

Economía del Bien Común – Un modelo de economía con futuro

Visión de un movimiento social para una economía del bien común

(Descripción de los aspectos principales de este modelo de sistema económico alternativo)¹

gugler* pensando en el futuro. Su definición y su visión

La información es la base para el desarrollo de nuestra sociedad. A través de medios interesantes, de atractivo diseño y con nuestras soluciones de comunicación, contribuimos al aumento de conocimiento en nuestra sociedad. Nuestro oficio es dar a conocer productos y servicios útiles y difundir mensajes dignos de ser publicados.

Queremos hacerlo con el corazón y con el entendimiento. Por el bien de nuestros clientes y de nuestro espacio vital. Pensar y actuar de manera sostenible nos permite alcanzar estas dos metas y otorga a nuestro trabajo un sentido por partida doble.

Partiendo de esta actitud y con la ayuda de los trabajadores de gugler* hemos concretado cinco valores que suponen el fundamento de la cultura de nuestra empresa.

“Valoramos mucho estos valores”²:

- Espíritu de equipo, de corazón
- Sostenibilidad, por convicción
- Atención a los detalles
- Valor para el cambio
- Ilusión por crear

Datos	
Nombre de la compañía:	Gugler GmbH
Sedes:	Melk: Auf der Schön 2, 3390 Melk, Austria Viena: Kalvarienberggasse 68, 1170 Viena, Austria Krems: Ringstraße 44, 3500 Krems an der Donau, Austria www.gugler.at
Propietarios:	100% en posesión de la familia Gugler
Participaciones anónimas:	ninguna
Actividad/Fecha de notificación	Fabricante de productos de imprenta 11.05.1989 Imprenta 11.05.1989 Empresa mercantil 22.10.1992 Agencia de publicidad 25.08.1997
Año de fundación	1989: inscripción en el registro de empresas 1998: Inauguración de Gugler GmbH
Número de empleados (31.12.2010)	76 (equivalente a empleados en jornada completa)
Volumen de ventas	6.852.000

Los datos aquí expuestos, a menos que se indique lo contrario, son del año 2010 y provienen del departamento de contabilidad, ventas y producción de la empresa Gugler GmbH. Para más información consulten el informe de sostenibilidad de Gugler del año 2010 (www.gugler.at/nachhaltigkeitsbericht) y la declaración del medioambiente del año 2011 (www.gugler.at/umwelteklaerung).

¹ Resumen de los puntos principales del modelo económico del bien común ya recogidos en otros documentos. No requiere traducción.

² Juego de palabras en alemán



Actividades

Asesoría

- “Cross media”³
- Producción imprenta
- Marketing directo
- Conceptos publicitarios
- Administración de proyectos
- Marketing de valores

Creación

- Texto & concepto
- Diseño gráfico
- Reproducción
- Fotografía digital
- Producción audiovisual
- Procesamiento de la imagen
- Mantenimiento de datos

2

Nuevos medios de comunicación & Tecnología informática

- Diseño de pantalla
- “Content Management System” del sitio web
- Marketing Online
- Medios sociales
- Marketing en buscadores
- Marketing directo por E-Mail
- “Web-to-Print”
- Web 2.0

Medios impresos

- Preimpresión
- Impresión digital
- Impresión Offset
- “Lettershop”
- Encuadernación

³ Término técnico. Se refiere a la comunicación simultánea en varios soportes mediáticos.

Marketing de valores y producción sostenible de medios

La empresa austríaca de comunicación integral⁴ gugler* se define a sí misma como pionera en el sector en términos ecológicos. No es de extrañar que desde aquí broten las mejores ideas para una comunicación sostenible y una publicidad responsable. 95 trabajadores diseñan y producen soluciones individuales o generales - desde la tarjeta de visita hasta los libros más bonitos de Austria, desde el envío de publicidad creativo, pasando por las soluciones on-line, hasta la campaña de publicidad integral.

El trabajo consciente tiene sus frutos: **gugler* ganó varios premios importantes en Austria (dos “Werbehahn” de oro y uno de plata) en el concurso nacional de publicidad en 2011 y es por tanto la agencia con más éxito de Baja Austria.** Ocho de sus clientes obtuvieron la condecoración “Austrian Sustainability Report Award” en el año 2010. Con la adquisición de “Kremser Webfactory” gugler* pasó a ser la agencia de Marketing on-line más grande del país. Otro gran paso fue la obtención del certificado de empresa “EMAS” (Eco- Management and Audit Scheme)⁵, distinguiéndonos como empresa de gestión sostenible. De este modo se establecieron las condiciones necesarias para continuar con el desarrollo sostenible de nuestra compañía.

Una mirada general, más allá de nuestra empresa, caracteriza todas las principales reflexiones estratégicas y se manifiesta en una visión común: **“Somos una empresa ejemplar en lo que se refiere a una comunicación responsable y a una gestión atenta al bien de los seres humanos y de la tierra”.**

La empresa y el bien común

El interés personal de la familia Gugler por una forma de producción ecológica y por una conciencia social ha influido desde un principio en el desarrollo de la empresa. Esta filosofía ya se aprecia en el edificio principal. Una construcción ecológica que ha sido premiada y que ofrece los requisitos necesarios para una producción sostenible y unas condiciones de trabajo saludables. Los logros ecológicos de la empresa gugler* en el ramo de la imprenta son valorados por primera vez en 2003 con el sello de aprobación oficial del gobierno austríaco para productos ecológicos (“Österreichisches Umweltzeichen”). En los años siguientes se siguieron tomando medidas concretas para mejorar las actividades medioambientales de la empresa. El mismo año gugler* recibió el certificado del FSC⁶ (Forest Stewardship Council, Consejo de Administración Forestal). Desde 2007, a los clientes de la imprenta se les ofrece la posibilidad de compensar sus emisiones de CO². A finales de 2009 se inició el proyecto de investigación Cradle-to-Cradle®. En el marco de este proyecto se desarrollan productos impresos sin ninguna sustancia nociva y por tanto reciclables en su totalidad. Con el certificado EMAS en 2010 se implementó un nuevo sistema de gestión, que hace posible mejorar cada año el balance de sostenibilidad ecológica de la empresa.

Ernst Gugler es parte de un grupo de empresarios comprometidos, que participa voluntariamente en el movimiento social de la Economía del Bien Común desde sus inicios y que coopera en la

⁴ La empresa se denomina a sí misma “empresa cross-media”. La traducción exacta de este término es “cruce de medios” y es utilizado para designar las acciones de marketing que se desarrollan en varios soportes de forma simultánea para crear una comunicación directa con el público. Pero la actividad de gugler* también se puede definir como “comunicación integral”, ya que asesora a sus clientes en lo que respecta a la concepción de su estrategia de comunicación y les ofrece soluciones que abarcan varios soportes de comunicación.

⁵ “Eco- Management and Audit Scheme”: es una normativa voluntaria de la Unión Europea que reconoce a aquellas organizaciones que han implantado un “SGMA” (Sistema de Gestión Medioambiental) y han adquirido un compromiso de mejora continua, verificado mediante auditorías independientes.

⁶ El Consejo de Administración Forestal (Forest Stewardship Council) es una organización no gubernamental de acreditación y certificación con sede en Bonn, Alemania. La misión oficial del Consejo es la gestión sostenible de los bosques.

elaboración de los criterios para el Balance del Bien Común. gugler* realiza aquí por primera vez su Balance del Bien Común con el fin de poner en práctica y de comprobar la viabilidad de los criterios incluidos en el balance y así poder seguir desarrollándolo.

Descripción detallada de los criterios del balance del bien común

A1 Gestión ética de la oferta/suministros

Los aspectos - o alternativas de alta calidad - regionales, medioambientales y sociales se tienen en cuenta del siguiente modo:

- Al comprar el papel, se recurre principalmente a materias primas certificadas: en 2010 el porcentaje de papel con certificado ecológico o con el sello de FSC⁷ o del PEFC⁸ fue de 78,3% (el papel representa un 95% de las materias primas que se utilizan en la imprenta).
- Uso habitual de colores naturales sin petróleo, hechos a base de aceite vegetal.
- Colaboración con los proveedores del proyecto Cradle-to-Cradle® (véase también el apartado D3) para aumentar nuestra efectividad ecológica y la de ellos, y para conseguir un producto de imprenta totalmente exento de sustancias nocivas.
- Reducción de los niveles de alcohol isopropílico (2-propanol) por debajo de la normativa dictada por el gobierno austríaco para productos ecológicos (“Österreichisches Umweltzeichen”).
- Uso de electricidad verde al 100%
- Calefacción adicional mediante el calor residual de las máquinas de imprimir y refrigeración con el agua de manantial, que retorna al agua subterránea.
- Fabricación propia de productos ecológicos para la limpieza de las impresoras a base de aceite de naranja.
- Cocina orgánica: productos regionales, alimentos orgánicos y productos “Fair-Trade”.

4

En la mayoría de los casos se le compra el papel al proveedor cuyos valores corporativos armonicen con las normativas de gugler*.

Actualmente se está trabajando en la formalización de las directrices para el aprovisionamiento y la valoración de los proveedores va a jugar un papel más importante en el futuro.

B1 Gestión ética de las finanzas

Con una cuota de capital propio de un 16% aproximadamente (en 2010) gugler* se sitúa sobre el promedio de empresas de la misma rama con un tamaño similar. **Los beneficios se reinvierten en su totalidad en la empresa.** Las inversiones se financian con ayuda de bancos regionales y subvenciones.

C1 Calidad del puesto de trabajo

Horario de trabajo

Tres modelos distintos de horario de trabajo permiten a los empleados organizar su jornada laboral de manera flexible.

En gugler* hay por el momento tres modelos distintos de horario de trabajo. En la producción se trabaja por turnos y a tiempo parcial (ayudantes), en las oficinas se trabaja con un horario de trabajo

⁷ Ver nota número 6.

⁸ Programme for the Endorsement of Forest Certification: es una organización no gubernamental de acreditación y certificación con sede en Ginebra, Suiza. Fomenta la gestión forestal sostenible.

flexible o a tiempo parcial. El denominado “horario flexible” (“Gleitzeit”) permite a los empleados determinar cuando empiezan y cuando acaban en el marco de un horario fijo (horario principal: de lunes a jueves: 9:00 a 15:00, los viernes de 9:00 a 12:00). Algunos empleados hacen uso de los modelos de jornada reducida en diferente medida, sobretodo se suelen necesitar durante la reincorporación después del tiempo de carencia.

Condiciones de trabajo en la sede de Melk

“Puestos de trabajo saludables y empleados sanos, forman una base saludable.”⁹

- Edificio: las tapias que rodean el edificio regulan la temperatura y la humedad, y junto con los componentes de madera, crean un agradable y natural clima de trabajo. La superficie de campo utilizada para construir el edificio ha sido suplantada por un tejado con jardín.
- Lugar de trabajo: al amueblar las oficinas por primera vez y con el afán de diseñar un óptimo lugar de trabajo se tuvieron en cuenta los principios más importantes del Feng-Shui. Los despachos están equipados con mesas y sillas giratorias de altura regulable. Como mínimo una vez al año las oficinas son examinadas por médicos de salud laboral, los cuales hacen también sus sugerencias. Actualmente se están probando auriculares para los teléfonos de algunos departamentos.
- Home-Office: **en principio todos los empleados de gugler* pueden consultar su correo electrónico por medio de Webmail y pueden entrar también en la red de la empresa desde fuera de la oficina. Actualmente 30 trabajadores trabajan parcialmente desde casa.**
- Con la adquisición de “Webfactory” de la agencia de internet “Meisterwerk” en Krems, y junto con las oficinas en Viena, la empresa gugler* dispone de tres sedes. Durante la ampliación actual de los departamentos en Melk, en el marco del proyecto “La Casa del Futuro” (“Haus der Zukunft”) y con la ayuda de los empleados ubicados en ambas sedes, se intentarán adaptar las condiciones de Melk a las oficinas de Krems.

5

Salud física y bienestar psicológico

- Las sede de gugler* en Melk dispone de un restaurante de cocina orgánica, ofrece diariamente comida caliente al mediodía, café y pasteles a precio de coste. La compañía asume el pago del salario del personal de cocina. En la terraza y en la parte exterior del edificio hay diversas posibilidades para descansar.
- Una vez al año tiene lugar una excursión de empresa, una fiesta de verano, una fiesta de octubre/fiesta de la cerveza (“Oktoberfest”) y una fiesta de Navidad, a cuenta de la empresa.
- A través del programa “puesto de trabajo saludable” (“g*sunder Arbeitsplatz”) los directivos de la empresa analizan anualmente junto con el médico laboral Doctor Leo Spindelberger (médico de familia especializado en medicina tradicional china, homeopatía y logoterapia según Viktor Frankl) las condiciones de trabajo y los requisitos necesarios para establecer y conservar un ambiente de trabajo saludable. Se realiza entonces un plan de medidas anual, como por ejemplo la de un taller sobre el tema “sano en invierno”. Los empleados pueden recibir siempre asesoramiento médico gratis.
- Se realizan cursos de perfeccionamiento de dirección (“Leadership-Training”) para los gerentes.

⁹ Juego de palabras en alemán

- Talleres con moderadores para mejorar la comunicación / las relaciones interpersonales (dentro de cada equipo y entre los diferentes equipos).
- Amplia oferta de cursos de perfeccionamiento de sostenibilidad, dirección, personalidad y salud (por la unión de cualificación laboral “Momentum”).
- A los empleados que viven a más de 80 Kilómetros de la empresa se les remunera los costes de pernoctación según un importe preestablecido.

Organización propia, satisfacción, dotación de sentido al trabajo

- gugler* mantiene un diálogo continuo con sus trabajadores, por medio de conversaciones personales (como mínimo una vez al año) y de encuestas.
- La empresa tiene siempre en cuenta, en la medida de lo posible, las peticiones de sus empleados a la hora de establecer sus tareas.
- En las conversaciones anuales con los empleados se toma nota de sus peticiones de cursos de perfeccionamiento. Su respectivo gerente se encargará entonces de la organización.
- A través de un “proceso de perfeccionamiento continuo” cada departamento tiene la posibilidad de proponer y poner en práctica sus propias sugerencias.
- No obstante la fluctuación de la plantilla de personal, de un 15% en 2010, pone de manifiesto que hay que tomar medidas al respecto. Se espera una pronta mejora aumentando las conversaciones personales y las encuestas en un futuro.

C2 Reparto justo del volumen de trabajo

En gugler* hay básicamente tres modelos de horario de trabajo según las diferentes áreas de actividad:

- Empleados en el área de imprenta, concepción, oficinas e informática y algunos trabajadores de otros departamentos tienen contratos de empleo según los respectivos contratos colectivos (de 37 a 40 horas a la semana). Debido al negocio de temporada con las consecuentes fases de gran intensidad de trabajo (de Abril a Junio y de Noviembre a Diciembre) y con algunos meses de menor actividad (Enero, de Julio a Agosto), los empleados disponen de un determinado número de horas extra que pueden hacer durante los meses de más trabajo y reponer en los meses de menor actividad.
- Los empleados de dirección, los asesores y algunos trabajadores de otros departamentos tienen un bloque de horas extra preestablecido y un tipo de contrato “all inclusive”/todo incluido (actualmente 22 empleados).
- gugler* tiene contratados a un gran número de empleados a media jornada (por el momento aproximadamente 26% de los trabajadores), algunos de ellos con una actividad profesional menor - con remuneración de hasta 400 euros al mes (suplentes). **Para madres de niños pequeños y para otros trabajadores se dispone de modelos flexibles, en los cuales se puede trabajar parcialmente desde casa.**
- Por lo general gugler* prefiere contratar a una nueva persona antes de que un empleado actual tenga que hacer horas extras, siempre que el área y el volumen de actividad así como la cualificación lo permita. El promedio de horas extras trabajadas en 2010 en gugler* fue de 8 horas por mes y por trabajador (incluyendo a aquellos empleados con un bloque de horas extras preestablecido).

C3 Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas

- Gracias a la deliciosa cocina vegetariana en nuestro restaurante orgánico, nuestros empleados tienen la oportunidad de probar diversas alternativas a la carne como el Seitán o el Tofu y les encanta.
- Con la colaboración de Helmut Butolen en 2010 se plantó de manera experimental un campo de verduras con el fin de autoabastecer a la cocina orgánica. En 2011 está planeado el expandir el área de cultivo.
- Mediateca: los empleados tienen a su disposición libros y DVDs gratuitos sobre los temas sostenibilidad y cambio de conciencia.
- Movilidad: empleados residentes en Viena forman grupos para compartir el coche, hay estaciones de alquiler de bicicletas delante del edificio de Melk de uso gratuito para los empleados de gugler* en su camino de casa al trabajo, reducciones en los precios de los trenes (Bahn-card) financiadas por la empresa, dos motos eléctricas para viajes cortos, neutralización climática de los vuelos, pernoctaciones subvencionadas para los empleados de Viena que visiten Melk.
- Emisiones de CO₂ por viajes de negocios (sin tener en cuenta el camino diario a casa): 0,87 toneladas de CO₂ equivalente por trabajador.
- Desde la fundación de gugler* sus gerentes han dado ejemplo de comportamiento ecológico, aportando siempre nuevos temas ecológicos y transmitiéndolos a sus empleados en actos de empresa por ejemplo.
- Creación de la unión de cualificación laboral “Momentum” y desarrollo de una amplia oferta de cursos de perfeccionamiento en los ámbitos de sostenibilidad, dirección, personalidad y salud.
- Fundación del grupo regional Melk dentro de la Red de Economía Consciente (“Achtsame Wirtschaft”) que se dedica a aplicar el método budista de conciencia plena al día a día y a la vida laboral. Los empleados de gugler* está invitados a participar en los encuentros de meditación y conciencia plena.

7

C4 Reparto justo de la renta

En gugler* la diferencia de sueldo interna (entre el que más cobra y el que menos) es de cuatro veces más. Se mantienen los límites de ingresos de los trabajadores a jornada completa estipulados en el Balance del Bien Común (salario mínimo de € 1.250 y máximo de € 25.000 al mes).

C5 Igualdad/Inclusión de discapacitados y desfavorecidos

En gugler* hay igualdad salarial y de oportunidades entre los hombres y las mujeres. El porcentaje de mujeres en puestos directivos es del 18,2%.

La formación de los aprendices es de gran importancia para la empresa, el porcentaje de aprendices en gugler* es del 9%. Estos obtienen un “cheque de formación” (“Bildungschek”) por valor de € 2.000 durante el tiempo de aprendizaje, el cual pueden canjear por seminarios de personalidad cursos de perfeccionamiento en informática y en otras especializaciones. En los meses de verano se admiten practicantes en todos los sectores.

Actualmente dos personas discapacitadas disponen de un empleo fijo en gugler*. Además la empresa se hace cargo de la cuota mensual para los “fondos de compensación tributaria” de la oficina de asistencia social (“Ausgleichstaxfonds”)¹⁰ correspondientes a un tercer trabajador prescrito por ley. La empresa le da mucha importancia a la ocupación de personas discapacitadas, es por ello que personas con necesidades especiales siempre serán bienvenidas.

C6 Democracia interna y transparencia

La transparencia interna y una mayor participación de los trabajadores en las decisiones empresariales es fundamental para los gerentes y los directivos de gugler*. Varias veces al año se celebran reuniones estratégicas y juntas de la directiva en las que se toman decisiones relevantes para la empresa y sus inversiones. El denominado “Diálogo gugler*” tiene lugar un mínimo de dos veces al año. En éste diálogo todos los trabajadores están invitados a recibir los datos más relevantes así como los resultados anuales de la empresa.

Actualmente se ha iniciado un proyecto piloto en el cual se aplicará el método del “consenso sistémico” (“Systemische Konsensieren”)¹¹ para la toma de decisiones.

D1 Venta ética

Uno de los principios por el cual se rige la empresa desde sus inicios es que el contacto con el cliente ha de ser a un mismo nivel, al cliente se le ha de tratar como a un socio competente. El departamento de Marketing de gugler* y sus actividades para fomentar la compra tienen como objetivo el mantener informados a los “stakeholder” (y naturalmente a los clientes) de los resultados y demás datos relevantes. Es por ello que el informe de sostenibilidad y la declaración del medioambiente son instrumentos decisivos para gugler*.

8

Teniendo en cuenta la evolución de la sociedad actual hacia un comportamiento más consciente a los encargados de Marketing, de Publicidad y a los profesionales de la Comunicación les corresponde una gran responsabilidad. Tienen la oportunidad de transmitir el ideario ecológico al consumidor. Tienen la oportunidad de introducir productos en el mercado que signifiquen un aporte real y honesto a las personas y al medioambiente. gugler* es consciente de este hecho y realiza su trabajo bajo el lema “comunicación sostenible, publicidad responsable” por una alternativa de futuro para la comunicación.

Para tener más en cuenta la perspectiva de los clientes en todo el proceso se está trabajando en la institucionalización de la participación del cliente y del sistema de reclamaciones. Aunque gugler* está ya actualmente en contacto continuo con todos sus clientes. **Las estrechas relaciones con sus clientes establecidas desde hace años, son una clara muestra de la transparencia que reina en la empresa.**

¹⁰ Los “fondos de compensación tributaria” – “Ausgleichstaxfonds”(„ATF”) – son recogidos por el Ministerio austríaco de Trabajo, Asuntos Sociales y de Protección del Consumidor. Las tasas de compensación recogidas (en 2008: € 83,3 millones) van a parar en su totalidad a diversas medidas para fomentar la integración laboral de personas discapacitadas.

¹¹ Teoría del “consenso sistémico”: un grupo realiza el mayor número posible de propuestas y escoge aquella que más se acerque al consenso y por lo tanto al interés general. Se tratará entonces de la propuesta que reciba menos rechazo y que genere menos conflicto.

Los principios de gugler* para sus clientes y su mercado:

- Nuestros clientes son amigos, compañeros de viaje y una parte de nosotros
- Nuestros clientes se entusiasman con nuestros productos una y otra vez porque les ayudamos a ser mejores, a conseguir sus metas, a desarrollarse, a tener espacios de tiempo libre y a entusiasmar a sus clientes.

D2 Solidaridad con **copropietarios/"Mitunternehmen":** cocontratistas

Mediante una información transparente en el informe de sostenibilidad y mediante la declaración de medioambiente de gugler*, todos los interesados (incluidos los competidores) tienen acceso a los índices financieros, resultados, objetivos y datos de empresa. Ya con el primer informe de sostenibilidad en el año 2008 - permitiendo una revisión exhaustiva de la compañía - gugler* dio el primer paso en el sector hacia una mayor transparencia y cooperación entre las empresas. El ramo de la imprenta es extraordinariamente competitivo y la aparición de los nuevos medios, con el consecuente cambio de comportamiento de los usuarios, ha revolucionado a todo el sector. Según gugler*, una buena razón para pensar en una nueva forma de cooperación.

En el marco de la unión de cualificación laboral "Momentum" gugler* coopera en medidas para la formación de los trabajadores y los cursos de perfeccionamiento, entre otros junto a unos de sus competidores directos.

D3 Concepción ecológica de productos y servicios

gugler* ya es una empresa pionera en términos ecológicos en el sector de la comunicación (sello de aprobación oficial del gobierno austríaco para productos ecológicos - "Österreichisches Umweltzeichen", certificado del FSC - Forest Stewardship Council, impresión neutral para medioambiente, certificado EMAS - Eco- Management and Audit Scheme). Y ahora con el proyecto de investigación Cradle-to-Cradle®, la empresa tiene la posibilidad de desarrollar productos de imprenta aún más ecológicos.

Cradle-to-Cradle® mantiene los productos de imprenta en el ciclo de recursos naturales

El profesor Michael Braungart, responsable de la creación del concepto Cradle-to-Cradle®, dice "Eficiencia no es suficiente. Es más importante hacer lo correcto".

Desde este punto de vista la clave de la sostenibilidad no es la eficiencia sino la efectividad ecológica. Cradle-to-Cradle® (de la "cuna" a la "cuna") significa que se ha de empezar a pensar en el próximo uso de cada uno de los materiales en cuanto se diseña el primer producto. De este modo no se crea basura – sólo nutrientes técnicos y biológicos, que circulan en diferentes ciclos de recursos naturales.

gugler* se ha puesto como meta, el **desarrollar productos de imprenta que se puedan devolver sin problemas al ciclo biológico**. Es por esto que los productos no sólo deben ser biodegradables sino que no deben contener ninguna sustancia nociva. Muchas de las sustancias utilizadas se deben controlar, reemplazar y en parte crear de nuevo.

Tras un estudio preliminar, gugler* desarrolló el proyecto con la ayuda del instituto de investigación medioambiental EPEA (Hamburgo) y con Alchemia Nova (Viena). Todas las sustancias empleadas en

un producto de imprenta estándar y en su proceso de producción son revisadas y valoradas. En el caso de que haya que modificar alguna sustancia, gugler* trabaja directamente con el proveedor para optimizarla. Este mismo año se espera la primera certificación y con ella la introducción del primer producto.

D4 Concepción social de productos y servicios

gugler* trata de considerar las necesidades de clientes con pocos recursos, sobretodo en el caso de la comunicación de ideas sostenibles. Un instrumento concreto es la denominada “bolsa de restos de imprenta de gugler*” para ONGs.

Incluso partiendo del uso óptimo del papel, en cada producción siempre quedan algunas superficies de papel en blanco que van a parar al contenedor de papel reciclado. Mejor dicho: que iban a parar. Porque **desde la implantación de la “bolsa de restos de imprenta de gugler*” en otoño de 2010, éstas superficies de papel en blanco están a disposición de ONGs** para imprimir sus contenidos de forma gratuita. Tan sólo se les factura la revisión, el procesamiento de los datos y el envío.

La “bolsa de restos de imprenta de gugler*” actúa a favor de la sostenibilidad por partida doble: por una parte apoyando la divulgación de ideas apasionantes y proyectos importantes y por otra parte reduciendo el desperdicio de papel y aumentando con ello la eficiencia de la materia prima.

Por ahora hay 30 ONGs registradas en esta iniciativa. En cuanto hay restos de papel disponibles se informa directamente a todos los interesados por mail y se le adjudica al primero que responda. Aunque hace poco que se inició este proyecto, las organizaciones lo aceptan agradecidas. De este modo la “bolsa de restos de imprenta de gugler*” pone de manifiesto que con poco esfuerzo también se pueden llevar a cabo proyectos sostenibles de interés.

10

D5 Aumento de los estándares sociales y ecológicos del sector

Desde hace más de 20 años que gugler* se interesa por la sostenibilidad y es un punto de referencia para el desarrollo ecológico de productos de imprenta. La normativa con la que gugler* hace sus encargos se denomina greenprint*.

Desde su creación en el año 1989, gugler* pone gran empeño en llevar a cabo una producción lo más ecológica posible. Otra pieza clave hacia una producción ecológica ha sido el desarrollo de productos de imprenta Cradle-to-Cradle® sin sustancias nocivas. No dejan ningún residuo en el proceso de reciclaje y podrían ser incluidas de nuevo, sin problemas, en el ciclo biológico.

La actitud de gugler* en pro del futuro no se limita al desarrollo de productos de imprenta. Con la concepción de listas de control y manuales de instrucciones para una comunicación sostenible, gugler* establece nuevas normas en la industria de la comunicación y del Marketing. El Marketing puede servir para aficionar a las personas a un estilo de vida sostenible. Fomentar el desarrollo de productos innovadores y con futuro, incorporar nuevos valores en la comunicación y para dar ejemplo.

Mediante todos sus instrumentos de comunicación (boletín de noticias por mail, sitios web, informes de sostenibilidad, medios sociales), gugler* promueve discusiones sobre estas medidas y reflexiones.

El contacto continuo con las ONGs, activas en sectores sociales y ecológicos, también ayuda a la

empresa a desarrollar estos instrumentos y a participar en la mejora de las condiciones sociales y ecológicas.

E1 Efecto social/ Significado del producto, del servicio

La información es la base para el desarrollo de nuestra sociedad. A través de medios interesantes, de atractivo diseño y con nuestras soluciones de comunicación, contribuimos al aumento de conocimiento en nuestra sociedad. Nuestro oficio es dar a conocer productos y servicios útiles y difundir mensajes dignos de ser publicados. Con las posibilidades de una empresa de comunicación, gugler* pretende contribuir a desarrollar y difundir aquello que es bueno, verdadero y bello.

Efecto directo e indirecto del producto:

- Servicio de consultoría sostenible: posibilidades dentro del espectro mediático (desde el sitio web hasta la impresión neutral para el medioambiente)
- gugler* tiene aprox. 100 puestos de trabajo y es por tanto la empresa más grande en la ciudad de Melk
- gugler* mantiene informados a todos los interesados sobre sus productos y sus servicios

Los principios de gugler* para sus productos/servicios:

- Los productos y servicios de gugler* contribuyen al éxito de sus clientes. Disponen de la calidad óptima para que los clientes consigan sus objetivos
- Los productos y servicios de gugler* son un punto de referencia en términos ecológicos
- La respuesta de los clientes se tiene en cuenta para mejorar los productos y servicios

11

E2 Aportación al bien común

Desde el 1 de Diciembre de 2010 gugler* dispone de una “bolsa de restos de imprenta”. Las ONGs pueden utilizar los restos de papel en blanco de forma gratuita. Tan sólo se les factura la revisión, el procesamiento de los datos y el envío (véase apartado D4).

Partiendo de la convicción “cooperación en lugar de competencia” gugler* apoya a diversas iniciativas, organizaciones y grupos de intereses. Participando activamente en cuestiones de sostenibilidad y economía de futuro. gugler* respalda entre otros a Angie Rattay y sus “Conversaciones Sobre la Tierra” (“ERDgespräche”), es fundadora de los círculos de CSR (“CSR-Circles”, “Corporate Social Responsibility”), actúa como multiplicador del “Manifiesto Blumauer”¹², participa en el folleto de SOL¹³, y diseñó de forma gratuita el folleto “integración es cosa de todos” galardonado con un premio a la creatividad. Además la empresa gugler* actúa en numerosas iniciativas como cabeza creativa, organizadora, ponente o como patrocinadora. Transparencia y franqueza son valores centrales de la sostenibilidad. gugler* invita como mínimo una vez a la semana a grupos de colegios, universidades, empresas, interesados e iniciativas a conocer la empresa. En cursos y visitas guiadas gugler* presenta su filosofía, sus productos y sus servicios.

¹² <http://badblumauermanifest.blogspot.de/>

¹³ “Menschen für Solidarität, Ökologie und Lebensstil” (Asociación en pro de la Solidaridad, la Ecología y el Estilo de Vida)

gugler* también contribuye al bien común a través de su trabajo de investigación y desarrollo. Innovación esta correlacionado con la sostenibilidad, es por ello que la empresa invierte de forma consecuente en “trabajos de investigación y reflexión”. Aunque una parte importante de la investigación y el desarrollo esté financiada por dinero público, gugler* asume también una gran parte.

Creación de la “Red de Economía Consciente” (“Achtsames Wirtschaften”)

En 2009, gugler* invitó por primera vez a Kai Romhardt, fundador de la “Economía Consciente”. Durante su ponencia en Melk, Kai Romhardt mostró las vías para conseguir más atención y respeto en el día a día y en el trabajo, para cumplir los requisitos hacia un nuevo pensamiento y una gestión económica con sentido. Ya ha habido muchos encuentros con Kai Romhardt desde entonces, la última vez con los miembros de un grupo regional en Melk perteneciente a la “Red de Economía Consciente”. Este grupo tendrá reuniones cada 3 o 4 semanas en forma de tardes de consciencia plena y meditación. Se trata de aplicar las prácticas de la consciencia plena y la ética económica budista a el día y día y a la vida laboral.

Promoción del arte

Una o dos veces al año el Fórum de gugler* en Melk ofrece a aspirantes a artistas la posibilidad de presentar sus obras en el marco de una exposición. La elección de los artistas es realizada por un jurado independiente. **gugler* se encarga de diseñar e imprimir un laborioso catálogo, pone a disposición toda su infraestructura para la exposición, trabajos de documentación y de relaciones públicas.** Con esta iniciativa - galardonada dos veces con el “Maecenas” - se ha podido ayudar a 12 artistas hasta el momento.

12

Ambas partes salen beneficiadas cuando gugler* adjudica proyectos de manufactura a la cárcel de St. Pölten y al centro de formación de jóvenes “Quamut Amstetten”. Sobre todo en el caso de pedidos para el acabado de algunos productos de imprenta o para envíos de publicidad por correo (“mailings”).

E3 Reducción de efectos ecológicos

Con la obtención del certificado de empresa “EMAS” (Eco- Management and Audit Scheme) en 2010 gugler* se comprometió a mejorar continuamente sus resultados medioambientales y sus efectos ecológicos y a hacer público el desarrollo sostenible de la empresa. Es por ello que cada año se elabora un programa de sostenibilidad y medio ambiente, en la publicación anual de la declaración de medioambiente se muestran los resultados. Esta declaración es de fácil acceso para todos: www.gugler.at/umwelterklaerung.

E4 Minimización del reparto de las ganancias a externos

No hay ninguna distribución de beneficios a personas ajenas a la empresa. En 2008 gugler* repartió por primera vez una parte de sus beneficios a sus trabajadores.

E5 Transparencia social y participación en la toma de decisiones

gugler* elabora anualmente una declaración de medioambiente y publica cada 3 años un informe de sostenibilidad que incluye el GRI Level B+ y en el que se exponen todas las actividades relevantes de

la empresa y sus resultados. En 2011 se realizó por primera vez este Balance del Bien Común. Aunque no exista un diálogo institucionalizado con los “stakeholder” (grupos de interesados por la empresa), gugler* pretende mantenerlos informados mediante estos informes. A raíz de la ampliación de la empresa, en verano de 2010 se convocó un “Diálogo de Futuro” con la participación de 30 expertos y del vecindario. Los informes de sostenibilidad de gugler* han sido comentados en seminarios de la Universidad de Viena y de la Universidad de Graz.

Visión de futuro

Metas a corto plazo

- Nuestros trabajadores conocen nuestra visión, viven nuestros principios: uso más frecuente de la mediateca, organización de conferencias, cursos sobre una comunicación responsable, amplia oferta de formación continua sobre sostenibilidad, personalidad, dirección y salud (unión de cualificación laboral “Momentum”)
- Reducción de las emisiones de CO₂, organización de cursos de conducción moderna, mejora de la comunicación interna y externa, introducción de un sistema de alojamiento web¹⁴ ecológico (“Webhosting”) como nuevo producto, indicar las emisiones de CO₂ en cada albarán de entrega, forzar la neutralización climática de los envíos a los clientes en el extranjero, forzar la impresión sin efectos nocivos para el clima
- Ampliación del campo de cultivo de verdura para el autoabastecimiento de la cocina en el restaurante orgánico hasta 2.500 m².
- Ampliación del área de las oficinas en el marco de “La Casa del Futuro”
- Mejora de la gestión de residuos
- Introducción del primer producto de imprenta Cradle-to-Cradle® y desarrollo de más aplicaciones
- Considerar las necesidades de los grupos de intereses más cercanos a la empresa mediante: la creación de una institución que esté en contacto frecuente con los “stakeholder” y que se encargue de la medición de la satisfacción de nuestros clientes
- Mejora de la satisfacción laboral

13

Metas a largo plazo

- gugler* tiene como objetivo a largo plazo el llevar a cabo su misión con éxito y en pro del bien común.

Nuestra visión

- **“Somos una empresa ejemplar en lo que se refiere a una comunicación responsable y a una gestión atenta al bien de los seres humanos y de la tierra”.**

Nuestra misión

- Con las posibilidades de una empresa de comunicación, gugler* pretende contribuir a desarrollar y a difundir aquello que es bueno, verdadero y bello.

¹⁴ Almacenamiento de información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

Proceso de elaboración del balance del bien común para gugler*

Los siguientes colaboradores han participado en la elaboración del balance del bien común de la empresa.



Teresa Distelberger

Directora del proyecto C2C
y miembro del equipo de sostenibilidad
teresa.distelberger@gugler.at

Arno Ettenauer

Control financiero
arno.ettenauer@gugler.at

Ernst Gugler

Fundador & Asociado & Gerente
ernst@gugler.at

Reinhard Herok

Encargado de la sostenibilidad
y miembro del equipo de sostenibilidad
reinhard.herok@gugler.at

Roswitha Sandwieser

Encargado de los sistemas de gestión
y miembro del equipo de sostenibilidad
roswitha.sandwieser@gugler.at

El informe y el balance del bien común se elaboraron entre Abril y Septiembre de 2011 y se emplearon unas 100 horas de trabajo.

Los resultados contenidos en el informe y en el balance del bien común se presentarán en la siguiente junta de directivos y se darán a conocer también a los trabajadores.

Para cualquier pregunta sobre este informe rogamos contacten a nuestro encargado de sostenibilidad Reinhard Herok: 0 2752 /500 50-234, reinhard.herok@gugler.at

Auditoría

Auditados por Angela Drosig-Plöckinger el 3 de Octubre de 2011, con una entrevista el 4 de octubre de 2011. Segundos auditores: Christian Rüter y Christian Loy. Fecha: 4 de Octubre de 2011

Traducción al español: Laura Martín Martorell (lauramartinmartorell@yahoo.com)