



# FUNDACIÓ HORTA SUD

INFORME DEL BALANCE DEL BIEN COMÚN

# INFORME DEL BALANCE DEL BIEN COMÚN

## EMPRESA

NOMBRE DE LA ENTIDAD: **FUNDACIÓ HORTA SUD**

Sector: Servicios de formación, asesoramiento y fortalecimiento de asociaciones sin ánimo de lucro.

Número de empleados: 1

Facturación: 95.643 €, el 75% del total de los ingresos anuales van orientados a proyectos para favorecer el bien común, el desarrollo de la comarca y el fortalecimiento del tejido asociativo.

Campo de actividad: La Fundació Horta Sud es una entidad cívica de carácter privado, de naturaleza permanente, sin finalidad de lucro, independiente de cualquier otra institución o sociedad, plural en sus principios ideológicos y actividades. Trabaja por el desarrollo comunitario y la potenciación de la identidad comarcal de los habitantes de l'Horta Sud. Quiere ser un agente de animación de la vida asociativa comarcal y de sensibilización de los poderes públicos y entidades ciudadanas, con objeto de dar una respuesta coordinada a las necesidades socioeconómicas, culturales y de investigación de la comarca.

## LA EMPRESA Y EL BIEN COMÚN

La Fundación lleva 40 años trabajando para el fortalecimiento de la sociedad civil, agente imprescindible para la transformación social hacia una sociedad más justa, donde primen los derechos humanos y el bien común, como así viene reflejado en sus estatutos

### Resumen de actividades realizadas en los últimos años:

- Formación: Más de 2.000 líderes de 1.500 asociaciones se han formado para mejorar la incidencia de su Asociación. 100 cursos de formación.
- Ayudas a Proyectos Interasociativos, subvencionando a más de 84 proyectos com más de 100.000 €
- Ayudas a Cooperación Internacional, subvencionando a 54 proyectos de cooperación internacional con más de 76.000 €
- Papers Associatius 10 años, 50 números, 1600 ejemplares
- Servicio de asesoría: 393 consultas resueltas
- Publicaciones: 5 Cuadernos para asociaciones
- Web: 8.000 visitas anuales, 1500 seguidores en Facebook, 600 suscriptores al boletín
- Puesta en marcha del Museu Comarcal de l'Horta Sud "Josep Ferrís March"
- Publicación de la revista Papers de l'Horta, 31 números.
- Estudios y publicaciones:

- *Las dos caras de las políticas sociales a l'Horta Sud*
- *Mirades de l'Horta Sud*
- *L'associacionisme a l'Horta Sud*
- *L'Horta Sud en el horizonte del 2015*
- *L'Horta en Festes.*
- *Flora i Fauna comunes de l'Horta Sud*
- *Guia de Recursos de la Comarca de l'Horta Sud*
- *Història bàsica de Torrent*

#### **Alianzas y Redes:**

- Caixa Popular
- Fundación Ugarte
- Movimiento Contra la Intolerancia
- Consorcio Museu Comarcal de l'Horta Sud "Josep Ferrís March"
- Consorcio de Servicios Sociales Horta Sud
- Ayuntamiento de Quart de Poblet
- Ayuntamiento de Alaquàs
- Xarxa Joves.net
- Federación de Casas Andaluzas

#### **Premios y menciones:**

- Sello de Calidad de Fundación Cívica que certifica el cumplimiento de los criterios internacionales exigidos según la Global Fund for Community Foundations.
- Premio Luna Nueva 2002, a la entidad por su tarea de apoyo a las asociaciones y fortalecimiento de la comarca, otorgado por la asociación Radio Luna.
- Premio Ciudadano 2002, por la tarea con las asociaciones de la comarca, Federación de Asociaciones Ciudadanas de Torrent.
- Galardón Niquia a la Solidaridad 2011 por el compromiso por la solidaridad y la cooperación internacional.
- Reconocimiento especial, por la colaboración a los Encuentros de Escuelas en Valenciano en Alaquàs en el año 2000.
- Distinción 2002, por la colaboración con la Federación de Sociedades Musicales de la Comunidad Valenciana.
- Distinción 2005 por la colaboración con el Centro Cultural y Recreativo Els Escalons de Benetüссер a su Centenario.
- Premio ARTIC 2011. Para dar respuesta a las necesidades de las asociaciones y fomentar la comunicación entre ellas

## RESUMEN DE LA EVALUACIÓN PREVIA AUDITORIA EXTERNA O EVALUACIÓN-PEER

Esta tabla sirve para la realización de la Auditoria Externa o la Evaluación-Peer y podrá ser substituida posteriormente por el testado procedente de la Sección de Auditores.

		Autoevaluación
A1	GESTIÓN ÉTICA DE LOS SUMINISTROS	34
B1	GESTIÓN ÉTICA DE FINANZAS	8
C1	CALIDAD DEL PUESTO DE TRABAJO E IGUALDAD	98
C2	REPARTO JUSTO DEL VOLUMEN DE TRABAJO	38
C3	PROMOCIÓN DEL COMPORTAMIENTO ECOLÓGICO DE LAS PERSONAS EMPLEADAS	19
C4	REPARTO JUSTO DE LA RENTA	
C5	DEMOCRACIA INTERNA Y TRANSPARENCIA	
D1	VENTA ÉTICA	39
D2	SOLIDARIDAD CON otras EMPRESAS	64
D3	CONCEPCIÓN ECOLÓGICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	51
D4	CONCEPCIÓN SOCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	19
D5	AUMENTO DE LOS ESTÁNDARES SOCIALES Y ECOLÓGICOS SECTORIALES	16
E1	EFFECTO SOCIAL/ SIGNIFICADO DEL PRODUCTO/ SERVICIO	104
E2	APORTACIÓN A LA COMUNIDAD	51
E3	REDUCCIÓN DE EFECTOS ECOLÓGICOS	27
E4	MINIMIZACIÓN DEL REPARTO DE GANANCIAS A EXTERNOS	
E5	TRANSPARENCIA SOCIAL Y PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES	30

## CRITERIOS NEGATIVOS

La Fundación Horta Sud no cumple con ninguno de los criterios negativos en la tabla siguiente.

En el caso contrario de que se cumpla con alguno de los criterios negativos se deberá describir el grado y ámbito al respecto, así como en la tabla Excel de “BBC-Tool 4.0.1” y copiar el resultado aquí. Describir las posibilidades de mejora posteriormente.

N	CRITERIOS NEGATIVOS	Puedo confirmar	No puedo confirmar
<b>N1</b>	<b>Quebrantamiento de la Dignidad humana</b>		
N1.1	Quebrantamiento de las Normas de trabajo OIT /derechos humanos -200		
N1.2	Productos sin dignidad humana/inhumanos, p.ej. armas, electricidad atómica, OGM		
N1.3	Suministro/ cooperación con empresas, que lastiman la dignidad humana		
<b>N2</b>	<b>Comportamiento no solidario</b>		
N2.1	Compra hostil		
N2.2	Patente defensiva		
N2.3	Precio dumping		
<b>N3</b>	<b>Destrucción del ecosistema</b>		
N3.1	Gran impacto medioambiental a ecosistemas		
N3.2	Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales (p.ej. valores límite)		
N3.3	Obsolescencia programada (vida del producto corta)		
<b>N4</b>	<b>Comportamiento socialmente injusto</b>		
N4.1	Remuneración desigual a mujeres y hombres		
N4.2	Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias		
N4.3	Filiales en paraísos fiscales		
N4.4	Interés de capital propio > 10%		
<b>N5</b>	<b>Comportamiento antidemocrático</b>		
N5.1	No revelación de todas las participaciones y filiales		
N5.2	Impedimento de comité de empresa		
N5.3	No publicación de los flujos de filiales a lobbies /entrada en el registro de lobbies de la UE		

# ESPECIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS INDIVIDUALES

## A1 GESTIÓN ÉTICA DE LOS SUMINISTROS

De dos a tres frases de descripción concisa en relación a la aplicación de cada criterio.

Se han considerado los siguientes aspectos para la valoración de este criterio:

1. El peso de cada proveedor en la factura de compras de la Entidad.
2. Sectores o empresas con posible presencia de riesgos sociales: laborales y derechos humanos principalmente.
3. Sectores o empresas con posible presencia de riesgos ambientales en el proceso productivo.

Estos aspectos han sido valorados en la primera línea de suministro, por lo que no hemos considerado que estos proveedores puedan importar de países de fuera de la OCDE, en cualquier caso la facturación de los proveedores que puedan representar este riesgo no representa un volumen significativo.

Los proveedores con los que más hemos facturados en el 2012 son los siguientes:

Proveedor	Facturación
MAPFRE SEGUROS DE EMPRESAS, S.A.	2763,73
COMUNIDAD GARAJE F.MAICAS	7073,70
LOGIC CONTROL, S.A.	1844,48
GRAFICAS ROYANES, S.L.	1700,94
CORREOS Y TELEGRAFOS, S.A.	1507,85
INFODEMON, S.L.	1382,76
IBERDROLA	1338,77
MOVISTAR	835,62

Se ha considerado sectores críticos, aunque no existe un importante volumen de compras, los siguientes:

1. Energía
2. Telefonía.
3. Imprenta y Papelería
4. Tóner y cartuchos para impresoras y fotocopiadora.

No existe ningún documento o acuerdo expreso para que se usen estos criterios en las compras o contratación de servicios, aunque sí que existe una actitud expresa en tener en cuenta estos criterios como así se pone de manifiesto en alguna de las medidas tomadas de facto por la entidad.

No se les pide a los proveedores cumplimiento de estándares sobre estos aspectos, excepto a la imprenta y material de papelería.

## A.1.1.- CONSIDERACIÓN DE ASPECTOS REGIONALES, ECOLÓGICOS Y SOCIALES.

### Aspectos regionales

En cuanto a los proveedores con los que trabaja la Fundación la mayoría de ellos son proveedores de la comarca, existe una actitud a tener en consideración este aspecto. Los proveedores de fuera de la comarca, son empresas de la comunidad autónoma o del país, no hemos encontrados opción mejor en la comarca.

### Aspectos ecológicos:

Con respecto al **sector de la imprenta y papelería**, las publicaciones de materiales escritos está realizada en papel Igloo Offset 100% reciclado de Torras Papel con certificados FSC, ISO 9001, ISO 14001 y el sello de Ecolabel, la mejor opción encontrada. En los documentos se especifica el tipo de papel así como que el receptor de la revista la pase a otra persona cuando la haya leído o la separe para poder ser reciclada. Así mismo se tienen en cuenta publicar exclusivamente los ejemplares necesarios y que se vayan a distribuir. Y en el año 2012 se han suprimido la publicación de los folletos de las dos convocatorias de subvenciones para realizarlas vía medios electrónicos. Con respecto al papel utilizado en la oficina se utiliza papel reciclado 100% de la marca Nautilus de mondigroup, con etiquetas The blue Angel, Ecolabel y Green range.

Con respecto a los proveedores de cartuchos y tóner, se utilizan cartuchos rellenos para las impresoras y fotocopidora.

Con respecto al sector de la energía, no se tienen consideraciones especiales.

No se consideran aspectos ecológicos en el resto de proveedores y sobre todo en proveedores de riesgo como electricidad con un 5 % de facturación por parte de Iberdrola.

### Aspectos sociales.

No se consideran específicamente aspectos sociales en los proveedores, entendemos que todas las empresas aplican la normativa vigente. En los proveedores locales no conocemos políticas de empresa controvertidas.

En proveedores como la telefonía y seguros no se tienen en cuenta estos aspectos.

El proveedor Mapfre ocupa el puesto 25 en empresas con fondos de inversión con acciones y bonos armados según el informe del 2009-2011 del Centre d'Estudis per la Pau JMDelàs<sup>1</sup>.

El proveedor Movistar se sitúa como la empresa española con una proporción más alta entre los directivos que más cobran y el trabajador que menos, siendo ésta de 103 veces más, según gráfica del diario información<sup>2</sup>, así mismo Telefónica tiene contratados a varios imputados por corrupción.

Desde hace años realizamos una compra al año con productos de comercio justo a la Fundación Intermón Oxfam.

---

<sup>1</sup> [http://www.centredelas.org/attachments/890\\_informe11\\_banca%20armada\\_cas.pdf](http://www.centredelas.org/attachments/890_informe11_banca%20armada_cas.pdf)

<sup>2</sup> <http://blogs.lainformacion.com/a-base-de-datos/2010/11/22/un-alto-directivo-de-telefonica-cobra-103-veces-mas-que-un-trabajador-de-su-empresa/>

## A.1.2 – CONSIDERACIÓN ACTIVA DE LOS RIESGOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS Y PROCESOS DE PROTECCIÓN.

Hay una actitud de considerar los riesgos de los productos y servicios, como así lo indica en el apartado anterior, en algunos sectores como son el papel, imprenta y tóner, en los que se han exigido sellos de calidad internacionalmente reconocidos.

La Fundación ha colaborado con otras entidades de la comarca en la realización de encuentros para que la ciudadanía tenga opciones de cambio a proveedores más éticos, de esta forma pueda ejercer su poder como consumidor de forma más consciente. Las últimas jornadas realizadas han sido: Banca ética, Economía del Bien Común y Energía renovable.

Hemos considerado proveedores de riesgo la energía, la imprenta, papelería, tóner, cartuchos para impresoras y fotocopiadora, aunque en ninguno de los casos existe un importante volumen de compras.

Para el sector de la energía no se tiene ninguna consideración, para el resto de proveedores de productos de riesgo si que se tienen las consideraciones detalladas en el apartado A.1.1.

No se realiza sistemáticamente una recogida activa de información.

## A.1.3.- MARCO ESTRUCTURAL PARA UN PRECIO JUSTO.

La Fundación no realiza compra alguna mediante subastas, ni ofrece bonificaciones, la relación con nuestros proveedores se mantiene en el tiempo y en la medida de lo posible tenemos una relación directa sobre todo con los productos de riesgo como imprenta y papelería, buscando siempre la mejor opción teniendo en cuenta factores ecológicos y sociales.

## B1 GESTIÓN ÉTICA DE FINANZAS

En la Matriz del Bien Común, este criterio mide el aporte de la empresa al Bien Común en cuanto a su relación con las entidades financieras de las que se sirve para conseguir financiación, para gestionar sus ahorros o bien para contratar servicios financieros o de seguros.

### B.1.1 CALIDAD SOCIAL Y ECOLÓGICA DEL SERVICIO FINANCIERO

El servicio financiero nos lo presta en un 90% aproximadamente el Banco Sabadell y un 10% Caixa Popular. Banco Sabadell se sitúa en el puesto número 10 en cuanto a sus participaciones accionariales de la banca armada según el informe de 2011 del Centre d'Estudis per la Pau JMDelàs<sup>3</sup>. Caixa Popular es una cooperativa de crédito comarcal de 2º grado formada por 130 cooperativas y 237 trabajadores que invierten en economía productiva en la comarca y tienen productos financieros de carácter ético-ecológico.

### B.1.2 DEPÓSITO ORIENTADO AL BIEN COMÚN

<sup>3</sup> [http://www.centredelas.org/attachments/890\\_informe11\\_banca%20armada\\_cas.pdf](http://www.centredelas.org/attachments/890_informe11_banca%20armada_cas.pdf)



El 90 % de los fondos están depositados en el Banco Sabadell, no orientados al bien común y el 10 % restantes en Caixa Popular, que orienta sus inversiones a una economía productiva en la provincia de Valencia, no dañina para el Bien Común.

### B.1.3 FINANCIACIÓN ORIENTADA AL BIEN COMÚN.

Para la puesta en marcha de alguno de nuestros programas tenemos acuerdos de colaboración con empresas y ayuntamientos con los que acordamos los proyectos comunes y la aportación económica que nos realizan siempre a través de subvenciones o donaciones a fondo perdido. Un 20% de nuestra financiación viene por este tipo de ingresos, y el 75% del total de los ingresos anuales van orientados a favorecer el bien común, el desarrollo de la comarca y el fortalecimiento del tejido asociativo.

## C1 CALIDAD DEL PUESTO DE TRABAJO E IGUALDAD

### C.1.1 HORARIO DE TRABAJO (20%) (VOLUNTARIO Y DECIDIDO PROPIAMENTE, NO OBLIGADO POR LA EMPRESA).

La organización del horario de trabajo es propia del trabajador en consenso con el presidente. Se tiene en cuenta las necesidades de los colectivos a los que nos dirigimos, puesto que la disponibilidad de estos colectivos para la participación en encuentros, jornadas o cursos de formación suele ser los fines de semana o en horarios de tardes después de sus trabajos. Esta dedicación y compromiso por parte del trabajador está compensada por la confianza mutua entre el trabajador y la entidad y flexibilidad que da ésta ante cualquier necesidad por parte del trabajador.

### C.1.2 CONFIGURACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO (10%) (PARA EUP 20%)

Puesto de trabajo ergonómico, en buenas condiciones y cumple las normativas de prevención de riesgos laborales. El acceso es apto para minusválidos. Se observa la falta de ventilación y luz natural.

### C.1.3 SALUD FÍSICA Y SEGURIDAD (10%) (PARA EUP 20%)

Cumplimiento estricto de los estándares y normas legales en cuanto a salud y seguridad laboral, existe un programa de prevención y medidas de sensibilización, asistiendo a cursos de formación y ponencias al respecto, no existen máquinas de fast food y el trabajador lleva una alimentación saludable con un alto porcentaje de consumo de productos ecológicos de la zona, pertenece a un grupo de consumo y compra en los mercados de productos ecológicos de la comarca. Así mismo acude al trabajo 3 días a la semana en bicicleta.

### C.1.4 SALUD PSÍQUICA (15%) (PARA EUP 30%) NÚMERO DE DÍAS = POR EMPLEADO, POR AÑO. (CONTENIDO VARIABLE)

El trabajador tiene formación de trabajo en equipo, resolución de conflictos, comunicación, competencias sociales, etc. Así mismo asiste a cursos de formación y reciclaje. La propia Fundación organiza para asociaciones este tipo de cursos.

### C.1.5 ORGANIZACIÓN PROPIA Y FUNDAMENTO DEL SENTIDO DE TRABAJO (EQUILIBRIO –TRABAJO-VIDA) (15%) (PARA EUP 30%)

Existe completa autonomía para la organización propia y asiste a las reuniones de la junta ejecutiva de la Fundación en la que participa de la cocreación de la visión y estrategia de la entidad. Existe en la organización una cultura de confianza en el trabajador, el cual corresponde con la asunción de responsabilidades en la gestión de los proyectos.

### C.1.6 TRATO IGALITARIO PARA HOMBRE Y MUJER (20%)

Aunque la Fundación sólo tienen un trabajador, conviene señalar que en estos momentos la junta ejecutiva está compuesta por 6 mujeres y 6 hombres, en la redacción de los estatutos se contempla criterios de paridad. En las publicaciones se procura utilizar un lenguaje no sexista y así lo reflejamos con la coetilla de la revista Papers de l'Horta Sud.

### C.1.7 DESFAVORECIDOS (DISCAPACITADOS, EMIGRANTES, PARADOS DE LARGA DURACIÓN...) (10%)

Aunque la Fundación no tiene obligatoriedad de cumplimiento de cuotas para la integración, conviene señalar que la entidad ha realizado cursos para colectivos desfavorecidos y con dificultades de participación, como asociaciones de sordos, discapacitados físicos, etc, además forma parte del consorcio de servicios sociales especializados de l'Horta Sud, en los que se encuentran representados asociaciones de familiares de discapacitados psíquicos,. También es un colectivo que ha recibido fondos de la propia fundación a través de sus diferentes programas.

## C2 REPARTO JUSTO DEL VOLUMEN DE TRABAJO

### C2.1 Reducción de la jornada laboral normal (75%)

No existen contratos con horas extras incluidas y no se realizan horas extras.

### C2.2 Aumento del modelo laboral de jornada a tiempo parcial (con plena paga) (25%)

No hay reducción de jornada con plena paga y por lo tanto no hay nueva contratación.

## C3 DEMANDA Y PROMOCIÓN DEL COMPORTAMIENTO ECOLÓGICO DE LOS EMPLEADOS

### C3.1 Cocina/cantina de la empresa / alimentación durante la jornada laboral (25%)

No hay posibilidad de implantar este tema en la empresa, porque no hay cocina, ni cantina, aunque existe cierta sensibilidad por parte del trabajador.

### C3.2 Movilidad al puesto de trabajo: sistema de incentivación / comportamiento real (25%)

El trabajador acude a su puesto de trabajo en bicicleta dos/tres de los cinco días de la semana.

### C3.3 Cultura de la organización, concienciación y procesos de empresa internos (25%)

No hay coches de empresa, existe una transversalidad en los aspectos ecológicos en las actividades de la Fundación, el trabajador tiene formación y la propia entidad organiza cursos para la ciudadanía relacionados con el medioambiente y el bien común.

Dentro de la

### C3.4 Huella ecológica (de Carbono) de los trabajadores (EUP / PYME) (25%)

La huella ecológica es de 5 hectáreas globales de terreno ecológicamente productivo según <http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/>

## C4 REPARTO JUSTO DE LA RENTA

No se aplica al haber un solo trabajador. Cabe destacar que los patronos desarrollan su tarea de forma voluntaria y no cobran por la asistencia a las comisiones de trabajo, reuniones etc, ni cobran dietas ni desplazamiento ni por ningún otro concepto.

## C5 DEMOCRACIA INTERNA Y TRANSPARENCIA

Aunque el criterio no se aplica al ser una entidad de un solo trabajador, cabe señalar que las decisiones tomadas en los órganos de gobierno así como los presupuestos son públicos y publicados en la web de acceso a cualquier persona.

## D1 VENTA ÉTICA

### D1.1 Institucionalización (Anclaje en la empresa)(14%/20%)

La parte comercial son alquileres de locales, uno de los locales está alquilado a la CAM (actualmente Banc de Sabadell) desde hace más de 17 años, los otros alquileres de las plazas de parking son clientes particulares de larga relación con la Fundación y el último es un cliente que tenía el local hace más de 30 años. Tenemos los precios sobre la media del mercado y no hacemos ofertas puntuales. Estamos por encima de los estándares de sector en cuanto a la transparencia en la actividad (pago de impuestos, seguros de RC, ingresos orientados al bien común, publicación en la web de los ingresos,..) algo no muy habitual en el sector.

La oferta de servicios dirigidos a asociaciones son totalmente gratuitos, no existe ninguna acción comercial con respecto a los clientes.

### D1.2 Alcance marketing ético (14%/20%)

No destinamos presupuesto a marketing de la actividad comercial. No intentamos alquilar locales u ofrecer servicios si no son necesarios. Los servicios prestados a las asociaciones son gratuitos, tenemos una comunicación activa en lo referente a la importancia del fortalecimiento del tejido asociativo y de la transformación social hacia una sociedad más

justa, prueba de ello son las jornadas que realizamos referente a banca ética, consumo de energía renovable, economía del bien común, etc...

### D1.3 Formaciones para venta / marketing ético (14%/20%).

Referente a este punto ofrecemos formación a las asociaciones para que mejoren su comunicación respecto a su actividad relativa a mejora de la sociedad

### D1.4 Bonificaciones alternativas de venta/ marketing (14%/20%)

No hay bonificaciones por venta.

### D1.5 Alcance de la participación en la decisión del cliente, p. ej. consejo de clientes/ desarrollo conjunto del producto(14%/20%)

En los fines fundacionales vienen reflejadas estas cuestiones de cooperación con otras entidades para el desarrollo de una comarca más justa y orientada al bien común, así mismo existen acciones concretas y comprobables. La fundación ha destinado en los últimos 10 años más de 100000 euros en ayuda directa a asociaciones, casi 100000 € en cooperación, y estimo que más de 200000€ en formación para asociaciones, servicio gratuito de asesoría, cursos de formación, encuentros y jornadas de trabajo, publicación de materiales, etc... Así mismo se ha cedido la utilización del museo de forma desinteresada al consorcio que lo gestiona.

En la parte comercial no existe posibilidad de participación del cliente en las decisiones del producto, porque son tres locales para alquilar. En la parte no comercial los clientes (habitualmente personas de las juntas directivas) participan de forma activa en la configuración de la oferta de servicios, en muchos casos se construye con muchos de ellos (p.ej. la oferta formativa adecuada a sus necesidades y en la que ellos diseñan su formación). Existen encuestas de valoración para cada uno de los servicios y posibilidades de realizar propuestas.

Cooperamos de forma activa tanto con los clientes de la actividad no comercial en la construcción de una comarca mejor orientada al incremento de la justicia y el pro común.

Para todos los servicios ofertados a la ciudadanía pasamos encuestas de evaluación del servicio que nos sirven para mejorar el servicio y tener en cuenta las propuestas que nos hacen.

## D2 SOLIDARIDAD CON CO-EMPRESAS

### D2.1 REVELACIÓN DE INFORMACIONES + TRANSMISIÓN DE TECNOLOGÍAS (25%)

Las últimas publicaciones realizadas por el Centro de Recursos están publicadas bajo el principio de Open Source, con licencia Creative Commons. Son publicaciones sobre procedimientos, organización, gestión, obligaciones fiscales, etc para el movimiento asociativo. Estas publicaciones están en la página web de la Fundación. Se ha aprobado en la Junta Ejecutiva de la Fundación liberar y publicar todo el conocimiento escrito bajo licencias Creative Commons

## D2.2 PRÉSTAMO DE MANO DE OBRA, ENCARGOS, PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO COOPERATIVO (50%).

Participamos con mano de obra con otras entidades para la creación de proyectos, jornadas, ayuda en la gestión, etc.. P.ej. entidades que no tienen suficiente capacidad de gestión para solicitar una subvención a la UE y colaboramos para encargarnos nosotros o entidades con las que colaboramos económicamente para que lleven adelante proyectos. Sólo en los últimos años el número de entidades con las que hemos colaborado de forma directa, a través de ayudas económica, en construcción de proyectos conjuntos, prestación de servicios, puede superar las 1500 asociaciones.

## D2.3 MARKETING COOPERATIVO (25%)

Hay una renuncia a hablar mal del resto de asociaciones, fundaciones, etc. no hacemos publicidad en ningún medio de comunicación, no hay estrategia de marketing. Colaboramos activamente en campañas de comunicación dirigidas a mejorar la dignidad humana, la justicia o el bien común, con otras entidades, p.ej adhesiones a manifiestos, campañas de comunicación o peticiones como Comercio Justo, Igualdad de la mujer, Incremento de la Participación, Interculturalidad, Movilidad sostenible, etc Completar la explicación de construcción.....

## D3 CONCEPCIÓN ECOLÓGICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

### D3.1 EFICIENCIA Y CONSISTENCIA. PRODUCTOS/SERVICIOS SON EN COMPARACIÓN ECOLÓGICA CON LOS COMPETIDORES O CON ALTERNATIVAS EQUIVALENTES DE UTILIZACIÓN (40-70%)

Los servicios que ofrecemos tienen en cuenta aspectos de eficiencia y consistencia, no dispone de una estrategia escrita al respecto pero sí que actúa liderando algunas acciones para que el movimiento asociativo reflexione sobre estos temas y ofreciendo alternativas para el cambio (p.ej jornadas sobre energía, decrecimiento,...)

### D3.2 SUFICIENCIA: ORGANIZACIÓN ACTIVA PARA UNA UTILIZACIÓN ECOLÓGICA Y DE CONSUMO SUFICIENTE (20-40%)

Fomentamos el comportamiento ecológico y la suficiencia en las asociaciones, a través de cursos de formación y artículos en la revista, Movilidad sostenible, Adhesión al proyecto de ciudades 30, Etc.)

### D3.3 COMUNICACIÓN: COMUNICACIÓN ACTIVA DE LOS ASPECTOS ECOLÓGICOS FRENTE AL CLIENTE (10%-20%)

Se intenta una comunicación al respecto, ciclo de jornadas: Propuestas de cambio para construir alternativas.

## **D4 CONCEPCIÓN SOCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **D4.1 CONSIDERACIÓN DE BARRERAS ECONÓMICAS EN LA ESFERA DEL CLIENTE (B2C: 30-40%; B2B: 5-40%)**

Las actividades y servicios de la Fundación son gratuitos y orientamos estos servicios a colectivos con dificultades económicas.

### **D4.2 CONCEPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE BARRERA LIBRE; 4 DIMENSIONES: FÍSICA, VISUAL, LENGUAJE, INTELECTUAL (B2C: 40-60%; B2B: 5-40%)**

La web está adaptada para personas con dificultades visuales, una de las condiciones de para impartir los cursos es que el aula esté adaptada para personas con dificultades de movilidad. Para los actos públicos de la Fundación también se consideran estos aspectos.

### **D4.3 PROCESOS Y MEDIDAS RESPECTO A RIESGOS ÉTICOS Y ASPECTOS SOCIALES EN LA ESFERA DEL CLIENTE (B2C: 10-30%; B2B: 30-50%)**

No tenemos ninguna relación de negocios con empresas críticas éticamente.

## **D5 AUMENTO DE LOS ESTÁNDARES SOCIALES Y ECOLÓGICOS SECTORIALES**

### **D5.1 COOPERACIÓN CON CONCURRENTES Y SOCIOS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN (20%-40%)**

Cooperamos con otras entidades para una aplicación de la legislación, relacionados con la contratación de personal, la fiscalidad, y el cumplimiento de la ley. Hemos tenido reuniones sectoriales con las asociaciones para la formación y asesoramiento gratuito para la aplicación de los estándares. En los últimos 5 años hemos editado Cuadernos prácticos 1 y 2 gratuitos relativas a las obligaciones documentales y de fiscalidad de asociaciones, además de otros documentos que hemos puesto a disposición de las asociaciones para mejorar su gestión.

### **D5.2 APOORTE ACTIVO PARA EL AUMENTO DE LOS ESTÁNDARES LEGALES (5%-20%)**

Tenemos un compromiso por encima del sector para los estándares legales más altos, hemos editado dos guías de referencia para la aplicación de estándares procedimentales y fiscales.

Estándares legales: Cumplimiento de la legislación laboral- Gestión de recursos humanos en las ONL. Cumplimiento de las obligaciones documentales y fiscales- Incremento de la transparencia. Cumplimiento de la LOPD- gestión de socios. Cumplimiento de la legislación de subvenciones-incremento de la transparencia en la justificación. Cumplimiento de las normativas de la Ley de propiedad horizontal, licencia de actividad, ley de locales de pública concurrencia, etc...

### D5.3 ALCANCE, AMPLITUD DE CONTENIDO Y PROFUNDIDAD (40%-60%)

Varios aspectos importantes sociales y ecológicos afectados, el objetivo de la Fundación es la fomentar la aplicación de los estándares sociales, ecológicos, legales y en general que afecten al pro común. Es por ello que tiene una actitud activa a la hora de destinar recursos en esta dirección a través de campañas, encuentros, formación etc. Algunos ejemplos de actividades realizadas de alcance social y ecológico para aumentar los estándares de compromiso con el bien común.

1. Participación conjunta en el proyecto Escuela en femenino María Moliner, para disminuir la desigualdad de género en nuestra sociedad y empoderar a las mujeres participantes.
2. Participación y promoción de encuentros relacionados con la producción y consumo de productos ecológicos en la comarca.
3. Participación y promoción de jornadas sobre banca ética, energía sostenible, economía del bien común, estado de bienestar, etc.

## E1 EFECTO SOCIAL/SIGNIFICADO DEL PRODUCTO/SERVICIO

### E1.1 PROCESOS INTERNOS DE LA EMPRESA (25%)

Evaluamos y realizamos un informe anual de los resultados y efectos sociales de nuestras acciones. Los usuarios de los servicios valoran si mejoran la incidencia de las acciones en su entidad.

### E1.2 QUE UTILIDADES POSITIVAS O EFECTOS NEGATIVOS DERIVAN DE FORMA DIRECTA O INDIRECTA DE NUESTROS PRODUCTOS/SERVICIOS (25%)

Todos nuestros productos van dirigidos a la satisfacción de necesidades básicas según Human Scale Development<sup>4</sup> relacionadas con la subsistencia, la protección, el afecto, el entendimiento, la participación, el ocio, la creación, la identidad o la libertad.

### E1.3 COMPATIBILIDAD CULTURAL: CÓMO SE VALORAN LOS ASPECTOS SOCIALES EN EL PROCESO DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN EN COMPARACIÓN CON ALTERNATIVAS CON FINES SIMILARES? (VER ASPECTOS SOCIALES A1 Y D4) (25%)

Nuestra Fundación se constituyó para el desarrollo social y cultural de la comarca. Sólo en los últimos 10 años hemos destinado más 100000 € a proyectos interasociativos y otros tantos a cooperación internacional, casi la totalidad de nuestros ingresos se destinan a proyectos de mejora social y cultural.

### E1.4 COMPATIBILIDAD NATURAL, SUFICIENCIA/ MODERACIÓN CÓMO SE VALORAN LOS ASPECTOS ECOLÓGICOS DE NUESTROS P/S EN COMPARACIÓN CON P/S CON UNA FINALIDAD SIMILAR? (VER D3) (25%)

Nuestros productos son compatibles con el futuro desde el punto de vista ecológico y social, de hecho trabajamos para que, no sólo a la Fundación, también las asociaciones a las que nos dirigimos valoren estos aspectos. Ejemplos de acciones relacionadas con entidades para la mejora de compatibilidad, suficiencia o moderación de los servicios que prestamos:

1. Publicación del informe de movilidad sostenible y presentaciones públicas y difusión de éste. (se puede encontrar en la web)
2. Campaña para la realización de un Plan Estratégico en la comarca de l'Horta, que tuviera en cuenta aspectos sociales y ecológicos. (se puede encontrar en al web)
3. Adhesión y promoción de la campaña iniciativa ciudadana europea de ciudades 30

## E2 APORTACIÓN AL MUNICIPIO

### E2.1 RENDIMIENTO: APOYO MUTUO Y COOPERACIÓN POR MEDIO DE FINANCIACIONES (70%)

El 75% del total de los ingresos anuales derivados de la gestión de la dotación patrimonial van orientados directamente a favorecer el bien común, el desarrollo de la comarca y el fortalecimiento del tejido asociativo, el resto va para el mantenimiento e inversiones de la Fundación. Básicamente en el centro de recursos asociativos, con la contratación de una persona a jornada completa para este fin, consultoría, formación, ayudas directas a proyectos interasociativos, contribución económica para el mantenimiento del consorcio del Museo Comarcal y un 10% de los fondos de actividades van a ayuda en proyectos de cooperación internacional a través de asociaciones de la comarca con partenaires locales en países terceros. Estamos reconocidos con el sello de calidad de Fundación Cívica de la ciudadanía para la ciudadanía. La Fundación ha destinado recursos para el desarrollo de la comunidad desde hace 40 años.

### E2.2 EFECTOS (30%)

Las asociaciones a las que nos dirigimos son entidades sin ánimo de lucro que se dedican a mejorar la calidad de vida de las personas, dependiendo de los sectores a veces son de los vecinos, de un colectivo concreto afectado por alguna carencia, de colectivos con dificultades de participación, etc. La totalidad ejercen una función social en el municipio indiscutible. Los movimientos asociativos son el motor de cambio social, proporcionan capacidad de analizar la realidad social y por tanto una oportunidad para la transformación de ésta, construyen sociedad, sentido de pertenencia, soporte emocional, solidaridad, implicación, compromiso, orientación para elecciones en la vida, contenemos ansiedades, educamos en valores, son escuelas de democracia, de diálogo, de construcción de consenso, generadores de ideas y proyectos. Aspectos cada vez más necesarios en nuestra sociedad. Las asociaciones promueven el enriquecimiento cultural y social de ciudadanas y ciudadanos, partiendo del respeto y el reconocimiento de la diversidad, del diálogo y la convivencia. La Fundación procurado que los efectos de sus acciones sean sostenibles, de hecho la sostenibilidad en sus acciones es indiscutible en la medida que ha destinado recursos para el desarrollo de la comunidad desde hace 40 años.

### E2.3 FACTORES ADICIONALES (+/- 20%)

Las medidas son institucionalizadas, los fines están determinados en los estatutos y en la estrategia de la fundación la práctica es de hace más de 40 años

## E3 REDUCCIÓN DE EFECTOS ECOLÓGICOS

Utilizamos aproximadamente dos cajas de folios al año, publicamos y 6.000 A4 al año (revista Papers Associatius). Hemos eliminado la publicidad en papel de las dos convocatorias de ayudas. Rellenamos los cartuchos de tóner de impresoras y fotocopidora.



Imprimimos a dos caras o reutilizamos el papel impreso a una cara, separamos el papel y lo tiramos al contenedor correspondiente, no generamos otro tipo de residuos. Tenemos una estrategia de mantenernos en unos consumos mínimos y de comunicación al respecto. Nos hemos adherido a la iniciativa europea Ciudad 30, y colaboramos en la formación y encuentros con asociaciones de productores ecológicos, soberanía alimentaria, grupos de consumos, etc.

## **E4 MINIMIZACIÓN DEL REPARTO DE GANANCIAS A EXTERNOS**

No existe reparto de dividendos.

## **E5 TRANSPARENCIA SOCIAL Y PARTICIPATIVA EN LA TOMA DE DECISIONES**

### **E5.1 EXTENSIÓN DE CONTENIDO**

Hacemos pública una memoria anual, con los resultados y la participación en los programas, ingresos y gastos. La memoria es aprobada en el patronato representado por instituciones de la comarca y personas. Dedicamos gran parte de nuestros fondos a compartir el conocimiento que generamos con otras asociaciones a través de los cursos de formación y de forma gratuita.

### **E5.2 ALCANCE DE LOS GRUPOS DE CONTACTO**

Tenemos la memoria publicada con los datos económicos y de actividades. Se informa a la ciudadanía y a las instituciones de la comarca continuamente de las acciones y datos económicos de la Fundación. La memoria económica y de actividades, así como el presupuesto y el proyecto de actividades se aprueban en asamblea de los patronos, donde están representados instituciones públicas y privadas, asociaciones y personas de la comarca, en estos momentos el patronato está compuesto por 100 personas. Tenemos contactos permanentes con técnicos, políticos y representantes de asociaciones de la comarca, a las que rendimos cuentas y recogemos opiniones e información. En el 2012 hemos iniciado una campaña de comunicación a la ciudadanía, coincidiendo con el 40 aniversario de la Fundación, con los datos y un resumen de los proyectos más importantes.

### **E5.3 ALCANCE DE LOS EMPLAZAMIENTOS**

Nuestro ámbito de actuación es la comarca de l'Horta Sud e intentamos que la información llegue a todos los municipios de la comarca, de hecho la mancomunidad de municipios de l'Horta Sud está en el patronato representada, así como sus diferentes alcaldes y alcaldesas.

### **E5.4 EN EMPRESAS DE < 100 EMPLEADOS**

Hemos realizado el Balance de la Economía del Bien Común con una descripción detallada de cada criterio de los indicadores, con algunas dificultades a la hora de aplicar el balance por la especificidad de la entidad que no es una empresa de productos o servicios por los que factura, sino una Fundación sin ánimo de lucro que destina más del 70 % de sus recursos a programas relacionados con el desarrollo de la comarca y fortalecimiento del tejido asociativo.

#### E5.5 EN EMPRESAS DE > 100 EMPLEADOS

No se aplica

#### E5.6 VERIFICACIÓN > 100 EMPLEADOS

No se aplica.

#### E5.7 TIPO DE PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES +DOCUMENTACIÓN

La toma de decisiones se realiza por una junta ejecutiva compuesta por 12 patronos y una asamblea general donde participan todas las personas pertenecientes al patronato, casi un centenar, representantes de asociaciones, entidades de la comarca, ayuntamientos, mancomunidad y personas individuales significativas por su implicación en la vida social de la comarca.

#### E5.8 EXTENSIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES

Así mismo estamos en permanente diálogo con asociaciones, personas y ayuntamientos y tenemos en cuenta sus propuestas y opiniones en la planificación estratégica de la Fundación.

#### E5.9 EXTENSIÓN DE GRUPOS DE CONTACTO IMPLICADOS

También pertenecemos a una serie de redes y tenemos convenios de colaboración firmados con: Caixa Popular, Fundación Ugarte, Movimiento Contra la Intolerancia, Consorcio Museu Comarcal de l'Horta Sud "Josep Ferrís March", Consorcio de Servicios Sociales Horta Sud, Ayuntamiento de Quart de Poblet, Ayuntamiento de Alaquàs, Xarxa Joves.net y Federación de Casas Andaluzas

## VISIÓN

Ser la entidad privada referente en cuanto al apoyo a iniciativas sociales, oferta de recursos para el desarrollo de la comarca y el fortalecimiento del tejido asociativas e iniciativas sociales para la mejora de la sociedad.

## MATRIZ DEL BIEN COMÚN CON PUNTOS

Se adjunta

## PROCESO DE REALIZACIÓN DEL BALANCE DEL BIEN COMÚN

¿Qué compañeros de trabajo de la empresa estuvieron implicados en la realización del Balance del Bien Común y del Informe del Bien Común?

Julio Huerta Balastegui y el Consejo Ejecutivo de la Fundación Horta Sud ha estado informado en todo momento y ha aprobado la realización del proceso y su envío a los auditores.

¿Durante qué período de tiempo fueron éstos realizados? ¿Cuántas horas han sido empleadas para su realización?

50 horas

¿Cómo se comunicó el Balance del Bien Común y el Informe del Bien Común internamente?

Se aprobó en Junta Ejecutiva

## AUDITORIA

Quién ha realizado cuando la Auditoria, bien como Evaluación-Peer (hasta 600 puntos) o como Auditoria externa (sobre 600 puntos) por parte de los [auditores@economia-del-bien-comun.es](mailto:auditores@economia-del-bien-comun.es)

Sello y firma de la empresa

Lugar, Fecha: 17 de junio de 2010

---