calvopiña Del Pino

Artículo recibido 1 de marzo 2021 | Arbitrado 30 de marzo 2021 | Publicado 01 de abril 2021



Resumen

La investigación tuvo como objetivo, determinar si la Matriz del Bien Común es una herramienta de control de gestión ética de las organizaciones. La metodología de la investigación fue de tipo exploratorio, con un diseño documental de campo, bajo el método inductivo y analítico. Por otro lado, la técnica e instrumento utilizado para la recolección de datos fue la encuesta, y el cuestionario. A su vez, la muestra estuvo conformada por 10 personas de cada grupo de interés. Se obtuvo como resultado, el cumplimiento de cada uno de los valores en la Universidad, menos en el valor de sostenibilidad medioambiental. Se concluye, que es importante que la Universidad busque la manera de incluir en su centro, actividades ambientales para la población presente.

Palabras clave: Balance del bien común; economía del bien común; grupo de interés, modelo económico y social

Abstract

The objective of the research was to determine if the Common Good Matrix is a control tool for the ethical management of organizations. The research methodology was exploratory, with a field documentary design, under the inductive and analytical method. On the other hand, the technique and instrument used for data collection was the survey and the questionnaire. In turn, the sample consisted of 10 people from each stakeholder group. As a result, the fulfillment of each of the values in the University was obtained, except in the value of environmental sustainability. It is concluded that it is important for the University to find a way to include environmental activities for the present population in its center.

Key words: Balance of the common good; economy of the common good; interest group, economic and social model

Jenifer Tamara Calvopiña Del Pino

tamycdp@gmail.com

Orcid: 0000-0002-8062-191

Barcelona School of Management,
Barcelona, España.

Máster Universitario en Dirección
Financiera y Contable de la Empresa.
Especialidad en Finanzas Corporativas
UPF Barcelona School of Management,
España.

Resumo

O objetivo da pesquisa foi traçar uma proposta de melhoria contínua da Universidade Técnica de Cotopaxi a partir da satisfação dos Stakeholders internos que contribui para a retenção dos alunos. O foco da pesquisa foi misto. Tipo longitudinal, não experimental. O método indutivo foi usado. A população foi estabelecida pela matrícula do período (19-20), que foi composta por 9.953 alunos. O tipo de amostragem foi de 622 alunos. Porém, para a validação do instrumento, utilizou-se 10% da amostra. A técnica de pesquisa utilizada foi o survey e um questionário foi utilizado como instrumento. Como resultado, obteve-se alto% de insatisfação nos fatores de espaços para reclamações e sugestões; no processo de inscrição e no atendimento do pessoal administrativo. Portanto, conclui-se que a Universidade deve desenvolver um Sistema de Gestão das Organizações Educacionais

Palavras chave: Stakeholders; gestão de qualidade; melhoria contínua, organizações

INTRODUCCIÓN

La Economía del Bien Común es un manual para las empresas, es la dinámica empresarial para que a partir de ahí cambien las motivaciones y expectativas de los individuos, es el cambio de finalidades el que conseguirá que la competitividad se transmute en cooperación y la eficacia se convierta en confianza. (Felber, 2015).

En este sentido, Sanchis (s/f), señala que, el Balance del Bien Común es el instrumento que utiliza la Economía del Bien Común para medir el éxito de las organizaciones que la aplican, su fundamento está en el hecho de que los balances financieros no incluyen toda una serie de aspectos y de valores que son la clave de la motivación y la felicidad de las personas como el ambiente de trabajo, las diferencias salariales, la igualdad de género, etc. Por tanto, hay que buscar una herramienta

que permita medir también los valores sociales generados por las empresas.

Por lo tanto, Carrelo (2016), indica que la sociedad está sumergida en una crisis de valores, de tal manera la Economía del Bien Común, plantea aplicar en la economía y la política los valores que sientan las relaciones humanas: solidaridad, justicia, transparencia, confianza, cooperación, entre otros.

El Modelo Económico y Social (propuesta), de Felber (2015), estuvo centrado en las personas, donde se plantea una nueva forma de entender la economía, teniendo en cuenta los fines sociales y humanos; con la matriz del bien común, indicando la forma de medir la conducta por parte de las organizaciones a los grupos de interés que intervienen en el proceso.

De esta forma, se crea la necesidad de realizar la investigación, ya que no debería existir contradicción alguna entre los valores económicos y sociales; puesto que, la economía está orientada a la eficacia, mientras que las relaciones sociales a los valores.

Así que, la investigación tiene como objetivo central determinar si la Matriz del Bien Común es una herramienta de control de gestión ética de las organizaciones. Con ella, se trata de concientizar a los empresarios, comprendiendo que la diferencia reside en que acumular dinero no es un objetivo del ser humano, sino la cooperación; la economía debe servir al bien común

Marco teórico

La Matriz del Bien Común, es un modelo de desarrollo organizacional y valoración de la actividad que realiza una organización. Trata 20 temas relacionados con la Economía del Bien Común y sienta las bases para valorar la actividad de una organización de acuerdo a los fundamentos de la EBC.

Grupos de interés

La Matriz del Bien Común está conformada por 5 grupos de interés.

- A. *Proveedores.* Entiéndase como proveedor a una persona o empresa que abastece a otra de lo necesario para un fin determinado. Están directos e indirectos, por tanto, toda la cadena de suministro. Se aplicable a productos y servicios adquiridos. En la investigación los proveedores son los docentes de la universidad, porque brindan sus servicios profesionales, en este caso sus conocimientos los transmiten a los estudiantes de los diferentes programas de estudio.
- B. *Propietarios y proveedores financieros.* Hace referencia a los propietarios, aquel que tiene la propiedad de una cosa, especialmente de un bien inmueble, aportando fondos propios por ejemplo y proveedores financieros a quien facilita servicios financieros como, préstamos, formas para financiar aportando capital ajeno. Y en este caso, llámese propietarios y proveedores financieros a los dueños de la universidad y entidades bancarias con las que se financian.
- C. *Personas empleadas.* Son todas las personas cuya actividad es fundamental para la organización, en la investigación, son quienes forman parte de cualquiera de los siguientes espacios:
- Personas que trabajan con un contrato, ya sea este temporal al menos seis meses, o de cuatro horas por semana, en este caso se menciona al personal de limpieza, cafetería y personal que da información a la entrada de la universidad.
- D. *Clientes y otras organizaciones.* Se refiere al destinatario final de la actividad de la organización, por ejemplo, el consumidor de los productos y servicios, se entiende que en este caso, los clientes son los estudiantes, ya que, son los consumidores del servicio prestado por parte de la universidad.
- E. *Entorno social.* Son los grupos de personas que se ven afectados indirectamente por la actividad de la organización, es decir la sociedad.

Tabla 1. Matriz del Bien Común 5.0

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

Fuente: (EBC, 2017)

Por otro lado, la valoración tiene como objetivo mostrar el impacto de la actividad de una organización en el Bien Común de acuerdo a la aplicación de valores a actividades concretas de una organización y su impacto en los grupos de interés, teniendo en cuenta los niveles de valoración, empezando por el punto de partida, primeros pasos, avanzado, experimentado y ejemplar.

Definición de los valores que conforman la matriz del bien común.

Dignidad humana. Cada ser humano es importante y único, merecedor de protección, respeto, sin importar su etnia, sexo, nacionalidad, edad.

Solidaridad y justicia. Estos dos valores se relacionan entre sí, incluyendo la empatía, cariño y compasión por los demás, así como el derecho a la igualdad de oportunidades. Uno y otro están enfocados a reducir la injusticia y fomentar la cooperación entre todos.

Sostenibilidad medioambiental. Básicamente es la relación de los seres vivos con su entorno, que a la vez representa su medio de vida. Con la intervención del ser humano, el medio ambiente se ve afectado, con mayor razón las organizaciones tienen el reto, que en un futuro se debería convertir en una obligación de contribuir al desarrollo sostenible, es decir satisfacer las necesidades de la generación actual sin poner en peligro las generaciones futuras.

Transparencia y participación democrática. Estos dos valores deberían ser considerados como requisito básico en la realización de cualquier actividad, ya que la transparencia no es más que la divulgación de toda la información, en este caso, información relacionada con el Bien Común, especialmente datos críticos como actas de gobierno, salarios, contabilidad interna, contratos, despidos, etc.

Tabla 2 Niveles de valoración - Rango de puntuación

Niveles de valoración	Rango de puntuación
Ejemplar	7 – 10
Experimentado	4 – 6
Avanzado	2 – 3
Primeros pasos	1
Punto de partida	0

Fuente: (EBC, 2017)

Los valores generales son a partir de la valoración de cada uno de los temas, cada aspecto puntuamos entre 0 y 10, mostrando la ponderación: baja, media, alta, muy alta, que significa la importancia referente al tema al que pertenece.

A más de la valoración de cada tema, obtenemos la valoración global, es decir la

puntuación final, siendo un máximo de 1.000 y un mínimo de -3.600 puntos.

La EBC como herramienta de gestión ética en las organizaciones

En la economía actual el éxito se mide con indicadores monetarios, como el Producto Bruto Interno (PIB) y los beneficios

económicos. Estos indicadores son insuficientes porque no indican la situación real del país (conflictos, normas laborales, desigualdad, respeto a los derechos humanos, riesgos ambientales, etc.). Para poder disponer de una visión más justa y real de la economía, las organizaciones tienen que orientarse hacia los principios y valores que demuestren su contribución al bien común. Carrelo (2016).

La Economía del Bien Común se basa en una serie de valores humanos fundamentales que se deben aplicar a la actividad económica como la dignidad humana, transparencia, equidad, honestidad, cooperación, solidaridad, confianza, justicia, respeto y cuidado al medio ambiente.

En fin, la aplicación de la Matriz del Bien Común da mayor sentido a la organización porque los valores de la misma son cimientos sólidos sobre los cuales es posible desarrollar un nuevo concepto sobre la gestión y la relación empresarial en todos los ámbitos de la organización.

MÉTODO

La metodología de la investigación fue de tipo exploratoria porque buscó proponer un modelo de evaluación en las universidades privadas, y en la aplicación práctica, determinó si está o no, la universidad encaminada hacia el bien común y para posteriormente (si el

modelo propuesto) en un futuro poder seguir aplicándolo o adaptarlo para medir el grado de avance de la misma. Además, el diseño de la investigación realizada fue de campo porque para recabar la información, se tuvo que recabar información directamente en el campo de estudio, que en esta oportunidad, fue la universidad y documental porque se utilizó documentos de consulta que ya fueron escritos por otros autores sobre el tema de investigación.

Seguidamente, la investigación empleó para su desarrollo, el método inductivo, porque se realizó seguimiento de manera particular a cada uno de los grupos de interés con la aplicación de los cuestionarios y analítico, porque se analizaron las causas que provocaron los resultados obtenidos.

La técnica usada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario, la misma fue aplicada a la muestra seleccionada para la investigación, la cual, estuvo conformada por 10 personas de cada grupo de interés para la aplicación de los cuestionarios.

RESULTADOS

Una vez que aplicado la Matriz del Bien Común en la universidad, se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 3. Resultados

	Valoración	Puntos	Rango
1	Dignidad Humana	36	7,20
2	Solidaridad y Justicia	36	7,20
3	Sostenibilidad	36	6,80
4	Transparencia	36	7,20
	Total	143	5,68

En la tabla 3 se muestra que la puntuación de 5,68 que está dentro del nivel de valoración experimentando, ya que dicho rango es entre 4 y 6, debido a las falencias que se encontró, con el valor de la sostenibilidad medioambiental.

En lo que concierne a los demás valores en los diferentes grupos de interés, se obtuvo una buena puntuación, esto comprueba que la universidad cumple con cada uno de los valores y con las características que tiene cada uno de ellos, los mismos que son explicados a través de los siguientes gráficos.

Valor 1. Dignidad humana

Se obtuvo como resultado, que la universidad contrata los mejores servicios profesionales, los mismos que poseen certificados de excelencia en docencia para brindar a sus estudiantes una educación de calidad; brinda la mejor calidad en cuanto a las condiciones en los puestos de trabajo del personal que está bajo su cargo; dirige su gestión financiera y trabaja con instituciones financieras exclusivamente éticas; elige a sus proveedores financieros que pongan la dignidad humana en el centro de la relación proveedor-empresa. Con respecto a las personas empleadas la universidad practica con ellos una comunicación y cultura organizacional abierta y respetuosa, el trabajo que proporciona la misma es digno y dentro del marco de balance óptimo entre familia y trabajo, además existe un trato igualatorio entre hombres y mujeres; cuida de mantener una actitud ética con sus estudiantes, facilitando la satisfacción de sus necesidades, además diseña servicios académicos 100% accesibles a sus estudiantes, desde el uso de los mismos hasta el acceso a la información de ellos; tiene un concepto ético en el ofrecimiento de sus servicios en el área de

formación académica y se preocupa de la transparencia en los precios justos por el servicio prestado.

Valor 2. Solidaridad y justicia

En este ítem, se obtuvo como resultado, que los docentes del centro universitario están satisfechos con el precio, el pago y las condiciones bajo las que prestan sus servicios a la universidad, asegurando la relación universidad-docente sean justa y solidaria, garantizando así que sus docentes reciban un ingreso justo. La universidad dispone de los recursos necesarios para mantenerse en el futuro y garantizar unos ingresos justos a sus diferentes grupos de interés. En cuanto a las personas empleadas la universidad pone a su disposición una copia del contrato de trabajo que mantiene con ellos. En el grupo de interés de los clientes la universidad considera a otras instituciones del mismo sector como complementarias en el ámbito académico, además trabaja junto a otras instituciones en soluciones y ofertas que identifiquen y satisfagan la necesidad de los estudiantes; además brinda a sus estudiantes un apoyo desinteresado en situaciones de cualquier tipo.

Valor 3. Sostenibilidad medioambiente

Se obtuvo como resultado que, la universidad en estudio, no implementa proyectos que fomenten la responsabilidad medioambiental en los grupos de interés de proveedores, personas empleadas y clientes, los materiales utilizados por los docentes para impartir sus clases no tienen un impacto ambiental positivo; la universidad no promueve el uso de medios de transporte bajos en contaminación tanto en sus docentes como en las personas empleadas, y por ende los docentes no fomentan a sus estudiantes

porque la universidad no desarrolla ni promueve conciencia y responsabilidad medioambiental en los docentes, personas empleadas ni estudiantes. Los productos y servicios que oferta la universidad no tiene un buen impacto ambiental a su vez no realiza campañas de reducción del impacto ambiental, por consiguiente, no es reconocida por tener proyectos de reducción del impacto medioambiental, por lo tanto, no es considerada como pionera en la calidad medioambiental. En cuanto al grupo de interés del entorno social, la sociedad no sabe si la universidad aporta un % de sus ingresos para fines sociales, no saben si la universidad oferta por medio de becas estudiantiles a través de llamamientos y concursos para cursar los estudios estudiantes de bajos recursos económicos.

Por tal motivo, el valor en todos los grupos de interés obtuvo una baja puntuación.

Valor 4. Transparencia y participación democrática

Por último, se obtuvo como resultado que, la universidad facilita a sus docentes y personas empleadas la participación en la toma de decisiones de temas que le conciernen a cada uno, así como también poner a disposición la información necesaria requerida por parte de los docentes y las personas empleadas. Tanto los docentes como las personas empleadas están satisfechos con el nivel de transparencia por parte de la universidad. Cada uno de los propietarios tiene voz y voto en las decisiones que conciernen al manejo y funcionamiento de la universidad. Los directivos de la universidad son legitimados y evaluados por los empleados, a la vez que les permite aportar con sus intereses y participar en la toma de decisiones de forma consensual.

La universidad fomenta un contacto directo con sus estudiantes a la vez que les incorpora en el desarrollo y prestigio de la misma. La información que brinda la universidad a sus estudiantes sobre sus productos y servicios que ofertan es transparente.

CONCLUSIONES

Posterior a la aplicación de los instrumentos y análisis de los resultados, se concluye lo siguiente:

La universidad se encuentra en el rango experimentando, debido a las falencias que tiene en el valor de la sostenibilidad medioambiental. Debido a que la universidad no promueve una cultura medioambiental.

Además, las diferencias entre los grupos radican en la manera en la que percibe cada uno. En este sentido, los proveedores emiten su opinión desde el punto de vista como docentes, ellos no perciben una cultura medioambiental, pero en los demás apartados están satisfechos con la retribución que perciben por parte de la universidad por sus servicios prestados. Los proveedores financieros miran desde su perspectiva, ellos consideran que están realizando una buena gerencia, pero no se percatan de la opinión de las personas que están en el entorno. Las personas empleadas están conformes con la comunicación y cultura organizacional, el trato igualitario, las condiciones de trabajo, el dejarles evaluar a los directivos de la misma, participar en la toma de decisiones que concierne a su grupo, además de la transparencia interna que existe. Pero están inconformes en que no se contratan nuevos empleados para cubrir horas extras.

Los estudiantes, que son los clientes en este caso de la universidad, son los que reciben directamente el servicio ofertado, se sienten

conformes con el servicio que reciben, pero notan que la universidad no promueve una cultura medioambiental, ya que, utilizan muchas hojas de papel que son entregadas a los estudiantes, pudiendo tener en un solo folleto de hojas todo el material incluido y no tenerlo por partes, también lo perciben porque no se les brinda charlas de cuidado al medio ambiente o el uso de medios de transporte de baja contaminación. Por último, la sociedad en general no conoce mucho la labor que realiza la universidad a más de ser un centro de estudios,

En lo que concierne a los demás valores se encuentra bien posicionada y cumpliendo cada uno de ellos. Recalcando los valores de dignidad humana, transparencia, participación democrática, solidaridad y justicia.

REFERENCIAS

- Carrelo, R. (2016). La Economía del Bien Común, una propuesta integral y holística para la empresa. Obtenido de <https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/renee-carrelo.pdf>
- EBC, E. (2017). Manual del Balance del Bien Común 5.0. Editor: Equipo de redactores de la Matriz EBC
- Felber, C. (2015). La Economía del Bien Común. Edición n° 5. Editorial: Deusto. Grupo Planeta. Madrid, España
- Sanchis, J. (s/f). Wolters Kluwer. Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUslcwMDtbLUouLM_DxblwNDE0MjQyOQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoA1tbPljUAAAA=WKE