

# **MEMORIA DEL BALANCE DEL BIEN COMÚN**

Proyectos Sostenibles S.Coop.V.



[www.altur.coop](http://www.altur.coop)

**EJERCICIO 2017**

## Índice de contenidos

### **Introducción**

- 1. Empresa**
- 2. Campo de actividad**
- 3. La empresa y el bien común**
- 4. Resumen de la evaluación previa a la auditoría externa**
- 5. Criterios negativos**
- 6. Especificación de los criterios individuales**
- 7. Metas – Acciones de mejora**
- 8. Matriz del Bien Común con puntos**
- 9. Proceso de realización del BBC**
- 10. Auditoría**

## Introducción

Este balance se ha realizado utilizando la versión 201704-vBeta del manual básico sobre los criterios y la versión 4.1 de la matriz del bien común. Hemos contado con la participación de un grupo de consultores de empresas EBC en formación y con el apoyo y la supervisión de José Miguel Ribera Esteve, consultor homologado de empresas EBC



**ALTUR, Otro punto de vista en la gestión empresarial**

## 1. Empresa

### 1.1. Datos de la empresa / organización

Nombre de la empresa/organización	Proyectos Sostenibles, S.Coop.V (ALTUR)
Dirección	Avda. de la Industria, nave 3B, Polígono Industrial Canastell. 03690. San Vicente del Raspeig. Alicante
Nº sedes	1
Propiedad	Socios trabajadores
País	España
Sector	Construcción
Actividad	-Trabajos de mantenimiento y obras en altura y de difícil acceso. - Formación de trabajos en altura.
Régimen de contratación a la SS	RETA
Número de trabajadores empleados	8 socios 1 empleado
Facturación anual	471.076,34€ (2017)
Forma jurídica (Unip./Autónomo)	cooperativa de trabajo asociado
Año del balance	2017
Responsable	Pedro Aparicio Saiz
Dirección de correo electrónico	altur@altur.coop
Número de teléfono	965 504 732
Página Web	www.altur.coop
Consultor/a	José Miguel Ribera Esteve
Consultores en formación	Anke Schwind, David Hervás, Javier Alcaide, Raquel Gómez
Dirección de correo electrónico	
Número de teléfono	
Auditor/a	No realizada
Dirección de correo electrónico	
Número de teléfono	
Otros datos de interés	

## 1.2. Información clave

Mapa mental proyecto grupo cooperativo:



### 1.2.1. Orientación básica de la organización (misión, visión, valores, ...)

#### MISIÓN

ALTUR es una cooperativa sin ánimo de lucro dedicada a actividades relacionadas con los trabajos en altura, que opera desde el enfoque de la economía social y solidaria.

#### VISIÓN

ALTUR lucha por la transformación de las relaciones sociales y medioambientales de la insostenible civilización actual. Trabajamos para que:

- El servicio que ofrecemos a la sociedad sea útil para su desarrollo hacia un modelo ético y sostenible.
- Las personas que forman parte de nuestra organización obtengan un medio de vida digno, que además permita y fomente su evolución personal hacia mayores niveles de satisfacción.

## VALORES

- Somos colaborativos, fomentamos la creación de lazos y redes con todas las personas y entidades que comparten nuestra visión.
- Somos serios, disciplinados y perseverantes a la hora de organizarnos para cumplir con nuestros compromisos.
- Somos honestos y transparentes en los acuerdos que alcanzamos.
- Somos conscientes de nuestras carencias y limitaciones, por eso nos esforzamos en controlar y medir nuestras aptitudes, y nos comprometemos en los procesos de mejora.

## PROPUESTA DE VALOR

La política comercial de ALTUR no es especulativa. No busca el mayor beneficio económico a toda costa como nos han acostumbrado en el predominante modelo capitalista.

La calidad de nuestro servicio “no está a la vista”, reside en la capacitación de una mano de obra altamente especializada para desempeñar tareas de alto riesgo.

La idiosincrasia de ALTUR implica una garantía para el cumplimiento de los más rigurosos estándares de seguridad.

La formación y la prevención son las constantes en que basamos esta calidad pues, a diferencia de otras empresas de nuestro entorno, el afán de lucro no “nubla” esas directrices sagradas de toda actividad especialmente peligrosa.

## LA FILOSOFÍA DE LA ORGANIZACIÓN Y EL CUADRO DE MANDO

ALTUR se gesta en la necesidad de alejarse de los modos y usos tradicionales de la organización empresarial bipolar con el perpetuo enfrentamiento de intereses de empresarios y empleados.

Después de 20 años de actividad como sociedad limitada buscando sin éxito la corresponsabilidad de los trabajadores y el reparto equitativo del fruto del trabajo, se da el paso del “todo o nada” formalizándose en cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro.

Conscientes de la gran dificultad que entraña tras un primer intento fracasado a las primeras de cambio, los dos promotores del segundo intento obtuvimos el apoyo de la cooperativa ASAKEN, ejemplo de éxito en el país vasco, y estudiamos el modelo de gestión de las cooperativas del grupo Mondragón.

Basándonos en la valiosa información de la experiencia de estas organizaciones con gran solera y cultura cooperativa, identificamos las claves con que asentar unos pilares sólidos para nuestro proyecto:

- Las aportaciones de capital de los socios, suficientemente costosas como para crear un efecto de valoración de la pertenencia a la organización, de forma que suponga una apuesta importante para los interesados, les haga imprescindible pensárselo bien, y “creer en ello” con firme convicción. En nuestro caso son

15.000 Euros. Además esta suma de aportaciones de los socios proporciona una independencia financiera que facilita mucho el desarrollo empresarial.

- El modelo de gestión ha sido diseñado para la máxima eficiencia y está en continua evolución como único medio para diferenciarnos en el mercado y ganarnos la confianza de los clientes.
- La autorregulación motivadora en cuanto a las horas de trabajo, conciliación laboral, resolución de conflictos, ambiente de trabajo, prevención de riesgos, formación, planes de evolución profesional, etc., ha sido diseñada para un estilo de vida satisfactorio y no para la obtención y acumulación de dinero. En esta línea destacamos nuestra jornada laboral de 6 horas como expectativa de todos los socios trabajadores y la aportación temporal a una bolsa de horas donde se controla la aportación de esfuerzo en tiempo de trabajo complementario para la progresiva reducción de jornada real hasta alcanzar ese objetivo sin afectar a la sostenibilidad financiera de la empresa.
- La inter-cooperación con otras entidades difundiendo, apoyando y defendiendo los principios y valores de la economía del bien común, y generando sinergias.

### 1.2.2. Políticas y estrategia

La estrategia básica óptima de la organización es una **estrategia colaborativa**: cooperar en vez de competir para crecer y expandir tu mercado reduciendo la competencia.

#### Políticas más importantes

En coherencia con la estrategia básica estas son las principales políticas:

**\*Política de suministradores:** vía preferente a entidades de la economía social y solidaria, a la producción local respetuosa con los principios éticos y medioambientales del bien común. La firme intención y convicción de ALTUR es ir desarrollando procedimientos protocolizados para controlar y evaluar en ese sentido todas las relaciones con proveedores externos.

**\*Política de finanzas.** ALTUR desde el inicio seleccionó la entidad financiera disponible para la operativa diaria más coherente con los valores del bien común y en la actualidad ya trabajamos además con Fiare Banca ética.

entidad cooperativa de la que somos socios además.

**\*Política de personal** Por nuestra condición de cooperativa de trabajo asociado aspiramos a que todos los trabajadores sean socios y por tanto disfruten de una relación laboral indefinida. Nuestro compromiso a tal efecto es no tener trabajadores externos más allá de relaciones temporales por picos de trabajo o para su incorporación como socios, y en ningún caso superar los porcentajes que exige la ley de cooperativas del país valenciano para la consideración de cooperativas especialmente protegidas.

En cuanto a las relaciones internas de los socios trabajadores con la cooperativa, Hemos desarrollado un reglamento interno que complementa los estatutos para regular todo lo referente a la regulación de la jornada laboral, desarrollo de competencias, etc.

En cuanto a los niveles de responsabilidad y retribuciones hemos establecido un marco básico con unas diferencias no superiores a 1:2 que en la actualidad es de 1/1,2

Por otra parte, desde 2016 se ha implementado un sistema de evaluación de competencias que tiene como objetivo principal ayudar a los socios trabajadores a identificar sus carencias y a implicarse en trabajar especialmente para mejorar en los ámbitos que más necesite. La metodología es similar a la del BBC a nivel interno, mediante la evaluación anual en grupo a partir de la autoevaluación de cada trabajador.

**\*Política de formación.** Es una cuestión relevante para nuestra organización y distinguimos dos campos de acción: El primero, es la formación en el ámbito técnico de los trabajos en altura. Ésta, es una formación continua, y una vez al año se dedica una jornada a cuestiones de actualización y reciclaje de conocimientos y prácticas. El segundo campo de acción es el plan de formación personalizado de cada socio trabajador de la cooperativa, que ha de realizarse en función de las necesidades reales determinadas principalmente a partir de los resultados de las evaluaciones de competencias.

**\*Política de empoderamiento** (estrategia de descentralización del poder y democratización de la estrategia). Nuestra organización es asamblearia. cada trabajador tiene derecho a un voto. Este año tras alcanzar el número de 10 socios

hemos elegido nuestro primer consejo rector formado por Presidente, Secretario y 2 vocales, dando así un salto cualitativo en la participación. Hasta ahora nos regíamos por la fórmula de dos administradores solidarios.

**\*Política de comunicación.** La comunicación interna se desarrolla en dos ámbitos: *Comunicación directa:* reuniones mensuales donde el coordinador general informa de todos los aspectos relevantes de la gestión diaria y asambleas, donde se exponen las líneas estratégicas y se tratan los asuntos de relevancia que excedan de las competencias del órgano de administración y de gerencia.

*Comunicación a través de compartir la información por medio de internet:* Trabajamos con toda la información de la empresa en un espacio virtual en “la nube”. Todos los socios tienen acceso inmediato a los archivos con las actas del consejo de administración, de las asambleas y de las reuniones mensuales. Además, toda la gestión de proyectos es transparente, igual que los movimientos de dinero, balances, etc. Así mismo, cada socio trabajador diariamente incorpora el resumen diario del trabajo realizado a un fichero accesible a todos los demás.

#### **\*Política de Responsabilidad Socioambiental**

Nuestro propósito es que nuestra actividad esté controlada con herramientas que incidan en estas cuestiones relevantes. Para ello, vamos a realizar año a año el BBC y la Auditoría social de REAS País Valencià. Además, incorporaremos herramientas específicas como, por ejemplo, aquellas que miden la huella de carbono o la eficiencia energética. Estas herramientas específicas serán complementarias y contribuirán a una mayor concreción de dichos balances.

#### **\*Política de gestión integrada:**

*Calidad:* Tenemos el propósito de desarrollar un sistema de gestión auditado, de momento vamos trabajando internamente en la definición de procesos.

*Prevención Riesgos Laborales (PRL):* Trabajamos con un servicio ajeno por “imperativo legal”, pero más allá de las revisiones médicas anuales, su implicación real y el alcance de las gestiones que realiza -mayormente documentales- son muy

insatisfactorias. Por ello, nuestra organización ha desarrollado procesos internos que garantizan el análisis real de los riesgos laborales y la adopción de medidas de prevención específicas para cada una de nuestras intervenciones, gestión ambiental (eficiencia energética), etc.

#### **\*Las políticas de innovación**

*Política de alianzas:* trabajamos fomentando la cooperación con las empresas de nuestro sector que se prestan a ello. En concreto, colaboramos en proyectos comunes con la empresa Anver -de la zona de Benidorm- y con la Empresa Altitud -de la zona de Alcoy, Y con la empresa Xpertos de la zona de Elche. Con estas empresas tenemos abierta una vía de comunicación para apoyarnos mutuamente. Por otra parte, organizamos e invitamos a las empresas de nuestro entorno que integran nuestro gremio, a sesiones anuales de formación, para la actualización y reciclaje de conocimientos, así como la práctica de técnicas de autorrescate (cuestión de máxima relevancia para la prevención de riesgos en nuestra actividad). Estos encuentros son ocasiones propicias para compartir información, experiencias y conocimientos. El último evento se ha celebrado en 2 de febrero de 2018 en Elche y la organización ha sido compartida entre las empresas Altitud, Xpertos y Altur, consiguiendo reunir a más de 50 participantes de aproximadamente 10 empresas del entorno así como autónomos y personas interesadas en los trabajos en altura.

*Estrategias de cooperación y de solidaridad con otras entidades:* Pertenece a la Confederación de Cooperativas de Trabajo Asociado de la Comunidad Valenciana FEVECTA, a la Asociación Nacional de Empresas de Trabajos Verticales ANETVA, a REAS Red de Redes de la Economía Alternativa y Solidaria del País Valencià y a EBC Asociación para la Economía del Bien Común de la Comunidad Valenciana. En dichos ámbitos tratamos de establecer relaciones que propicien acciones conjuntas como el mercado social y el balance social de REAS, o el Balance del Bien Común EBC. Participamos en eventos para la promoción del cooperativismo junto a otras cooperativas de la zona, y facilitamos el desarrollo de normativas gremiales y defensa de los intereses, prestigio e imagen del sector, con nuestra participación en ANETVA.

**\*Política de producción** Más allá de los productos que compramos para la realización de los proyectos que nos encargan nuestros clientes -sobre los que tenemos poco margen de elección y que son pinturas, morteros, impermeabilizantes, dispositivos de seguridad, etc.- centramos nuestro esfuerzo en:

- Involucrar a los clientes en el desarrollo conjunto del servicio para reducir los efectos negativos de las aplicaciones y proponiendo productos alternativos más sostenibles y ecológicos. Nuestro propósito a tal efecto es generar procedimientos protocolizados para llevar a efecto con más eficacia esta labor de información y concienciación hacia los clientes.
- Optimizar el consumo de combustibles fósiles a lo estrictamente necesario. En ese sentido fomentamos el aporte de vehículos personales de los socios trabajadores para que, incentivando su uso, se evite la adquisición de vehículos de empresa. Para las tareas administrativas por la ciudad se usa una bicicleta eléctrica. Intentamos optimizar la logística para la distribución y transporte de materiales y personas en obra, con el fin de reducir consumo de combustible -uno de los puestos de trabajo tiene entre sus funciones dicha tarea. Medimos el número de kilómetros que realizamos todos los socios trabajadores en desplazamientos a los centros de trabajos y aportes a la cooperativa con el fin de poder hacer un seguimiento y plantear medidas que los reduzcan, por ejemplo, incentivando el uso de medios de transporte sostenibles.

**\*Política de marketing** Nuestra estrategia de marketing se basa en trasladar el mensaje de nuestros valores afines a la economía solidaria de forma indisoluble de la publicidad de nuestros servicios. Esta información aparece como protagonista en nuestra página web, siendo nuestro propósito actual idear fórmulas para que nuestra marca represente y se identifique plenamente con dicha filosofía empresarial.

**Ventas:** trabajamos con tarifas que disponen de cierta flexibilidad que podemos usar para facilitar el acceso a nuestros servicios a clientes con menos recursos, Nuestro propósito a tal efecto es generar procedimientos protocolizados para llevar a efecto con criterios evaluables dichas decisiones.

En nuestra línea de negocio de formación ofrecemos becas habitualmente a personas con dificultades económicas y/o dificultades para la inserción laboral. Nuestro propósito a tal efecto es generar procedimientos protocolizados para llevar a efecto con criterios evaluables dichas decisiones.

### 1.3. Otros datos de interés

ALTUR realizó el balance social de REAS con el modelo de Euskadi y con el modelo de la Xes de Cataluña relativo al ejercicio de 2016 y participa activamente en el grupo promotor que desarrolla el proceso para su implementación en el territorio de la Comunidad Valenciana.

ALTUR es un campo de experimentación para el desarrollo de una estructura empresarial sólida y sostenible regida por los principios de la economía alternativa y solidaria. Se ha gestado como proyecto piloto para un futuro desarrollo de nuevos proyectos dentro del sector servicios relacionados entre sí de manera que pueda establecerse un vínculo común de inter-cooperación articulada desde una matriz coordinadora común: "PROYECTO COOPERATIVO ZÖ".

En la actualidad tenemos dos nuevos proyectos sostenibles en marcha: Altur Formación, dedicado a la actividad docente dentro del campo de los trabajos en altura y abais, cuya actividad será las pequeñas reformas y obras de bioconstrucción. Otras ideas se están ya planteando a falta de oportunidad y concreción: poda y jardinería urbana en altura, instalaciones y mantenimiento de sistemas de generación de energía renovable en altura, Sevicios con Drones, etc.

## 2. Campo de actividad

Trabajos verticales: tareas realizadas por especialistas en acceso y posicionamiento mediante cuerdas. Los ámbitos habituales donde prestamos servicios son:

- Mantenimiento de edificios en la ciudad de Alicante y alrededores: pintura, reparaciones, instalaciones diversas, inspecciones, etc.
- Mantenimientos en infraestructuras industriales fundamentalmente en la provincia de Alicante.
- Instalación y mantenimiento de dispositivos de seguridad anticaídas (líneas de vida, etc.).
- Formación especializada en materia de trabajos en altura.

## 3. La empresa y el bien común

ALTUR se ha reconstituido como cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro con el compromiso asumido en sus estatutos de guiarse por los valores de la economía alternativa y solidaria definidos en la carta de principios de REAS y los 7 principios cooperativos definidos por la asociación internacional de cooperativismo.

Marcamos así, pues, nuestra trayectoria claramente enfocada al bien común en total coherencia con la línea de acción de la EBC.

## 4. Resumen evaluación previa a la auditoría externa

		Evaluación 2015		Evaluación 2017	
A1	GESTIÓN ÉTICA DE LOS SUMINISTROS	19 de 90	21%	9 de 90	10%
B1	GESTIÓN ÉTICA DE FINANZAS	5 de 30	18%	12 de 30	40%
C1	CALIDAD DEL PUESTO DE TRABAJO E IGUALDAD	21 de 90	24%	36 de 90	40%
C2	REPARTO JUSTO DEL VOLUMEN DE TRABAJO	8 de 50	15%	5 de 50	10%
C3	PROMOCIÓN DEL COMPORTAMIENTO ECOLÓGICO DEL EQUIPO HUMANO	6 de 30	19%*	6 de 30	20%*
C4	REPARTO JUSTO DE LA RETRIBUCIÓN	54 de 60	90%	48 de 60	80%
C5	DEMOCRACIA INTERNA Y TRANSPARENCIA	84 de 90	94%	72 de 90	80%
D1	RELACION ETICA CON EL CLIENTE	14 de 50	29%	20 de 50	40%
D2	SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN CON OTRAS EMPRESAS	37 de 70	53%	28 de 70	40%
D3	CONCEPCIÓN ECOLÓGICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	9 de 90	10%	9 de 90	10%
D4	CONCEPCIÓN SOCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	14 de 30	46%	3 de 30	10%
D5	AUMENTO DE LOS ESTÁNDARES SOCIALES Y ECOLÓGICOS DEL SECTOR	5 de 30	18%	12 de 30	40%
E1	VALOR E IMPACTO SOCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	20 de 90	23%	18 de 90	20%
E2	CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD LOCAL	15 de 40	37%	16 de 40	40%
E3	REDUCCIÓN DE EFECTOS ECOLÓGICOS	9 de 70	13%	7 de 70	10%
E4	ORIENTACIÓN DE LAS GANANCIAS AL BIEN COMÚN	60 de 60	100%	48 de 60	80%
E5	TRANSPARENCIA SOCIAL Y COGESTIÓN	4 de 30	13%	3 de 30	10%
	<b>TOTALES</b>	<b>385 de 1000</b>	<b>38,5%</b>	<b>352 de 1000</b>	<b>35,20%</b>

\*La discrepancia entre estos dos porcentajes se debe al efecto del redondeo que aplica la herramienta de cálculo.

El descenso de valoración en estos dos años puede ser debida a varios motivos.

- En el 2015 el BBC también se hizo en un grupo Peer de empresas, en aquella ocasión, las puntuaciones que se dieron entre los participantes fueron muy bajas, y entre ellas, Altur era considerada como la que realizaba más buenas prácticas alineadas con la EBC. Puede que por este motivo, algunos de los participantes fueran más benevolentes con Altur y, en consecuencia, algunos aspectos estuvieran sobrevalorados.
- A mitad de enero de 2018 descendió el flujo de información entre los homólogos de Altur y los estudiantes en prácticas, debido a varias bajas laborales entre los asociados de la cooperativa que han obligado a aumentar la carga de trabajo de otros compañeros. En este sentido, puede que los estudiantes no hayan tenido los suficientes elementos de juicio en relación con algún aspecto, como para haberle dado una valoración mayor.
- El plan de mejora que se propuso en el 2015, probablemente no se ha seguido y en consecuencia, no se han mejorado las puntuaciones de los aspectos a los que se dirigía.

No obstante, este informe es una foto fija siempre mejorable. Si la empresa revisa bien los aspectos y aporta las evidencias que faltan, seguro que los indicadores mejoraran la puntuación inicialmente dada.

Por último, comentar que los planes de mejora son para ello, para mejorar los aspectos, y por ende, subir la puntuación de los mismos.

## 5. Criterios negativos

Se confirma que la organización no cumple con ninguno de los criterios negativos:

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	<b>Confirmado</b>	
N1.2	Productos sin dignidad humana/inhumanos, por ejemplo armas, electricidad atómica, OGM	<b>Confirmado</b>	
N1.3	Suministro/ cooperación con empresas, que lastiman la dignidad humana	<b>Confirmado</b>	
<b>N2</b>	<b>Comportamiento no solidario</b>		
N2.1	Compra hostil	<b>Confirmado</b>	
N2.2	Patente defensiva	<b>Confirmado</b>	
N2.3	Precio dumping	<b>Confirmado</b>	
<b>N3</b>	<b>Destrucción del ecosistema</b>		

N3. 1	Gran impacto medioambiental a ecosistemas	<b>Confirmado</b>	
N3. 2	Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales (por ejemplo valores límite)	<b>Confirmado</b>	
N3. 3	Obsolescencia programada (vida del producto corta)	<b>Confirmado</b>	
<b>N4</b>	<b>Comportamiento socialmente injusto</b>		
N4. 1	Remuneración desigual a mujeres y hombres	<b>Confirmado</b>	
N4. 2	Reducción de los puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias	<b>Confirmado</b>	
N4. 3	Filiales en paraísos fiscales	<b>Confirmado</b>	
N4. 4	Interés de capital propio > 10%	<b>Confirmado</b>	
<b>N5</b>	<b>Comportamiento antidemocrático</b>		
N5. 1	No revelación de todas las participaciones y filiales	<b>Confirmado</b>	
N5. 2	Impedimento de comité de empresa	<b>Confirmado</b>	
N5. 3	No publicación de los flujos de filiales a lobbies /entrada en el registro de lobbies de la UE	<b>Confirmado</b>	

## 6. Especificación de los criterios individuales

### A1 GESTIÓN ÉTICA DE LOS SUMINISTROS

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto A1.1</b> <b>Consideración de aspectos regionales, ecológicos, sociales y alternativas Best in Class</b>	No existe una política de compra que incluya aspectos sociales o ambientales, ni está incorporado en Misión/ Visión/Valores de la Organización	La organización tiene Formalizados objetivos de gestión ética de las compras, pero las acciones llevadas a cabo son poco efectivas	La organización tiene formalizados objetivos de gestión ética de compras y cuenta con procesos de seguimiento y control para conocer la efectividad de las acciones puestas en marcha	La gestión ética de las compras es un pilar fundamental para la organización. Las medidas puestas en marcha han alcanzado los objetivos



<p><b>Aspecto A1.2 Evaluación activa de riesgos en el suministro de productos / servicios para lograr la consecución de los objetivos</b></p>	<p>La organización trabaja con proveedores que ofrecen algunos productos y servicios ético/sostenibles (&lt; 5%)</p> <p>La organización no realiza un seguimiento ni audita en aspectos éticos a proveedores (&lt; 5%)</p> <p>La organización no realiza acciones de fomento de la cultura y los principios de la economía del bien común</p>	<p>La organización trabaja con proveedores que ofrecen varios productos y servicios ético/sostenibles (&gt; 5%)</p> <p>La organización realiza un seguimiento / audita en aspectos éticos a una pequeña parte de sus proveedores (&gt; 5%)</p> <p>La organización participa y realiza algunas acciones aisladas de fomento de la cultura y los principios de la Economía del Bien Común</p>	<p>La organización trabaja con proveedores con una oferta predominante de productos y servicios ético/sostenibles</p> <p>La organización trabaja principalmente con proveedores que han superado un proceso de auditoría sobre aspectos éticos</p> <p>La organización participa de forma sistemática en acciones de fomento de la cultura y los principios de la Economía del Bien Común</p>	<p>La organización trabaja exclusivamente con proveedores de productos y servicios exclusivamente ético/sostenibles</p> <p>La organización trabaja exclusivamente con proveedores que han superado un proceso de auditoría en aspectos éticos</p> <p>La organización lidera de forma sistemática en acciones de fomento de la cultura y los principios de la Economía del Bien Común</p>
<p><b>Aspecto A1.3 Condiciones estructurales básicas para la fijación de precios justos</b></p>	<p>La organización no tiene una política de compra transparente</p> <p>La organización no realiza acciones de colaboración con proveedores</p>	<p>La organización tiene una política de compra transparente en algunas de sus relaciones con proveedores</p> <p>La organización realiza algunas acciones de colaboración aisladas con proveedores</p>	<p>La organización tiene una política de compra transparente en todas sus relaciones con proveedores.</p> <p>La organización realiza acciones de colaboración sistemáticamente con los principales proveedores</p>	<p>La organización tiene una política de compra transparente basada en el diálogo con sus proveedores</p> <p>La organización realiza acciones de colaboración sistemáticamente con todos los proveedores</p>

**Aspecto A1.1 Consideración de aspectos regionales, ecológicos, sociales y alternativas Best in Class**

Aunque en ALTUR tengamos en cuenta criterios de proximidad, sociales e incluso ecológicos, la ausencia de un Plan de Compras que garantice una homogeneización de criterios deja en manos de los criterios personales de cada momento la mayoría de las decisiones.

**Aspecto A1.2 Evaluación activa de riesgos en el suministro de productos / servicios para lograr la consecución de los objetivos.**

En la línea del punto anterior, no tenemos desarrollada una evaluación de proveedores ni fomentamos la EBC en la cadena de aprovisionamientos

**Aspecto A1.3 Condiciones estructurales básicas para la fijación de precios justos.**

En ALTUR tenemos claro las ideas de transparencia, igualdad de oportunidades, confianza y cooperación con nuestros proveedores, pero no tenemos desarrollada una programación e implementación de estos valores en la cadena de aprovisionamiento

**Puntuación *Gestión ética de suministros*:**  
**9 puntos de 90 (10%)**

**A1 Gestión ética de los suministros: Puntos fuertes.**

En el ideario de ALTUR, concretado en la inclusión en los estatutos de los [6 valores de REAS](#), están presentes los valores de la gestión ética de los suministros.

**A1 Gestión ética de los suministros: Propuestas de mejora a implementar**

Es necesario contar con un plan de compras definido. En el desarrollo del mismo vemos interesante la inclusión de los indicadores que nos permitan medir los aspectos relativos a la Gestión Ética de los Suministros.

Esta propuesta de mejora ya se incluía en el Informe del BBC del ejercicio 2015 y no ha sido implementada aún.

**B1 GESTIÓN ÉTICA DE FINANZAS**

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto B1.1 Institucionalización</b>	Misión / Visión / Valores de la organización no incluyen objetivos de gestión ética de finanzas	La organización incluye en su Misión / Visión / Valores objetivos de gestión ética de finanzas, pero las acciones llevadas a cabo son poco efectivas	La organización incluye en su Misión / Visión / Valores objetivos de gestión ética de finanzas y cuenta con procesos de seguimiento y control para conocer la efectividad de las acciones puestas en marcha	La gestión ética de las finanzas es un pilar fundamental para la organización. Las medidas puestas en marcha han alcanzado los objetivos
<b>Aspecto B1.2 Calidad ética y sostenible de</b>	La organización	La organización trabaja con bancos convencionales que	La organización trabaja con bancos con una oferta	La organización trabaja exclusivamente con

<b>los proveedores de servicios financieros</b>	trabaja con bancos convencionales que ofrecen algunos productos financieros ético/sostenibles (< 5%)	ofrecen varios productos financieros ético/sostenibles (> 5%)	predominante de productos financieros ético/sostenibles	proveedores financieros exclusivamente ético/sostenibles
<b>Aspecto B1.3 Inversiones financieras orientadas al bien común</b>	La organización realiza algunas inversiones financieras en proyectos ético/sostenibles	La organización realiza la mayoría de las inversiones financieras en proyectos ético/sostenibles. No se renuncia a los intereses generados	La organización realiza la mayoría de las inversiones financieras en proyectos ético/sostenibles. Se renuncia a una parte de los intereses generados	La organización sólo invierte en proyectos ético/sostenibles. Se renuncia a la totalidad de los intereses generados. Activismo accionista
<b>Aspecto B1.4 Financiación orientada al bien común</b>	La organización se financia en la medida de lo posible con fondos propios.  Las entidades financieras que le prestan fondos son éticas	La organización se financia en la medida de lo posible con fondos propios, y busca financiarse a través de otros grupos de interés.  Las entidades financieras que le prestan fondos son éticas	La organización se financia en la medida de lo posible con fondos propios.  Primeros préstamos a través de otros grupos de interés.  Sus prestamistas renuncian parcialmente a los intereses	La organización se financia en la medida de lo posible con fondos propios.  La mayoría de la financiación externa proviene de otros grupos de interés.  Sus prestamistas renuncian al 100% de los intereses

### Aspecto B1.1 Institucionalización.

En ALTUR tenemos incluidos de forma transversal los valores de búsqueda del beneficio social, el carácter propio de “sin fines lucrativos” de nuestra organización, marca desde el inicio los comportamientos financieros de nuestra cooperativa. Sin embargo, el desarrollo de estos valores no está implementado en un plan de acción/formación a nivel interno.

### Aspecto B1.2 Calidad ética y sostenible de los proveedores de servicios financieros.

Más de la mitad de los saldos mantenidos en financiadores externos, lo son en entidades éticas. La otra mitad los mantenemos en banca de tipo cooperativo y que mantienen valores muy cercanos a los exigibles en la banca ética.

### Aspecto B1.3 Inversiones financieras orientadas al bien común.

En este aspecto, la única inversión de este tipo es la que mantenemos en Generation Kw, para la construcción de plantas generadoras de energía renovable desarrollado por Som Energía.

### Aspecto B1.4 Financiación orientada al bien común.

La forma legal de cooperativa de trabajo asociado permite un marco favorable a la financiación por recursos propios por la aportación del capital social. En las ocasiones

que se recurre a financiación externa (con un % menor que en el caso de la financiación con recursos propios) hemos primado los valores éticos de la entidad.

**Puntuación *Gestión ética de finanzas*:**  
**13 puntos de 30 (40%)**

**B1 Gestión ética de finanzas: Puntos fuertes**

El marcado carácter social de nuestra cooperativa es muy favorable a la gestión ética de nuestras finanzas. En las redes en las que somos activos (REAS, EBC, etc.) se fomentan además estos valores, y los tenemos incluidos en nuestros estatutos.

**B1 Gestión ética de finanzas: Propuestas de mejora a implementar.**

En el plan de mejora del BBC 2015 se incluyeron metas de tipo estratégico en lo referente al posicionamiento de ALTUR en este aspecto, estas metas, se han alcanzado de manera razonable, contando nuestra cooperativa con proveedores financieros de carácter ético y cooperativo que complementan la financiación con recursos propios.

En este momento las metas a alcanzar se centran en la formación y/o información a todos los socios en estos valores, esto favorecerá la consolidación de dichos valores y el aumento de las inversiones orientadas al bien común.

**ACCIONES A CORTO PLAZO**

- Formación sobre valores de banca y servicios financieros éticos
- Elección de un proyecto común para la inversión orientada al bien común

**C1 CALIDAD DEL PUESTO DE TRABAJO E IGUALDAD**

Los valores representan un eje primordial en ALTUR alrededor de los cuales realizamos tanto nuestra labor profesional como nuestra participación en actividades externas. Uno de los pilares es la igualdad de todos los socios y el acceso a formar parte de la cooperativa a cada persona que lo desee sin discriminación.

<b>Criterios</b>	<b>0 – 10 % Principiante</b>	<b>10 – 30 % Avanzado</b>	<b>30 – 60 % Experimentado</b>	<b>60 – 100 % Ejemplar</b>
<b>Aspecto C1.1 Cultura y estructura organizacional orientada a las personas</b>	La organización se preocupa por que todas las personas empleadas conozcan la misión, visión y valores  La organización trata de dar	Además, realiza un seguimiento  Además, se realizan encuestas de clima laboral  Existe un plan de formación y carrera	Además, existe un plan específico para medir los resultados  Los resultados de las encuestas de clima laboral son analizados para establecer planes de	Todas las personas empleadas conocen y comparten la misión, visión y valores de la organización.  Todas las personas se sienten identificadas e

	<p>oportunidades de formación y carrera profesional a todas las personas empleadas</p> <p>Las personas empleadas pueden sugerir y opinar sobre su carrera profesional y otros aspectos que les competen, pero no existen mecanismos ni procesos definidos</p>	<p>profesional para todas las personas empleadas, pero no se evalúan los resultados</p> <p>Además, existen mecanismos y procesos que garantizan que la organización tiene en cuenta su opinión</p>	<p>mejora</p> <p>El plan de formación es evaluado y revisado, incorporando los resultados de la evaluación</p> <p>Además, se establecen controles para corregir posibles ineficiencias</p>	<p>implicadas en el buen fin de la organización.</p> <p>Los planes de formación y carrera están garantizados para todas las categorías Profesionales.</p> <p>La organización es horizontal. Existen procedimientos que garantizan que la comunicación entre todas las personas de la organización sea fluida y bidireccional</p>
<p><b>Aspecto C1.2 Empleo justo y política de remuneración</b></p>	<p>La organización sólo recurre a empleo precario en casos demostrables de necesidad operativa. Planificación de personal transparente y compartida con el comité de organización</p>	<p>Existen mecanismos para favorecer la mejora continua de los contratos laborales, prestando especial atención a los contratos temporales</p>	<p>Integrar todas las categorías profesionales y tipos de contrataciones en programas que garanticen igualdad de derechos (prestaciones y asistencia social, comunicación, ...)</p>	<p>Ofertas / perspectivas de empleo sostenible para todos los empleados. La retribución es percibida como justa por las personas empleadas y asegura una buena vida</p>
<p><b>Aspecto C1.3 Protección, seguridad y salud laboral, conciliación personal / laboral / familiar flexibilidad horaria</b></p>	<p>Desarrollo de un concepto global para la promoción de la salud laboral, incluyendo un plan de implementación</p> <p>Lugares de trabajo ergonómicos, cumplimiento de los requisitos de seguridad y salud.</p> <p>Es posible acceder a un horario de trabajo flexible y modelos a tiempo parcial, que contribuyen al equilibrio entre vida laboral, familiar y personal</p>	<p>Promoción de la salud de la organización implementado al menos al 50%</p> <p>Horario de trabajo flexible y modelos a tiempo parcial que contribuyen al equilibrio entre vida laboral, familiar y personal para, al menos, el 50% de las personas empleadas</p>	<p>Implementación de al menos un 75% del plan</p> <p>Introducción de medidas de garantía de calidad</p> <p>Las personas empleadas tienen acceso a ofertas diversas e innovadoras que mejoran su bienestar físico y emocional</p> <p>(Horario de trabajo flexible y modelos a tiempo parcial para todas las personas empleadas y estructuralmente organizados; Opciones de teletrabajo si es posible.</p>	<p>La promoción de la salud está completamente anclada e integrada en las estructuras y procesos de la organización</p> <p>Formación continua para el desarrollo personal y de competencias sociales</p> <p>Los modelos de horarios de trabajo flexible están estructuralmente integrados y culturalmente aceptados. Son usados en toda la organización (en todas las posiciones y entre hombres y mujeres)</p>
<p><b>Aspecto C1.4 Políticas de</b></p>	<p>Recopilación de información</p>	<p>Existe un plan de implementación para</p>	<p>El plan de Implementación,</p>	<p>El específico de igualdad y</p>

<b>igualdad y diversidad</b>	<p>cualitativa y cuantitativa con respecto a la diversidad y determinación de objetivos para promover la igualdad y diversidad.</p> <p>Cumplimiento de, al menos, el 75% del LISMI.</p> <p>Todas las contrataciones se realizan teniendo en cuenta la diversidad e igualdad</p>	<p>anclar la diversidad y la igualdad en la organización.</p> <p>La cuota legal (LISMI) se cumple al 100%.</p> <p>En las nuevas contrataciones se da preferencia a los grupos subrepresentados.</p>	<p>concepto global de anclaje de la diversidad y la acción afirmativa en la organización se ha implementado en aspectos clave.</p> <p>El nº de personas contratadas atendiendo a algún criterio de diversidad (minusvalía, género, etnia, parados de larga duración, etc.) está por encima de la media sectorial</p>	<p>diversidad está implementado al 100% (en todas las áreas de la organización y respaldado y vivido por todo el personal ejecutivo).</p> <p>El nº de personas empleadas atendiendo a algún criterio de diversidad (incluidos especialistas y ejecutivos) es muy superior a la media sectorial</p>
------------------------------	---	---	--	--

### Aspecto C1.1 Cultura y estructura organizacional orientada a las personas

Todas las personas que trabajan y/o colaboran con nuestra cooperativa conocen la misión, visión y valores de la misma. No realizamos encuestas de clima laboral al respecto, pero se realiza una autoevaluación y evaluación en grupo peer que incluye la implicación en la defensa y progreso de los valores corporativos.

Existe un plan de formación y de carrera profesional dentro de la organización para todos los socios. A partir de la evaluación de competencias cada persona puede identificar sus áreas de mejora y solicitar al Consejo Rector los cursos que considere necesarios para mejorar. Se garantizan planes de formación para todas las categorías profesionales y se incorporan nuevos conocimientos así como reciclaje de conocimientos adquiridos con anterioridad.

Somos una cooperativa con un total de 11 socios en el año 2017, que deciden los temas más relevantes en Asamblea General. Cada mes celebramos reuniones donde se informa y se discute sobre los diferentes aspectos del trabajo y los proyectos en marcha. La mayor parte de la comunicación relativa a los proyectos de trabajo e información interna se encuentra en la nube a la que todos tienen acceso.

### Aspecto C1.2 Empleo justo y política de remuneración.

Existe un sueldo base igual para todos los socios que se incrementa según diferentes variables, dependiendo de la categoría/nivel de responsabilidad y el nivel obtenido en la evaluación de competencias. Toda la información sobre salarios puede ser consultada por todos los socios. Al incorporar a socios a prueba se les ofrece siempre la opción de llegar a formar parte de la cooperativa y solo se recurre a contratos temporales en momentos muy puntuales.

### Aspecto C1.3 Protección, seguridad y salud laboral, conciliación personal / laboral / familiar flexibilidad horaria.

Todos los años se realiza un reconocimiento médico a los socios. La formación incluye muchas horas relacionadas con la seguridad en el sector y específicamente de los trabajos verticales. En el año 2014 llevamos a cabo una evaluación de riesgo específica de los trabajos verticales. En la evaluación de competencias se incluyen áreas relacionadas con la inteligencia emocional.

Existe la modalidad de teletrabajo para las personas encargadas de tareas administrativas. Para los demás hay un horario fijo dada la índole de los proyectos que se realizan (reformas en el exterior de edificios). No hay modelos a tiempo parcial.

#### Aspecto C1.4 Políticas de igualdad y diversidad.

A pesar de la sub-representación del género femenino en nuestro sector, y de las dificultades que entraña la integración laboral de personas con determinados tipos de discapacidad, en Altur estamos abiertos a toda persona que comparta nuestra visión y pueda desarrollar eficazmente su cometido. Impartimos cursos a personas con problemas de integración social. No existe recopilación de datos con respecto a la diversidad ni determinación de objetivos en relación con este aspecto.

<p><b>Puntuación <i>Calidad del puesto de trabajo e igualdad:</i></b> <b>36 puntos de 90 (40%)</b></p>
--

#### C1 Calidad del puesto de trabajo e igualdad: puntos fuertes

La divulgación de la misión, visión, valores está fuertemente anclada en el objetivo de la organización, tanto a nivel interno como externo. Ver <https://www.altur.coop/quienes-somos/cooperativa/>.

Tenemos un elevado compromiso con la formación interna, ofreciendo también formación externa en nuestro sector y especialidad. Ver arts. 12 y 48 de nuestros Estatutos, <https://www.altur.coop/quienes-somos/formacion-interna/> y <https://www.altur.coop/formacion/cursos-trabajos-verticales/>

Las decisiones importantes se toman en Asamblea General, según queda reflejado en varios puntos de nuestros Estatutos. Las reuniones mensuales están abiertas a toda persona interesada en formar parte de la cooperativa según Art. 9.2 del Reglamento Interno.

Sueldo base solidario igual para todos los socios. Es nuestro compromiso ofrecer un salario digno a todas las personas que trabajen con nosotros. Ver Capítulo I del Reglamento Interno, <https://www.altur.coop/quienes-somos/cooperativa/>.

Elevado compromiso con la seguridad en trabajos verticales, ver <https://www.altur.coop/servicios/lineas-de-vida-alicante/>

Nos hemos fijado como objetivo disminuir la jornada laboral progresivamente a 6 horas diarias para todos los socios. Ver Cap. V, Sección 2ª del Reglamento Interno,

<https://www.altur.coop/quienes-somos/cooperativa/>

La Igualdad forma parte de los compromisos de la organización, ver <https://www.altur.coop/quienes-somos/compromisos/>



## C1 Calidad del puesto de trabajo e igualdad: Propuestas de mejora a implementar

### CORTO PLAZO:

- Realizar encuestas de clima laboral anónimas para conocer inquietudes generales de los socios.
- Establecer un mecanismo de seguimiento de las aportaciones de ideas de los socios en reuniones o asambleas, para mejorar el proceso de comunicación existente.
- Evaluar los riesgos psicosociales en la organización para poder implementar mejoras. Ej test: [http://www.istas.ccoo.es/descargas/cuestionario\\_vc.pdf](http://www.istas.ccoo.es/descargas/cuestionario_vc.pdf)
- Establecer un registro de categorías de origen de los socios en cuanto a diversidad, igualdad, etc., así como de los asistentes a los cursos de formación que imparte la organización. Contactar asociaciones de colectivos en riesgo de inclusión y establecer acuerdos de colaboración y/o formación.

### LARGO PLAZO:

- Establecer un plan de formación a medio plazo (3-5 años por persona) por áreas de interés, trabajo, activismo, integrando un sistema de revisión de los resultados.
- Incorporar revisión de sueldo solidario en la reunión del plan estratégico, analizando la evolución de la organización y del mercado.
- Buscar formas viables para la organización de reducción paulatina de la jornada, incluyendo formación en gestión del tiempo y aportaciones de los socios sobre cómo organizar mejor su puesto de trabajo según su experiencia.

## C2 REPARTO JUSTO DEL VOLUMEN DE TRABAJO

Somos conscientes de la elevada carga de trabajo que hay actualmente en nuestra empresa, así como en nuestro sector. Nos hemos fijado como objetivo disminuir la

jornada laboral progresivamente a 6 horas diarias para todas las personas de nuestra cooperativa.

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto C2.1 Disminución del horario laboral</b>	No se conoce el tiempo de trabajo.  En épocas de crisis los ajustes se han realizado rescindiendo contratos	Las horas extras son compensadas con horas libres o pagadas.	Se incorporan nuevas contrataciones para evitar la realización de horas extras	La jornada laboral es inferior a 40 horas.  En épocas de crisis se ha mantenido toda la plantilla ajustando los tiempos de trabajo y remuneraciones
<b>Aspecto C2.2 Aumento de jornadas a tiempo parcial e implementación de trabajo temporal</b>	No hay jornadas a tiempo parcial	Condiciones de los empleados con contrato temporal igual a los empleados con contrato indefinido;  Hasta un 25% de los empleados pueden acogerse a jornada a tiempo parcial con una remuneración adecuada	Los empleados con contrato temporal son debidos a la estacionalidad del sector.  Hasta el 50% de los empleados pueden acogerse a jornada a tiempo parcial con una remuneración adecuada	Sólo hay empleados con contrato indefinido (la estacionalidad se supera con colaboración con otras organizaciones),  Más del 50% de los empleados pueden acogerse a jornada a tiempo parcial con una remuneración adecuada
<b>Aspecto C2.3 Uso y manejo del tiempo (de vida) dedicado al trabajo (vivir para trabajar o trabajar para vivir)</b>	Los empleados no pueden co-decidir su volumen de trabajo – horario laboral	Menos del 75% de los empleados está muy satisfecho con su horario laboral	Más del 75% de los empleados está muy satisfecho con su horario laboral.	El 100% de los empleados está muy satisfecho con su horario laboral

### Aspecto C2.1 Disminución del horario laboral.

Las horas extras trabajadas (sobre el objetivo a largo plazo de 6 horas diarias + 2 horas obligatorias para socios) se incorporan a una bolsa de horas que computa para la aportación de horas como socios y para la futura reducción de la jornada laboral cuyas condiciones concretas se recogen en el reglamento interno.

La plantilla y el número de socios han ido en aumento desde la creación de la cooperativa y estamos constantemente buscando incorporar nuevos socios.

## Aspecto C2.2 Aumento de jornadas a tiempo parcial e implementación de trabajo temporal.

Los empleados con contrato temporal son reducidos al máximo y se deben a picos de trabajo en la organización. No hay jornadas a tiempo parcial.

## Aspecto C2.3 Uso y manejo del tiempo (de vida) dedicado al trabajo (vivir para trabajar o trabajar para vivir).

El tiempo de trabajo se reparte según la necesidad de los diferentes proyectos que nos llegan. Hay cierta flexibilidad para la realización de asuntos personales durante la jornada laboral. Cada persona puede distribuir sus días de vacaciones.

**Puntuación *Reparto justo volumen de trabajo y empleabilidad*:  
5 puntos de 50 (10%)**

## C2 Reparto justo del volumen de trabajo y empleabilidad: Puntos fuertes

Objetivo 6 horas diarias para todos los socios. Ver Cap. V, Sección 2ª del Reglamento Interno,

Buscamos constantemente nuevos socios para incorporar a trabajar.

Los socios a prueba disponen de un plazo establecido en el momento de la incorporación a la organización para convertirse en socios plenos, ver Cap. II de los Estatutos

Transparencia en la organización del trabajo, ver documento de distribución de horas en la nube de la organización.

Enlace documentos: <https://www.altur.coop/quienes-somos/cooperativa/>

## C2 Reparto justo del volumen de trabajo y empleabilidad: Propuestas de mejora a implementar

### CORTO PLAZO:

- Encuestas de satisfacción con horario laboral y con apartado para propuestas de mejora. Formación en gestión del tiempo.

### LARGO PLAZO:

- Si bien el objetivo de 6 horas diarias es un pilar de la organización, la media de las horas reales trabajadas está muy por encima de ese objetivo. Buscar formas de una mejor organización de cada puesto entre todos.
- Establecer un plan de prevención para épocas de crisis que permita mantener una vida digna a todos los socios.
- Estudiar la posibilidad de colaborar con otras organizaciones para picos de trabajo.

## C3 PROMOCIÓN DEL COMPORTAMIENTO ECOLÓGICO DEL EQUIPO HUMANO

La sostenibilidad ecológica es una preocupación que nos mueve en ALTUR. Buscamos siempre maneras de mejorar nuestra contribución a un medio ambiente más limpio e intentamos concienciar también a nuestro entorno de ello.

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto C3.1 Alimentación durante la jornada de trabajo</b>	<p>La organización no tiene conocimiento riguroso ni control de lo que se oferta en los medios disponibles en la misma para suministrar alimentos y bebidas.</p> <p>Primeras medidas para la promoción de modelos sostenibles de alimentación (p. ej. opción vegetariana siempre disponible)</p>	<p>Además del nivel anterior, existe una clara confesión de la organización hacia unas prácticas alimenticias más sostenibles (reducción relevante de productos animales).</p> <p>Organización de campañas puntuales para promover el consumo de este tipo de alimentos entre sus trabajadores.</p> <p>Gestión sostenible de los alimentos sobrantes todavía en buen estado. Es deseable que estos alimentos se puedan suministrar a bancos de alimentos</p>	<p>Alimentación mayoritariamente vegetariana-vegana.</p> <p>Además, alimentos de origen local, estacional y biológico/orgánico.</p> <p>La organización informa sobre impactos ambientales de los alimentos de la cantina (por ejemplo huella de carbono, consumo de agua requerido para su producción, lugar de producción, etc.)</p> <p>Organización de campañas periódicas para promover el consumo de este tipo de alimentos entre sus trabajadores.</p>	<p>Además del nivel anterior, la organización monitorea, registra y publica la cantidad de productos que se consumen en la misma de cada una de las tipologías seleccionadas, tanto en valores absolutos como en relativos (tanto en unidades como en kg)</p>
<b>Aspecto C3.2 Movilidad al lugar de trabajo</b>	<p>La organización no tiene conocimiento riguroso del medio de transporte que utilizan sus trabajadores.</p> <p>Primeras medidas para una política de movilidad sostenible (p. ej. sistemas de incentivos financieros para la utilización de transporte público, política de coche de organización fijada por escrito: &lt;130 g CO<sub>2</sub> / Km.)</p>	<p>La organización tiene conocimiento riguroso del medio de transporte que utilizan sus trabajadores para ir al trabajo.</p> <p>Política de movilidad sostenible consecuente (p. ej. cuando no hay ningún medio de transporte urbano público disponible, Car Sharing activo, aparcamientos de empleados sólo para Car Sharing)</p> <p>Organización de campañas puntuales para promover la movilidad sostenible entre sus</p>	<p>La mayoría de los empleados utilizan el transporte urbano público / autobús / tren / bici / Car Sharing</p> <p>Organización de campañas periódicas para promover la movilidad sostenible entre sus trabajadores.</p> <p>Existe monitorización de la modalidad de transporte utilizada por cada trabajador, registro y publicación de estadísticas.</p>	<p>La práctica totalidad de los trabajadores utilizan el transporte urbano público / bici / Car Sharing</p>

		trabajadores		
<p><b>Aspecto C3.3 Cultura organizacional, sensibilización y procesos internos de la organización</b></p>	<p>Campañas puntuales de promoción de estos aspectos</p> <p>La gerencia vive un comportamiento ecológico y da ejemplo al respecto (p. ej. ningún coche de organización excesivamente ostentoso)</p> <p>Tematización puntual de aspectos ecológicos (p. ej.: boletín de noticias, etc.)</p>	<p>+ Campañas frecuentes de promoción de estos aspectos</p> <p>Integración puntual de aspectos ecológicos en los programas de formación continua. Los trabajadores serán integrados en asuntos ecológicos (tematización regular, eventos informativos, etc.)</p>	<p>+ La organización monitorea los resultados de estas campañas con encuestas anuales a sus trabajadores y publica los resultados estadísticamente</p> <p>Integración regular de aspectos ecológicos en los programas de formación continua.</p> <p>Lo trabajadores serán integrados regularmente en asuntos ecológicos</p>	<p>La organización monitorea los resultados de estas campañas con encuestas a sus trabajadores y se observan resultados muy satisfactorios</p> <p>Programas de concienciación para todos los trabajadores (p.ej. toma de datos regular para tematizar el comportamiento ecológico, talleres sobre la huella de carbono)</p> <p>Medidas innovadoras como (p. ej. "servicios sociales verdes")</p>

### Aspecto C3.1 Alimentación durante la jornada de trabajo

No hay conocimiento riguroso ni control sobre la alimentación de las personas que trabajan en nuestra cooperativa. La nave dispone de cocina, pero gran parte del trabajo se realiza en edificios en otros sitios.

### Aspecto C3.2 Movilidad al lugar de trabajo

En ALTUR nos preocupa los medios de transporte que se usan y tenemos un conocimiento riguroso del medio de transporte que utiliza cada socio para trasladarse al trabajo y a los sitios de los diferentes proyectos. Se promueve el compartir coche (Car Sharing) y se paga el kilometraje al socio que presta su coche. En Alicante ciudad se usa transporte público, bici eléctrica o se hacen los desplazamientos a pie. En todo desplazamiento se busca optimizar los medios de transporte disponibles con miras a una mayor sostenibilidad.

### Aspecto C3.3 Cultura organizacional, sensibilización y procesos internos de la organización

El coordinador general vive un comportamiento ecológico y lo transmite a los demás socios, parte de los cuales tienen por sí solos cierta concienciación al respecto. No se llevan a cabo campañas, pero las actividades que realizamos en diferentes plataformas activistas están en cierta medida relacionadas con temas de sostenibilidad medioambiental. La electricidad nos la suministra SomEnergia.

Hay una fuerte sensibilización al respecto del tema ecológico e intentamos adaptar en el día a día una forma más sostenible de realizar nuestro trabajo, teniendo siempre

presente las limitaciones del sector y buscando alternativas sostenibles viables. Participamos igualmente en iniciativas que promueven un consumo responsable y una economía social y solidaria.

**Puntuación *Promoción comportamiento ecológico del equipo humano:***  
**6 puntos de 30 (20%)**

### C3 Promoción del comportamiento ecológico del equipo humano: Puntos fuertes

Cocina en instalaciones.

Optimización de vehículos y uso de modalidades sostenibles para los diferentes desplazamientos que se dan en la organización, ver <https://www.altur.coop/quienes-somos/compromisos/> , documento personal de horas de cada socio.

El comportamiento ecológico es parte del compromiso de la organización, ver <https://www.altur.coop/quienes-somos/compromisos/>

Sensibilización y búsqueda de alternativas o mejoras dentro del sector, ver <https://www.altur.coop/quienes-somos/compromisos/>

### C3 Promoción del comportamiento ecológico del equipo humano: Propuestas de mejora a implementar

CORTO PLAZO:

- Instalación agua potable en nave para reemplazar botellas de plástico.
- Registro de hábitos alimenticios de socios/empleados para conocer punto de partida Ej: <https://www.sergas.es/cas/Publicaciones/Docs/SaludPublica/PDF-2153-es.pdf>
- Compra de furgoneta híbrida para traslados.
- Monitorizar a diario la modalidad de transporte utilizada para elaboración de estadísticas.
- Calcular huella carbono de los socios.

LARGO PLAZO:

- Encuesta sobre comportamiento ecológico para conocer el punto de partida real de la organización y elaborar campañas y programas de formación a partir de estos datos.
- Plan de formación en áreas concretas de sostenibilidad ecológica relacionada con el sector y desarrollar iniciativas propias para mejorar el comportamiento ecológico dentro de la organización y en el sector.

## C4 REPARTO JUSTO DE LA RETRIBUCIÓN

En ALTUR queremos ofrecer a todos los socios una forma digna de vida, estableciendo un salario solidario igual para todos. La retribución de cada socio está accesible en un documento en la nube que pueden ver todos los integrantes de la cooperativa.

Criterios	Principiante (10%)	Avanzado (30%)	Experimentado (60%)	Ejemplar (100%)
<b>Aspecto C4.1 Razón de la máxima y mínima retribución</b>	Política salarial definida.	Existencia de bandas salariales razonables	Medidas para reducir inequidad implementadas.	Brecha salarial menor a 1:3
<b>Aspecto C4.2 Salario mínimo</b>	Retribución mínima mayor a retribución mínima legal en cada país en el que se tiene presencia.	Retribución mínima mayor a 1,5 veces la retribución mínima legal.	Retribución mínima mayor a retribución para llevar una vida digna según estudios	Retribución mínima mayor a retribución mediana en el país.
<b>Aspecto C4.3 Transparencia e institucionalización</b>	El sistema retributivo es decidido por la dirección  Formación sobre el sistema de retribución a los grupos de interés para conocer en qué se basan las decisiones de retribución	Existen grupos de trabajo con representantes de los diferentes grupos de interés que realizan análisis y propuestas de mejora sobre el sistema de retribución.  Algunos aspectos estadísticos de la estructura salarial son conocidos (ej. brecha salarial, salario medio, etc.)	Comisión que define supervisa y controla el sistema de retribución. En tal comisión se ven representados los diferentes grupos de Interés.  Todos los aspectos estadísticos de la estructura retributiva son conocidos por las personas de la organización. Cualquier persona de la organización puede acceder a los datos originales	Espacios de información, formación y participación vinculados al conocimiento, comprensión y diseño colaborativo del sistema de retribución.  Sistema de reporting en el que se hacen públicos a la sociedad todos los datos estadísticos sobre retribución de la organización

### Aspecto C4.1 Razón de la máxima y mínima retribución

La política salarial está muy desarrollada en ALTUR y está recogida en nuestro reglamento interno. La brecha salarial de todos los sueldos es menor a 1:3.

### Aspecto C4.2 Salario mínimo

La retribución mínima es 1,5 veces el salario mínimo interprofesional (<http://www.salariominimo.es/2017.html>). Existe un salario base igual para todos los socios.

### Aspecto C4.3 Transparencia e institucionalización

El sistema retributivo está recogido en el reglamento interno. No existe una comisión específica dedicada a este asunto, pero dadas las características de nuestra

organización como cooperativa si hubiera una propuesta de mejora por los socios existe la posibilidad de expresarla en Asamblea.

El sistema de retribución está recogido en el reglamento interno conocido por todos y los complementos según los diferentes niveles alcanzables se comparten con todos los socios en un documento en la nube.

**Puntuación *Reparto justo de la retribución*:**

**48 puntos de 60 (80%)**

#### **C4 Reparto justo de la retribución: Puntos fuertes**

Sistema de retribución reflejado en Cap. I del Reglamento Interno.

Elevado compromiso con un sistema de retribución equitativo y digno, ver Cap I del Reglamento interno, <https://www.altur.coop/quienes-somos/cooperativa/>.

Datos económicos y salarios compartidos en la nube.

Sistema de retribución muy definido recogido en Cap. I del Reglamento Interno.

#### **C4 Reparto justo de la retribución: Propuestas de mejora a implementar**

CORTO PLAZO:

- Considerar el establecer un sistema de reporting para compartir datos estadísticos con la sociedad en general.

LARGO PLAZO:

- Incorporar revisión de sueldo solidario en la reunión de plan estratégico, analizando la evolución de la organización y del mercado.
- Comprobar que la retribución establecida asegure una vida digna para todos los socios y establecer pasos hacia una retribución que supere la media del país en el sector de la construcción, ver [http://www.five.es/descargas/archivos/bdc/INTRODUCCION\\_BDC/2017\\_Alicante.pdf](http://www.five.es/descargas/archivos/bdc/INTRODUCCION_BDC/2017_Alicante.pdf).

## C5 DEMOCRACIA INTERNA Y TRANSPARENCIA

La democracia interna y la transparencia son fundamentales en ALTUR. Realizamos reuniones periódicas y compartimos toda la información relevante con todos los socios en un documento en la nube.

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto C5.1</b> <b>Grado de transparencia</b>	Los trabajadores tienen la posibilidad de consultar información interna básica	Transparencia de algunos datos relevantes Se ha instaurado un proceso de mejora continua de la información relevante	Transparencia de datos relevantes	Transparencia de toda la información disponible con la máxima desagregación y en formato hoja de cálculo como Excel o similar para facilitar su cálculo
<b>Aspecto C5.2</b> <b>Legitimación del personal contratado</b>	Aplicación del convenio colectivo.  Evaluación 360 / Valoración anónima de los directivos.  Órganos o sistemas participativos creados. Consulta para contratar nuevos ejecutivos	Órganos o sistemas de participación creados democráticamente.  Derecho de veto para el alta de nuevos ejecutivos en el 1 – 25% de los casos	75 – 99% de los ejecutivos elegidos por órganos o sistemas de participación creados democráticamente	100% de los ejecutivos elegidos por órganos o sistemas de participación creados democráticamente
<b>Aspecto C5.3</b> <b>Cogestión en el proceso de toma de decisiones fundamentales y marco</b>	Auto-organización del puesto de trabajo Las decisiones fundamentales son adoptadas con argumentos y se consulta a los trabajadores  Se han llevado a cabo programas para la concienciación de los trabajadores en relación a la cogestión de su participación para decidir sobre la distribución de los beneficios de la organización	Estructura organizativa horizontal Se ha instaurado un proceso para la mejora de la participación de los trabajadores en las decisiones fundamentales de la organización Al menos, el 25% de las decisiones se adoptan de manera democrática, y en parte consensuada.  Hasta el 25% de los beneficios se reparten con el consenso de todos los trabajadores	El 25-75% de las decisiones se adoptan de manera democrática y, al menos, el 25% de manera consensuada  26-75% de los beneficios se reparten con el consenso de todos los trabajadores	76-100% de las decisiones se adoptan de manera democrática, de estas por lo menos el 50% son consensuadas  Todos los beneficios se reparten con el consenso de todos los trabajadores
<b>Aspecto C5.4</b> <b>Copropiedad de las personas trabajadoras</b>	Programas dirigidos a promover la participación de los trabajadores en la propiedad de la organización.	Entre el 25-75% de la organización es propiedad de los trabajadores	Entre el 50-99% de la organización es propiedad de los trabajadores	El 100% de la organización es propiedad de los trabajadores

### Aspecto C5.1 Grado de transparencia

Existe total transparencia de toda la información disponible para socios en diferentes hojas de Excel en la nube. Entre los documentos disponibles se encuentran los de contabilidad, salarios, horario, sanciones e incidencias, vacaciones y permisos.

### Aspecto C5.2 Legitimación del personal contratado

El 100% de los directivos, consejo rector y nuevos socios son elegidos por asamblea democrática. La evaluación de competencias se realiza entre todos los socios si es posible, si no, con un mínimo del 60% del total de socios.

### Aspecto C5.3 Cogestión en el proceso de toma de decisiones fundamentales y marco.

Se llevan a cabo reuniones mensuales, así como asambleas generales, para decidir democráticamente la mayoría de las decisiones importantes de la organización.

Los beneficios se reparten de acuerdo a la decisión tomada en Asamblea de todos los socios, dentro de los límites establecidos para el tipo de organización, cooperativa sin ánimo de lucro y sueldos máximos.

### Aspecto C5.4 Copropiedad de las personas trabajadoras

La organización se compone de socios con derecho pleno y socios a prueba al 100%

<p><b>Puntuación <i>Democracia interna y transparencia</i>:</b> <b>72 puntos de 90 (80%)</b></p>
--

## C5 Democracia interna y transparencia: Puntos fuertes.

Elevado compromiso con transparencia, buscando siempre mejorar, ver <https://www.altur.coop/quienes-somos/compromisos/>

Perfil democrático es un pilar fundamental de cualquier cooperativa y uno de los pilares que defiende la organización, ver <http://www.aciamericas.coop/Principios-y-Valores-Cooperativos-4456>

La organización busca el consenso de los socios en las decisiones importantes a través de la Asamblea general, ver Estatutos.

Se decide en Asamblea General la distribución y asignación de excedentes, ver Estatutos Art. 43

En la práctica hay una clara orientación a incorporar los socios a prueba a socios plenos, que queda también reflejado en Cap II de los Estatutos.

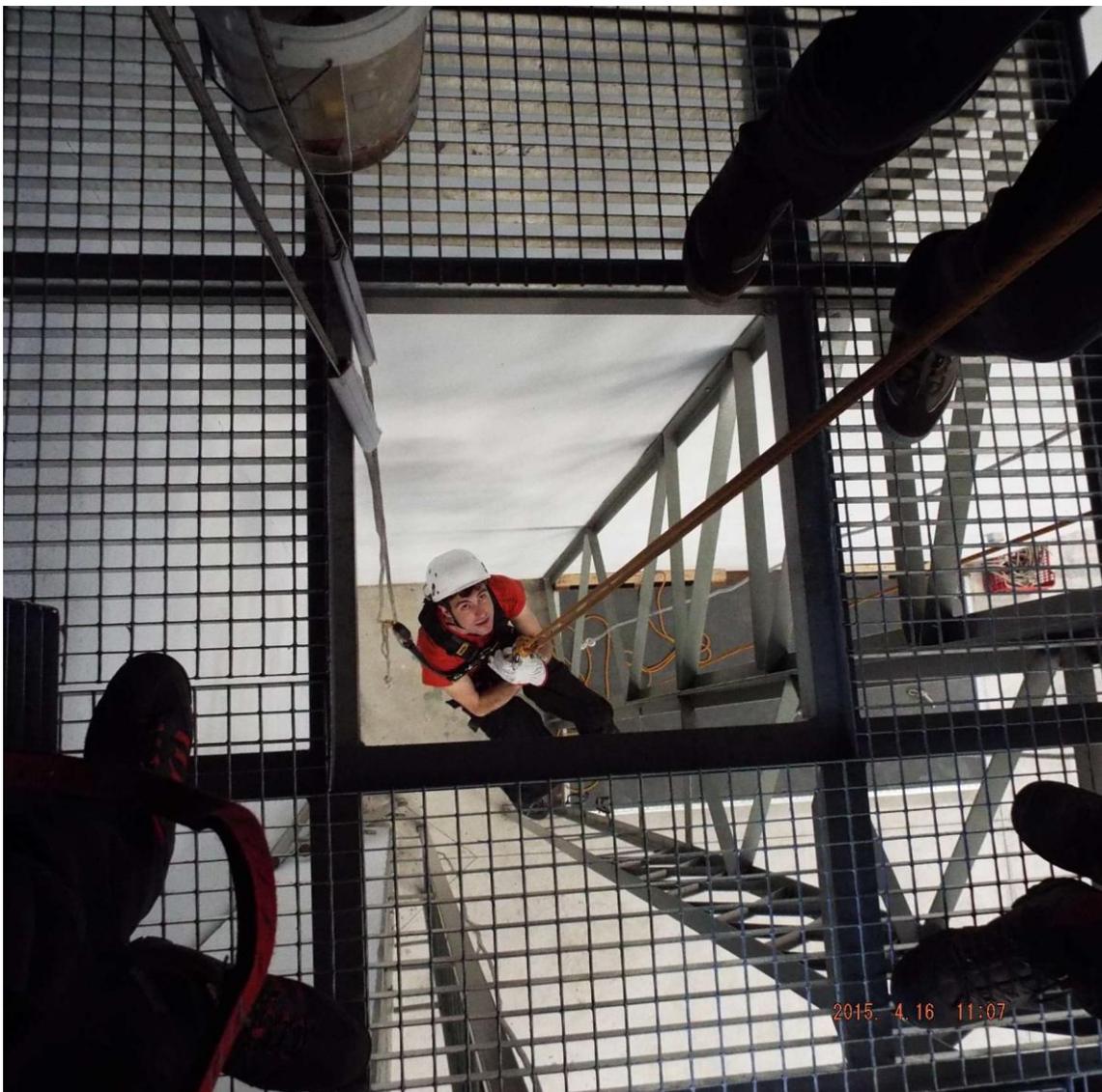
### **C5 Democracia interna y transparencia: Propuestas de mejora a implementar**

CORTO PLAZO:

- Alto grado de transparencia interna y en parte con la sociedad a través de la web. Considerar el establecimiento de un sistema de reporting para compartir datos estadísticos con la sociedad en general.

LARGO PLAZO.

- Identificar áreas de mejora conforme surjan nuevas situaciones y nuevos retos que requieran perfeccionar los mecanismos de participación democrática.



## D1 RELACIÓN ÉTICA CON EL CLIENTE

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto D1.1</b> Medidas globales para una relación ética con los clientes)	Misión/Visión/Valor de la organización no incluyen objetivos de gestión ética de finanzas. Código de conducta Ético. Estrategia básica de venta ética. Se ha definido el concepto “Relación ética con el cliente” y su implementación se limita a la iniciativa individual de cada trabajador	El concepto “Relación ética con el cliente” está implementado en al menos un 50% de la gestión de la organización. Se han adoptado medidas para cambiar la estructura organizativa, los procesos y los valores y principios de los trabajadores. La retribución no está ligada a los objetivos de venta	El concepto “Relación ética con el cliente” está implementado en al menos un 75% de la gestión de la organización.  Se han adoptado grandes esfuerzos para cambiar la estructura organizativa, los procesos y los valores y principios de los trabajadores	Aplicación de la estrategia de venta ética al 100%
<b>Aspecto D1.2</b> Transparencia en el producto, un precio justo y una selección ética de clientes	Se ha definido el concepto de transparencia de los productos/ servicios  Definido el concepto de precio justo: Existen tablas de precio estandarizadas para asegurar un precio justo  Se ha definido el concepto de cliente ético	La transparencia del producto / servicio está por encima de la media del sector.  Los precios se establecen de forma transparente.  Se evalúa la calidad ética de todos los clientes	La transparencia del producto / servicio está muy por encima de la media del sector  Los precios son acordes con los del sector.  Se excluyen de la venta algunos clientes no éticos	El informe del Balance del Bien Común es público  Se excluyen todos los clientes no éticos
<b>Aspecto D1.3</b> Alcance de la cogestión con los clientes para el desarrollo conjunto de productos / investigación de mercado	Existe un buzón de sugerencias. Los usuarios tienen la posibilidad de dejar sus comentarios, sugerencias y vivencias y experiencias a través de las redes sociales: google+, twitter y Facebook.  Creación de una Comisión de consumidores para el desarrollo de P/S en la que se tienen en cuenta la opinión del consumidor.  Se ha realizado un	La comunicación de consumidores se ha creado y existe un proceso de mejora continua en el que participa el cliente y se toma en consideración sus necesidades y opiniones para desarrollar mejoras incrementales en los productos y servicios.  Los resultados y las decisiones se adoptan con el consenso del 25% de la comisión; Los resultados son públicos, la transparencia es total	La Comisión de consumidores se ha creado, las decisiones se adoptan con el consenso del 50% de la comisión.  Más del 50% de los productos se desarrollan conjuntamente con el consumidor / más del 50% de las recomendaciones se llevan a cabo	El 100% de los P/S son desarrollados conjuntamente con el cliente; no están estandarizados.

	<p>proyecto piloto para implantar la Comisión de consumidores.</p> <p>Desarrollo de un producto conjuntamente con los consumidores</p>	<p>Más del 25% de los productos se desarrollan conjuntamente con los consumidores.</p>		
<p><b>Aspecto D1.4</b> <b>Gestión del servicio al cliente</b></p>	<p>Definición del concepto de Gestión del servicio al cliente.</p> <p>Realización de un primer piloto, al menos de forma directa.</p> <p>Realización de las primeras mediciones e informes</p>	<p>Creación del servicio de atención al cliente ("help desk"). Al menos, un proceso se ha definido e implantado</p>	<p>Se ha definido e implementado el servicio al cliente de forma global (help desk). Se ha instaurado el proceso de mejora continua en el proceso de reclamaciones</p>	<p>Servicio de reclamaciones ha sido ejemplar durante más de 2 años.</p> <p>En caso de reclamaciones se establecen medidas sancionadoras.</p> <p>El seguimiento del servicio al cliente está documentado y es público</p>

### Aspecto D1.1 Medidas globales para una relación ética con los clientes.

En ALTUR no utilizamos publicidad agresiva. Tan solo usamos nuestra web, blog y perfil de Facebook para dar a conocer los proyectos en los que participamos. También solemos colgar pancartas publicitarias en las fachadas de las obras mientras trabajamos. No obstante, la principal vía de entrada de nuevos clientes es a través del marketing de recomendación. Muchos de nuestros clientes lo son desde hace años, y su fidelidad y satisfacción les lleva a recomendarnos a posibles nuevos clientes. Otras acciones publicitarias son nuestros tradicionales calendarios, que se regalan anualmente a los trabajadores, a clientes de confianza, proveedores y partners. En 2017 se editaron 200 unidades. Además, en 2017 hemos repartido entre algunos de nuestros clientes más fieles 45 tickets-regalo por valor de 25€ para gastar en grupos de consumo ecológico de la zona.

### Aspecto D1.2 Transparencia en el producto, un precio justo y una selección ética de clientes.

En nuestro protocolo de gestión de proyectos existe una fase inicial de estudio en la que determinamos si lo que nosotros podemos ofrecer es lo que nos está pidiendo y/o necesita el cliente. En nuestra web hay disponible información detallada de la cooperativa y de cómo funciona, los compromisos que asumimos hacia la sociedad y el medioambiente, así como los precios de los servicios estándar que prestamos. Tal es el caso de la información referente a las formaciones que impartimos regularmente sobre trabajos verticales y trabajos en altura.

Los presupuestos de obra se realizan en base a tarifas estandarizadas. Si es necesario, se incluyen el desglose de horas de mano de obra y materiales, o al menos los precios por unidades de obra. No se realizan trabajos que no hayan sido incluidos en presupuesto o cuyo importe represente una variación superior al 20% del precio originalmente indicado en presupuesto. En los cursos existe flexibilidad en los precios para facilitar el acceso a los servicios a clientes con dificultades económicas y/o riesgo de exclusión social. La mitad de los alumnos de los cursos de 2017 recibieron beca (valor de dichas becas 2.700€)

Tal y como aparece en nuestra web, procuramos no trabajar para clientes fuera de la provincia de Alicante. Entre un 70-80% de los trabajos se desarrollan en 15km a la redonda, El resto de trabajos se realizan en puntos geográficos que no distan más de 50-60km. Así generamos poco impacto por desplazamientos y damos oportunidad a que otras empresas se desarrollen en otros territorios. No trabajamos con intermediarios que solicitan comisiones ocultas -de hecho, denunciaremos públicamente este tipo de conductas y las ponemos en conocimiento del cliente final. Tampoco trabajamos para intermediarios que no aportan valor y se limitan a incrementar un porcentaje sobre el precio, encareciendo sin motivo el servicio. En estos casos, en lugar de entregar presupuestos cerrados, se pone como condición que el intermediario facilite los materiales de trabajo y pague las horas realizadas para el cliente final.

### Aspecto D1.3 Alcance de la cogestión con los clientes para el desarrollo conjunto de productos / investigación de mercado

El 90% de los servicios por obra que prestamos no están estandarizados y se planifican en colaboración con el cliente, para garantizar que se adecuan a las necesidades expresadas por éste. Además de cuatro tipos de curso de formación estándar, impartimos cursos a medida para las empresas que los solicitan. En estos casos, se hace un asesoramiento previo para determinar las necesidades reales de la empresa en cuestiones de formación.

### Aspecto D1.4 Gestión del servicio al cliente

Las reclamaciones de los clientes se gestionan por los mismos responsables de cada proyecto y son anotadas como un dato más en el archivo informatizado de dicho proyecto. Casi todas las reclamaciones recibidas se producen y gestionan durante la fase de ejecución de los trabajos, de ahí que a lo largo de 2017 no hayamos registrado ninguna reclamación tras el fin de obra. Si se produce una reclamación, y ésta deviene en la necesidad de realizar algún tipo de intervención, volvemos a considerarla un nuevo proyecto que seguirá todo el protocolo y fases de gestión.

**Puntuación *relación ética con el cliente*:**

**20 puntos de 50 (40%)**

### D1 Relación ética con el cliente: Puntos fuertes

- El uso de canales de comunicación con el cliente no invasivos y la difusión asociada a la promoción del consumo de productos ecológicos.
- Se seleccionan clientes de proximidad y se evita trabajar de forma directa para clientes poco éticos.
- ALTUR define cada proyecto en colaboración directa con el cliente y mantiene un contacto estrecho con éste durante la ejecución, para ir resolviendo sus dudas y atendiendo sus demandas.
- En 2017 no hemos registrado reclamaciones de clientes tras terminar el servicio.

## D1 Relación ética con el cliente: Propuestas de mejora a implementar

### CORTO PLAZO:

- Implementar un sistema básico de métricas relacionadas con las formas de comunicación con los clientes que se emplean, acciones de marketing e inversión realizada.

### LARGO PLAZO:

- Incluir un rating ético de clientes directos e indirectos en la fase inicial de proyecto. Incluir en los presupuestos de forma regular información más desglosada y detallada de precios, así como alternativas de materiales socialmente más responsables y/o medioambientalmente más sostenibles.
- Solicitar siempre la evaluación del cliente (externa) al final de la ejecución del servicio.
- Comenzar a establecer un proceso de mejora continua del servicio de atención al cliente, empezando por recoger información a través de una encuesta de satisfacción de clientes genérica, aplicable tras el fin de la prestación del servicio, y otra encuesta específica que sería aplicada tras ser atendida una eventual reclamación.

## D2 SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN CON OTRAS EMPRESAS

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto D2.1 Revelación transparente de información + compartir tecnología</b>	<p>La organización comparte información financiera y técnica básica</p> <p>La organización sólo comparte el conocimiento de forma interna o de forma puntual con otras organizaciones.</p> <p>La organización no interfiere directamente en la creación de barreras de entrada en el sector</p>	<p>La organización comparte información comprensible y detallada sobre cálculo de costes, fuentes de aprovisionamiento y tecnología</p> <p>La organización comparte conocimiento con organizaciones fuera de su sector</p> <p>La organización no promueve acciones que restrinjan la entrada de nuevos oferentes ni la libre competencia, pero tampoco fomenta su desaparición</p>	<p>Además comparte tecnología propia de forma libre</p> <p>La organización comparte conocimiento con otras organizaciones del sector</p> <p>La organización da los primeros pasos para promover la colaboración a nivel sectorial para evitar comportamientos desleales</p>	<p>Transparencia absoluta, se aplica principio de Código Abierto</p> <p>Transparencia absoluta, se aplica principio de Código Abierto</p> <p>La organización forma parte activa en mesas sectoriales para promover la cooperación en el sector</p>
<b>Aspecto D2.2 Transferencia de personal, contratos y recursos financieros. Participación</b>	<p>La organización comparte algunos recursos sólo cuando se lo requieren</p>	<p>La organización comparte recursos y coopera en áreas marginales del negocio</p>	<p>La organización comparte recursos y coopera desde todas las áreas del negocio</p>	<p>Además la organización forma parte de una mesa sectorial que promueve la cooperación.</p>

<p><b>cooperativa en el mercado</b></p>	<p>La organización recomienda a otras organizaciones de forma puntual cuando se le demanda algún producto/ servicio que no ofrece</p> <p>La organización colabora de forma puntual con otras organizaciones del sector</p>	<p>La organización recomienda a otras organizaciones de forma puntual cuando no puede hacer frente al volumen de demanda de sus clientes.</p> <p>La organización asiste de forma puntual a mesas sectoriales que promueven la cooperación en el sector</p>	<p>La organización recomienda de forma habitual a otras organizaciones del sector y forma a las personas empleadas en este aspecto.</p> <p>La organización participa de forma activa en el fomento de la colaboración sectorial</p>	<p>La organización ha alcanzado su tamaño óptimo, en “picos de trabajo” no contrata temporalmente sino que recomienda otras organizaciones (tamaño óptimo).</p> <p>La organización fomenta la creación de mesas y acciones encaminadas a mejorar la cooperación en el sector</p>
<p><b>Aspecto D2.3 Marketing cooperativo)</b></p>	<p>La organización no desacredita a otras organizaciones del sector</p>	<p>Además, la organización no recurre a la publicidad de masas para captar nuevos clientes</p>	<p>Además, la organización co-crea un sistema de información conjunto sobre el producto/servicio</p>	<p>Además, la organización fomenta entidades sectoriales que velen por un MK ético y colaborativo</p>

### Aspecto D2.1 Revelación transparente de información + compartir tecnología.

En ALTUR compartimos con otras entidades nuestros conocimientos y experiencia en los campos de los trabajos en altura, la gestión con valores en la empresa, y el cooperativismo. También compartimos con co-empresas información sobre proveedores y productos, hacemos compras conjuntas, y compartimos personal técnico asesor con otras empresas del sector. Además, con frecuencia prestamos a otras empresas equipamiento y tecnología, como en el caso de ciertos aparatos de medición de coste elevado y uso esporádico.

### Aspecto D2.2 Transferencia de personal, contratos y recursos financieros. Participación cooperativa en el mercado.

Ocasionalmente, en ALTUR derivamos a los clientes a otras empresas, cuando antes de comenzar nuestro trabajo, es necesaria la intervención de personal técnico que proyecte, solicite licencias, o supervise la ejecución de determinados trabajos. Como norma general no solemos derivar a una empresa o profesional concreto, salvo que el cliente lo pida expresamente. A menudo son servicios que otras empresas de la competencia internalizan para asegurar la complicitad de los técnicos, pero la experiencia nos dice que todo es mucho más transparente cuando dejamos que el cliente elija libremente al personal técnico que debe asesorarle.

A veces, el cliente necesita un técnico de obra civil e insiste en que le demos el contacto de alguna persona cualificada en concreto. Para estos casos, hemos llegado al acuerdo con un técnico al que hemos formado gratuitamente en la especificidad de la supervisión de obras que requieren trabajos verticales y en altura, para poder así remitirle a esos clientes. De cualquier modo, en nuestros presupuestos indicamos claramente que no se incluyen los permisos y licencias de obra, ni los honorarios de los técnicos externos (coordinadores de seguridad por ejemplo). De este modo

facilitamos la contratación de personal externo y contribuimos a garantizar la imparcialidad e independencia del técnico responsable.

Otro tipo de colaboración empresarial es la que hemos iniciado en 2017 con una empresa de la competencia para buscar soluciones conjuntas para un gran proyecto. Se ha presentado un presupuesto conjunto para testar las soluciones planteadas por ambas empresas. Tras las pruebas se podrá determinar cuál de las soluciones responde mejor a la necesidad del cliente y se ejecutará en colaboración con la otra empresa el proyecto completo.

Nuestras actividades de colaboración empresarial se completan con la participación en FEVECTA, ANETVA, en el Mercado Social del País Valenciano (REAS) y en la Asociación Valenciana para el Fomento de la EBC.

### Aspecto D2.3 Marketing cooperativo

En ALTUR participamos en dos iniciativas de marketing cooperativo como son el directorio nacional de empresas de trabajos verticales y en altura (a través de ANETVA), y el directorio de empresas del Mercado Social del País Valenciano (A través de REAS).

**Puntuación *Solidaridad y cooperación con otras empresas*:**

**28 puntos de 70 (40%)**

### D2 Solidaridad y cooperación con otras empresas: Puntos fuertes

- Compartimos todo tipo de conocimientos técnicos así como información útil relacionada con la forma jurídica de la empresa y nuestras "recetas" para la gestión eficaz del día a día en múltiples ámbitos.
- Compartimos equipamiento con otras empresas del sector a coste cero. No tratamos de acaparar ni controlar toda la cadena de valor.
- Participamos en acciones de marketing cooperativo

### D2 Solidaridad y cooperación con otras empresas: Propuestas de mejora a implementar

#### CORTO PLAZO:

- Fomentar la participación de otras empresas en los foros de colaboración empresarial a los que asistimos.
- Participar en el proyecto colaborativo del Mapa de recursos PAMAPAM.

#### LARGO PLAZO:

- Promover en nuestro sector la colaboración regular entre empresas de la competencia para el apoyo mutuo y evitar las prácticas desleales.

### D3 CONCEPCIÓN ECOLÓGICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Crterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto D3.1 Eficiencia</b>	<p>La organización no dispone de la información adecuada, por su parte o por la de sus proveedores, para poder evaluar correctamente el ciclo de vida de sus productos/servicios.</p> <p>La organización no muestra conocimiento certero y riguroso de lo que hace la competencia en aspectos de mejora de sostenibilidad de sus P/S.</p>	<p>La organización dispone de la información adecuada para realizar el análisis de ciclo de vida de sus P/S</p> <p>De los proveedores que no dispone información estima ésta en base a información adecuada.</p> <p>La organización mide la huella ambiental de la gran mayoría de sus P/S basada en el análisis de ciclo de vida.</p> <p>La organización muestra conocimiento certero y riguroso de lo que hace la competencia en aspectos de mejora de sostenibilidad de sus P/S.</p>	<p>La organización obtiene información de todos sus proveedores y subproveedores para poder determinar la huella ecológica de todos sus P/S y esta información es pública.</p> <p>Los P/S de la organización disponen de una huella ecológica por debajo de la media de su sector.</p> <p>Participa activamente en informes de comparativa sectoriales en la materia.</p>	<p>La gran mayoría de los P / S que elabora la organización son punteros en términos de huella ecológica en comparación con otros de la misma naturaleza o sustitutivos</p> <p>Es guía innovadora del sector.</p> <p>Además de participar activamente, promueve la realización de informes de comparativa sectoriales en la materia.</p>
<b>Aspecto D3.2 Suficiencia</b>	<p>La organización no dispone de la información adecuada para poder evaluar el nivel de suficiencia de su proceso de elaboración de P/S.</p> <p>La organización no dispone de la información adecuada, por su parte o por la de sus proveedores, para poder evaluar correctamente la suficiencia de sus P/S.</p>	<p>Cumple lo anterior y además:</p> <p>La organización hace una evaluación de la suficiencia de la gran mayoría de sus P/S basada en el análisis del ciclo de vida de los mismos de un modo riguroso.</p> <p>La organización dispone de la información adecuada por su parte para poder evaluar el ciclo de vida de sus P/S y de la de sus proveedores más significativos y esta información es pública.</p>	<p>Los P/S de la organización disponen de un proceso de fabricación muy bueno en términos de eficiencia en comparación con otros de la misma naturaleza o sustitutivos.</p> <p>Los P/S son buenos en términos de suficiencia en comparación con otros de la misma naturaleza o sustitutivos.</p> <p>Todos los productos de la organización están diseñados de modo que se puedan reparar y la organización dispone</p>	<p>El proceso de elaboración de P/S de la organización es puntero en términos de suficiencia en comparación con otros de la misma naturaleza o sustitutivos. Es guía innovadora del sector.</p> <p>La gran mayoría de los P/S que elabora la organización son punteros en términos de suficiencia en comparación con otros de la misma naturaleza o sustitutivos. Es guía innovadora del sector</p>

		De los proveedores que no dispone información estima ésta en base a información adecuada.	de un servicio telefónico a costo razonable	
<b>Aspecto D3.3 Comunicación</b>	La organización indica activamente alternativas de más valor (también sobre la competencia)	Información explícita y amplia sobre aspectos ecológicos y de estilo de vida de los P/S	Se recogen los comentarios activamente de clientes sobre aspectos ecológicos y de estilo de vida (p. ej.: hábitos de utilización, mejoras potenciales, etc.)	Aspectos ecológicos y de estilo de vida son contenido fundamental en las relaciones con los clientes

### Aspecto D3.1 Eficiencia

Hemos comenzado a trabajar en este aspecto formándonos en gestión de residuos. Por el momento solo disponemos de algunos datos dispersos y no sistematizados. En 2018 nos gustaría comenzar a construir métricas (cálculo de la huella de carbono) para hacer un seguimiento del impacto de nuestra actividad así como conocer la situación en la que se encuentran otras empresas del sector.

### Aspecto D3.2 Suficiencia

Por ahora no disponemos en ALTUR de un mecanismo de control general de los niveles de suficiencia. Nos obstante, como ya se ha señalado con anterioridad, procuramos optimizar el uso de medios de transporte asociados a la prestación de nuestros servicios (caminar, bicicleta eléctrica para hacer las gestiones en la propia ciudad, uso compartido de coche para ir al centro de trabajo, etc.).

Otras de las iniciativas en este aspecto son las ya referidas búsqueda de proveedores de energía con fuentes renovables como Som Energía, o nuestra participación en el proyecto Generation Kw.

Por la naturaleza de nuestra actividad, el 90% de los trabajos que realizamos implican el saneamiento, reparación, mantenimiento, etc., de equipos e instalaciones frente a la renovación- sustitución de los mismos. Así pues, podemos decir que contribuimos decisivamente a alargar el ciclo de vida de multitud de infraestructuras.

### Aspecto D3.3 Comunicación

En 2017 en ALTUR hemos decidido implantar el procedimiento mediante el cual se incluye en los presupuestos y se recomienda a nuestros clientes, el uso de materiales que han sido los más respetuosos con el medioambiente en sus procesos de elaboración, y/o aquellos que tendrán un ciclo de vida más largo, aunque estos tengan un mayor coste. Por ahora esto ya se hace ocasionalmente de manera informal, pero esperamos incorporar esta operativa a nuestro sistema informático en 2018.

**Puntuación *Concepción ecológica de productos/servicios*:  
20 puntos de 50 (40%)**

### D3 Concepción ecológica de productos / servicios: Puntos fuertes

- Voluntad de mejorar el conocimiento del impacto de la actividad de la empresa.
- Reducción del consumo de recursos materiales y energéticos a la hora de prestar servicios y desplazarse. Incentivo del uso compartido del coche. Preferencia por la reparación frente a la sustitución de equipos.
- Voluntad de informar al cliente de aspectos ecológicos del servicio.

### D3 Concepción ecológica de productos / servicios: Propuestas de mejora a implementar

#### CORTO PLAZO:

- Analizar la experiencia de otras empresas del sector e implementar procesos productivos, elegir productos y usar medios de producción más ecológicos a la hora de prestar nuestros servicios.
- Comenzar a recabar información adecuada para poder evaluar el nivel de suficiencia de los servicios que prestamos y elección de materiales que aseguren un mayor ciclo de vida útil a los trabajos que hacemos.

#### LARGO PLAZO:

- Incluir de forma regular en los presupuestos -siempre que exista la alternativa- la opción de usar materiales que han sido los más respetuosos con el medioambiente en sus procesos de elaboración, y/o aquellos que tendrán un ciclo de vida más largo, aunque tengan un mayor coste.

## D4 CONCEPCIÓN SOCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Crterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto D4.1</b> <b>Facilitación del</b> <b>acceso a</b> <b>información /</b> <b>productos /</b> <b>servicios</b> <b>para grupos de</b> <b>clientes</b> <b>desfavorecidos</b>	<p>La organización ofrece ocasionalmente a clientes con ingresos bajos productos/servicios en condiciones especiales (La adaptación de precios supone menos del 1% de la facturación /salida de productos) La oferta es transparente</p> <p>Acceso seguro, libre de barreras, en 2 de las 4 dimensiones</p>	<p>La organización ofrece a clientes con ingresos bajos productos/servicios ocasionalmente a condiciones especiales (La adaptación de precios supone entre un 3% y un 5% de la facturación /salida de productos)</p> <p>Los clientes con ingresos bajos son abordados activamente</p> <p>Acceso seguro, libre de barreras, en 2 de las 4 dimensiones</p>	<p>Escalonamiento social de precios regular y amplio (La adaptación de precios supone entre un 5% y un 10% de la facturación /salida de productos)</p> <p>La organización pone a disposición un acceso seguro, libre de barreras, en 3 de las 4 dimensiones.</p>	<p>Escalonamiento social de precios establecido y marcado (La adaptación de precios supone más de un 10% de la facturación /salida de productos).</p> <p>La organización pone a disposición un acceso seguro, libre de barreras, en 3 de las 4 dimensiones.</p>

	Existe un manual de adaptación del producto a personas con discapacidad	Existe un manual de adaptación del producto a personas con discapacidad	Existe un manual de adaptación del producto a personas con discapacidad	Existe un manual de adaptación del producto a personas con discapacidad
<b>Aspecto D4.2 Políticas de venta para apoyar a organizaciones con una vertiente más social (pymes, empresas locales, y comprometidas con EBC)</b>	Este grupo de clientes reciben condiciones y servicios relativamente equivalentes a los ofrecidos a grandes empresas / compradores	Para este grupo de clientes se ofrecen servicios especiales	Para este grupo de clientes se ofrecen servicios y condiciones especiales	Entre el 75-100% de nuestros clientes pertenecen a este grupo

### Aspecto D4.1 Facilitación del acceso a información / productos / servicios para grupos de clientes desfavorecidos.

En 2017 no se ha dado la circunstancia de que consumidores con dificultades económicas u ONG's soliciten presupuestos y/o descuentos por no poder costear el precio de los proyectos de obra ofertados. Los descuentos que hemos realizado en esta línea de actividad han tenido una finalidad principalmente comercial. En el área de formación, hemos concedido becas de estudio al 50% de las personas que han asistido a nuestros cursos de capacitación para trabajos verticales y en altura, por dificultades económicas o por tratarse de personas en riesgo de exclusión social.

En relación con la accesibilidad universal de nuestros servicios, lo primero que debemos constatar es que los espacios en los que trabajamos son de muy difícil acceso (paredes, sitios a gran altura, tejados, etc.) que no están destinados al uso o tránsito de personas, por lo que no plantean barrera física o visual alguna. Por otra parte, las formaciones que impartimos van dirigidas a personas que pretenden trabajar en altura, por lo que no cabe la adaptación de dichos cursos a alumnos con una gran discapacidad física o intelectual, dado que no podrían desarrollar gran parte de dichos trabajos. Aunque nuestra oficina está ubicada en una entreplanta sin ascensor (dentro de la propia nave), no es muy frecuente que recibamos la visita de clientes. No obstante, el aula de formación si es accesible al estar en la planta baja de nuestras instalaciones.

En lo que sí podemos contemplar el concepto de accesibilidad universal, es en todo aquello referente a facilitar la comprensión a nuestros clientes de nuestra web y de todos los documentos que emitimos (presupuestos, facturas, apuntes y demás materiales entregados en los cursos, etc.). Hasta ahora no hemos realizado una revisión exhaustiva de toda nuestra comunicación escrita, pero sí que solemos formar a personas con bajo nivel formativo o personas extranjeras que tienen dificultades con el idioma. En estos casos apoyamos en lo posible a estos alumnos para sortear sus dificultades de comprensión.

### Aspecto D4.2 Políticas de venta para apoyar a organizaciones con una vertiente más social (pymes, empresas locales, y comprometidas con EBC).

Por el tipo de servicios que prestamos es muy poco frecuente que empresas meritorias necesiten de nosotros. Al contrario si es más usual. Por eso aprovechamos para apoyar a las empresas meritorias contando con ellas como proveedores, como en el caso de las empresas integrantes del Mercado Social Valenciano (informática, papelería, etc.).

**Puntuación *Concepción social de productos/servicios*:**

**3 puntos de 30 (10%)**

**D4 Concepción social de productos / servicios: Puntos fuertes**

- Esfuerzo por hacer llegar la formación a personas que no podrían pagar los cursos y apoyo a aquellas otras con dificultades de comprensión de los materiales entregados.
- A falta de clientes meritorios, tratamos de apoyar a empresas meritorias por la vía de la compra ética y solidaria.

**D4 Concepción social de productos / servicios: Propuestas de mejora a implementar**

**CORTO PLAZO:**

- Plantearnos ofertar algún tipo de descuentos a clientes que tengan su informe del BBC.

**LARGO PLAZO:**

- Se mantiene la propuesta del informe del BBC 2015: "empezar a pensar en fórmulas para diferenciar tarifas según el poder adquisitivo de los clientes".
- Detectar clientes desfavorecidos en la rama de actividad de trabajos verticales y en altura.
- Revisar los materiales didácticos, así como el resto de documentos que emite la empresa (web, blog, presupuestos, facturas,...) para que sean fáciles de comprender.

**D5 AUMENTO DE LOS ESTÁNDARES SOCIALES Y ECOLÓGICOS DEL SECTOR**

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto D5.1 Cooperación con organizaciones del sector y socios de la cadena de producción</b>	Implementación de primeros proyectos piloto para el desarrollo de estándares más altos con organizaciones del sector (p. ej.: cooperación I+D)  Dedicación de esfuerzos	Implementación de mecanismos sistemáticos para el desarrollo de estándares más altos conjuntamente con otras organizaciones del sector.  Política de	Auto-obligación a nivel sectorial	Estándares más altos garantizados y verificados (Ej. auditorías externas y controles independientes, cooperación con ONG's

	por comunicar los estándares más altos (p. ej. página web)	comunicación activa respecto a la divulgación de los estándares más altos		
<b>Aspecto D5.2 Cooperación activa para elevar los estándares legales</b>	Transparencia en las actividades de lobby.  Ninguna resistencia contra estándares legales más altos sociales y ecológicos	Compromiso de la organización en el cumplimiento de estándares legales más altos del sector	Compromiso de la organización en el cumplimiento de estándares legales por encima de los establecidos en el sector (p. ej. cooperación con ONG's)	Acciones transparentes de lobby. (p. ej. formulación de iniciativas de ley)
<b>Aspecto D5.3 Alcance, amplitud y profundidad del contenido</b>	Las actuaciones realizadas mejoran un estándar social o ambiental de carácter marginal	Las actuaciones realizadas mejoraran un estándar social o ambiental de carácter relevante.  Las actuaciones implementadas afectan a más del 25 % de los ingresos	Las actuaciones realizadas mejoran varios estándares sociales y/ o ambientales de carácter relevante  Las actuaciones implementadas afectan a más del 50 % de los ingresos	Las actuaciones realizadas mejoran todos los aspectos sociales y ambientales de carácter relevante  El incremento de los estándares sectoriales es parte inherente del posicionamiento de la compañía (> 90%)

### **Aspecto D5.1 Cooperación con organizaciones del sector y socios de la cadena de producción.**

La empresa está asociada y participa en la asociación gremial ANETVA para mejorar aspectos de seguridad en nuestro sector. El importe anual desembolsado por pertenecer a ANETVA es de 1.028€. Anualmente nos sometemos a una auditoría externa voluntaria para certificar la formación que impartimos. Además organizamos las jornadas anuales de seguridad y auto-rescate a las que invitamos a otras empresas de nuestro sector incluso empresas que son competencia directa.

### **Aspecto D5.2 Cooperación activa para elevar los estándares legales.**

A través de nuestra participación en ANETVA, también colaboramos en la mejora de la normativa de seguridad, como por ejemplo en el desarrollo y armonización de los procesos de formación a nivel europeo, o la propuesta de que sea obligatoria la auditoría externa para certificar la formación.

### **Aspecto D5.3 Alcance, amplitud y profundidad del contenido.**

Un aspecto relevante de la cooperación de ALTUR con la REAS, es para comunicar a empresas y ayuntamientos los estándares medioambientales y sociales que se defienden desde esta red. Además, colaboramos regularmente en el Mercado Social Valenciano e intervenimos habitualmente en foros para explicar por qué somos una

organización sin ánimo de lucro, por qué seguimos los principios cooperativos y qué nuevo estándar social y económico perseguimos.

**Puntuación *Aumento estándares sociales y ecológicos del sector:***

**12 puntos de 30 (40%)**

## **D 5. Aumento estándares sociales y ecológicos del sector: Puntos fuertes**

- En ALTUR somos conscientes de la necesidad de mejorar los estándares sectoriales en cuanto a seguridad en el puesto de trabajo y fomentamos dicha mejora mediante la difusión en nuestra página web y la participación en diversos eventos anuales.
- Del mismo modo, contribuimos a mejorar los estándares legales sectoriales, participando en ANETVA y sometiéndonos a una auditoría anual voluntaria.
- Fomentamos la mejora de los estándares sociales mediante nuestra participación en REAS y en su Mercado Social.

## **D 5. Aumento estándares sociales y ecológicos del sector: Propuestas de mejora a implementar**

### **LARGO PLAZO:**

- Empezar a pensar en asumir y divulgar las mejoras de estándares sectoriales en otros aspectos más allá de los relativos a seguridad y prevención. (p. ej. tecnología, I+D, excelencia del servicio, transparencia, etc.).
- Empezar a pensar en asumir y divulgar las mejoras de estándares legales en otros aspectos más allá de los relativos a seguridad y prevención.
- Empezar a pensar en asumir y divulgar las mejoras de estándares ambientales.

## E1 VALOR E IMPACTO SOCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

En consonancia con los principios de la EBC, en Altur prestamos nuestros servicios considerando los impactos negativos que pueda generar la actividad sobre el sistema social, ambiental y económico, tratando siempre de disminuirlos a fin de garantizar el desarrollo sostenible a todos los niveles.

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto E1.1</b> Los P / S cumplen con una necesidad básica o contribuyen al desarrollo de los seres humanos / la comunidad / la tierra y generan un uso positivo	Hasta un 25% de P/S cubren una necesidad básica y, como máximo, el 25% de los P/S tienen un valor pseudo / inhibitor/ negativo.  Hasta un 25% de P/S tienen un impacto positivo probado en seres humanos / la comunidad / la tierra; Hasta un 25% de P/S se dirigen a personas desfavorecidas	Hasta el 50% de los P/S cubren una necesidad básica y, ningún P/S tiene un valor pseudo/ inhibitor/ negativo  Hasta el 50% de los P/S tienen un impacto positivo probado en seres humanos / la comunidad / la tierra; Hasta un 50% de P/S se dirigen a personas desfavorecidas	Hasta el 75% de los P/S cubren una necesidad básica y, ningún P/S tiene un valor pseudo/ inhibitor / negativo  Hasta el 75% de los P/S tienen un impacto positivo probado en seres humanos / la comunidad / la tierra; Hasta un 75% de P/S se dirigen a personas desfavorecidas	Hasta el 100% de P/S cubren una necesidad básica.  Hasta el 100% de P/S tienen un impacto positivo probado, y resuelven los principales problemas de la sociedad
<b>Aspecto E1.2</b> Comparación ecológica y social de los productos / servicios con alternativas similares	Se ofrecen algunos P/S en nichos sociales /ecológicos	La oferta de P/S es superior a la media en lo que se refiere a aspectos sociales y ecológicos	La oferta de P/S es considerablemente superior a la media sectorial en lo que se refiere a aspectos sociales/ecológicos	La oferta de P/S es la de mayor calidad en cuanto a aspectos sociales y ecológicos

### Aspecto E1.1 Los productos / servicios cumplen con una necesidad básica o contribuyen al desarrollo de los seres humanos / la comunidad / la tierra y generan un uso positivo.

Nuestros servicios se focalizan en la reparación y adecuación de viviendas mediante la realización de trabajos verticales y en altura por lo que nuestra misión consiste en garantizar un derecho básico para toda persona, el derecho a una vivienda adecuada. En este sentido, la mayor parte de las intervenciones que se realizan tienen como objetivo restaurar viviendas o evitar posibles peligros, mejorando por tanto, la calidad de vida de nuestros clientes.

Por lo que respecta a las formaciones impartidas en materia de trabajos verticales y trabajos en altura, nuestra segunda línea de negocio, cabe destacar que Altur subvenciona dichos cursos a personas con pocos recursos, refugiadas, en riesgo de

exclusión social o paradas de larga duración. Como ya hemos indicado anteriormente en 2017 invertimos 2.700€ en cursos bonificados.

### **Aspecto E1.2 Comparación ecológica y social de los productos / servicios con alternativas similares**

En nuestra política de compras, aunque no existe un protocolo de compra bajo criterios de sostenibilidad como tal, sí se consideran determinados criterios de sostenibilidad que permiten la adquisición de algunos productos y materiales de trabajo más respetuosos con el medioambiente; productos de proximidad, que favorezcan la economía local, o aquellos productos fabricados en condiciones socialmente responsables.

No obstante, somos conscientes de la importancia que tiene llevar a cabo un análisis exhaustivo de las compras, que garantice que el 100% de los productos adquiridos cumplen con criterios de sostenibilidad ambiental y social, y que dichos criterios se han establecido previamente en función de unos principios de empresa. Este análisis de las compras quedará definido en planes de mejora posteriores para desarrollarlos a medio plazo.

Por otra parte, y a diferencia de otras empresas del sector, en Altur estamos especialmente sensibilizados por llevar a cabo una correcta gestión de los residuos que generamos o recogemos de obras, concretamente con los residuos más peligrosos como el amianto, altamente tóxico y contaminante. Actualmente en Altur estamos liderando un proyecto de sensibilización junto con otras empresas del sector cuyo objetivo es conseguir que el 100% de las empresas de nuestro sector lleve a cabo una correcta gestión de los residuos de amianto.

**Puntuación Valor e impacto social de producto/servicio:**

**18 puntos de 90 (20 %)**

### **E1 Valor e impacto social de productos / servicios: Puntos fuertes**

Para garantizar un impacto social positivo de nuestra actividad, más del 75 % de los servicios prestados cubren una necesidad básica relacionada con la vivienda. Igualmente, colaboramos con asociaciones de ayuda a refugiados formando gratuitamente, si es necesario, a posibles trabajadores cooperativistas.

Trabajamos con empresas locales preferentemente, para fomentar el empleo local y generar riqueza en nuestra comunidad inmediata y por ello disponemos de un sistema de elección de proveedores de proximidad.

A nivel ambiental y aunque todavía no se haya llevado a cabo un plan estratégico de sostenibilidad como tal, existe una fuerte sensibilización. En este sentido, consideramos que la correcta gestión de los residuos, especialmente los peligrosos, es imprescindible para disminuir la huella ecológica del sector y por ello hemos iniciado un proyecto de sensibilización ambiental entre todas las empresas del sector, para gestionar correctamente los residuos que contienen amianto.

## E1 Valor e impacto social de producto/servicio: Propuestas de mejora a implementar

CORTO PLAZO:

- Llevar a cabo un protocolo de compras basado en la elección de suministros que posean criterios de sostenibilidad ambiental y social positivos.
- Mejorar y aumentar el contacto con entidades sociales con las que se puedan establecer sinergias.

## E2 CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD LOCAL

En Altur nos comprometemos a asumir nuestra responsabilidad con la comunidad, tratando de generar valor en nuestro entorno más inmediato e intentando poner en marcha acciones orientadas a la generación de empleo local, la colaboración con proveedores de proximidad y a servir de motor y ejemplo en materia de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) entre las empresas del sector.

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto E2.1 Acciones / Medidas</b>	El valor monetario de todas las medidas supone entre un 0 – 0,5% del ingreso anual o del tiempo de trabajo anual pagado y facturado	El valor monetario de todas las medidas supone entre un 0,5 – 1,5% del ingreso anual o del tiempo de trabajo anual pagado y facturado	El valor monetario de todas las medidas supone entre un 1,5 – 2,5% del ingreso anual o del tiempo de trabajo anual pagado y facturado	El valor monetario de todas las medidas supone > 2,5% del ingreso anual o del tiempo de trabajo anual pagado y facturado
<b>Aspecto E2.2 Efectos</b>	Efectos notables, aislados, predominantemente de carácter sintomático	Intensificación de los efectos sin sostenibilidad o medidas iniciales con un amplio impacto	Intensificación y efecto sostenible en campos individuales	Efecto sostenible en varios campos
<b>Aspecto E2.3 Intensidad</b>	Medidas aisladas, no institucionalizadas, baja aceptación de la responsabilidad social	Medidas concretas con base regular, evolución de la estrategia de responsabilidad social reconocible	Estrategia de responsabilidad social completa e institucionalizada	Estrategia de responsabilidad social institucionalizada desde hace, al menos, 3 años

### Aspecto E2.1 Acciones / Medidas

En Altur participamos activamente en [REAS](#) (Red de Economía Solidaria) y con la [EBC](#) (Economía del Bien Común) ambos movimientos representativos de nuestros principios y valores.



Convencidos de la eficacia de nuestro modelo de empresa basado en el cooperativismo sin ánimo de lucro, colaboramos en numerosas jornadas que promueven el desarrollo de un modelo de negocio más justo que favorezca el bien común y el respeto por el medioambiente.

Por otra parte, intentamos colaborar activamente con asociaciones profesionales del sector para crear sinergias y colaborar con otras empresas que compartan nuestra visión, como en el caso de ANETVA, y con FEVECTA, para promover el cooperativismo.

Altur es socio mediante crowfunding de una planta local de energía fotovoltaica construida por la compañía comercializadora de energía Som Energia y Eticom, a través de la cual se genera energía limpia procedente de fuentes de energía renovable.



Imagen: Blog Som Energia y <https://www.generationkwh.org/>

Por último y en referencia a las acciones realizadas en nuestra comunidad local, cabe destacar que en 2017 desarrollamos cursos formativos gratuitos para clientes de comunidades de vecinos y realizamos jornadas de autorescate.

Entre las acciones que llevamos a cabo a nivel social y en este caso para fomentar el comercio local y el consumo responsable, es el reparto en Navidad del bono de 25€ (ver [Mercatremol](#)), una forma original de sustituir la tradicional cesta de navideña por

productos ecológicos, de proximidad o de comercio justo, y fomentar así una alimentación más sostenible.



Imagen: Mercatremol Alacant, <https://www.facebook.com/Mercatremol>

### Aspecto E2.2 Efectos

Los efectos de nuestras acciones sobre la sociedad y la comunidad local los medimos en función de las colaboraciones realizadas con otras empresas del sector, el número de empresas convertidas al cooperativismo, el aumento en el número de socios trabajadores y el empleo generado.

En 2017 aumentamos nuestra plantilla en dos socios trabajadores más.

### Aspecto E2.3 Intensidad

En 2016 dimos nuestros primeros pasos en la EBC, asumiendo los principios establecidos en la matriz 4.0 e integrándolos en nuestra gestión diaria. Redactamos nuestro primer informe del bien común y establecimos un proceso de evaluación interna de las competencias basado en dichos valores que nos ha servido para medir continuamente el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad.



*¿qué puedes hacer tú para cambiar el mundo?*

Puedes empezar a cambiar pequeñas cosas de tu entorno más cercano y tu relación con él y con tu empresa, pero siempre empezando por ti mismo/a.  
A continuación te contamos algunas ideas que estamos desarrollando desde altur...



Posteriormente, en 2017 colaboramos con la [Asociación Valenciana de la EBC](#) en su curso para consultores homologados, proponiendo a nuestra empresa como trabajo de prácticas final del mismo. Asignamos a personal homólogo para cada uno de los consultores en prácticas y readaptamos la matriz de 2016 a la nueva versión 4.1, analizando los datos registrados para cada indicador en 2017 y estableciendo objetivos de mejora continua en el tiempo a corto, medio y/o largo plazo. El resultado

de dicha colaboración nos ha permitido integrar al 100% la EBC en nuestra gestión empresarial y crear nuevos planes de mejora con los que avanzar en 2018 y 2019.

Con la publicación de la nueva memoria de la EBC 2017, procederemos por primera vez con el proceso de auditoría, a través del cual un auditor externo de la EBC certificará el resultado obtenido en el balance del bien común, convirtiéndonos así en la primera empresa del sector en auditar su Balance del Bien Común, y una de las primeras a nivel nacional.

**Puntuación *Aportación a la comunidad local:***

**16 puntos de 40 (40 %)**

**E2 Aportación a la comunidad local: Puntos fuertes.**

Nuestra colaboración con la comunidad local se basa en la participación activa con REAS, ESS y la EBC; la estrecha colaboración y cooperación con otras empresas locales y del sector, la evaluación interna y voluntaria de nuestras competencias y una fuerte apuesta por la EBC en 2017.

**E2 Aportación a la comunidad local: Propuestas de mejora a implementar**

Las propuestas de mejora en este sentido están orientadas a aumentar la colaboración en acciones locales de la comunidad y al conocimiento total de la responsabilidad social de nuestra organización, realizando un reparto equitativo de tareas y responsabilidades para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible establecidos.



**E3 REDUCCIÓN DE EFECTOS ECOLÓGICOS**

El modelo de empresa EBC establece la importancia de realizar la actividad empresarial sin comprometer el medioambiente.

Realizar un análisis de los potenciales riesgos ambientales derivados de la actividad y establecer objetivos de reducción del uso de recursos naturales, de disminución de la contaminación generada y/o de preservación de los ecosistemas terrestres y acuáticos, es fundamental para analizar nuestra contribución al desarrollo sostenible a través de nuestros planes ambientales de mejora.

Criterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<p><b>Aspecto E3.1 y Aspecto E3.2 Impactos absolutos y relativos al sector...</b></p>	<p>Tiene en cuenta los valores de sostenibilidad medioambiental en la visión, valores y misión de la organización, pero no muestra evidencias de su buen hacer.</p> <p>Tiene en cuenta los valores de sostenibilidad medioambiental en la visión, valores y misión de la organización, pero no muestra evidencias de su buen hacer.</p>	<p>Existe monitorización rigurosa, registro y publicación de las emisiones GEI realizadas y un compromiso firme de la organización por minimizar el impacto de las mismas.</p> <p>Existen evidencias de conocimiento profundo de los impactos medioambientales locales producidos por la organización. La organización dispone de un sistema de gestión medioambiental auditado externamente en vigor y un compromiso firme por la minimización de los impactos producidos</p>	<p>Desempeño en reducción de emisiones GEI por encima de la media del sector y denota esfuerzos por seguir mejorando. Participa activamente en informes sectoriales.</p> <p>En cuanto a la sostenibilidad en la materia tiene un desempeño por encima de la media del sector y denota esfuerzos por seguir mejorando. Promueve y participa activamente en informes de comparativa sectoriales en la materia.</p>	<p>Desempeño muy por encima de la media del sector. Es guía innovador del sector y participa activamente en la elaboración de informe sectoriales</p> <p>Además del nivel anterior, es guía innovador del sector, promueve y participa activamente en la elaboración de informes sectoriales en la materia. Responde en un tiempo razonable y de modo resolutivo a las exigencias razonables de las comunidades locales en la materia, sin necesidad de mediación política o normativa</p>
<p><b>Aspecto E3.3 Gestión y estrategia</b></p>	<p>La organización pone en marcha los primeros pasos para la identificación de los aspectos importantes ecológicos y riesgos (claras responsabilidades, procesos institucionalizados con la dirección de la organización)</p>	<p>La organización dispone de un sistema de gestión medioambiental auditado externamente en vigor.</p> <p>En su defecto la organización muestra evidencias a partir de sus inventarios internos de llevar a cabo una importante actividad en cuanto a la gestión de los temas medioambientales.</p>	<p>Además, eleva su objeto de organización en relación a los indicadores y dispone de estrategias claras ambiciosas /medidas para todos los aspectos relevantes (p e. CO2-Footprint, consumo de agua y recursos, aspectos específicos sectoriales)</p>	<p>Además, dispone de objetivos ambiciosos cualitativa y cuantitativamente y estrategias incl. Plazos en relación a aspectos importantes ambientales</p>

**Aspecto E3.1 y Aspecto E3.2 Impactos absolutos y relativos al sector.**

Aunque existe una fuerte sensibilización por las cuestiones ambientales, dada la juventud de la empresa y la reciente implantación de la EBC en los procedimientos de gestión, todavía no se ha desarrollado un plan estratégico integral de gestión de la sostenibilidad ambiental.

Sí se está llevando a cabo diferentes acciones orientadas a disminuir los impactos ambientales de nuestra actividad basados fundamentalmente en 6 líneas de acción:

- Emisiones
- Energía
- Tratamiento de residuos
- Biodiversidad
- Recursos Naturales
- Sensibilización y capacitación

<b>Líneas de actuación puntuales en materia de sostenibilidad ambiental - 2017</b>		
<i>Estrategias</i>	<i>Acción</i>	<i>Objetivos</i>
ENERGÍA EMISIONES 	Selección y contratación de sistema de acondicionamiento de aire de alta eficiencia	Mejorar la eficiencia energética de nuestras instalaciones y disminuir nuestra huella de carbono relativa al consumo energético
EMISIONES SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN AMBIENTAL 	Crowdfunding para la construcción de una planta fotovoltaica de SOM ENERGIA	Colaborar en proyectos que fomenten la adquisición de energías renovables
EMISIONES 	Continuación en 2017 con el proveedor de servicios energéticos SOM ENERGIA, cooperativa energética con Garantía de Origen renovable.	Disminuir nuestra huella de carbono relativa al consumo de electricidad.
EMISIONES 	Primer cálculo de huella de carbono en 2017 mediante la metodología propuesta por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, MAPAMA	Conocer nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y establecer objetivos de reducción de emisiones a corto plazo.
BIODIVERSIDAD 	Trabajamos casi siempre en entorno urbano, por lo que el impacto sobre especies en estado salvaje es bajo. Los niveles de ruido de la actividad son bajos y no se producen olores. No se considera un riesgo elevado sobre la pérdida de biodiversidad derivado de la actividad.	Disminuir el impacto sobre los ecosistemas acuáticos y terrestres y evitar la pérdida de biodiversidad animal y vegetal.
TRATAMIENTO DE RESIDUOS	Colaboramos activamente en un proyecto de sensibilización ambiental entre empresas del sector para	Llevar a cabo un correcto tratamiento de los residuos gestionados por parte de la empresa, especialmente los

	gestionar correctamente el residuos peligroso de obra que contiene amianto.	peligrosos y sensibilizar a otras empresas del sector.
TRATAMIENTO DE RESIDUOS 	En oficinas disponemos de contenedores de selectiva y llevamos a cabo un registro de sanciones interno que penaliza al personal que no recicla debidamente.	Gestionar correctamente los residuos de oficina y reciclar.
TRATAMIENTO DE RESIDUOS 	Control exhaustivo de los residuos de obra peligrosos mediante gestores de residuos autorizados.	Llevar a cabo un control de los registros y albaranes de recogida de residuos por parte de gestores autorizados.
TRATAMIENTO RESIDUOS SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN AMBIENTAL 	Realización de curso sobre gestión de residuos para la persona responsable en materia.	Formar a personal en material de protección ambiental. Sensibilizar al personal y aumentar la conciencia ecológica.
RECURSOS NATURALES 	Compramos papel 100% reciclado.	Disminuir la sobreexplotación de los recursos naturales.
RECURSOS NATURALES EMISIONES 	Aunque no existe un protocolo de elección de proveedores con criterios de sostenibilidad ambiental, actualmente se considera el criterio de proximidad para la elección de proveedores.	Disminuir las emisiones derivadas del transporte de mercancías y fomentar el empleo local y la cadena de distribución corta.
EMISIONES 	Se potencia el uso del transporte compartido entre el personal y en 2018 se prevé la compra de un vehículo eléctrico de empresa.	Disminuir las emisiones derivadas del transporte y fomentar la movilidad sostenible entre el personal.

### Aspecto E3.3 Gestión y estrategia

Para tratar todas cuestiones ambientales, en 2017 se escogió a un miembro del equipo de reciente incorporación cuya función principal consistió en ir incorporando progresivamente estrategias de mejora del desempeño ambiental.

Las acciones establecidas en el apartado anterior representan actuaciones puntuales de mejora ambiental que a lo largo del año 2018 y 2019 se irán incorporando en cada línea de actuación establecida en un plan de sostenibilidad ambiental estratégico.

**Puntuación Reducción efectos ecológicos:**

**7 puntos de 70 (10 %)**

### E3 Reducción de efectos ecológicos: Puntos fuertes

A pesar de no disponer todavía de un plan de sostenibilidad integral, podemos describir algunos puntos fuertes de Altur en materia ambiental que, si bien somos conscientes de que son básicos, representan hoy en día las principales piedras de actuación en materia medioambiental:

- Promovemos el uso compartido de vehículos en los desplazamientos de empresa. Participamos activamente en el desarrollo de normativa y/o protocolos de tratamiento de residuos peligrosos de amianto en el sector como empresa pionera.
- Hemos desarrollado el primer cálculo de huella de carbono y somos la única empresa del sector en iniciar su cálculo.
- Debido al tipo de actividad, no existe gran alteración de los ecosistemas terrestres o acuáticos por lo que el impacto sobre la biodiversidad es bajo.
- Evaluamos algunas acciones básicas de los trabajadores a nivel ambiental para fomentar su comportamiento ecológico.

### E3 Reducción de efectos ecológicos: Propuestas de mejora a implementar

Se establece como propuesta de mejora la redacción e implementación progresiva de un plan de sostenibilidad ambiental estratégico cuya finalidad queda definida en los siguientes puntos:

- Realizar un análisis de riesgos ambientales.
- Establecer las líneas de actuación en materia de sostenibilidad ambiental a corto y medio plazo.
- Recabar datos medioambientales y definir indicadores de medición del desempeño ambiental para analizarlos anualmente.
- Establecer objetivos de mejora continua asumibles y coordinados.

### E4 ORIENTACIÓN DE LAS GANANCIAS DEL BIEN COMÚN

Altur es una cooperativa sin ánimo de lucro donde los ingresos proceden fundamentalmente de los servicios prestados y la riqueza se distribuye entre todos los socios trabajadores cooperativistas, reinvertiendo los beneficios anuales en la propia organización.

Crterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto E4.1 Pago de dividendos externos</b>	1/3 de los accionistas / inversores tienen una relación directa con la organización.  1/3 de los accionistas / inversores lo son desde hace más de 5 años.  Promedio últimos 5 años: reparto de dividendos no superior a la inflación en más de un 5%	1/2 de los accionistas / inversores tienen una relación directa con la organización.  2/3 de los accionistas / inversores lo son desde hace más de 5 años.  Promedio últimos 5 años: reparto de dividendos no superior a la inflación en más de un 2,5%	2/3 de los accionistas / inversores tienen una relación directa con la organización.  2/3 de los accionistas / inversores lo son desde hace más de 5 años.  Promedio últimos 5 años: reparto de dividendos no superior a la inflación.	Todos los accionistas / inversores tienen una relación directa con la organización.  Todos los accionistas / inversores lo son desde hace más de 5 años.  Sin distribución de beneficios a propietarios externos.
<b>Aspecto E4.2 Uso</b>	El 50-70% de los	El 71-80% de los	El 81-90% de los	El 91-100% de los

de beneficios orientados al bien común	beneficios se reinvierten en la organización (al menos el 50% son inversiones sociales y/o sostenibles)	beneficios se reinvierten en la organización (al menos el 50% son inversiones sociales y/o sostenibles)	beneficios se reinvierten en la organización (al menos el 50% son inversiones sociales y/o sostenibles)	beneficios se reinvierten en la organización (al menos el 50% son inversiones sociales y/o sostenibles)
--	---	---	---	---

#### Aspecto E4.1 Pago de dividendos externos

Altur es una joven cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro. De consecuencia, no existe pago de dividendos a externos, tal y como reflejan los propios estatutos.

Igualmente, no se permite la inversión sin relación laboral con la organización y no hay reparto de dividendos.

#### Aspecto E4.2 Uso de beneficios orientados al bien común

El 100 % de los beneficios anuales se reinvierte en la propia organización, bien para subvencionar los cursos formativos bonificados para futuros socios trabajadores bien para mejorar la gestión de la empresa.

**Puntuación *Minimización reparto de ganancias a externos:***

**48 puntos de 60 (80 %)**

#### E4 Orientación de las ganancias al bien común: Puntos fuertes

En Altur tenemos muchos motivos por los cuales orientar las ganancias al bien común:

- Somos una cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro.
- El 100% de los accionistas de la empresa son socios trabajadores con contrato de duración indefinida y entre los objetivos de la cooperativa se encuentra la duración a largo plazo de la relación laboral.
- No hay reparto de dividendos.
- Se reinvierte el 100 % de los beneficios.
- Se ofrecen subvenciones para la formación a nuevos trabajadores sin recursos.

#### E4 Orientación de las ganancias al bien común: Propuestas de mejora a implementar

CORTO PLAZO:

- reinvertir un mayor porcentaje de los beneficios en acciones sociales que se realicen en nuestra comunidad local y en las que podamos sentirnos afines, para tratar de devolver a la sociedad su aportación.

#### E5 TRANSPARENCIA SOCIAL Y COGESTIÓN

La transparencia en las decisiones tanto a nivel interno como externamente es una de las señas de identidad de nuestra empresa. Sabemos que la comunicación con los

grupos de interés es necesaria para obtener un feedback en nuestras acciones y para garantizar el bienestar de todos.

Crterios	0 – 10 % Principiante	10 – 30 % Avanzado	30 – 60 % Experimentado	60 – 100 % Ejemplar
<b>Aspecto E5.1 Transparencia</b>	Memoria Bien Común* con menos de 3 frases sustanciales en cada Aspecto de la matriz.  Algunos aspectos de la información publicada son verificados externamente	Memoria Bien Común* con 3 frases sustanciales en cada Aspecto de la matriz.  Existe una evaluación externa de algunos riesgos o aspectos críticos de la organización	Memoria Bien Común* con una descripción detallada de cada Aspecto de la matriz. Enlace directo en nuestra página web  Existe una evaluación externa de todos los riesgos o aspectos críticos, pero con un bajo nivel de garantía (revisión)	La Memoria del BC* muestra todos los aspectos críticos Enlace directo en nuestra página web Publicidad activa de la Memoria del BCE Verificación externa de todos los riesgos o aspectos críticos, con un alto nivel de garantía (auditoría)
<b>Aspecto E5.2 Cogestión</b>	Reactivo: audición de quejas y reacción  Medidas aisladas /proyectos en periodos de tiempo limitados  Algunos grupos de interés involucrados	Activo: existe diálogo con los responsables de tomar decisiones relevantes de la organización  Los procesos de cogestión se repiten en el tiempo.  Se involucra a los grupos de interés más importantes	Proactivo: existe diálogo y las decisiones se orientan al consenso  Se Implica de forma rutinaria en decisiones clave sobre cuestiones /temas estratégicos  Se involucra a todos los grupos de interés	Innovadoras: al menos el 50% de las decisiones son consensuadas  Diálogo permanente y cogestión en decisiones clave sobre cuestiones /temas estratégicos  Se involucra a todos los grupos de interés

### Aspecto E5.1 Transparencia

La información financiera de nuestra cooperativa puede consultarse fácilmente a través de la propia red e igualmente los estatutos que rigen nuestra forma de trabajar y proceder.

A nivel interno, existe una fuerte complicidad entre todos los socios trabajadores por lo que las comunicaciones se realizan de forma periódica a través de reuniones.

En nuestra web corporativa se muestra públicamente la información relativa a nuestros principios, valores y compromisos adquiridos, así como las actuaciones recientes y trabajos realizados a través de nuestro blog y redes sociales.

Realizamos una evaluación interna pública a todos los miembros del equipo y en 2018 al auditar esta memoria del bien común haremos públicos los resultados a través de todos los canales de comunicación habilitados.

### Aspecto E5.2 Cogestión

Al tratarse de una cooperativa, cada socio tiene un voto por lo que la toma de decisiones se realiza de forma totalmente consensuada. Del mismo modo se realizan

reuniones internas continuamente y se incorporan las sugerencias de todos los socios a la hora de tomar determinadas decisiones de empresa.

A pesar de tener una sólida comunicación interna y dada la juventud de la empresa, no se ha establecido todavía un mapa de grupos de interés representativo ni las vías de comunicación óptimas con cada uno de los stakeholders. Es por ello que, aunque sí se tienen en cuenta los principios de la EBC y de la Economía Social en las decisiones estratégicas, el procedimiento de consulta y comunicación a los grupos de interés no está todavía definido y es una de los planes de mejora a corto plazo definidos.

**Puntuación *Transparencia social y participación en la toma de decisiones*:**

**3 puntos de 30 (10 %)**

### **E5 Transparencia social y cogestión: Puntos fuertes**

Nuestros puntos fuertes en materia de transparencia social y cogestión son:

- Buena comunicación interna entre socios trabajadores.
- Intención de auditar el Balance del Bien Común en 2018 y hacer públicos sus resultados.
- Colaboración con el curso de consultores de la EBC para evaluar a la empresa.
- Democracia interna y transparencia elevada.
- Reuniones internas regulares y decisiones 100% democráticas de los socios.

### **E5 Transparencia social y cogestión: Propuestas de mejora a implementar**

**CORTO PLAZO:**

- Publicación del Informe del Bien Común de 2017 a través de la web, la realización de la auditoría externa de la EBC en 2018 y realizar un análisis de los grupos de interés y una evaluación de riesgos, incluyendo los canales de comunicación óptimos y los resultados del feedback de información para integrar sus sugerencias en la toma de decisiones.

## 8.- ACCIONES DE MEJORA

### METAS A CORTO PLAZO

A1 Gestión ética de los suministros: Propuestas de mejora a implementar

Es necesario contar con un plan de compras definido. En el desarrollo del mismo vemos interesante la inclusión de los indicadores que nos permitan medir los aspectos relativos a la Gestión Ética de los Suministros.

Esta propuesta de mejora ya se incluía en el Informe del BBC del ejercicio 2015 y no ha sido implementada.

C1 Calidad del puesto de trabajo e igualdad: Propuestas de mejora a implementar

- Evaluar riesgos psicosociales en la organización para considerar implementar mejoras. Ej test: [http://www.istas.ccoo.es/descargas/cuestionario\\_vc.pdf](http://www.istas.ccoo.es/descargas/cuestionario_vc.pdf)
- Establecer un registro de categorías de origen de los socios en cuanto a diversidad, igualdad, etc. así como de los asistentes a los cursos de formación que imparte la organización. Contactar asociaciones de colectivos en riesgo de inclusión y establecer acuerdos de colaboración y/o formación.

C2 Reparto justo del volumen de trabajo y empleabilidad

- Encuestas de satisfacción con horario laboral y con apartado para propuestas de mejora. Formación en gestión del tiempo.

C3 Promoción del comportamiento ecológico del equipo humano

- Instalación agua potable en nave para reemplazar botellas de plástico.
- Compra de furgoneta híbrida para traslados.
- Calcular huella carbono de los socios.

E3 Reducción de Efectos Ecológicos

- Desarrollar un Plan de sostenibilidad piloto, que mida el desempeño ambiental de la empresa año tras año, identificando potenciales riesgos ambientales, acciones para tratar dichos riesgos y objetivos de mejora con respecto a:
  - La reducción de la emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y el cálculo de huella de carbono de la organización con su Plan de Reducción de Emisiones asociado.
  - La disminución y/u optimización del uso y consumo de la energía y de agua.
  - La disminución y/u optimización del uso y consumo de los materiales y suministros de acuerdo a unos criterios de suficiencia.
  - La correcta gestión y la minimización en la generación de los residuos, especialmente en el tratamiento de los residuos peligrosos.
  - La identificación y prevención de posibles riesgos sobre los ecosistemas terrestres o acuáticos derivados de nuestra actividad y que puedan comprometer la biodiversidad animal y vegetal.
  - El aumento en la formación y sensibilización del personal en materia medioambiental.

## E5 Transparencia Social y Cogestión

- Establecer un mapa de grupos de interés en el cual se establezcan las vías de comunicación óptimas con cada uno de los stakeholders, los mecanismos de consulta y de recopilación de información y sugerencias a los grupos de interés susceptibles de verse afectados por nuestra actividad y la estrategia para incorporar sus requisitos en la toma de decisiones.



## 9.- MATRIZ DEL BIEN COMÚN CON PUNTOS

Version 4.0.		Testado: GRUPO 5 , 2º CURSO CONSULTORES			
<b>MATRIZ DEL BIEN COMÚN</b>		<b>Balance Total: 352 de 1000</b>			
Organización:	ALTUR (proyectos sostenibles S.COOP.V.)				
Año:	2017				
Valores Grupo contacto	<b>Dignidad Humana</b>	<b>Cooperación y Solidaridad</b>	<b>Sostenibilidad ecológica</b>	<b>Justicia Social</b>	<b>Participación democrática y Transparencia</b>
<b>A: Suministradores</b>	A1: Gestión ética de los suministros				9 de 90 <b>10%</b>
<b>B: Financiadores</b>	B1: Gestión ética de finanzas				12 de 30 <b>40%</b>
<b>C: Empleados, inclusive propietarios</b>	C1: Calidad del puesto de trabajo e igualdad 36 de 90 <b>40%</b>	C2: Reparto justo del volumen de trabajo 5 de 50 <b>10%</b>	C3: Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleadas 6 de 30 <b>20%</b>	C4: Reparto justo de la renta 48 de 60 <b>80%</b>	C5: Democracia interna y transparencia 72 de 90 <b>80%</b>
<b>D: Clientes/Productos / Servicios /Socios/Partners</b>	D1: Venta ética 20 de 50 <b>40%</b>	D2: Solidaridad con otras empresas 28 de 70 <b>40%</b>	D3: Concepción ecológica de productos y servicios 9 de 90 <b>10%</b>	D4: Concepción social de productos y servicios 3 de 30 <b>10%</b>	D5: Aumento de los estándares sociales y ecológicos sectoriales 12 de 30 <b>40%</b>
<b>E: Ambito Social</b>	E1: Efecto social/significado de productos/servicios 18 de 90 <b>20%</b>	E2: Aportación a la Comunidad 16 de 40 <b>40%</b>	E3: Reducción de efectos ecológicos 7 de 70 <b>10%</b>	E4: Minimización del reparto de ganancias a externos 48 de 60 <b>80%</b>	E5: Transparencia social y participación en la toma de decisiones 3 de 30 <b>10%</b>
<b>Criterios negativos</b>	Vulneración de las Normas de Trabajo OIT/Derechos Humanos 0	Compra hostil 0	Gran contaminación ecosistemas 0	Remuneración desigual entre mujeres y hombres 0	No revelación de todas las participaciones y filiales 0
	Productos en detrimento de la dignidad y derechos humanos 0	Bloqueo de patentes 0	Incumplimiento grave de especificaciones medioambientales 0	Reducción de puestos de trabajo o desplazamiento de la ubicación pese a ganancias 0	Impedimentos de comités de empresa 0
	Suministros, Outsourcing/Cooperación con empresas que vulneran los derechos humanos 0	Dumping de precios 0	Obsolescencia programada (vida corta de los productos) 0	Filiales en paraísos fiscales 0	0
	0	0	0	Interés del capital propio >10% 0	No publicación de los flujos de filiales a lobbies 0
Este balance se ha realizado en grupo peer tutelado por el/la consultor/a			J. Miguel Ribera Esteve		Testado válido hasta: <b>2º curso consultores</b>

## 10.- 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?

Cuadro homólogos Altur Sdad. Coop. Val

TEMA	ALTUR COOP.VAL	CONSULTORES EN PRACTICAS
A	Tania Ruiz Otazo	Javier Alcaide Vives
B	Tania Ruiz Otazo	Javier Alcaide Vives
C	Vicente Peydró Bernabeu	Anke Schwind
D	Pedro Aparicio Saiz	David Hervás Sanz
E	Alfonso Egea	Raquel Gómez
Coord.	Pedro Aparicio Saiz	J.Miguel Ribera Esteve

¿Durante qué período de tiempo fueron éstos realizados?

Este trabajo fue realizado desde el 11 de diciembre de 2017 hasta el 18 de febrero de 2018.

En el siguiente enlace, podemos acceder al cronograma de trabajo que siguieron los miembros participantes.

<https://drive.google.com/open?id=1r9lxWgfXacxI4E1Qs2cN-Xk4jiTk2ESb>

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

El 16 de febrero de 2018, se le entrega Altur Sdad. Coop. Val. el informe final y se le recomienda que en la brevedad que sea posible, retomen este informe y añadan aquellas evidencias que falten, ajusten los indicadores y aporten los puntos fuertes que demuestren los dos apartados anteriores. De esta forma el baremo del BBC mejorará.

También le recomendamos que los planes de mejora son para llevarlos a cabo, en las prioridades que la cooperativa considere oportunas.

## 11.- AUDITORIA

De momento no se ha realizado auditoria sobre este informe del BBC 2017.

Sello y firma de la empresa

Lugar, Fecha: 00.mes.año

---