



INFORME DEL BIEN COMÚN



EJERCICIO 2018

Contenido

Plantilla del Informe	6
Ayuda para elaborar el Informe del Bien Común.....	6
Información general sobre la organización	7
Breve presentación de la organización.....	7
Productos y servicios.....	7
La organización y el Bien Común.....	7
Certificado de auditoría.....	8
A1 Dignidad humana en la cadena de suministro.....	9
A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social en la cadena de suministro.....	9
A1.2 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro.....	9
A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	10
A2.1 Actitud ética con proveedores directos.....	10
A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda la cadena de suministro	10
A2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedores.....	11
A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro.....	12
A3.1 Impacto medioambiental en la cadena de suministro.....	12
A3.2 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro	12
A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro	13
A4.1 Transparencia y participación democrática de los proveedores	13

A4.2 Promoción de la transparencia y participación democrática en la cadena de suministro..... 13

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros 14

B1.1 Independencia financiera: autofinanciación	14
B1.2 Financiación externa orientada al Bien Común.....	14
B1.3 Actitud ética de los proveedores financieros	14

B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros 16

B2.1 Gestión de los recursos financieros de forma solidaria y orientada al Bien Común.....	16
B2.2 Aspecto negativo: reparto injusto de los recursos financieros.....	16

B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros..... 17

B3.1 Carácter ambiental de las inversiones	17
B3.2 Inversiones orientadas al Bien Común	17
B3.3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente	18

B4 Propiedad y participación democrática..... 19

B4.1 Distribución de la propiedad orientada al Bien Común	19
B4.2 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil.....	19

C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo 20

C1.1 Cultura organizacional orientada a las personas.....	20
C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo	20
C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades.....	21
C1.4 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas	21

C2 Características de los contratos de trabajo..... 23

C2.1 Remuneración.....	23
C2.2 Horario laboral.....	23
C2.3 Condiciones de trabajo y conciliación.....	24
C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos	24

C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas

empleadas 26

C3.1 Alimentación durante la jornada laboral.....	26
C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo	26
C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio ambiente.....	27
C3.4 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable.....	27

C4 Transparencia y participación democrática interna 28

C4.1 Transparencia interna.....	28
C4.2 Legitimación de la dirección	28
C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones	29
C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa	29

D1 Actitud ética con los clientes 30

D1.1 Comunicación transparente con los clientes	30
D1.2 Accesibilidad	30
D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas	31

D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones..... 32

D2.1 Cooperación con otras organizaciones	32
D2.2 Solidaridad con otras organizaciones	33
D2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones.....	33

D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y

servicios 35

D3.1 Relación “coste-beneficio” medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consistencia).....	35
D3.2 Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia)	35
D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente	36

D4 Participación de los clientes y transparencia de producto 37

D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigación de mercado	37
D4.2 Transparencia de producto.....	37
D4.3 No declaración de sustancias/mercancías peligrosas	38

E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios 39

E1.1 Productos y servicios que cubren las necesidades básicas y mejoran la calidad de vida	39
E1.2 Impacto social de los productos y servicios.....	40
E1.3 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana	40

E2 Contribución a la comunidad 41

E2.1 Impuestos y prestaciones sociales.....	41
E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad.....	41
E2.3 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal	42
E2.4 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción.....	43

E3 Reducción del impacto medioambiental..... 44

E3.1 Impacto absoluto / Gestión y estrategia	44
E3.2 Impacto relativo	45
E3.3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado	45

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social 46

E4.1 Transparencia	46
E4.2 Participación del entorno social en la toma de decisiones.....	46
E4.3 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia	47

Plan de Mejora..... 48

Objetivos a corto plazo.....	48
Objetivos a largo plazo.....	48

Declaración de conformidad con UE. Divulgación de información no financiera

(COM 2013/207)...49 Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien

Común 50

.....

Plantilla del Informe

El Informe del Bien Común contiene información relevante para cada uno de los Temas, combinación entre los diferentes valores de la EBC y los grupos de contacto. No existen requisitos formales para su realización, sin embargo, la redacción debe ser clara y concisa ya que se dirige al público en general. Cada organización puede decidir qué información incluye y en qué profundidad.

El informe está basado en la Herramienta de cálculo del Balance del Bien Común versión 5.2.-

El contenido del informe está escrito de forma clara y comprensible para facilitar la labor de la auditoría.

Este informe ha sido redactado después de haber hecho un grupo Peer con otras empresas, dirigido y supervisado por J. Miguel Ribera Esteve, consultor homologado de la EBC

Información general sobre la organización

Tipo de información	Datos de la organización
Nombre de la organización	HELIA COOPERATIVA VALENCIANA
Forma jurídica	COOPERATIVA VALENCIANA
Forma jurídica de la propiedad	COOPERATIVA A PARTES IGUALES
Página web	https://heliacoopv.business.site/
Sector	COMERCIALIZACION ENERGÍA ELECTRICA
Dirección	REY JAUME I 47, 46810 ENGUERA (VALENCIA)
Personas empleadas	1
Personas empleadas eq. a tiempo completo	1
Personas empleadas de ETT o temporada	0
Facturación	71.404,64
Beneficio anual	-7.574,16
Periodo del informe	2018

Breve presentación de la organización

Misión, visión y valores

MISIÓN

Fieles a los principios cooperativos, nuestra misión se sustenta en un compromiso de solidaridad dirigido a facilitar el desarrollo y bienestar en nuestro entorno rural de forma sostenible. Por ello, trabajamos para el territorio al que pertenecemos, y conociendo su realidad, queremos potenciar la participación y la integración de las personas en la gestión de un proyecto común. Impulsando la economía social, priorizamos a las personas sobre el capital y damos respuestas eficaces ante las complejas situaciones actuales.

VISIÓN

Queremos ser la cooperativa eléctrica de referencia en nuestro territorio. Además de, promotores y protagonistas en el cambio social que, genere valor mediante un servicio cercano y de calidad. Nuestro esfuerzo está orientado al cliente y al cuidado del medio ambiente.

VALORES

Los principios y valores distintivos de las cooperativas las convierten en uno de los mejores modelos económicos para conseguir una sociedad más justa y sostenible. Creemos que la unión de voluntades y la colaboración entre las personas son la base para acceder a un beneficio común que afiance los recursos y asegure una sociedad de bienestar.

Los valores que inspiran y mueven a la acción a nuestra cooperativa son:

Solidaridad	Ayuda mutua	Responsabilidad social
Justicia social	Honestidad	Democracia
Igualdad	Equidad	Transparencia

PROPUESTA DE VALOR DE LA ORGANIZACIÓN

Sin duda, la propuesta de valor de Helia Coop.V., se centra en diversificar y ser alternativa, de la oferta comercializadora de las grandes distribuidoras eléctricas con reducidos estándares de sostenibilidad y dignidad humana de sus clientes.

En formato de cooperativa donde los asociados gestionan y deciden creando un modelo sostenible y a precio justo.

Como toda cooperativa seguimos y defendemos los siete principios cooperativos básicos:

1. Adhesión voluntaria y abierta.
2. Gestión democrática por parte de los socios.
3. Participación económica de los socios.
4. Autonomía e independencia.
5. Educación, formación e información.
6. Cooperación entre cooperativas.
7. Interés por la comunidad.

Políticas y productos de la empresa:

Helia Coop. V. es una cooperativa eléctrica con sede en Enguera (Valencia). Nacida en febrero de 2017, como cooperativa de consumidores y usuarios sin ánimo de lucro, siendo nuestra principal actividad la comercialización de energía eléctrica.

Gestionan la adquisición de la energía renovable que necesitan los asociados sin la figura de grandes intermediarios. Esto nos permite mejores condiciones de precio para los usuarios y un pequeño margen de beneficio.

Están autorizados para comercializar en todo el territorio español excepto Islas Canarias y Baleares. No obstante, dirigimos principalmente nuestros servicios a la población de las comarcas Enguera – La Canal de Navarrés y La Costera. Son una alternativa local y comarcal conocedora de la realidad social de nuestro territorio. Por ello, quieren revertir nuestros beneficios en proyectos sociales y medioambientales para así aumentar el bienestar en nuestros municipios.



El órgano de decisión más elevado de la cooperativa es la Asamblea General de socios/as, en la cual cada persona tiene un voto. En ella se toman las decisiones que afectan al funcionamiento de la cooperativa y se elige periódicamente un Consejo Rector que será quien velará por el cumplimiento de los acuerdos tomados.

Eligen el modelo cooperativo por ser más democrático, horizontal y transparente. Reparte de forma más equitativa la riqueza y favorece la participación de todos los socios mediante el derecho a la información que se genera y la toma de decisiones.

Siendo socio puedes participar activamente en un cambio del modelo energético hacia una sociedad más sostenible. No obstante, puedes beneficiarte de nuestros servicios sin necesidad de ser socio, tú eliges.

a) **Política de compras:**

Sin duda el sector de la comercialización eléctrica sea uno de los más regulados y normalizados en este país, por lo tanto la política de compras solo puede dirigirse a productoras y distribuidoras eléctricas.

En cuando al resto de servicios, buscan proveedoras y acreedores locales o regionales, prevaleciendo el servicio al precio.

b) **Política financiera.**

Todos los inicios son costosos, y en este caso también se acude al mercado para buscar financiadores iniciales y prestatarios de los avales necesarios para arrancar la actividad. En un principio, está centralizado en un proveedor financiero, quien además gestiona los recibos de cobro de los diferentes asociados, así como los pagos de la cooperativa.

c) **Política con los trabajadores:**

En la primera etapa, la cooperativa sólo cuenta con un trabajador, que a la vez es socio constituyente de Helia. Por lo tanto no hay definida una política laboral como tal.

d) **Marketing ético.**

I. **Política de producto:**

El producto que comercializan, es energía verde de alta calidad y a bajo precio. Normalmente al menos un 8% más económica que la ofertada en el mercado.



En Helia Coop.V., apuestan por la energía renovable, también llamada energía verde o energía limpia, que es aquella obtenida de fuentes inagotables y no contaminantes.

Entre las más conocidas se encuentran:

- ✓ Energía eólica: obtenida del viento.
- ✓ Energía solar: se obtiene del sol y según la tecnología usada en su captación se obtiene la energía solar fotovoltaica (aprovecha la luz del sol para generar electricidad), y la energía solar térmica (aprovecha el calor del sol para calentar agua).
- ✓ Biomasa y biogás: extraída de materia orgánica.
- ✓ Energía hidráulica o hidroeléctrica: obtenida de los ríos y corrientes de agua dulce.

El desarrollo de la energía verde es imprescindible para combatir el cambio climático y nos permite optar por la independencia energética. Su coste de producción es cada día más competitivo por lo que el usuario no tiene que pagar más para consumir esta energía.

La cooperativa nace de la mano del grupo cooperativo **ENERCOOP**, cuya dilatada experiencia en el sector nos asegura la calidad y fiabilidad de nuestros servicios. Esta alianza también nos permite afirmar que la energía que comercializamos es 100% verde.

II. Política de Comunicación

La comunicación se basa en el trato directo y personalizado del asociado, indicando siempre, después del análisis de la documentación, si le interesa o no asociarse a la cooperativa.

Se hacen también campañas formativas a la ciudadanía sobre el sector eléctrico, indicándoles ventajas e inconvenientes de los cambios de comercializadora, indicando los pasos a seguir para que no sean estafados.

En su página web, se da contestación a las preguntas que se puede hacer el usuario.

- ¿Quién puede contratar con Helia Coop.V.?
- ¿Con el cambio se puede interrumpir el suministro?
- ¿Qué hago si tengo una incidencia en el suministro?
- ¿Quién mira mi contador?
- ¿Cada cuánto tiempo recibiré facturas?
- ¿Cómo puedo consultar una duda sobre mi factura?
- ¿Puedo modificar la potencia o tarifa eléctrica una vez contratada?
- ¿Puedo modificar la cuenta de pago o el titular del contrato?
- ¿Quién puede ser socio?
- ¿Qué riesgos tiene ser socio?
- ¿Para ser cliente hay que ser socio?

III. Política de Precios.

Como hemos comentado los socios tienen al menos un ahorro aproximado del 8%.

IV. Política de clientes.

Atención personalizada, dando respuesta a todas las necesidades de los asociados.

V. Política de transporte:

La energía está siempre en circulación, por lo tanto la cooperativa, solo paga el peaje a las distribuidoras implicadas.

La organización y el Bien Común

a) ¿Qué relación tiene la organización con la Economía del Bien Común?

Nos encontramos en un caso más, donde los socios de organización, son personas EBC y no lo saben, pero sus acciones, como veremos siempre han estado en el camino del Bien Común.

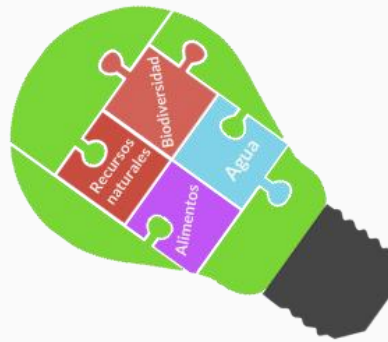
Si resumimos un poco los diferentes proyectos que han desarrollado, siempre han estado dirigidos a buscar la sostenibilidad:

- ✓ Sociedad: nuestros clientes/asociados son ciudadanos de diferentes localidades, es interés de la cooperativa, velar y defender por sus intereses energéticos.
- ✓ Medio ambiente: Estamos hablando de energía verde, sostenible y procedente de sistemas renovables. Reducción huella de carbono.



La diversidad y belleza de nuestro planeta ha sido siempre fuente de inspiración para la imaginación humana. Con la ayuda de la ciencia espacial podemos apreciar sorprendentes imágenes de la Tierra desde una perspectiva exterior. Sin embargo, una experta mirada podrá distinguir las heridas de un planeta amenazado y reconocer las áreas deforestadas, la contaminación del agua y del aire.

Los científicos utilizan sus conocimientos para hallar soluciones a los problemas ambientales. Pero estos problemas están relacionados con las acciones humanas en la sociedad. La economía, la política, la sanidad, la educación y la cultura interactúan con los ecosistemas naturales. Por ello, es necesario que todos estos sectores estén involucrados en la búsqueda de soluciones de forma que hagan posible el desarrollo conjunto y sostenible del ser humano y el medio ambiente.



Valorar nuestro planeta implica mirar de cerca nuestro modo de vida. Debemos conocer como nuestras decisiones personales afectan a nuestro entorno. Muchos de los actuales problemas medioambientales son el resultado de actuaciones que consideran la naturaleza como un mero instrumento. Priorizamos nuestra necesidad de acumular y consumir el mayor número de bienes materiales posible.

Ante nosotros tenemos el reto de proteger la diversidad biológica, asegurar la calidad y disponibilidad del agua, producir alimentos saludables y preservar los recursos naturales.

En Helia Coop.V. aceptamos este reto, por ello, elegimos **ENERGÍA VERDE**. No sólo como una opción para la producción de energía eléctrica, sino como parte del compromiso con nuestro territorio.

El desarrollo integral y sostenible de nuestra sociedad debe estar unido a una economía social, más solidaria y justa, de modo que facilite la conservación del mundo natural para las generaciones futuras.

- ✓ Economía: Precios por debajo del sector, como hemos visto, al menos un 8%, en beneficio de los clientes, aportándoles una mayor disponibilidad y por lo tanto poder de consumo.

- b) ¿Qué actividades y/o compromiso con la EBC tuvo la organización en el último año antes de elaborar el Balance del Bien Común?

La empresa se puso en contacto con la Asociación Valenciana para el fomento de la Economía del Bien Común a finales del 2018, para solicitar consultor que les ayudase a confeccionar el Balance del Bien Común. En el transcurso del presente ejercicio tiene la intención de asociarse a la AVEBC.

Hasta la fecha lo único relacionado con la EBC, son las buenas prácticas que hemos señalado e iremos indicando a lo largo de este informe.

- c) ¿Quién es la persona de contacto en la organización para la EBC? Facilite los datos de contacto.

La persona con la que podemos contactar es con D. SANTIAGO AREVALO LLACER
info@helialuz.es
Tfno.: 600 57 80 57.

d) Evaluación del Balance del Bien Común:

Calculadora del Bien Común - Versión 5.02

Nota: esto no es un certificado

MATRIZ DEL BIEN COMÚN

Empresa: HELIA COOPERATIVA VALENCIANA; Año del balance: 2023

Puntuación total: **407 de 1000 Puntos**

Valores ► Grupos de interés ▼	Dignidad humana	Solidaridad y justicia	Sostenibilidad medioambiental	Transparencia y participación democrática
A: Proveedores	A1: Dignidad humana en la cadena de suministro 42 de 83 50 %	A2: Justicia y solidaridad en la cadena de suministro 17 de 83 20 %	A3: Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro 83 de 167 50 %	A4: Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro 42 de 83 50 %
B: Propietarios y proveedores financieros	B1: Actitud ética en la gestión de recursos financieros 0 de 14 0 %	B2: Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros 0 de 0 -	B3: Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros 8 de 28 30 %	B4: Propiedad y participación democrática 4 de 14 30 %
C: Personas empleadas	C1: Dignidad humana en el puesto de trabajo 0 de 56 0 %	C2: Características de los contratos de trabajo 11 de 56 20 %	C3: Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas 0 de 28 0 %	C4: Transparencia y participación democrática interna 0 de 0 -
D: Clientes y otras organizaciones	D1: Actitud ética con los clientes 33 de 56 60 %	D2: Cooperación y solidaridad con otras organizaciones 33 de 56 60 %	D3: Impacto medioambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios 28 de 56 50 %	D4: Participación de los clientes : transparencia de producto 22 de 56 40 %
E: Entorno social	E1: Propósito e impacto positivo de los productos y servicios 33 de 56 60 %	E2: Contribución a la comunidad 6 de 28 20 %	E3: Reducción del impacto medioambiental 22 de 56 40 %	E4: Transparencia y participación democrática del entorno social 22 de 28 80 %



Diagrama de araña. Valores de HELIA COOPERATIVA VALENCIANA

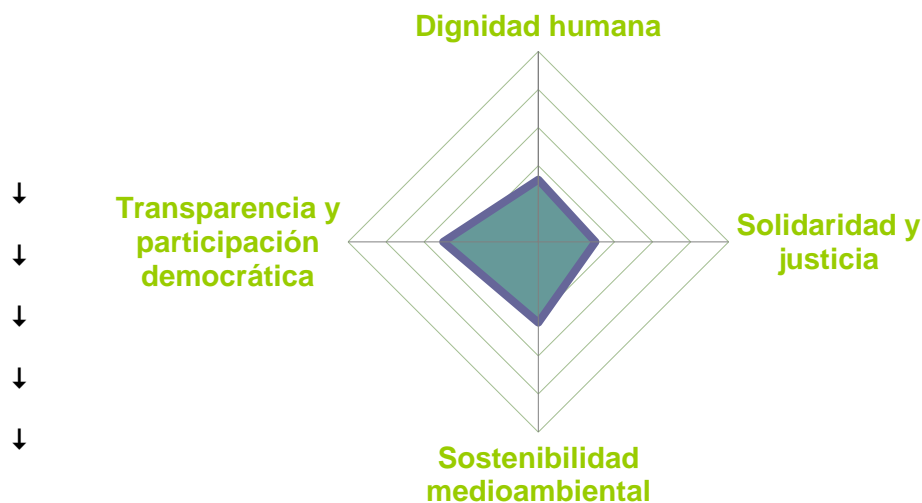
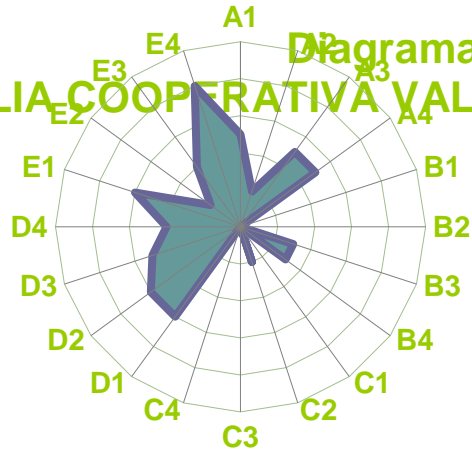


Diagrama de araña. Grupos de interés de HELIA COOPERATIVA VALENCIANA



- ↓
- ↓
- ↓
- ↓
- ↓

Diagrama de araña. Temas de HELIA COOPERATIVA VALENCIANA



- ↓
- ↓
- ↓
- ↓
- ↓

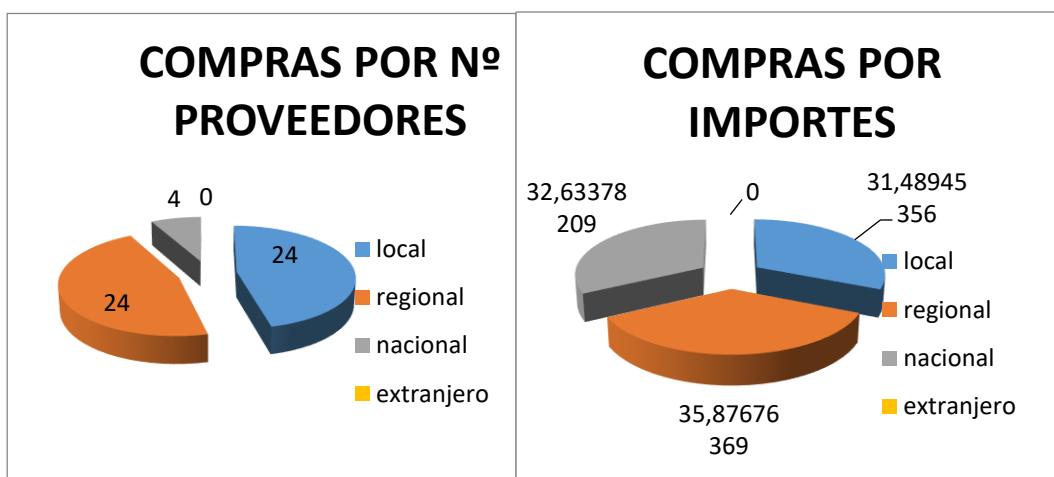
Certificado de auditoría

A1 Dignidad humana en la cadena de suministro.

A1.1 Condiciones de trabajo e impacto social en la cadena de suministro.

Evidencias:

- ✓ El principal proveedor es Eléctrica Albaterense que a su vez adquiere su energía a otras entidades, de origen totalmente renovables.
- ✓ Los criterios de la decisión de la compra de Eléctrica Albaterense, porque conocen a las personas y a la vez estás ayudaron en a la puesta en marcha de Helia a ser comercializadora independiente. A la vez reciben un trato especial ya que apenas se les cobra muy poco por la gestión de intermediarios. Ellos, por su volumen, han prestado los avales a Helia para poder acceder al mercado.
- ✓ Luego hay dos proveedores más, como mecanismo de distribución energética, que son Iberdrola distribución eléctrica y Eléctrica Enguerina.
- ✓ Existe otro proveedor, que sería el del sistema, en este caso es Coop. Guadassuar. Posteriormente ya serían los acreedores como ferreteros, papelerías, etc., que tratamos que sean de la localidad.
- ✓ Al estar todo normalizado, es prácticamente influir en los proveedores de energía. En cuando a los certificados que tienen los proveedores, hay que destacar el de Energía de Origen.
- ✓ Solo 4 de los proveedores suman el 80,09 de las comprar y todas del sector eléctrico, totalmente regulado, normalizado e informatizado. Las grandes distribuidoras tienen repartido el territorio nacional y una cooperativa con las dimensiones de Helia, no tiene fuerza para realizar de momento ningún cambio.



Valoración:

Puntuación aspecto A1.1: 42 puntos de 83 (50,06 %)

Puntos fuertes:

- ✓ Energía VERDE. Certificado energía de origen.
- ✓ Sector eléctrico totalmente regulado, normalizado e informatizado.
- ✓ Cuadro información proveedores y financiadores

<https://drive.google.com/file/d/1zwJp7k3E4mEdUfRB1S7rbDF-uhLqhGG-/view?usp=sharing>

Áreas de mejora:

Proponer a todas las cooperativas comercializadoras de la comunidad Valenciana un acuerdo de unión frente la Generalitat y la Diputación para que modifiquen las cláusulas de contratación.

A1.2 Aspecto negativo: vulneración de la dignidad humana en la cadena de suministro

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existe vulneración de la dignidad humana por parte de Helia.

Valoración:

Puntuación aspecto A1.2: X puntos de YY (XX %)

A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro.

A2.1 Actitud ética con proveedores directos

Evidencias:

- ✓ Los distribuidores dan 8 días para hacer efectivo el pago de las mismas.

- ✓ El sistema está totalmente informatizado y normalizado por lo que el proveedor de origen, ya tiene preestablecido los ingresos, por lo que Helia coop.V., no tiene fuerza para ni siquiera dar ideas. Porcentualmente el 76,60 de las compras son peajes y compra de energía, por lo que las acciones son prácticamente imposible de realizar.
- ✓ En otro orden de cosas, los gastos financieros, ascienden a un 3,36, los alquileres un 4,84, impuestos el 4,86, por lo que prácticamente queda un residual muy pequeño al que se ejerce alguna que otra acción ética.
- ✓ La cooperativa es de reciente creación, por lo que no existe antigüedad con los proveedores.



Valoración:

Puntuación aspecto A2.1: 13 puntos de 42 (30,10 %)

Puntos fuertes:

Cuadro información proveedores y financiadores:

<https://drive.google.com/file/d/1zwJp7k3E4mEdUfRB1S7rbDF-uhLqhGG-/view?usp=sharing>

Áreas de mejora:

Tratar de unir varias cooperativas de comercialización energética con el fin de poder aunar esfuerzos y marcar alguna directiva.

A2.2 Promoción de la justicia y solidaridad en toda la cadena de suministro

Evidencias:

- ✓ Al ser muy pequeños no tienen ninguna fuerza para influir en la cadena de suministro.
- ✓ Sin en alguna ocasión, ha venido algún error en la factura de origen, la empresa tiene un filtro para que no le llegue al cliente.
- ✓ Si Iberdrola no toma las mediciones y presenta las estimativas, (cuando esto ocurre, ponen el mínimo) lo que ocurre es que al cliente un mes le sale bajo y otro muy caro. Es en este caso cuando Helia propone un fraccionamiento del pago, lo hace en forma de carta y se ponen en contacto con el afectado.

Valoración:

Puntuación aspecto A2.2: 4 puntos de 42 (09,50 %)

Puntos fuertes:

En este apartado, la empresa tiene una relación directa y personalizada con los proveedores, por lo que existe un trato justo con todos los implicados en la cadena de suministro.

Áreas de mejora:

Normalizar un protocolo respecto a justicia y solidaridad con los proveedores, en el que se fijen los certificados exigibles a tal efecto.

A2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a proveedores

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existe abuso de poder de mercado frente a proveedores.

Valoración:

Puntuación aspecto A2.3: 00 puntos de 00 (00,00 %)

A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro:

A3.1 Impacto medioambiental en la cadena de suministro:

Evidencias:

El producto que comercializa Helia, no tiene impactos ambientales.

Valoración:

Puntuación aspecto A3.1: **83** puntos de 167 (49,70 %)

Puntos fuertes:

- ✓ La cooperativa no produce, comercializa la Energía VERDE. Certificado energía de origen.
- ✓ Sector eléctrico totalmente regulado, normalizado e informatizado.
- ✓ Cuadro información proveedores y financiadores

<https://drive.google.com/file/d/1zwJp7k3E4mEdUfRB1S7rbDF-uhLqhGG-/view?usp=sharing>

Áreas de mejora:

A3.2 Aspecto negativo: impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro.

Evidencias:

Por las características de la actividad, no existe impacto medioambiental desproporcionado en la cadena de suministro.

Valoración:

Puntuación aspecto A3.2: X puntos de YY (XX %)

A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro.

A4.1 Transparencia y participación democrática de los proveedores

Evidencias:

- ✓ Con los proveedores de Albalera, Guadassuar y Enguera, si que hay un trato directo y personalizado. Con Iberdrola imposible.
- ✓ En cuanto a la información, al estar todo informatizado, es real y transparente.
- ✓ Al estar todo tasado e informatizado, es muy difícil realizar modificaciones. No obstante, si se ha n podido modificar informáticamente el formato de las facturas y el idioma.

Valoración:

Puntuación aspecto A4.1: **21** puntos de 42 (50,00 %)

Puntos fuertes:

El 77,67 de la información esta informatizada y accesible a proveedores, la transparencia está totalmente regularizada.

Áreas de mejora:

A4.2 Promoción de la transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

Evidencias:

- ✓ Está todo tasado y no se puede hacer nada.
- ✓ Las distribuidoras son las que facilitan los consumos totales, Helia no puede dudar de la veracidad de los mismos. El problema es que hasta once meses después no se sabe a ciencia cierta el consumo real, por lo tanto siempre se dan por buenos los datos que mes a mes te van anticipando de consumos.
- ✓ La transparencia es total ya que son los proveedores los que les pasan las mediciones.

Valoración:

Puntuación aspecto A4.2: 21 puntos de 42 (50,00 %)

Puntos fuertes:

La transparencia en el sector eléctrico totalmente normalizado y regulado.

Áreas de mejora:

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros.

B1.1 Independencia financiera: autofinanciación

Evidencias:

- ✓ Trabajan únicamente con Caixabank, ya que ellos fueron los que les dieron la oportunidad y apoyaron en el inicio de su constitución, facilitándoles un crédito de 40.000,00€ con unas condiciones ventajosas.
- ✓ Los créditos solicitados, fueron anteriores, cuando aún no eran independientes. Desde la independencia, se van consolidando las cuentas y por lo tanto se inicia el periodo de equilibrio financiero, lo comido por lo servido.

Valoración:

Puntuación aspecto B1.1: 00 puntos de 5 (00,00 %)

Puntos fuertes:

- ✓ Prestamos iniciales para atender el pago a 8 días de las distribuidoras eléctricas.
- ✓ Cuadro información proveedores y financiadores

<https://drive.google.com/file/d/1zwJp7k3E4mEdUfRB1S7rbDF-uhLqhGG-/view?usp=sharing>

Áreas de mejora:

Previsión Beneficios a partir de 2019 que garanticen la devolución de los préstamos, y reinviertan la tendencia negativa de los fondos propios.

B1.2 Financiación externa orientada al Bien Común

Evidencias:

- ✓ En los inicios es un poco complicado, ya que se demandó financiación para el inicio, (prestamos que se van amortizando), pero llegado el momento que pretendamos también producir la energía, habrá que negociar unas nuevas fuentes de financiación para ese inmovilizado.
- ✓ La cooperativo no pretende crecer y crecer, tiene como objetivo abarcar el crecimiento solo hasta dar servicios adecuado al cliente. Helia pretende que se pueda replicar el formato en otros territorios.

Valoración:

Puntuación aspecto B1.2: 00 puntos de 05 (00,00 %)

Puntos fuertes:

- ✓ Cuadro información proveedores y financiadores
<https://drive.google.com/file/d/1zwJp7k3E4mEdUfRB1S7rbDF-uhLqhGG-/view?usp=sharing>
- ✓ Impuesto sociedades.

Áreas de mejora:

Plantearse un cambio de la entidad financiera hacia una más ética o al menos no tan tóxica.

B1.3 Actitud ética de los proveedores financieros

Evidencias:

- ✓ El proveedor financiero es Caixabank.
- ✓ No se hizo valoración para su elección, ya que fueron los únicos que apostaron por Helia.

Valoración:

Puntuación aspecto B1.3: 0 puntos de 05 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Plantearse un cambio de la entidad financiera hacia una más ética o al menos no tan tóxica

B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros

2.1 Gestión de los recursos financieros de forma solidaria y orientada al Bien Común

Evidencias:

- ✓ Estamos en el primer paso de la cooperativa, donde los costes directos, están totalmente controlados en el sector eléctrico y por lo tanto los ingresos están en consecuencia. En cuanto a los costes indirectos, estos se están minimizando para que no sean una carga.
- ✓ Del ejercicio 2018 no se pueden hacer un análisis regresivo de los beneficios, así como de la compra de activos fijos y aportación a las reservas.

Valoración:

Puntuación aspecto B2.1: 00 puntos de 00 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

En diciembre de 2019, realizar un estudio de viabilidad para el 2020 y 2021, con las repercusiones en adquisición activos fijos, creación de reservas e incremento de los fondos propios de la cooperativa.

B2.2 Aspecto negativo: repartición injusta de los recursos financieros

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existe un reparto injusto de los recursos financieros.

Valoración:

Puntuación aspecto B2.2: X puntos de YY (XX %)

B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros

B3.1 Carácter ambiental de las inversiones

Evidencias:

De momento la cooperativa no ha realizado inversiones en activos fijos que puedan tener una repercusión de carácter ambiental. Lo que realmente si tiene ese carácter ambiental y la propia comercialización de la energía verde

Valoración:

Puntuación aspecto B3.1: 00 puntos de 14 (00,00 %)

Puntos fuertes:

No ha realizado ninguna inversión en el 2018

Áreas de mejora:

En un futuro, cuando se realice una inversión en activos fijos, hay que tener en cuenta el carácter ambiental de la misma.

B3.2 Inversiones orientadas al Bien Común

Evidencias:

Este apartado es muy discutible, ya que todas las inversiones realizadas con objetivo de la cooperativa están encaminadas a un impacto social y ambiental positivo.

Valoración:

Puntuación aspecto B3.2: 7 puntos de 14 (50,00 %)

Puntos fuertes:

Inversión en Energía verde

Áreas de mejora:

B3.3 Aspecto negativo: dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existe dependencia de recursos perjudiciales para el medio ambiente.

Valoración:

Puntuación aspecto B3.3: X puntos de YY (XX %)

B4 Propiedad y participación democrática

B4.1 Distribución de la propiedad orientada al Bien Común

Evidencias:

Son cinco socios iniciales a seiscientos euros iniciales, con la idea de abrirla a todos los clientes. De momento esa ampliación solo podrá hacerse cuando se tengan no menos de 605 asociados a 5 euros cada uno, para poder cumplir los requisitos del registro de cooperativas, ampliaciones múltiples de 3.000,00.

Valoración:

Puntuación aspecto B4.1: X puntos de YY (XX %)

Puntos fuertes:

Cinco socios a partes iguales, con los mismos derechos y obligaciones de forma democrática y parlamentaria en la toma de decisiones.

Áreas de mejora:

Crear un protocolo de pactos para sociales para cuando se haga la ampliación de los cooperativistas, dónde se detallen todos los aspectos, obligaciones y derechos de los mismos.

B4.2 Aspecto negativo: oferta pública de adquisición (OPA) hostil

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existe oferta pública de adquisición (OPA) hostil.

Valoración:

Puntuación aspecto B4.2: X puntos de YY (XX %)

Puntos fuertes:

Potencial de mejora:

C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo

C1.1 Cultura organizacional orientada a las personas

Evidencias:

El formato de cooperativa siempre está alineado con la cultura organizacional orientada a las personas, y así será cuando en Helia incrementen los puestos de trabajo. De momento no se puede valorar.

Valoración:

Puntuación aspecto C1.1: 00 puntos de 19 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Crear protocolo del personal, para un futuro, donde se fijen los criterios de tasas de rotación, antigüedad, encuesta clima laboral, horas de formación, celebración de éxitos, resolución de conflictos, salarios justos, medidas de salud y seguridad en el trabajo, condiciones de igualdad y diversidad, etc.

C1.2 Promoción de la salud y seguridad en el trabajo

Evidencias:

Se cumplen las obligaciones legales, sin fomentar ninguna medida de salud y seguridad en el trabajo

Valoración:

Puntuación aspecto C1.2: 00 puntos de 19 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C1.1

C1.3 Diversidad e igualdad de oportunidades

Evidencias:

Solo un trabajador, imposible hacer una valoración de la diversidad e igualdad de oportunidades.

Valoración:

Puntuación aspecto C1.1: 00 puntos de 19 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C1.1

C1.4 Aspecto negativo: condiciones de trabajo indignas

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existen condiciones de trabajo indignas.

Valoración:

Puntuación aspecto C1.4: X puntos de YY (XX %)

C2 Características de los contratos de trabajo

C2.1 Remuneración

Evidencias:

En los inicios, la remuneración del único trabajador de la cooperativa, garantizan una remuneración digna acorde con los costes de la vida.

Valoración:

Puntuación aspecto C2.1: 4 puntos de 19 (21,05 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Para un futuro, crear protocolo de remuneraciones, horarios, condiciones de trabajo y conciliación familiar, tipos de contrato, etc.

C2.2 Horario laboral

Evidencias:

El trabajador, no tiene un horario fijo, se ajusta a las necesidades de la cooperativa, gestionando de manera consciente su horario laboral, sin exigir un registro de actividades.

Valoración:

Puntuación aspecto C2.2: 4 puntos de 19 (21,05 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C2.1

C2.3 Condiciones de trabajo y en la conciliación

Evidencias:

Solo existe un tipo de contrato laboral indefinido, donde el único empleado puede ajustar su horario a las necesidades de la cooperativa y a la vez conciliar su vida laboral

Valoración:

Puntuación aspecto C2.3: 4 puntos de 19 (21,05 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C2.1

C2.4 Aspecto negativo: contratos de trabajo injustos

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no existen contratos de trabajo injustos.

Valoración:

Puntuación aspecto C2.4: X puntos de YY (XX %)

C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas

C3.1 Alimentación durante la jornada laboral

Evidencias:

El trabajador de Helia, trata de gestionar una alimentación sana acorde con la filosofía de la cooperativa "respeto medioambiente", pero sin marcarse un porcentaje de alimentación ecológica.

Valoración:

Puntuación aspecto C3.1: X puntos de 9 (00,0X%)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Crear para en un futuro, un protocolo de alimentación, movilidad, formación en sensibilización con el medio ambiente, etc.

C3.2 Movilidad sostenible al puesto de trabajo.

Evidencias:

En Enguera la movilidad siempre es a pie. También en las gestiones en las ciudades. No obstante para el desplazamiento entre los municipios se utiliza el vehículo privado.

Valoración:

Puntuación aspecto C3.2: 00 puntos de 9 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C3.1

C3.3 Cultura organizacional sostenible y sensibilización con el medio

Evidencias:

En Helia, por ser cooperativa y comercializar energía verde, la cultura organizacional sostenible y totalmente tolerante con el medio ambiente, por lo tanto su operario en este caso y en un futuro los que pudiera tener, tienen que estar alineados. La formación del actual operario, es autodidacta, a base de las experiencias que va adquiriendo.

Valoración:

Puntuación aspecto C3.3: 1 puntos de 9 (11,11 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C3.1

C3.4 Aspecto negativo: promoción y tolerancia frente a la actitud medioambiental irresponsable

Evidencias:

Por la actividad que se desarrolla, no se tolera una actitud medioambiental no responsable.

Valoración:

Puntuación aspecto C3.4: X puntos de YY (XX %)

C4 Transparencia y participación democrática interna

C4.1 Transparencia interna

Evidencias:

En este caso no podemos valorar, ya que el único trabajador es el que tiene acceso a toda la información.

Valoración:

Puntuación aspecto C4.1: 0 puntos de 00 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Crear para un futuro, protocolo de la forma de la transparencia interna de la información, toma de decisiones, etc.

C4.2 Legitimación de la dirección:

Evidencias:

Tampoco podemos valorar la legitimación de la dirección ya que es el administrador de la cooperativa.

Valoración:

Puntuación aspecto C4.2: 0 puntos de 00 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Idem C4.1

C4.3 Participación de las personas empleadas en la toma de decisiones

Evidencias:

La persona empleada tiene tanto las competencias técnicas como de ejecución, no hay otra, y además participa en voz y voto en las asambleas de Helia

Valoración

Puntuación aspecto C4.3: 0 puntos de 00 (00,00 %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora

Idem C4.1

C4.4 Aspecto negativo: impedimento del comité de empresa

Evidencias:

Por el número de empleados, no existe comité de empresa.

Valoración:

Puntuación aspecto C4.4: X puntos de 00 (XX %)

D1 Actitud ética con los clientes:

D1.1 Comunicación transparente con los clientes

Evidencias:

- ✓ La primera oleada de clientes de la cooperativa, aproximadamente un 33%, son vecinos de la localidad de Enguera que conocen personalmente al presidente y a la administrativa.

- ✓ La relación con ellos, es directa, de amigo a amigo, donde se les detallan a los clientes los posibles beneficios externos que pueden tener, como por ejemplo el bono social, indicando inclusive los diferentes pasos a seguir y a las personas con las que se tienen que contactar, en detrimento de ganar un nuevo cliente. En definitiva, la atención con los clientes es muy personalizada. En un pueblo pequeño se conocen todos por lo tanto la relación es muy transparente.
- ✓ No realizan descuentos, el precio lo fija el kilovatio y no se puede modificar, cualquier descuento es publicidad engañosa, por lo tanto, como cooperativa tienen como norma la transparencia, incluso en la letra pequeña de los contratos, no ponen cláusulas que puedan perjudicar a los clientes.
- ✓ Normalmente la facturación es un poco menor que las empresas del sector, el motivo es muy claro, los gastos estructurales son bajos, pueden poner precios más económicos, en consecuencia, la facturación beneficia al menos a un 95% de los clientes. En otro orden de cosas, la atención justa y tal como hemos comentado anteriormente, perdiendo un cliente potencial por obtener mejor resultado por los beneficios externos (bono social).
- ✓ El eslogan de Helia: “Energía para el Bien Común”.
- ✓ Cualquier anomalía, que por error se observa en las facturas, se corrige inmediatamente, abonando las diferencias.
- ✓ También se revisan los consumos en las franjas horarias, y se invita si salen más beneficiados, cambien de tarifa. Hay cliente que prefiere la sencillez y no quieren franjas horarias, por lo que se les ajusta una tarifa media.
- ✓ Cuando hay un impago, en vez de activar el protocolo generalizado por las comercializadoras, lo que hacen desde Helia es ponerse en contacto con la persona y si tiene solución lo arreglan para que nadie salga perjudicado.
- ✓ La empresa no hace una publicidad directa, se mueven en redes sociales. De la forma que obtienen mejor resultado es con una publicidad indirecta, se dieron cuenta que la ordenanza de residuos, que los suministros inferiores a una potencia de 3 kw, estaban exentos de traslado. Informaron en redes para que los clientes pudieran pedir el certificado correspondiente.
- ✓ También cuando sale una nueva normativa, se les comunica a través de las redes a los asociados. En consecuencia, el informar a los clientes, les da muy buen resultado.

Valoración:

Puntuación aspecto D1.1: 11 puntos de 19 (57,89 %)

Puntos fuertes:

- ✓ Publicidad de boca a boca.

- ✓ Al ser los costes bajos, debido a su estructura, los precios son algo más bajos que los del sector.
- ✓ Se analizan las facturas de los clientes potenciales, si no tienen un importe por debajo de las presentadas, no aconsejan asociarse.
- ✓ Coste medio por debajo de la media 8%.
- ✓ Publicidad muy sencilla en la web.

Áreas de mejora:

D1.2 Accesibilidad

Evidencias:

- ✓ El suministro de energía eléctrica está totalmente regulado, los precios son libres y públicos por lo tanto no existen barreras (impedimentos para los clientes). La única barrera podría ser el idioma (castellano o valenciano) pero ya está solucionado.
- ✓ Normalmente la facturación se hace online, se evita el uso del papel. Si alguna persona mayor, no tiene, o no sabe acceder a las redes, se pasan por las dependencias de la cooperativa o piden una foto de la factura.
- ✓ No tienen publicidad engañosa.
- ✓ Se enseña a los clientes a la lectura de las facturas.
- ✓ Se denunció una oleada de agentes comerciales de puerta fría de otras comercializadoras, los abusos de contratación que estaban realizando en el municipio a los vecinos mayores. En la sala de cultura del municipio de Enguera, se hicieron dos charlas informativas (una para la gente mayor y otra para los vecinos en general), incluso explicando los derechos que tienen de cara a las comercializadoras eléctricas; a la vez de informar a la policía local para que esté sobre aviso si algún comercial llama a su puerta, haciéndole pasar por el ayuntamiento para que deje sus datos.
- ✓ La charla que realizaron para el resto de ciudadanos/as, fue explicarles cómo podían ahorrar energía.



Valoración:

Puntuación aspecto D1.2: **22** puntos de 37 (59,45 %)

Puntos fuertes:

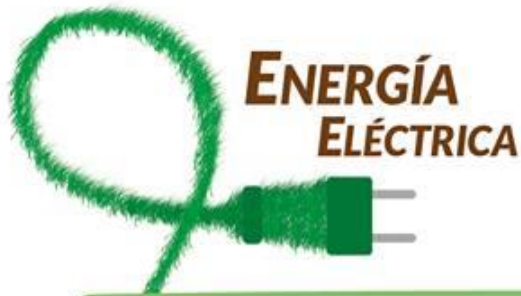
- ✓ La factura es sencilla, además se enseña a los clientes a leer la factura.
- ✓ Se fomenta la formación a los grupos vulnerables, las técnicas que utilizan algunas compañías para conseguir nuevos clientes.
- ✓ La ciudadanía y la policía local colaboran ante los comerciales a puerta. fría.

Áreas de mejora:

D1.3 Aspecto negativo: publicidad engañosa y acciones comerciales no éticas

Evidencias:

Por las características de la política de Marketing que se está desarrollando, no existe publicidad engañosa ni acciones comerciales no éticas.



Consejos para el Consumidor

Ante la visita de un comercial:



EVITE que pasen a su domicilio.
No tiene obligación de atenderlos.

Su **empresa comercializadora** está obligada a informarle de los cambios y ofertas por escrito.
La **empresa distribuidora** nunca va a enviarle personal para verificar datos o el funcionamiento del suministro.

Si decide atenderlos:

Verifique su identidad.
Pregunte para qué empresa trabajan y tome nota de su DNI.



No facilite sus datos personales (DNI y Cuenta del Banco).

NUNCA ENSEÑE su FACTURA de la luz.



Pida que le dejen la información por escrito para revisarla.

¡NO FIRME NADA!



¡NO PERMITA AMENAZAS!

ENERGÍA ELÉCTRICA

Consejos para el Consumidor

Si cree que le han engañado:

En caso de haber dado su número de cuenta, pídale a su banco que no admita cargos diferentes a lo habitual.



Informe a su actual comercializadora.

Avise a las AUTORIDADES.



RECUERDE que tiene un **plazo de 14 días**
para anular el contrato.

Teléfonos de interés:



600 57 80 57



Iberdrola Distribución: 900 171 171



Eléctricas La Enguerina: 96 222 45 12



Policía Local de Enguera: 96 222 52 19 / 670 28 23 72



Ayuntamiento de Enguera: 96 222 40 33



Oficina del Consumidor de Enguera: 96 222 47 61



C/ Santa Barbara,14 - Enguera
www.helialuz.es
info@helialuz.es
www.facebook.com/heliacoopv

Valoración:

Puntuación aspecto D1.3: X puntos de YY (XX %)

D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones

D2.1 Cooperación con otras organizaciones

Evidencias:

- ✓ En primer lugar, se ha relacionado directamente con el Ayuntamiento de Enguera y la oficina del consumidor.
- ✓ En cuanto a empresas, se ha colaborado directamente con la distribuidora de energía de Enguera, dependiente del ayuntamiento, al no ser rentable, quieren deshacerse de ella.
- ✓ Tienen contacto con la Cooperativa de Guadassuar y por supuesto con nuestro proveedor la Cooperativa de Albaterra. Entre ellas se ha contratado a un grupo informático, que ha programado un sistema para acceder y compartir todos los archivos que a nivel estatal se ofrecen a todas las productos, distribuidoras y comercializadores eléctricas. Colaboramos con ellos facilitándoles información para hacer más accesibles y sencillas las facturas, o facturas en castellano o valenciano.
- ✓ Además colaboran con Aeioluz.
- ✓ Toda la información está bajo el amparo de la Ley de Protección de Datos, por lo tanto en cuanto a colaborar y compartir información con otras entidades, siempre se respeta la ley.

Valoración:

Puntuación aspecto D2.1: 17 puntos de 28 (60,71 %)

Puntos fuertes:

Colaboración activa con varias asociaciones y empresas del sector.

Áreas de mejora:

Crear una asociación de cooperativas comercializadoras de energía eléctrica para defender los intereses de las cooperativas.

D2.2 Solidaridad con otras organizaciones

Evidencias:

- ✓ El tema del idioma en la facturación (tal como se ha comentado anteriormente).
- ✓ Se ha colaborado con el vicerrectorado de la universidad con unas charlas. Hay que tener en cuenta que el proyecto Helia es replicable en cualquier localidad, y es uno de los objetivos de la entidad. Por lo tanto se han dado charlas explicando cómo nace Helia, pasos seguidos, problemas encontrados y manera de solucionarlos,

Valoración:

Puntuación aspecto D2.2: 17 puntos de 28 (60,71 %)

Puntos fuertes:

Colaboración activa con varias asociaciones y empresas del sector.

Áreas de mejora:

Fijar protocolo para el seguimiento, aportaciones, costes y resultados de las mismas.

D2.3 Aspecto negativo: abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones

Evidencias:

Por las características de la actividad, no existe ningún abuso de poder de mercado frente a otras organizaciones.

Valoración:

Puntuación aspecto E2.4: X puntos de 00 (XX %)

D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios

D3.1 Relación “coste-beneficio” medioambiental de productos y servicios (Eficiencia y Consistencia)

Evidencias:

- ✓ Por las características del producto, no tiene residuos.
- ✓ En las facturas viene reflejado la emisión de CO2, por lo tanto si conocen este dato a nivel global.
- ✓ Se las informa a los clientes que si pueden acceder a las facturas electrónicas que lo hagan, es ahorro de papel, tanto del documento como el del sobre, así como la de los consumos energéticos de su distribución.

Valoración:

Puntuación aspecto D3.1: 19 puntos de 28 (67,86 %)

Puntos fuertes:

- ✓ Energía VERDE. Certificado energía de origen.
- ✓ Sector eléctrico totalmente regulado, normalizado e informatizado.

Áreas de mejora:

D3.2 Uso moderado de productos y servicios (Suficiencia)

Evidencias:

- ✓ No existen indicaciones sobre el consumo sostenible.
- ✓ Helia realiza talleres formativos de consumos moderados y colabora con la empresa AEIO-LUZ

Valoración:

Puntuación aspecto D3.2: 2 puntos de 6 (33,33 %)

Puntos fuertes:

Talleres formativos sobre consumos moderados.

Áreas de mejora:

Preparar y estructurar una campaña sobre consumos moderados

D3.3 Aspecto negativo: tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente

Evidencias:

Helia no consiente una tolerancia frente al impacto medioambiental desproporcionado y consciente.

Valoración:

Puntuación aspecto D3.3: X puntos de YY (XX %)

D4 Participación de los clientes y transparencia de producto

D4.1 Participación de los clientes en la toma de decisiones, desarrollo de producto e investigación de mercado.

Evidencias:

- ✓ La accesibilidad a la información es total, incluso los días en los que se atiende en las instalaciones. A cualquier problema se le da solución inmediata.
- ✓ El formato de la factura fue una colaboración entre aportaciones de diferentes clientes y la cooperativa.
- ✓ En un principio se colaboró con la cooperativa de Viar (Alicante), las facturas las hacían ellos. Cuando se hacen independientes y se colabora de los clientes, se hacen las modificaciones en el formato de las facturas.
- ✓ El servicio de Helia, es totalmente sostenible, ya que la energía es toda de procedencia renovable.
- ✓ El estudio de mercado es ayudar a la gente.

Valoración:

Puntuación aspecto D4.1: **11** puntos de 28 (39,29 %)

Puntos fuertes:

Helia está totalmente abierta e institucionalizada a los comentarios de los clientes, incorporando las mejoras si fueran posibles.

Áreas de mejora:

Crear registro de las propuestas y sus aplicaciones.

D4.2 Transparencia de producto

Evidencias:

- ✓ La transparencia de los productos es total, ya que están todos muy normalizados.
- ✓ Se informe del origen de la energía, totalmente sostenible y proveniente de renovables.

Valoración:

Puntuación aspecto D4.2: **4** puntos de 11 (36,36 %)

Puntos fuertes:

Energía verde, totalmente transparente. Por ello se informa a sus clientes tanto en consulta privada como en talleres y conferencias.

Áreas de mejora:

Crear registro de los talleres y conferencias informativas del producto, con la valoración del tiempo y coste.

D4.3 No declaración de sustancias/mercancías peligrosas

Evidencias:

Las empresas distribuidoras son las encargadas de marcar los límites de peligrosidad en las redes

Valoración:

Puntuación aspecto D4.3: X puntos de YY (XX %)

E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios

E1.1 Productos y servicios que cubren las necesidades básicas y mejoran la calidad de vida

Evidencias:

- ✓ Subsistencia, salud y bienestar, mucho, la energía es vital para la salud y bienestar de los ciudadanos, calor en invierno, frío en verano, luz, cocinas, calderas, hace funcionar todo tipo de electrodoméstico, todas las maquinarias hospitalares, etc.
- ✓ Protección y seguridad, luz en las calles, alimenta equipos de protección y seguridad.
- ✓ Afecto, la energía es vital para fomentar acciones de afecto. Entendimiento y empatía, alimenta equipos de comunicación, teléfonos, Pcs, etc., que sirvan para la comunicación de las personas.
- ✓ Participación e integración, sin ella, se imposibilitarían procesos de integración.
- ✓ Ocio y recreo, la energía es importantísima para el ocio y el recreo.
- ✓ Creación, la energía vital para los procesos de creación.
- ✓ Identidad y sentido.
- ✓ Libertad y autonomía, en ambos procesos, siempre habrá elementos que necesiten de la energía.
- ✓ Los productos de Helia son de primera necesidad.

Valoración:

Puntuación aspecto E1.1: **19** puntos de 28 (67,86%)

Puntos fuertes:

El producto de Helia, atiende los problemas de ODS.

Áreas de mejora:

E1.2 Impacto social de los productos y servicios

Evidencias:

- ✓ Hubo una subida generalizada de los productos energéticos, pero Helia decidió no subir las tarifas, por lo tanto, fue una medida para aliviar el bolsillo de los asociados.
- ✓ La energía es un producto tangible, pero las formaciones que se dan, si pueden llegar a provocar un cambio de actitud de los clientes frente al medioambiente.

Valoración:

Puntuación aspecto E1.2: 11 puntos de 28 (39,29 %)

Puntos fuertes:

Precios por debajo, sobre un 8% menos de las tarifas y con una formación de cara a los clientes que pueden provocar un cambio de actitud frente al medioambiente.

Áreas de mejora:

Programa de formación para provocar un cambio de actitud de los clientes frente el medioambiente

E1.3 Aspecto negativo: productos y servicios que vulneran la dignidad humana

Evidencias:

La comercialización eléctrica no vulnera la dignidad humana, de hecho cuando existen familias que por uno u otro motivo no pueden atender los recibos de luz, hay diferentes medidas para subsanarlo.

Valoración:

Puntuación aspecto E1.3: X puntos de YY (XX %)

E2 Contribución a la comunidad

E2.1 Impuestos y prestaciones sociales

Evidencias:

Solo una nómina. No IS, pérdidas el primer año.

Valoración:

Puntuación aspecto E2.1: 3 puntos de 14 (21,43 %)

Puntos fuertes:

Entre IVA, retenciones, seguridad social, se ha aporta a la comunidad un 17,63 sobre la cifra de negocio.

Áreas de mejora:

E2.2 Contribución voluntaria a la comunidad

Evidencias:

- ✓ Lista de aportaciones.
- ✓ Actividad deportiva.
- ✓ En un futuro, (una vez consolidada la cooperativa), hay contacto con las asociaciones medio ambientales (nada firmado), para definir qué es lo que quieren aportar a la sociedad, en primer lugar la formación a los jóvenes del concepto de conciencia del concepto de cómo usar la energía y firmar un convenio colaborador.
- ✓ Siempre que hay una fiesta importante en el municipio, desde las posibilidades de Helia, se contribuye con unas pequeñas donaciones. Al año pueden ser unos 200,00 Euros.
- ✓ En resumen, entre las aportaciones y las actividades que realizan, suman unas cuentas horas de las cuales no tienen relación.
- ✓ La repercusión en el beneficio de la empresa por las inversiones realizadas en el municipio, se pueden evaluar, por ejemplo, desde que se iniciaron los talleres, ha disminuido, según la

policía los de vendedores a puerta fría, incluso los vecinos al estar más informados, actúan en consecuencia. De todas formas cuantificar esto, hoy es complicado.

- ✓ Los impactos a largo plazo de esas actuaciones, la cooperativa pretenden que sean muchas y transformadas en el número de asociados.
- ✓ La estrategia y visión de Helia es fomentar la cultura democrática, dar formación suficiente a los asociados y vecinos, para que sean conscientes de todos sus derechos así como de sus responsabilidades. Y por último, conseguir que el municipio de Enguera, sea en energía auto sostenible.

Valoración:

Puntuación aspecto E2.2: 1 puntos de 14 (7,14 %)

Puntos fuertes:

Mucha voluntad inicial en contribuir voluntariamente en actividades de la comunidad.

Áreas de mejora:

Control de las participaciones, tanto en horas como en costes. Y en un futuro, programa de actividades con sus presupuestos correspondientes.

E2.3 Aspecto negativo: elusión y evasión fiscal

Evidencias:

No existe evasión fiscal.

Valoración:

Puntuación aspecto E2.3: X puntos de YY (XX %)

E2.4 Aspecto negativo: falta de prevención frente a la corrupción

Evidencias:

No existen indicios de corrupción.

Valoración:

Puntuación aspecto E2.4: X puntos de YY (XX %)

E3 Reducción del impacto medioambiental

E3.1 Impacto absoluto / Gestión y estrategia

Evidencias:

- ✓ No tiene ningún impacto negativo en proceso de producción de Helia.
- ✓ En las facturas de detallan los diferentes tipos de emisiones.

Valoración:

Puntuación aspecto E3.1: **19** puntos de 28 (67,86 %)

Puntos fuertes:

Energía verde

Áreas de mejora:

Anualmente facilitar información comparativa de la aportación al medio ambiente entre los productos energía verde con el resto.

E3.2 Impacto relativo

Evidencias:

De momento no existe ningún estudio comparativo donde se reflejen las ventajas de los consumos de energía verde del municipio comparado con el resto de productos energéticos.

Valoración:

Puntuación aspecto E3.2: X puntos de YY (XX %)

Puntos fuertes:

Áreas de mejora:

Anualmente facilitar información comparativa de la aportación al medio ambiente entre los productos energía verde con el resto.

E3.3 Aspecto negativo: infracción de la normativa medioambiental e impacto desproporcionado

Evidencias:

Energía verde, no tiene ninguna infracción de la normativa medioambiental

Valoración:

Puntuación aspecto E3.3: X puntos de YY (XX %)

Puntos fuertes:

Potencial de mejora:

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

E4.1 Transparencia

Evidencias:

La cooperativa, ya en su primer ejercicio como independiente, publica el Balance del Bien Común, como resultante de este informe.

Valoración:

Puntuación aspecto E4.1: 8 puntos de 14 (57,14 %)

Puntos fuertes:

Confección del Balance del Bien Común ejercicio 2018.

Áreas de mejora:

Realizar el BBC cada dos años, haciendo comparativa de las mejoras realizadas.

E4.2 Participación del entorno social en la toma de decisiones

Evidencias:

Como toda cooperativa se siguen y defienden los siete principios cooperativos básicos:

1. Adhesión voluntaria y abierta.
2. Gestión democrática por parte de los socios.
3. Participación económica de los socios.
4. Autonomía e independencia.
5. Educación, formación e información.
6. Cooperación entre cooperativas.
7. Interés por la comunidad.

Valoración:

Puntuación aspecto E4.2: **13** puntos de **14** (92,86 %)

Puntos fuertes:

Helia es una cooperativa

Áreas de mejora:

E4.3 Aspecto negativo: manipulación de la información y falta de transparencia

Evidencias:

Valoración:

Puntuación aspecto E4.3: **X** puntos de **YY** (XX %)

Plan de Mejora

Objetivos a corto plazo

Especificado en cada uno de los aspectos.

Objetivos a largo plazo

Especificado en cada uno de los aspectos.

Declaración de conformidad con UE. Divulgación de información no financiera (COM 2013/207)

El consejo europeo aprobó en mayo de 2014 una directiva que debe ser traspuesta en el ordenamiento jurídico de cada uno de los países miembros. La información que debe divulgarse de forma obligatoria (a partir de 500 personas empleadas) es:

Descripción del modelo de negocio. El objetivo de la organización, cómo se satisfacen las necesidades/deseos de los clientes y cómo se consiguen beneficios.

¿De qué políticas dispone la organización para garantizar que se respetan los intereses del medio ambiente, de la sociedad, de las personas empleadas, los derechos humanos y se combate la corrupción?

¿Cuáles son los riesgos principales a los que se enfrentan los procesos y operaciones de la organización en cada una de las áreas antes mencionadas?

¿Cuáles son los riesgos principales a los que se enfrentan los productos, servicios y relaciones comerciales de la organización en cada una de las áreas antes mencionadas?

¿Cómo se gestionan esos riesgos? ¿qué resultados se obtienen?

Divulgación de indicadores no-financieros relevantes

Aplicamos el estándar del Informe del Balance del Bien Común cumpliendo con las exigencias de la divulgación de información no-financiera marcadas por la UE porque este estándar es universal, medible, comparable, público, auditado por una tercera parte, y fácil de entender por el público en general.

Añada un índice en el que se pueda consultar la información requerida por la jurisdicción correspondiente. En el siguiente link encuentra el enlace al BOE.

Directiva Europea 2014/95/UE: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=DOUE-L-2014-83373

Real Decreto-ley 18/2017 https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-13643

Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien Común.

- ✓ ¿Quién ha estado involucrado en la elaboración del Balance y del Informe del Bien Común?

Por parte de la cooperativa, ha participado Santiago Arevalo Llacer y como consultor de empresas del Bien Común Miguel Ribera.

No hay que olvidarse de los participantes del grupo Peer, los hermanos Esteve Bueno (Inforatge), Ruth Palomero (naranjas de Cullera) y Teresa Alepuz Soria (Etic Online S.L.)

- ✓ ¿Qué grupos de interés han estado involucrados (nombre, posición, relación con la organización)?

Santiago Arevalo es el Administrador de la Cooperativa.

- ✓ ¿Cuántas personas y horas de trabajo se han necesitado?

El trabajo se inició en el mes de Mayo, al finalizar el mes de Julio, ya estaba hecho el borrador del BBC. Durante el mes de Septiembre se hizo el grupo Peer y durante la primera quincena de Octubre se confeccionó el informe.

En la elaboración de todo el proyecto se han empleado entorno a las 50 horas

- ✓ ¿Cómo se ha comunicado el Balance y el Informe internamente?

El informe del balance se presentará en la próxima junta de cooperativistas.