

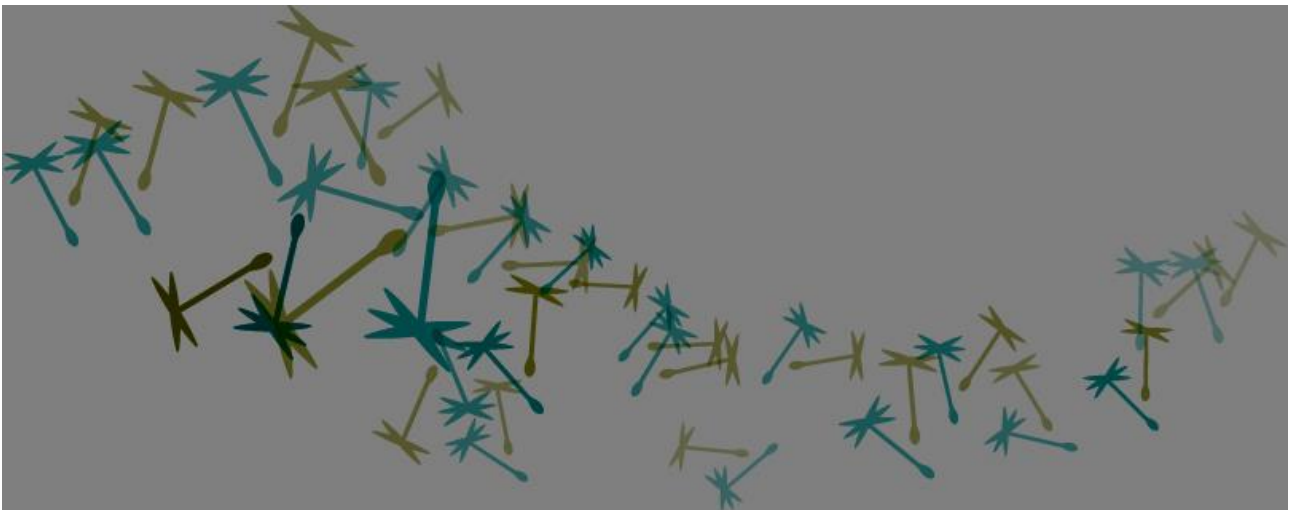
INFORME DEL BIEN COMÚN 5.0



**NATURA Y CULTURA SERVICIOS
AMBIENTALES S.L.**

BALANCE REDUCIDO

Editor: Jose Gámiz González



Ejercicio 2019

Índice

Informe general sobre la organización

Breve presentación de la organización

Productos y servicios

La organización y el bien común

Certificado de auditoría

Apartado A: Empresas proveedoras

A1 Dignidad humana en la cadena de suministro

A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro

A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro

A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

Apartado B: Propiedad y proveedores financieros

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros

B2 Actitud solidaria en la gestión de los recursos financieros

B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros

B4 Propiedad y participación democrática

Apartado C: Personas empleadas

C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo

C2 Características de los contratos de trabajo

C3 Promoción de la responsabilidad ambiental de las personas empleadas

C4 Transparencia y participación democrática interna

Apartado D: Clientes y otras organizaciones

D1 Actitud ética con los clientes

D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones

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

D4 Participación de los clientes y transparencia de producto

Apartado E: Entorno social

E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios

E2 Contribución a la comunidad

E3 Contribución a la comunidad

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

Plan de mejora

Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien Común

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 simplificado 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 acreditado de la EBC



Información general sobre la organización

Tipo de información	Datos de la organización
Nombre de la organización	Natura y Cultura Servicios Ambientales S.L.
Forma jurídica	Sociedad Limitada
Forma jurídica de la propiedad	Régimen especial de trabajadores autónomo
Página web	www.naturaycultura.com www.laorquideadedarwin.com www.emprendedoresostenibles.com www.naturayculturatours.com
Sector	Servicios ambientales (educación y turismo sostenible, ingeniería, consultoría ambiental y similares).
Dirección	C/ Acequia Favara, 30 46470 Massanassa (Valencia)
Personas empleadas	6 (4 empleadas y 2 propietarias)
Personas empleadas eq. a tiempo completo	8.45
Personas empleadas de ETT o temporada	48 temporales que han realizado un total de 3.170 horas
Facturación	370.272,25€
Beneficio anual	48.153,74€
Periodo del informe	2019

Natura y Cultura Servicios Ambientales S.L. (en adelante “Natura y Cultura”), no tiene filiales o empresa matriz. Destacar que la compañía está adscrita a la Asociación de Editores del País Valencia, organización que promociona a escritores de la Comunidad Valenciana.

Breve presentación de la organización



Natura y Cultura nace en el año 1989, con la misión de ayudar a mejorar el medio ambiente y la calidad de vida de las personas, ofreciendo nuestros servicios a las administraciones, centros educativos, empresas y otras entidades.

Somos un equipo multidisciplinar formado por especialistas en las siguientes materias:

- Educación y comunicación ambiental
- Turismo sostenible y actividades para familias
- Diagnóstico de recursos turísticos y programas de dinamización
- Ingeniería ambiental y gestión forestal
- Sistemas de Información Geográfica (GIS)
- Gestión ambiental y desarrollo local sostenible
- Planificación estratégica
- Formación y tutorización empresarial y promoción económica
- Asesoramiento a emprendedores y personas desempleadas
- Educación para la empresa y el emprendimiento sostenible.
- Creación de herramientas informáticas, web y NT.

Productos y servicios

La compañía se estructura en las siguientes áreas de negocio:

ÁREAS



Programas y actividades de educación ambiental (cambio climático, bosques, alimentación sostenible, materia orgánica, ODS, ...).



Rutas y viajes: experiencias de naturaleza y cultura, albergue, proyectos de turismo sostenible y diseño de productos turísticos.



Planificación forestal, restauración de áreas degradadas, estudios e informes... para la conservación, el desarrollo local y el uso público sostenible.



Planificación estratégica: recursos y herramientas para acompañar políticas y planes de desarrollo local sostenible.



Natura y Cultura se plantea la educación sostenible como una herramienta necesaria para conseguir entornos más saludables con el fin de obtener una mejor calidad de vida.



Los jóvenes son responsables tanto del momento actual como futuro, es por ello que somos conscientes de la importancia de guiarlos en el descubrimiento de modelos y actitudes respetuosas con el medio ambiente y la sociedad en la que vivimos.

Para nosotros el juego es el recurso clave que permite despertar la curiosidad y descubrir el mundo que nos rodea, desarrollando su espíritu crítico y de análisis.



Rutas y viajes: experiencias de naturaleza y cultura, albergue, proyectos de turismo sostenible y diseño de productos turísticos.

Organizamos los viajes bajo la premisa de la sostenibilidad y la responsabilidad. Pensamos que las personas debemos comprometernos con el medio ambiente, la cultura y la sociedad de cada localidad que visitamos y de cuyos recursos disfrutamos.

Los programas que organizamos cuentan con la experiencia de los trabajos técnicos en los distintos territorios visitados, y contamos con profesionales en los campos del turismo, la biología, la ecología, el arte y la dinamización de grupos. Personas amantes de las personas y de su trabajo.

Para las actividades con alojamiento, en los centros de Natura y Cultura, disponemos de restaurante de comida saludable y tradicional, y fuera de nuestros centros trabajamos con empresas locales y vinculadas a los productos artesanales.



Planificación forestal, restauración de áreas degradadas, estudios e informes... para la conservación, el desarrollo local y el uso público sostenible.

Ofrecemos un enfoque transversal del Medio Ambiente y un equipo experto para afrontar la resolución de problemas desde un punto de vista ambiental, lo que supone aplicar técnicas innovadoras en múltiples campos. Aplicamos el principio de sostenibilidad en todo lo que desarrollamos, al tiempo que planteamos los proyectos con una visión no cortoplacista. Planteamos el Medio Ambiente no sólo con una perspectiva finalista, sino como algo inherente a todo tipo de proyectos, lo que permite integrar el componente ambiental.

Además, Natura y Cultura S.L. se apoya en el resto de departamentos para desarrollar soluciones completas mediante la integración de tecnologías, como los Sistemas de Información Geográfica y el desarrollo de software.



Planificación estratégica: recursos y herramientas para acompañar políticas y planes de desarrollo local sostenible.

Contribuimos al avance, mejora y satisfacción de nuestros clientes, desde la definición de necesidades hasta el alcance de los objetivos planteados, desde el inicio hasta el despegue y la consolidación del proyecto.

El enfoque de sostenibilidad supone el diseño de estrategias de desarrollo que van más allá que las acciones oportunistas con efectos a corto plazo. Sin renunciar a la obtención de resultados a corto plazo, una buena planificación exige una visión sistémica sobre horizontes de medio y largo plazo. Se pretende actuar en el presente para influir y modelar su propio futuro, evitar que el entorno próximo y local vaya a la deriva de los azares de la globalización, siempre apoyado sobre los tres pilares de la sostenibilidad:



- Aspectos económicos
- Aspectos sociales
- Aspectos medio ambientales

PROYECTOS



Capacidades emprendedoras, mediante un proyecto cooperativo en el aula trabajando los ODS y la economía del bien común



Editorial especializada en educación ambiental. Actividades de dinamización a la lectura mediante la literatura, el teatro la música...



Proyectos de voluntariado ambiental y promoción de la participación ciudadana para jóvenes y para adultos.



Un espacio del Ayuntamiento de Torrent, gestionado por Natura y Cultura, para impulsar el desarrollo sostenible del territorio.

En el ejercicio 2019 la distribución de la facturación por las áreas de servicio fueron las siguientes:

- 80% Educación ambiental.
- 10% Ingeniería ambiental.
- 8% Turismo sostenible.
- 2% Desarrollo sostenible.



La organización y el Bien Común

Persona de contacto: José Albano López López.

Natura y Cultura es una empresa que nace con una vocación de trabajar por la sostenibilidad y la calidad de vida. Desde sus inicios en 1989, y tras la constitución de la actual sociedad, ha tenido como principios los que ahora se engloban en la economía del bien común. Las distintas áreas están enfocadas a orientar el bien común, concretamente:

- El área de educación ambiental. Trabaja desde sus inicios por educar: ofrecer información y herramientas para promover el cambio de la ciudadanía hacia modelos de vida acordes con el desarrollo sostenible y todo lo que ello implica.
- Escuela de Emprendedores Sostenibles. Trabajamos con un proyecto concreto para promover el cambio de modelo económico hacia uno fundamentado en la EBC desde hace ocho años. Hemos invertido y estamos invirtiendo en este proyecto recursos propios.
- Área de ingeniería y consultoría ambiental. Trabajamos en proyectos orientados a recuperar y crear entornos sostenibles, donde sea compatible la conservación y el uso público, y siempre que sea posible permitan generar recursos económicos y de empleo, ayudando al desarrollo local. Diseñamos planes para orientar modelos sostenibles y que promuevan la calidad de vida.
- Turismo sostenible. Bajo distintas acciones (actividades turísticas, diseño de recursos turísticos, etc.) promovemos el uso, la conservación y la mejora del entorno, haciendo de la actividad turística un elemento de promoción y conservación de los espacios naturales, urbanos y culturales.
- Voluntariado Ambiental. Hemos desarrollado programas para promover la participación ciudadana en la sostenibilidad y que son recurso de cambio y sensibilización ciudadana.
- Editorial la Orquídea de Darwin. Hace 10 años pusimos en marcha una editorial especializada en educación ambiental, donde todos los libros tienen como objeto el promover valores, actitudes y motivación para el cambio ético y la concienciación ambiental —por la sostenibilidad—.

Podemos señalar que los principios de la empresa, a la hora de funcionar, organizarse y también sus productos y servicios tienen como base y como fin el objeto de la economía del bien común.



Certificado de auditoría

EVALUACIÓN PEER MATRIZ 5.0 (auto-evaluación en grupo Peer)

Empresa/Organización: NATURA Y CULTURA SERVICIOS AMBIENTALES S.L.

Otros participantes: Productora Matrónom S.L.

Moderador/a: José Miguel Ribera Esteva

Esto no es un testado, sino el resultado de una evaluación recíproca entre empresas partiendo de una autoevaluación. Durante el proceso no se han seguido documentos de prueba, por lo que los resultados pueden diferir tras una auditoría externa. Para obtener más información sobre los temas y aspectos de la matriz y su auditoría consulte: www.economia-del-bien-comun.org

Certificado
válido hasta el: 01/11/2022

LEYENDA DE LOS NIVELES

VALOR						
GRUPO DE INTERÉS	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD ECOLÓGICA	TRASPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA		
A: PROVEEDORES	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro Nivel <u>2</u>	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro Nivel <u>1</u>	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro Nivel <u>3</u>	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro Nivel <u>1</u>	4 Ejemplar: Ideas innovadoras e implementadas. Mejores prácticas	
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros Nivel <u>3</u>	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros Nivel <u>2</u>	B3 Inversiones sostenibles y uso de recursos financieros Nivel <u>4</u>	B4 Propiedad y participación democrática Nivel <u>2</u>	3 Ejemplar: Buenos resultados, se evalúan y se implementan medidas adicionales.	
					2 Avanzado: Buenos prácticas, primeras cambios/medidas han sido implementados	
C: PERSONAS EMPLEADAS	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo Nivel <u>2</u>	C2 Características de los contratos de trabajo Nivel <u>3</u>	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas Nivel <u>4</u>	C4 Transparencia y participación democrática interna Nivel <u>2</u>	1 Primeros pasos: Buena voluntad, recursos, auditó, discutí, tomé medidas, estoy informado y he reflexionado	
					0 Básico: Nunca pensé, no hay información, no hay riesgo.	
					-1 Riesgo poco relevante, medidas de corrección iniciadas	
D: CLIENTES Y OTRAS ORGANIZACIONES	D1 Actitud ética con los clientes Nivel <u>2</u>	D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones Nivel <u>2</u>	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios Nivel <u>4</u>	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto Nivel <u>2</u>	-2 Riesgo poco relevante, medidas de corrección no iniciadas	
					-3 Riesgo significativamente relevante, medidas de corrección no iniciadas	
E: ENTORNO SOCIAL	E1 Propósito e impacto positivo de productos y servicios Nivel <u>3</u>	E2 Contribución a la comunidad Nivel <u>2</u>	E3 Reducción del impacto medioambiental Nivel <u>4</u>	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social Nivel <u>1</u>	-4 Riesgo muy relevante, medidas de corrección no iniciadas	



NODO EMPRESA
SUBNODO CONSULTORÍA

**ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN**
Un modelo de economía con futuro

CERTIFICACIÓN PEER

La Asociación Española para el Fomento de la Economía del Bien Común certifica que:

La organización **NATURA Y CULTURA SERVICIOS AMBIENTALES S.L** de Valencia, ha realizado y completado, un proceso de evaluación peer con la organización **Produccions Metrònom S.L**, para la confección de su Balance del Bien Común, siendo José Miguel Ribera Esteve, el consultor de proceso. En el período entre julio a octubre de 2020.

Natura y Cultura Servicios Ambientales S.L. aportó su memoria y registro de evaluación.

Se entrega, junto con este certificado, la matriz de certificación, ambos con validez hasta el 01/11/2022

Fecha de emisión: 20/10/2020

Fdo: Carlos San Juan
Responsable Nodo empresas AFEF-EBC

**SAN JUAN
MOLLA CARLOS
- 51345708W**
Firmado digitalmente
por SAN JUAN MOLLA
CARLOS - 51345708W
Fecha: 2020.10.20
18:28:33 +02'00'



NATURA Y CULTURA SERVICIOS AMBIENTALES S.L.

Organización pionera de la

ECONOMÍA 
DEL BIEN COMÚN

Un modelo de economía con futuro

Certificación Peer 2 semillas



20/11/2020

Ver. M5.0

Válida hasta 01/11/2022



Diagrama de araña. Valores de Natura y Cultura S.L.

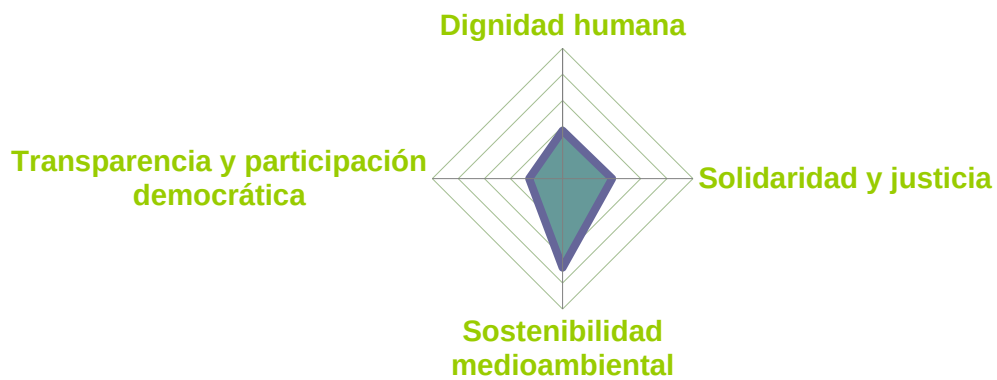


Diagrama de araña. Grupos de interés de Natura y Cultura

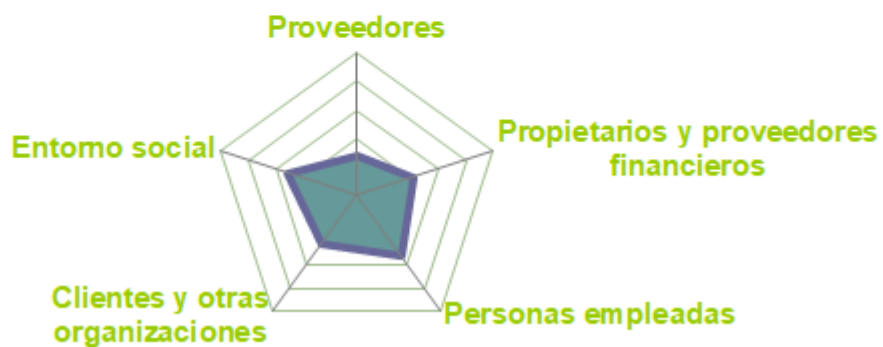
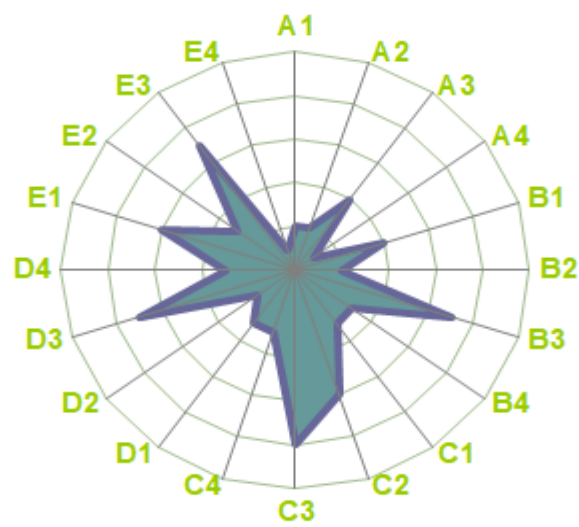




Diagrama de araña. Temas de Natura y Cultura S.L. S





Apartado A: Empresas proveedoras

A1 Dignidad humana en la cadena de suministro

Natura y Cultura es una compañía de servicios que por sus actividades empresariales desarrolla y volumen de negocio, no precisa de materias primas y/o productos que supongan un alto riesgo de vulneración de los Derechos Humanos y Laborales. Además, posee un número reducido de empresas proveedoras, lo que hace que exista una relación cercana y de confianza con la mayoría de los mismos, puesto que la gran mayoría son comercios, empresas y profesionales locales.

Los principales criterios en la selección de empresas proveedoras son los siguientes:

- **Relación calidad/precio.**
- **Solvencia técnica.**
- **Proximidad**, tanto por criterios ambientales, reducción del coste ambiental del transporte, como sociales, de fomento de la economía local.
- **Tamaño.** Priorizando la compras y contrataciones de PYMES y profesionales liberales.

Con ello, lo que se pretende es ser coherente con la idiosincrasia de la propia Natura y Cultura, así como su filosofía y cultura corporativa. Con el fomento de las compras en pymes y profesionales liberales, de su entorno, hacen que tengan una mayor facilidad y acceso de información del desempeño y modelo de negocio de los mismos, por lo que no se solicitan propuestas a empresas del entorno, cuyo enfoque de gestión no está orientado hacia el Bien Común, tanto en su vertiente social como ambiental.

En la actualidad los proveedores de mayor volumen y estratégicos, son empresas en las que Natura y Cultura mantiene una larga relación, de acuerdo con su enfoque de establecer relaciones de confianza basadas en la confianza y el beneficio mutuo de todas las partes.

Las empresas proveedoras de productos, como es el caso de imprenta, papelería y similares, se han descartado propuestas más económicas, de servicios y producciones situadas en el sureste asiático, con el fin de evitar riesgos de vulneración de la dignidad humana en las cadenas de aprovisionamiento de sus empresas proveedoras, un aspecto que tratan de aplicar a la mayoría de familias de compras, huyendo de las colaboraciones directas con multinacionales. Por lo que en la actualidad solo se trabaja con multinacionales en materia de suministros y servicios de telecomunicaciones.

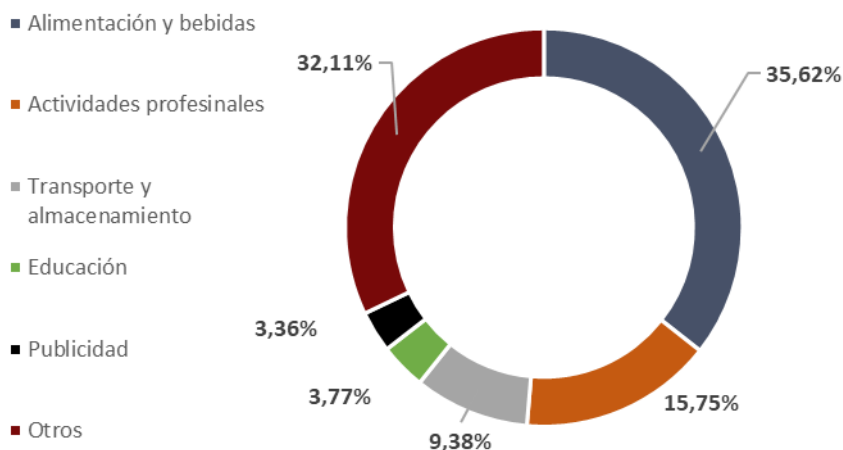


Natura y Cultura, en la actualidad no tiene implementado un sistema de homologación social de empresas proveedoras, puesto que el propio tamaño de la organización, hace inviable abordar la implantación y mantenimiento del mismo de manera eficiente y se ha apostado por establecer un sistema más informal basado en las percepciones e informaciones solicitadas a sus empresas proveedoras, así como, recomendaciones y referencias de otras empresas y organizaciones que comparte una visión análoga de gestión a la corporativa.

Principales indicadores:

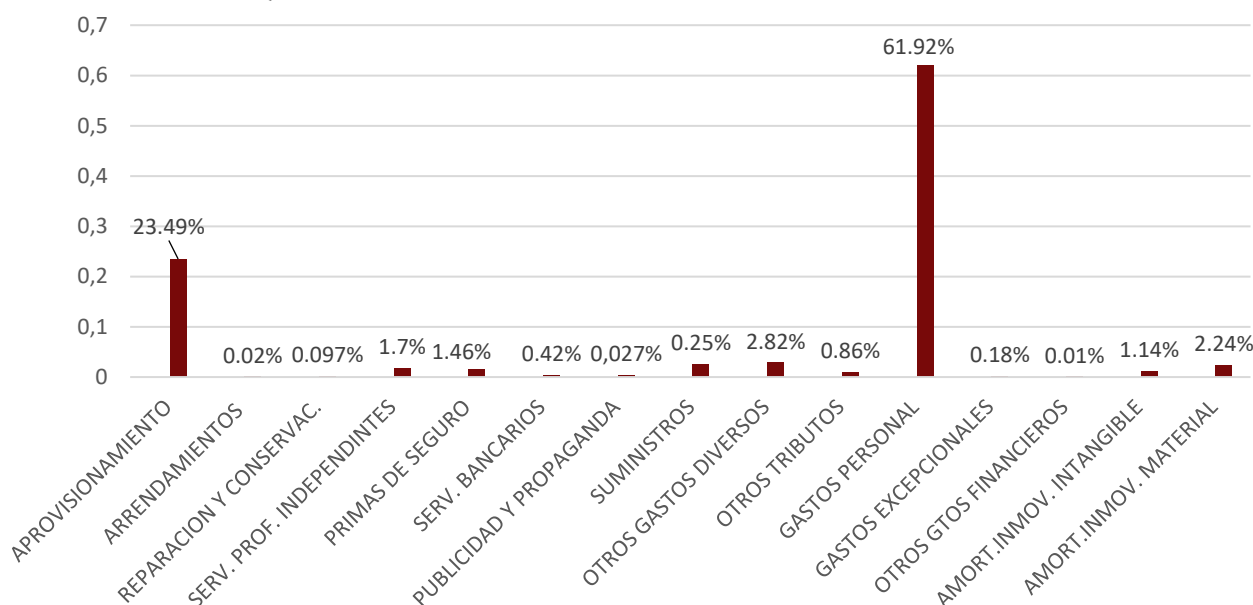
- **Tabla de productos y servicios adquiridos y % respecto al gasto total de compras.**

Distribución inversión por familias de compras



- **% de productos y servicios producidos bajo condiciones justas:** Dicho indicador no está calculado.

% ADQUISICIÓN PRODUCTOS Y SERVICIOS CLASIFICADO POR TIPO DE GASTO



Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar el procedimiento de compras responsables.
- Documentar y publicar su política de compras responsables.
- Identificar productos con mayor riesgo social y establecer una gestión del mismo, en su caso.
- Identificar posibles alternativas de productos principales, que no estén certificados como comercio justo o similares.



A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro

La construcción de relaciones duraderas y basadas en el beneficio mutuo de Natura y Cultura con sus empresas proveedoras, se ha basado desde su fundación, en los siguientes principios de actuación:

- **No negociación de precios a la baja con sus proveedores.** Por ello, se suelen solicitar al menos tres propuestas en las nuevas contrataciones, realizando una valoración global de la oferta (social, ética y medioambiental) y no solo del apartado económico. En las empresas que ya se mantiene una larga relación, suelen existir diferentes empresas proveedoras para un mismo producto o servicio, por lo que en muchas ocasiones ya se tiene identificado el proveedor más idóneo que, por proximidad de la prestación del servicio, tiempo de entrega del producto o similares, se conoce que empresa proveedora puede ofertar un precio más competitivo por el ahorro de costes logísticos, economías de escala o similares.
- **Fomento de la contratación con organizaciones y/o profesionales que fomenten la economía social y local**, por lo que suele priorizar la relación con empresas cooperativistas, como son el caso del proveedor financiero o papelería, comercio local de Torrent y Massanassa (poblaciones de las sedes de los centros de trabajo) y profesionales liberales.
- **Definición de condiciones de contratación**, la política de pagos de Natura y Cultura es de 30 días desde la entrega de factura, por lo que mensualmente se liquidan las facturas recibidas en cada periodo de pago.

Por último, destacar que los proyectos realizados de manera conjuntamente para determinadas contrataciones y/o licitaciones públicas, con otras empresas o profesionales liberales, se acuerdo el pago de los servicios, al cobro de los servicios de la administración pública.

Principales indicadores:

- **95% de las empresas proveedoras se han seleccionado con criterios de justicia y solidaridad, exceptúan suministros locales, telefonía y similares.**
- **Pago a 30 días factura recibida.**

Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar el procedimiento de compras responsables, en el que se incluya las condiciones de contratación general.
- Documentar y publicar su política de compras responsables.
- Identificar posibles alternativas de productos principales, que estén certificados bajo criterios de justicia y solidaridad.



A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro

Dada la actividad, filosofía y conocimientos ambientales del propio equipo, Natura y Cultura tienen identificados sus principales riesgos ambientales de su cadena de aprovisionamiento, por ello, a la hora de contratar y/o adquirir los servicios y/o productos con mayor sensibilidad ambiental, tienen establecidos los criterios que deben seguir las empresas y/o sus productos suministrados. A continuación, se indican los principales riesgos ambientales de la cadena de aprovisionamiento, así como, medidas establecidas:

- **Suministro eléctrico.** El suministro eléctrico de Natura y Cultura es gestionado a través de una empresa comercializadora local, que realiza la adquisición de la energía, teniendo en cuenta dos criterios, ambiental y económico. Por ello, y de acuerdo con las directrices de la organización, se adquieren ofertas cuyos pulls energéticos provienen de energía más limpias y renovables, con el objetivo de mitigar y/o eliminar los gases efecto invernadero causados por su consumo.
- **Servicios logísticos.** Dentro de los servicios que oferta Natura y Cultura, en ocasiones, se realizan excursiones o desplazamientos de los asistentes. En dichos casos, se contratan compañías de transporte de pasajeros locales, las cuales al inicio de la relación se establecieron toda una serie de requerimientos con el objetivo de disminuir el impacto ambiental derivado del mismo, en los que se incluye la gestión residuos peligrosos mediante gestores autorizados o conforme a lo establecido en la normativa española, certificación de gestión ambiental, autobuses que cumplan con la normativa en materia de emisiones, flota diversa para adaptar el vehículo al número de pasajeros y similares.
- **Material de papelería, imprenta y similares.** Aunque no existe un elevado gasto en papelería, para Natura y Cultura, es un elemento fundamental, dado que la gran mayoría del mismo, es utilizado en formaciones, escuelas de veranos, etc., siendo sus principales usuarios niños y niñas que asisten a los mismo. Por ello, toda la adquisición de papelería, material docente y similares utilizados, es seleccionado con criterios ambientales, tratando de ejemplarizar y sensibilizar tanto a las personas usuarias como a sus progenitores o tutores, de la importancia de la compra responsable. Con ello, se evitan en la medida de lo posible, todo tipo de elementos procedentes de plásticos y derivados del mismo, realizando una apuesta por los productos de origen de madera, con certificaciones de deforestación sostenible, así como, reciclables, reutilizables, sostenibles y/o ecológicos.
- **Alimentación.** Una de las ventajas de contar con un pequeño servicio de restauración en las instalaciones de Torrent (concedido dentro de la contrata del centro y el cual actualmente está subarrendado a un profesional de la hostelería), es que permite en los diferentes servicios e restauración realizado en las escuelas de verano, formaciones y similares, realizar menús basados en productos de proximidad, autóctonos y saludables. Del mismo

modo, existen determinados días de la semana, en los que se tiene establecido el servicio de comida vegetariana y similares.

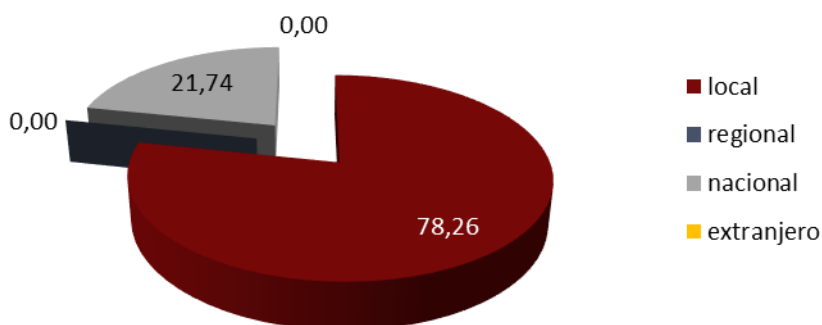


Por último, destacar que la cercanía de las empresas proveedoras de productos, permite que la recogida de materiales, sea realizada por personas del equipo, antes de desplazarse al centro de trabajo, evitando los costes ambientales de su reparto.

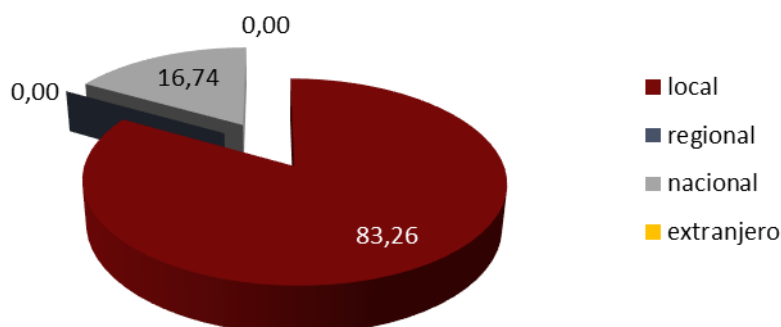
Principales indicadores:

- **100% del material de imprenta y papelería es adquirido bajo criterios ambientales y tienen certificaciones en dicho sentido.**
- **100% de las empresas de transporte de pasajeros tienen implementado un sistema de gestión ambiental.**
- **100% de las empresas de transporte de pasajeros, cumplen la normativa de emisiones.**
- **100% de la energía eléctrica consumida es comprada con criterios ambientales.**
- **100% de los alimentos de menús utilizados en escuelas de verano y similares, es adquirido bajo criterios de proximidad, productos autóctonos y/o sostenibles.**

% COMPRAS POR Nº PROVEEDORES



% COMPRAS POR IMPORTES



Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar los requerimientos ambientales de los productos.
- Documentar y publicar su política de compras responsables, en la que se incluyan los criterios ambientales aplicados.
- Realizar un registro de productos adquiridos y criterios ambientales que se exigen y cumplen.



A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

El contenido del presente apartado ha sido desarrollado de manera conjunta con el apartado anterior A2 Justicia y Solidaridad en la cadena de suministro, para favorecer la comprensión y desempeño de Natura y Cultura en estos apartados, dado su modelo de negocio.

Apartado B: Personas propietarias y empresas proveedoras financieras

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros

La gestión económico financiera realizada por Natura y Cultura, está igualmente impregnada de los valores y filosofía de la organización. Realizar una gestión ejemplar y responsable, es lo que ha posibilitado a la organización un crecimiento sostenible y sostenido en el tiempo, en la que se ha favorecido y priorizado el crecimiento, desarrollo y resiliencia del modelo de negocio.

A continuación, se indican los principales criterios de gestión financiera:

- No distribución de dividendos.
- Dimensionamiento de los gastos a la facturación y beneficio obtenido.
- Planificación estratégica financiera.
- Reinversión de los beneficios en la propia organización.
- Independencia de la financiación bancaria.
- No aceptación de socios inversores.

Respecto a la financiación, Natura y Cultura ha tratado siempre de evitar la financiación bancaria, por ello, cuando han tenido necesidades de tesorería, las acciones implementadas han sido dejar de percibir prestaciones económicas (“nóminas”) de los propietarios y en algunos casos, recurrir a dotaciones económicas de los mismos.

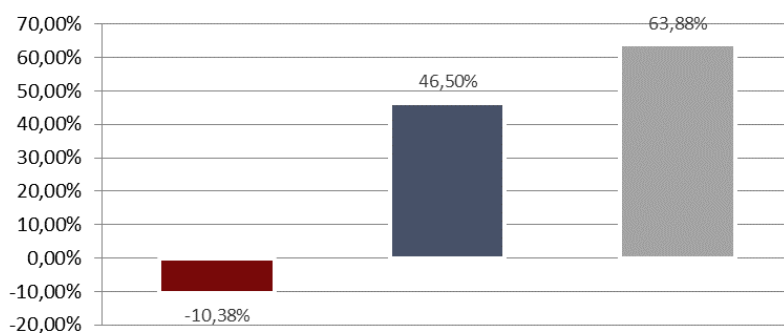
En la actualidad, Natura y Cultura tiene una póliza de crédito (ICO) por un importe de 20.000€, la cual no ha sido utilizada hasta el momento, pero ha sido contratada, para poder afrontar posibles contingencias, siendo actualmente la única financiación existente de la organización.



Principales indicadores:

- **Fondos propios: -10,38% (fondos propios sobre patrimonio neto y pasivo).**
- **Financiación desglosada según tipo: 100% deuda es a largo plazo con partes vinculadas (familiar de la propiedad).**

RELACION € PARTIDAS PATRIMONIO NETO



Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar los criterios de gestión financieros estratégicos, como el no reparto de dividendos, obligación de destinar el beneficio a reservas y reinversión de la compañía y similares.
- Incrementar las reservas de la organización, para ampliar la viabilidad y sostenibilidad financiera de la organización.
- Realización de un plan para la amortización de la deuda a largo plazo.

B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros

Un factor clave de la gestión financiera realizada, ha sido el control y previsión de gastos de la organización, con el fin de dimensionar los mismos a su modelo de negocio, facturación y beneficios. Ser una empresa de servicios que no requiere de grandes inversiones en materias primas, auxiliares, infraestructuras y similares, ha favorecido el tener un control más preciso de los gastos, así como, realizar previsiones más certeras, que permiten adaptar su gestión, dado que la mayoría de ingresos provienen de proyectos de las administraciones públicas y similares, en los que el detalle de inversiones y gastos, se prevé antes del inicio del proyecto y sus desajustes no suelen ser significativos.

La propiedad siempre ha priorizado la reinversión en la propia organización, con el objetivo de mejorar sus líneas de negocio, así como crear otras nuevas capaces de generar sinergias, con el fin de poder ofrecer un amplio abanico de servicios, en línea con el objeto y misión de la propia

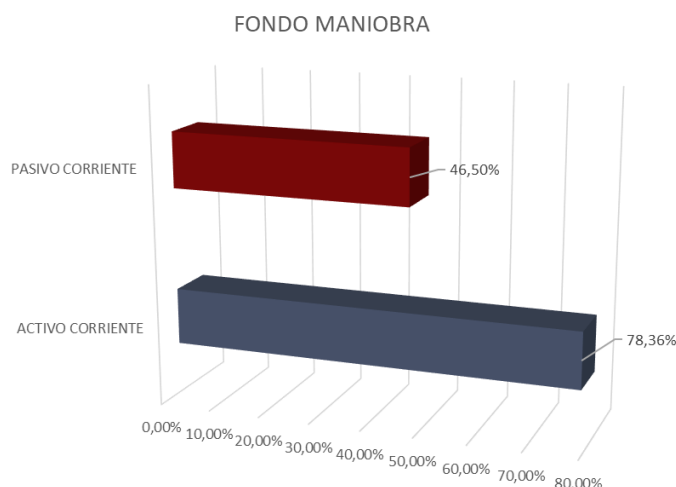
organización, capaz de cubrir una amplia demanda de los servicios de sus clientes tipo y potenciales.



Por ello, nunca se ha realizado un reparto de dividendos de los beneficios obtenidos y los salarios establecidos para la propiedad, siempre han sido por sus funciones y cargos desempeñados en la empresa. En los ejercicios, en los que se obtiene un beneficio alto y por encima de lo previsto, no se ha realizado un reparto de dividendos, pero si se ha realizado un bonus a todas las personas empleadas, excepto la dirección general, por tener un salario ligeramente superior al del resto de personas de la organización.

Principales indicadores:

- **Beneficios: 48.340,12€ del ejercicio 2019**
- **Gastos previstos para el siguiente ejercicio: 85.000€**
- **Gastos estratégicos realizados: 0€.**
- **Altas de activos: 0€.**
- **Total aportación a las reservas acumuladas: 34.478.15€**
- **Reparto de dividendos: 0€**



Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar el no reparto de dividendos de la propiedad.
- Documentar los criterios/sistema de reparto de beneficios entre las personas empleadas, los cuales deberán ser objetivos.

B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros



En el presente apartado, habría que indicar que la organización no dispone de activos, patrimonios e instalaciones significativas, ni un elevado beneficio, por lo que sus inversiones no son relevantes a nivel cuantitativo. Por ello, lo más destacable en la elección de proveedores bancarios para la gestión operativa bancaria, así como, su inversión en la propia organización del beneficio.

Respecto a las entidades financieras proveedoras de Natura y Cultura, indicar que mantiene su operativa en dos entidades. La primera ellas pertenece a la denominada Banca Ética (Triodos Bank) y la segunda es Caixa Popular, la cual es una cooperativa, con una alta implantación en la provincia de Valencia, que concentra toda su obra social de manera local, tanto en proyectos sociales como ambientales. La relación con Caixa Popular, va más allá del ámbito comercial, dado que dicha entidad patrocina y esponsoriza algunas de las actividades de Natura y Cultura. Además, entra dentro de su filosofía de compras y contratación, puesto que es una entidad local y con una alta sensibilidad en materia ambiental.

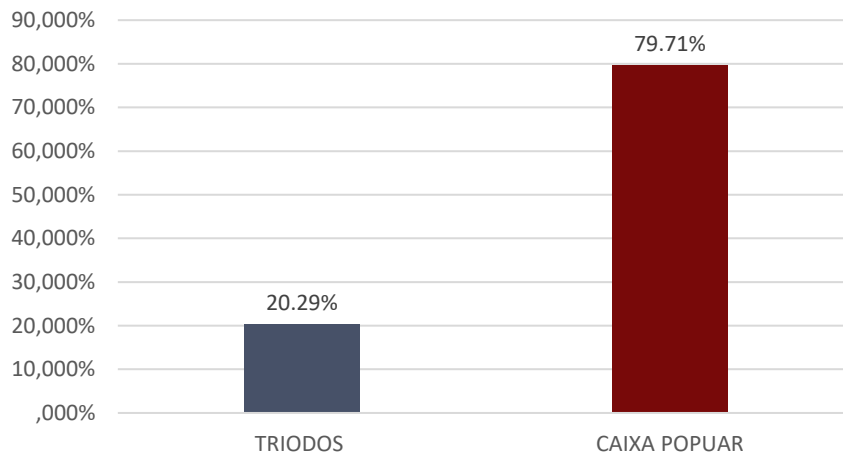
Respecto a la reinversión en la propia empresa, está se centra en la mejora de sus líneas de negocio, así como, en la creación de nuevas líneas, las cuales siempre tienen un mismo denominador común, el desarrollo de productos y servicios ambientales, que fomenten un mayor respeto y cuidado del mismo.

Principales indicadores:

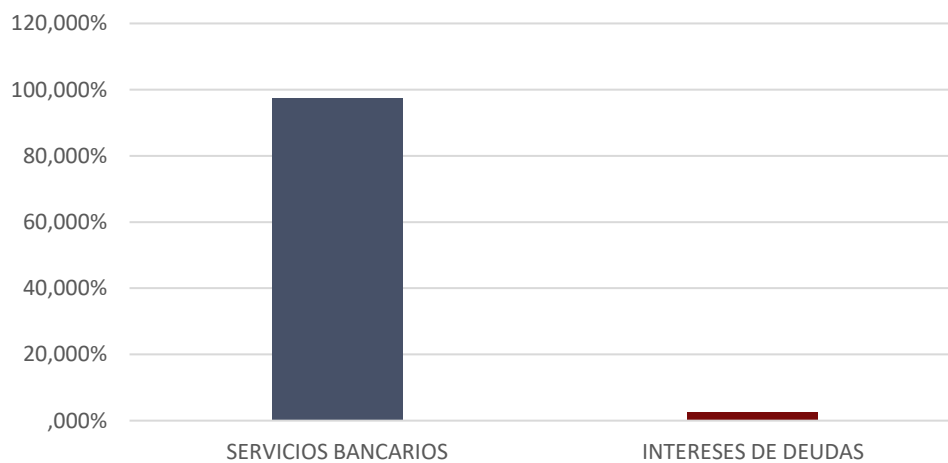
- ***100% de la operativa y productos bancarios se realiza a través de banca ética y un banco cooperativo local.***
- ***100% de la inversión en la organización está en la creación de líneas de negocio ambientales.***
- ***100% de los proveedores financieros seleccionados con criterios sostenibles e impactos sociales y ambientales.***
- ***20,29% de la actividad bancaria es realizada a través de la banca ética.***
- ***79,71% de la actividad bancaria es realizada a través de una cooperativa bancaria local, con una alta implicación social y ambiental en la provincia de Valencia.***



% ACTIVIDAD POR ENTIDAD FINANCIERA



PORCENTAJE SERVICIOS FINANCIEROS



Objetivos y áreas de mejora:

- Definir y documentar un plan inversiones, para futuros excedentes de caja, bajo criterios ambientales y sociales, tanto financieros como no financieros.

B4 Propiedad y participación democrática

La sociedad limitada Natura y Cultura, es propiedad de sus dos socios fundadores, José Albano López López y Sandra López Berasategui, los cuales están unidos por parentesco familiar (padre e hija). En la actualidad y desde su creación, ambos trabajan en la organización de manera exclusiva.



La forma jurídica de la organización, así como, apertura del accionariado es un tema que actualmente sus socios fundadores se están planteando, en dicho sentido, desean dar un giro y están estudiando convertir la sociedad limitada en una cooperativa u otra fórmula más social, en la que solo puedan participar las personas empleadas, dado que desde su fundación la propiedad siempre ha tenido claro el rechazo a socios inversores o similares. No obstante, dada la situación actual (económica y social), así como, con el objetivo de abrir el accionariado a las personas empleadas, creen conveniente tener una sociedad más saneada y fuerte económicamente, para presentar una propuesta más atractiva en un futuro.

Las decisiones a nivel de propiedad, se toman siempre en consenso entre ambos socios. A nivel de gestión, la apuesta de la propiedad, ha sido velar por una alta transparencia con sus personas empleadas, así como, hacer partícipes a los mismos de las decisiones estratégicas, como aperturas de nuevas líneas de negocio, mejora de las existentes, soluciones de gestión y similares.

Los planes de acción anuales, son siempre debatidos y confeccionados por todo el equipo de trabajo, manteniendo reuniones de manera periódica, en la que se transmite la situación financiera, estado de los proyectos y nuevas ideas de implantación. El alto conocimiento y especialización de los profesionales que forman el equipo, hacen que no solo se les escuche en mejoras y otros desarrollos de sus áreas, sino que la dirección general (llevada por Albano) y la propiedad, fomentan la proactividad e iniciativa del equipo, en el que se confía en todo momento.

Anualmente se realiza una reunión general, donde se revisa la situación financiera y estratégica de la organización, así como, los planes y previsiones para el siguiente ejercicio. También se realizan reuniones generales, en las que se transmite el seguimiento del año de manera trimestral o cuatrimestral, en función de las necesidades y contexto. Al margen de dichas reuniones programas, se realizan igualmente reuniones de todo el equipo ante situaciones extraordinarias. Por el tamaño del equipo, así como, las sinergias de las áreas de negocio, la comunicación entre todo el personal, es muy fluida y cuasi diaria.

Principales indicadores:

- ***100% del accionariado en dos socios fundadores que trabajan en la compañía.***
- ***0 socios inversores.***
- ***100% de las decisiones estratégicas, son debatidas, consensuadas y comunicadas a todo el equipo.***
- ***4 reuniones generales al año para debatir temas estratégicos.***

Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar la plantificación de reuniones.
- Definir un plan de apertura de accionariado a las personas empleadas para el futuro.

Apartado C: Personas empleadas



C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo

El estilo de dirección y gestión de personal por parte de la propiedad y dirección general, es basarse en la confianza y buen hacer de su personal, por lo que no se realiza una supervisión y control de las tareas y responsabilidades asignadas. Se trabaja por proyectos y en los mismos se establecen los objetivos, se debate sobre la implantación y el desarrollo del mismo de manera consensuada, dejando plena autonomía al personal en su implantación y siendo la dirección general un apoyo y asesor, frente a posibles imprevisto o dificultades que puedan surgir, manteniendo una comunicación fluida y constante entre todas las personas del equipo.

El clima laboral es un aspecto muy importante para la dirección, apostando por personas que sienten vocación por su trabajo y tienen una alta sensibilidad ambiental, con ello, lo que se pretende este tener a todo el personal alineado con la filosofía de la empresa, así como, un equipo altamente motivado por el trabajo que realiza. Además, esto hace que exista una comunión de valores y principios personales, que son el motor del buen ambiente, dado que se comparte en gran medida objetivos profesionales y vitales, que facilitan el entendimiento y la empatía entre todas las personas del equipo.

Todo ello, unido a una dirección basada en la confianza, una comunicación transparente por parte de la propiedad, hacen de su equipo uno de los principales patrimonios de la empresa, así como, su principal ventaja competitiva, personal cualificado y altamente motivado.

En la actualidad la diversidad de la plantilla no es un foco en su gestión, desde la fundación de la organización, se ha realizado una apuesta clara por el talento y la vocación a la hora de contratar personal. Ello unido a que aún siguen siendo un equipo reducido de personal y equilibrado en cuanto a conocimientos, género y edades, hacen que no se tengan implementadas medidas correctivas en dicha materia.

Respecto a la formación y capacitación del personal, esta va a demanda de las personas empleadas, por los altos conocimientos técnicos que tienen las personas empleadas, no suelen ofertar muchos cursos técnicos de calidad que sean necesarios para su personal, por lo que el propio personal demanda más la asistencia a taller, seminarios, jornadas y similares, las cuales asisten sin impedimento por parte la dirección, que es el principal promotor para la formación y suele distribuir y comunicar este tipo de jornadas para que puedan asistir las personas empleadas.

En la actualidad las principales necesidades formativas del equipo, son del ámbito de gestión empresarial, comercial y tecnológico, por lo que la mayoría de cursos suelen realizarse sobre dichas temáticas. Estas necesidades suelen comentarse al inicio del ejercicio en la reunión anual, y suelen realizarse para todo el personal de la empresa.



Natura y Cultura es una empresa de servicios y no suele tener grandes riesgos laborales en su actividad, no obstante, cuando se han realizado actividades (en excursiones, escuelas de verano, etc.) que puedan entrañar ciertos riesgos, siempre se ha subcontratado la seguridad de las mismas con empresas expertas, dado que los usuarios de dichas actividades suelen ser niños y niñas. Respecto a la prevención de riesgos laborales, para dar cumplimiento con la legalidad establecida, la organización ha contratado con una empresa el servicio de prevención, en el que se realiza la vigilancia de la salud, análisis de riesgos laborales, establecimiento de medidas preventivas y similares.

Principales indicadores:

- **Plantilla formada por 4 mujeres y dos hombres.**
- **100% de la plantilla contrato fijo.**
- **Antigüedad media de la plantilla es de 9 años y 11 meses.**
- **El ejercicio 2019 se ha realizado un curso de 8 horas de contenidos digitales, al que han asistido las 6 personas del equipo.**
- **Segmentación por género y nivel profesional:**
 - **Propiedad 1 mujer y 1 hombre.**
 - **Dirección 1 mujer y 1 hombre.**
 - **Mandos intermedios 2 mujeres y 1 hombre.**
 - **Personal administración 1 mujer, con reducción de jornada laboral.**
- **Índice de incidencia laboral 0.**
- **Índice de frecuencia 0.**
- **Índice de gravedad 0.**
- **1 accidente de trabajo sin baja laboral, de una mujer.**
- **0 accidentes de trabajo con baja y 0 enfermedades profesionales.**
- **No ha habido bajas de paternidad ni maternidad en el ejercicio.**
- **100% del personal es de la provincia de Valencia.**

Objetivos y áreas de mejora:

- Definir y documentar la política de dirección y gestión de personal.
- Realizar un registro de asistencias a charlas, ponencias, congresos y similares del personal.
- Documentar el procedimiento de identificación de necesidades formativas.

C2 Características de los contratos de trabajo

Natura y Cultura siempre ha tratado de mantener una oferta de empleo de calidad. Respecto a la estabilidad, en la actualidad el núcleo de la plantilla lo componen un total de 6 personas, dos de ellas, la propiedad que son autónomos y las otras cuatro son personal laboral con contratos de trabajo indefinidos.

Por el tipo de actividad, tienen diferentes puntas de trabajo, sobre todo debido a la realización de escuelas de verano, excursiones, apertura del centro ambiental los fines de semana y actividades varias. En dichos casos, su apuesta es tratar de contratar gente joven, del propio pueblo de Torrent

o alrededores, sobre todo estudiantes de últimos años de carreras universitarias o recién titulados, en los que les encaja el tipo de oferta de trabajos en épocas vacacionales, fines de semana y similares.



En este sentido y con las personas que funcionan bien, se recurre a los mismos en las diferentes campañas y actividades, con el objetivo de ir incrementando las horas en función de la actividad de la compañía, y con el objeto de poder contratarlos a jornada completa con el paso del tiempo. Natura y Cultura, en dicho sentido no utiliza proveedores de mano de obra como empresas de trabajo temporal, para ello tienen una propia bolsa de personal interesado y recurren igualmente a bases de datos de centros de enseñanza. El objetivo es realizar ellos la gestión de búsqueda y contratación, para prescindir de este tipo de empresas y destinar dicho sobre coste al salario de las personas temporales contratadas.

En cuanto al horario de trabajo, no existe un horario estricto, el personal conoce que debe cubrir el horario de apertura del centro ambiental de Vedat y se organiza de manera autónoma para su cobertura. Dicho centro como ya hemos comentado también se habrá durante los fines de semana, pero su cobertura se suele hacer con personal temporal de confianza, que llevan más tiempo en la organización realizando actividades diversas o de apoyo. Respecto a las horas extraordinarias, el propio equipo establecido la compensación de las mismas mediante descansos, que debe realizarse durante el mes siguiente, por lo que no se compensan económicamente.

Respecto a la conciliación, no existen medidas implementada, sino que se realiza una gestión ad hoc en función de las necesidades de las personas empleadas, en dicho sentido los permisos, retraso de entrada o salida de los horarios que tiene establecidos entre el personal, suelen hablarlo entre ellos mismos, dado que desde el inicio ha sido el método que mejor ha funcionado.

Los salarios están establecidos de acuerdo con el convenio colectivo aplicable y las dos personas propietarias se les han asignado un salario igual al coste empresa que los responsables de área de negocio, solo la dirección tiene un salario un poco más elevado por la carga de responsabilidades de su puesto de trabajo. En los ejercicios que Natura y Cultura obtiene un beneficio por encima de lo esperado o acorde con las mejores previsiones, se realiza de pago un bono a todas las personas empleadas (una misma cuantía para todos), excepto para la dirección general, que no se le asigna dicho bono de beneficios.

Principales indicadores:

- **Ratio de remuneración más alta / baja: 1,6**
- **Salario medio: 14.950.62€ brutos anuales.**
- **Salario digno: 12.600,00€ salario medio provincia de Valencia.**
- **Ratio salario medio / salario digno: 1,18**
- **Horas semanales: 39 horas toda la plantilla, excepto una persona con reducción de jornada que realiza 22 horas semanales.**
- **Horas extras realizadas: No se realizan, el exceso de horas semanales se compensa en descansos.**

Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar y definir el sistema de retribución.
- Tratar la información de las personas temporales, para poder realizar métricas y realizar un seguimiento también cuantitativo de los mismos.
- Documentar la política de permisos, flexibilidad horaria y similares.



C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas

La sensibilidad por la sostenibilidad ambiental, es un requisito de entrada para las personas empleadas, dada la cultura, filosofía y líneas de negocio corporativas. Por lo que existe una alta concienciación en dicho sentido y es un concepto altamente interiorizado que se plasma de manera transversal, en todas las áreas de la organización y no solo en sus líneas de negocio.

El propio equipo, dado su alto conocimiento ha ido implementado y mejorando medidas, para reducir los impactos ambientales de la actividad y de los servicios que presta la organización, sobre todo en temas de ahorro energético, reciclaje y desplazamientos. Las medidas implementadas en materia de consumo responsable están recopiladas y son expuestas al inicio de la contratación de nuevas personas empleadas, para que todas las apliquen o sugieren mejoras de las mismas.

La empresa no tiene comedor, cantina, máquinas de vending ni similares, no obstante, si cuenta en las instalaciones del centro ambiental de un pequeño negocio de restauración que esta subarrendado. En dicho sentido, si se han establecido determinadas pautas, más allá, de la contratación de sus servicios en las escuelas de verano y otras actividades, por lo que el restaurante debe y realiza una apuesta clara por el producto de proximidad, comida autóctona y con el objetivo de fomentar hábitos de vida saludables y respetuosos medioambientalmente, se realizan acciones como días de comida solo ecológica, opciones de menú vegetarianos y similares. El personal empleado tiene descuento por las comidas en el mismo.

Respecto al transporte y como ya se ha comentado en apartado anteriores, se prioriza la contratación de personal de la propia localidad o poblaciones cercanas, así como, priorizar la realización de excursiones, visitas y similares, a ubicaciones cercanas.

Por último, destacar igualmente los criterios ambientales que existen en el área de compras y contratación, que han sido expuestos a lo largo de aspecto A1.

Principales indicadores:

- **% Alimentación ecológica: no aplica.**
- **Formas de desplazamiento del personal de la organización al centro de trabajo y distancia en kilómetros:**

- *1 persona a pie, menos de un kilómetro.*
- *5 en coches, dos de ellos tiene una distancia de 10 kilómetros y los otros dos de 12 kilómetros.*
- *779,9 Kg CO₂e, por desplazamientos del personal al centro de trabajo.*
- *100% del personal respeta las normas de consumo responsable y eficiencia energética.*



Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar todas las medidas establecidas en materia de consumo responsable, eficiencia energética, reciclaje y similares, realizando un registro de las mismas para medir la eficacia de las mismas.

C4 Transparencia y participación democrática interna

Como ya se apuntado en apartados anteriores, la participación, transparencia y comunicación con la plantilla, está el ADN del modelo de gestión de Natura y Cultura. Las personas responsables de las líneas de negocio son las encargadas de establecer, desarrollar y evolucionar sus líneas de negocio, donde la Dirección hace una figura más de mentor y asesor con los mismos.

Del mismo modo, destacar la transparencia en la gestión de la organización, en la que se comparte toda la información de la compañía, incluyendo la financiera y estratégica, con todo el equipo, puesto que se busca la implicación y participación del personal en la gestión y mejora de sus sistemas, procedimientos y metodologías.

Todas las decisiones de negocio son siempre consensuadas con el equipo, del mismo modo que se informa de la situación estratégica y financiera de la organización de manera periódica, sobre todo al inicio del ejercicio, en la que se realiza una reunión general, para exponer los planes de acción de las diferentes áreas de negocio, así como, otra información estratégica de la gestión de la organización para su debata y mejora con toda la plantilla.

Principales indicadores:

- *El 99% de la información de datos críticos y fundamentales son compartidos con todo el equipo.*
- *90% de las decisiones que se toman son fruto de la consulta, colaboración y participación de las personas empleadas*
- *Porcentaje de directivos que son legitimados por sus personas empleadas a través de consulta, dialogo, contribución y/o participación: No aplica.*

Objetivos y áreas de mejora:

- Establecer un proceso de evaluación y valoración del personal, incluido el directivo.

Apartado D: Clientes y otras organizaciones



D1 Actitud ética con los clientes

La cartera de clientes de Natura y Cultura, está compuesta en su mayoría por administraciones públicas locales y autonómicas, así como centros educativos. Esta tipología de cliente, mantiene un elevado estándar de exigencia de gestión ética y cumplimiento legislativo en sus relaciones comerciales. Ello, junto la filosofía y enfoque de gestión, hacen que Natura y Cultura mantenga en todo momento una metodología de trabajo con una alta orientación al cliente, así como, unos procedimientos de gestión administrativos y comerciales que respetan en todo momento lo establecido en materia de contratación pública, manteniendo un alto compromiso de transparencia e información.

Sus ofertas en licitaciones y contrataciones, tratan siempre de cubrir las demandas y necesidades de los clientes y crear valor añadido para los usuarios, con su visión ambiental y sostenible de sus productos y servicios, como elemento diferenciador respecto a la competencia.

La labor comercial, es realizada por todo el equipo, no existen puestos comerciales exclusivos, sino que son las personas responsables de las áreas, las encargadas de captar y fidelizar la cartera de clientes. Ello hace que el componente técnico de sus servicios sea perfectamente expuesto y adaptado a las demandas de los mismos.

El otro cliente tipo, es el cliente minoritario, progenitores y tutores que contratan sus servicios de escuelas de verano y otras actividades para sus hijos e hijas. En este caso, la principal herramienta de captación de clientes, es el boca a boca de los mismos, tras las buenas experiencias de sus hijos.

La dirección no establece objetivos comerciales, como tales, en la reunión anual se expone la situación de costes a cubrir durante el ejercicio, la facturación del año anterior y cada responsable de área, trata de captar el mayor volumen de negocio posible, respetando en todo momento los valores y altos estándares de calidad y respeto ambiental establecidos. De esta manera, todos conocen el break even de la organización y como se contribuye en cada venta que se realiza.

Anualmente se establece un presupuesto para acciones de marketing, las cuales se basan en la publicación de anuncios en periódicos, anuncios en webs, impresión de folletos de actividades y similares, empleando siempre material publicitario sostenible medioambientalmente, en los cuales no se realizan acciones de publicidad engañosa o similares.

Principales indicadores:

- ***Presupuesto de marketing, ventas y publicidad: 3.285€.***
- ***Modo de pago a la fuerza de ventas: No se retribuye la acción comercial.***
- ***Existencia de objetivos de venta por parte de la organización: No.***
- ***80% de la facturación procede de servicios prestados a niños y niñas.***



Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar la política de desarrollo de negocio / comercial.
- Definir y documentar los criterios de interacción de la gestión comercial.

D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones

Natura y Cultura entiende a la competencia como un aliado para su sector, en la actualidad la mayor preocupación en dicho sentido, es el crecimiento de la demanda de servicios, dado que no es un sector maduro y con una buena proyección de crecimiento, en los próximos años. Por ello, la organización entiende que la competencia es buena, siempre y cuando, la prestación de sus servicios ayude a elevar los estándares de calidad y ética del sector, por lo que la lucha no está centrarse en la competencia, sino en favorecer el crecimiento de la demanda.

Natura y Cultura, tiene creada una red de contactos, de empresas y profesionales liberales, que realizan actividades iguales, similares y complementarias a las suyas, con lo que en muchas ocasiones realizan colaboraciones para abordar proyectos, frente a empresas competidoras más grandes.

Además, mantiene contactos con la competencia a nivel de servicios de ingeniería, sobre todo para poblaciones más alejadas de sus centros de trabajo, a los que les derivan trabajos o se recomienda a sus clientes, dado que son conscientes que el sobre coste de desplazamientos puede hacer que sus propuestas comerciales sean menos competitivas y ante dichas situaciones, su política es referenciar a profesionales o pequeñas empresas cercanas, con las que comparten su filosofía de empresa y conocen su calidad y solvencia técnica.

En resumen, Natura y Cultura premia la profesionalización y buen hacer del sector, para lograr un mayor crecimiento del mismo, basado en las buenas prácticas y seriedad de empresas que realmente creen y tienen como misión generar una sociedad con respetuosa medioambientalmente. Basando el establecimiento de relaciones sinérgicas con otras competidoras, con las que se comparte unos mismos valores, filosofía empresarial y de vida. Este principio de colaboración, también se mantiene con otras empresas y organizaciones como universidades, cooperativas de crédito, empresas y asociaciones, con las que han realizado diferentes tipos de colaboraciones y acciones, entre las que podríamos destacar el proyecto de la escuela de emprendedores.

Principales indicadores:

- ***5 personas empleadas que prestan apoyo a otras organizaciones.***

Objetivos y áreas de mejora:

- Establecer un sistema para cuantificar horas de trabajo, destinadas a las colaboraciones con otras organizaciones (empresariales y asociaciones), segmentado por el objeto de la misma (comercial, desarrollo local, desarrollo ambiental y similares).
- Definir y documentar un plan de criterios de aceptación de colaboraciones.
- Registrar las recomendaciones y referencias a otras empresas y/o profesionales de la competencia.



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

los productos y servicios

El impacto ambiental derivado tanto de su actividad empresarial, así como, de los productos y servicios, es un criterio muy importante a la hora de diseñar y desarrollar los mismos, en los que se cuida hasta el mínimo detalle. Pese a ser una empresa de servicios carente de producción industrial, se estudian los impactos desde fase inicial de diseño de servicios o proyectos.

En relación a los productos que derivan de nuestra actividad, fundamentalmente material impreso, podemos destacar dos principios de actuación:

1. En el área editorial. Trabajamos con imprentas certificadas y seleccionamos siempre papeles tanto reciclados como de producción sostenible. Por otra parte, valoramos las imprentas que utilizan tintas de bajo impacto ambiental. Estudiamos el punto de equilibrio entre los ejemplares a imprimir-vender para evitar que queden libros sin vender y finalmente tengan que ser desechados.
1. En el resto de áreas —educación, turismo e ingeniería— buscamos la forma de reducir el número de materiales impresos (folletos publicitarios, catálogos, etc.), sustituyéndolos por documentos pdf que remitimos siempre que podemos elegir el modo de entregar información a los clientes. Además, para las fichas de trabajo con el alumnado se imprime a doble cara y utilizamos papeles ecológicos o reciclados.
2. En la actividad de diseño se trabaja, con tipografías con consumen la menor cantidad de tinta posible y por otra parte se procura que los diseños e imágenes cubran la menor cantidad posible en color de la página. Utilizamos cartuchos de tóner que se pueden rellenar.

Así, se han establecidos criterios en la selección de los materiales y servicios que son comprados y contratados bajo criterios ambientales, que priman incluso por encima de los económicos, realizando una apuesta clara, como se indicado en el apartado A3 Sostenibilidad ambiental en la cadena de suministro, por materiales reciclables, reutilizables, sostenibles y ecológicos, así como, por la compra y contratación de productos de km cero y/o cercanía.

Otro impacto importante derivado de la prestación de sus servicios es son los servicios de transporte de personas, tanto en el área de educación como en la de turismo sostenible. Las excursiones y similares que se organizan se realizan siempre bajo dos medidas principales:



- Contratación de empresas de transporte cercanas y con sistema de gestión ambiental certificada. Se elige la compañía de autobús que tiene la base más próxima al punto de recogida.
- Nuestra oferta y productos se basan principalmente en destinos cercanos, con doble objetivo de reducir los impactos de los desplazamientos, así como, fomentar la cultura y turismo autóctono.

Por otra parte, cuando ha sido posible y por el tamaño de grupo o disponibilidad de transporte público se ha planteado la utilización de este para el proyecto. Tanto para reducir la huella de carbono, como para fomentar y potenciar la movilidad sostenible.

En todas las actividades que realizamos, recomendamos la minimización de residuos mediante el uso de envases que se puedan rellenar o reutilizar (para bocadillos, agua, etc.). Y finalizadas las actividades programamos la recogida separada de los envases y embalajes que se puedan haber generado, en cualquier caso, depositándolos posteriormente en los contenedores correspondientes en las actividades del Centro Ambiental, en los contenedores si los hay en la proximidad, o transportándolos en caso contrario hasta un lugar que permita la gestión.

En relación a los productos de limpieza (como por ejemplo la lejía), y en particular aquellos que se desechan en por el desagüe, se tiene como principio la reducción de dosis al mínimo necesario. Utilizamos productos naturales y evitamos el uso de limpiadores que conllevan la emisión de envases de cualquier tipo de metal, aunque este sea para susceptible de reciclado, optando por la reducción como prioridad. Del mismo modo, utilizamos como material de limpieza trapos lavables frente a papel desechable, salvo lo que marca la legislación en materia de higiene en los baños y, en el momento actual, por protocolos de seguridad debido a la COVID19.

Principales indicadores:

- ***100% de productos de alimentación servidos en campamentos y similares, seleccionados bajo criterios de proximidad, producto autóctono, saludable y similares.***
- ***100% del material de papelería tiene certificaciones sostenibles.***
- ***100% de empresas de transporte de pasajeros, evaluadas por criterios ambientales.***
- ***2.907,93 Kg de CO₂e por consumo de gasoil de transporte de viajero.***

Objetivos y áreas de mejora:

- Documentar criterios de compras de materiales y servicios utilizados en su prestación de servicios y productos.

- Realizar análisis de ciclo de vida de sus productos, para identificar puntos de mejora ambientales.



D4 Participación de los clientes y transparencia de producto

Un alto porcentaje de los servicios que presta Natura y Cultura, están dirigidos a las administraciones públicas, centros educativos y similares. Esta tipología de cliente, hace que la gran mayoría de proyectos realizados, se adapta a las necesidades y exigencias de cada una de sus solicitudes. En dicho sentido, Natura y Cultura suele tener una configuración esencial de sus servicios, pero la adapta y/o rediseña, en su caso, en función de las peticiones y exigencias de los clientes. A la hora de configurar estos servicios, Natura y Cultura precisa para lograr su contratación, la participación del cliente, que se obtiene mediante el pliego de condiciones, reuniones y similares.

En definitiva, la capacidad de adaptación y personalización de los servicios de la organización es muy elevada, fruto de su cultura de orientación al cliente y alta cualificación de su personal, capaz de materializar y proponer adaptaciones de sus servicios, cualidad altamente valorada por sus clientes. Del mismo modo, la presentación detallada de la oferta, hace que se detallen las características de los mismos de manera exhaustiva, para poner en valor toda la apuesta ambiental de sus servicios.

Destacar igualmente las actividades de escuelas de verano, excursiones y similares, que realiza Natura y Cultura, pero cuyo cliente no son instituciones públicas o centros educativos, sino que son los progenitores o tutores de los niños y niñas, quienes contratan sus servicios. En estos casos, destacar que gran parte del éxito de estos servicios, ha sido la evolución de los mismos, a las necesidades y sugerencias de mejora, que se pueden recoger de la interacción diaria, tanto de los usuarios, como de sus progenitores y tutores.

Al inicio de dichos servicios, se recopila información relevante de los usuarios, para adaptar sus servicios a características personales desde intolerancias y alergias alimentarias, necesidades especiales pedagógicas o similares, las cuales son gestionadas por los monitores y demás personal de la organización que presta dichos servicios, por lo que la personalización de los mismos es muy alta.

Destacar también en estas actividades, el establecimiento de oferta limitada de plazas, que garantice los elevados estándares de calidad de servicio establecido por la organización, realizando una atención más personalizada a las personas usuarias, aunque ello pueda ir en detrimento de incrementar la rentabilidad de dichos servicios. La oferta de esta tipología de productos y servicios, está totalmente detallada, dado que va dirigida a un colectivo muy sensible y dicho detalle favorece la comprensión a los progenitores o tutores de los menores, del valor añadido de sus servicios, que van más allá de una mera oferta de cuidado y entretenimiento.

Principales indicadores:

- **100% de productos y servicios con mejoras ambientales desarrolladas con propuesta de clientes.**
- **100% de los productos y servicios se dispone e informa a los clientes de sus componentes e información relevante.**
- **100% de sus productos y servicios para clientes finales, su precio es publicado.**
- **100% de las contrataciones públicas, se detalla y comunica precio, condiciones de pago y componentes del servicio.**



Objetivos y áreas de mejora:

- Establecer una metodología formal de recogida de información de los servicios de escuelas de verano y similares.

Apartado E: Entorno social

E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios

Natura y cultura nace con una visión clara, ser una organización capaz de desarrollar productos y servicios que mejoren la conciencia, sensibilización e información de la sociedad sobre la importancia del cuidado medioambiental del planeta, con el objeto de fomentar e implementar acciones directas o indirectas relacionadas con la conservación y preservación del medioambiente.

El principal instrumento de dicho objetivo es la cultura y educación, aplicado a diferentes segmentos de la sociedad, que tienen como principal foco comercial las administraciones públicas y centros educativos, para llegar a los destinatarios predilectos de la organización, los niños y niñas, dado que son el futuro del planeta y los mejores generadores de cambio de hábitos en los hogares en temas como alimentación, compra, reciclaje y similares, tratando de incrementar la resiliencia ambiental de la sociedad y promoviendo un cambio de mentalidad de las personas hacia un mayor respeto y protección del planeta.

Además, Natura y Cultura, desarrolla y colabora en proyectos culturales-ambientales a través de su servicio de editorial-arts, con una apuesta clara por proyectos vinculados al desarrollo de la cultura autóctona ambiental o el proyecto de la escuela de emprendedores, en las que se pretende dar apoyo a proyectos empresariales que tengan como valor diferencial el cuidado medioambiental.

Todo ello, sin olvidar los servicios de sostenibilidad e ingeniería que también tiene en su foco las empresas, prestando servicios técnicos de medición, análisis y asesoramiento.

En definitiva, Natura y Cultura tiene configurado un amplio abanico de servicios, con públicos objetivos diversos y diferentes, que van desde las empresas a las nuevas generaciones, tratando de ser un dinamizador del cambio ambiental que precisa la sociedad.



Principales indicadores:

- **100% de la facturación son productos o servicios orientados a la cobertura de necesidades básicas.**
- **100% de los productos y servicios están orientados a la protección del medioambiente.**
- **100% de sus servicios se encuadran dentro de los ODS.**
- **100% de los productos y servicios son satisfactores sinérgicos.**

Objetivos y áreas de mejora:

- Consolidar las nuevas áreas de negocio.
- Cuantificar el aporte de Natura y Cultura a los ODS.

E2 Contribución a la comunidad

Natura y Cultura de acuerdo con su visión de realizar una gestión ejemplar de su organización, siempre ha cumplido con sus obligaciones a nivel tributario. En dicho sentido, dentro del equipo hay contratada una persona encargada, y con formación y experiencia previa en dicha materia, de la parte administrativa, cuya misión principal es que la compañía cumpla con todos los requerimientos establecidos en el ordenamiento jurídico español, en especial los relativos a presentación de información mercantil y liquidación de impuestos. Además, se cuenta con una asesoría experta de apoyo, que revisa, elabora y mantiene actualizada a la organización de las novedades legislativas.

En la actualidad Natura y Cultura no tiene deudas y se mantiene al día en pagos a la seguridad social y hacienda.

Dada la actividad de la organización, así como, el creciente interés, tanto de las administraciones públicas, tejido empresarial y la sociedad en general, es frecuente en la compañía, la solicitud de intervenciones en actos, eventos, conferencias, charlas y similares, en material ambiental, que suelen ser iniciativas de universidades, asociaciones y organizaciones tanto civiles como empresariales. En este sentido la persona, con mayor participación es la de la dirección general, aunque casi todas de las personas del equipo, suelen participar en algún acto a lo largo del año. Destacar igualmente, que Natura y Cultura, está adscrita a la Asociación de Editores del País Valencia, cuya misión es promocionar a escritores/as autóctonos.

Principales indicadores:

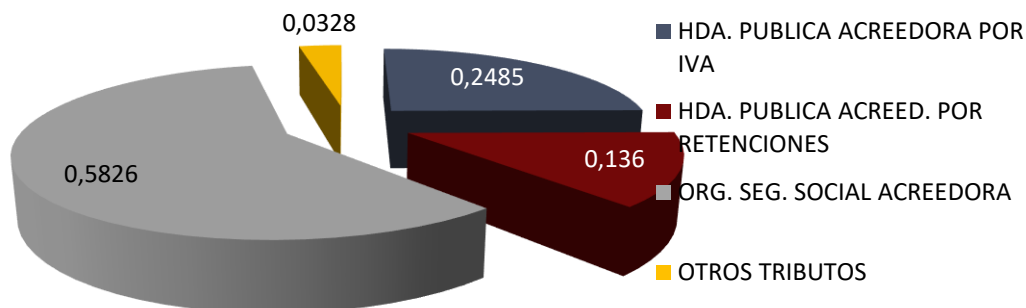
- **Volumen de facturación: 370.272,25€**
- **Valor aportado a la sociedad: Natura y Cultura no participa en la sociedad mediante la aportación económica, sino de su principal patrimonio, el talento de las personas del**

equipo. Se estima la participación de un 15% de la jornada anual en acciones con la comunidad.

- *0 deuda con hacienda y seguridad social.*



distribución tributaria %



Objetivos y áreas de mejora:

- Realizar un registro de acciones en las que se participa en la sociedad, de cada persona empleada, tipo de acción, organización, horas destinadas ...
- Definir y documentar los criterios y formas de participación en acciones de contribución a la sociedad.

E3 Reducción del impacto medioambiental

De acuerdo con las actividades empresariales realizadas por Natura y Cultura, sus principales impactos ambientales son:

- Compras responsables: Material de papelería y regalos.
- Consumo responsable: consumo de energía eléctrica y medidas de eficiencia implementadas.
- Desplazamientos del propio personal: hasta el centro de trabajo y desplazamientos para acciones comerciales y similares.
- Gestión de residuos.

En este sentido los tres primeros puntos han sido descritos en los apartados A3 y C3. Respecto a la gestión de residuos, destacar que, en sus centros de trabajo se realiza un depósito de residuos selectivo, habilitando para ello, contenedores, papeleras y similares en los que se depositan los desperdicios de manera correcta, para su posterior recogida y tratamiento. Los residuos más contaminantes que genera Natura y Cultura son los toners, pilas y similares, los cuales se están gestionando de manera responsable, mediante gestores autorizados.



Cuenta medioambiental	Unidad de medida
Emisiones de gases de efecto invernadero	10.853,15 kg
Transporte (y su CO _{2eq})	12.375,32km y 2.010,72kg
Consumo de gasolina (y su CO _{2eq})	litros y kg (No aplica)
Consumo de electricidad (y su CO _{2eq})	32.749,83kWh y 8.842,45kg
Consumo de gas (y su CO _{2eq})	kWh y kg (No aplica)
Consumo de calor (en relación a la temperatura media)	kWh/°C (No aplica)
Consumo de agua potable y de lluvia	99 m ³
Uso de químicos (venenosos, no venenosos)	Kg (No aplica)
Consumo de papel	105,5 kg
Uso de otros consumibles (Toners)	2 unidades
Uso de luz artificial	Lumen, kWh (No aplica)
Emisiones de sustancias peligrosas	Kg (No aplica)

Objetivos y áreas de mejora:

- Calcular y presentar la huella de carbono corporativa en el MITECO.
- Establecer un plan de acción para mitigar o eliminar los impactos ambientales derivados de su actividad empresarial.



E4 Transparencia y participación democrática del

entorno social

Hasta la fecha Natura y Cultura, no había realizado un documento general de la organización, en el que plasmar sus compromisos sociales, éticos y ambientales, así como, su desempeño en cada estas dimensiones, tanto de su actividad como de sus productos y servicios.

Con el presente Balance del Bien Común, lo que se pretende es iniciar un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas a todos sus grupos de interés, por lo que además de su elaboración, se pretender evaluar el mismo mediante una evaluación peer y publicar el mismo, junto la matriz del Bien Común en su página web, para que estén al escrutinio de sus grupos de interés.

Como se ha expuesto a lo largo del presente documento, Natura y Cultura, tiene establecidos diferentes canales de comunicación con sus diferentes grupos de interés, colaboradores, empresas clientes, personas usuarias, empresas proveedoras y similares, con el objeto de mantener relaciones basadas en la transparencia, la confianza, así como, recoger posibles mejoras en su gestión, productos y servicios.

Principales indicadores:

- **Publicación del presente informe durante el ejercicio 2020.**

Objetivos y áreas de mejora:

- Definir un sistema de gestión de grupo de interés, en el que se recojan todas las acciones de interacción con los mismos, persona del equipo responsable, información recogida y acciones preventivas y correctivas derivadas de las informaciones.

Plan de Mejora

Área	Acción	Responsable	Fecha implementación
Compras	Documentar y publicar política de compras responsables.	Isabel Leal	12 meses
Compras	Documentar el procedimiento de compras responsables.	Isabel Leal	18 meses
Compras	Identificar los productos de mayor riesgo social y establecer un plan de acción.	Isabel Leal	24 meses
Compras	Identificar alternativas a productos principales no certificados como comercio justo, éticos o similares.	Isabel Leal	18 meses



Compras	Documentar requerimientos ambientales para productos.	Sandra López	12 meses
Propiedad y finanzas	Documentar criterios de gestión financieros (no reparto de dividendos, reservas voluntarias y reinversión).	Sandra López	12 meses
Propiedad y finanzas	Definir e implementar un plan para incrementar las reservas, para incrementar la viabilidad y sostenibilidad financiera.	Sandra López	12 meses
Propiedad y finanzas	Documentar el sistema de reparto del bonus de beneficios del personal	Sandra López	12 meses
Propiedad y finanzas	Definir y documentar un plan de inversiones financieras con criterios sociales y ambientales.	Sandra López	18 meses
Propiedad y finanzas	Documentar la planificación de reuniones con la plantilla.	Sandra López	12 meses
Propiedad y finanzas	Definir un plan de apertura del accionariado a las personas empleadas	Albano López	24 meses
Personas empleadas	Definir, documentar y publicar la política de recursos humanos.	Sandra López	12 meses
Personas empleadas	Realizar un registro de asistencias y participación a charlas, ponencias, congresos y similares del personal.	Isabel Leal	12 meses
Personas empleadas	Documentar el procedimiento para la identificación de necesidades formativas del personal.	Isabel Leal	18 meses
Personas empleadas	Documentar el sistema de retribución corporativo.	Sandra López	12 meses
Personas empleadas	Realizar registro con datos del personal temporal, para realizar y analizar métricas, estableciendo planes de acción en su caso.	Isabel Leal	12 meses
Personas empleadas	Documentar la política de permisos, flexibilidad horaria y similares.	Sandra López	12 meses
Personas empleadas	Documentar las medidas de consumo responsables, eficiencia energética, reciclaje y similares.	Sandra López	12 meses
Personas empleadas	Establecer, documentar e implementar un plan de evaluación y valoración del personal, incluidos la dirección general y propiedad.	Albano López	36 meses
Cientes	Documentar política de desarrollo de negocio/comercial.	Sandra López	12 meses
Cientes	Definir y documentar los criterios de interacción de la gestión comercial.	Albano López	18 meses
Cientes	Registrar las horas de trabajo destinadas a colaboraciones con otras organizaciones.	Isabel Leal	18 meses
Cientes	Definir y documentar un plan de criterios de aceptación de colaboraciones.	Sandra López	12 meses
Cientes	Registrar recomendaciones y referencias a otras empresas y/o profesionales de la competencia.	Sandra López	12 meses



Cientes	Realizar un análisis de ciclo de vida de productos y servicios corporativos, para identificar mejoras ambientales de los mismos.	Albano López	36 meses
Cientes	Definir un sistema de gestión de grupos de interés, e implementarlo.	Albano López	36 meses
Entorno social	Establecer un plan para consolidar las actuales áreas de negocio.	Sandra López	24 meses
Entorno social	Cuantificar el aporte de la empresa a los ODS	Albano López	24 meses
Entorno social	Calcular la huella de carbono corporativa y registrar la misma en el MITECO.	Sandra López	18 meses
Entorno social	Establecer un plan para mitigar o eliminar los impactos ambientales derivados de su actividad empresarial.	Albano López	24 meses

Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien Común

Para la elaboración del presente documento, la Dirección General de Natura y Cultura se puso en contacto con el nodo de consultores del campo de energía de la Comunitat Valenciana, para que se le asignará persona consultora del Bien Común con formación y experiencia previa para el asesoramiento y confección de su matriz e informe del Bien Común.

Tras la designación del consultor, este junto la dirección general de la organización, establece un plan de acción para su elaboración, que a continuación se detalla:

- Reunión inicial con Isabel Leal, responsable de administración, para la recogida de datos cualitativos.
- Envío del consultor de la relación de documentos y métricas necesarias para la elaboración del Balance en su opción reducida.
- Reunión con la Dirección general, para recogida de información cualitativa necesaria.
- Procedimiento de comunicación, para intercambio de información cuantitativa y cualitativa.
- Elaboración del boceto inicial del Balance y envío del mismo a la Dirección General y Responsable de administración.
- Revisión y modificación del Balance, tras su revisión por Natura y Cultura.
- Elaboración de la versión inicial del Balance por parte del consultor.
- Revisión del Balance, por todo el equipo de Natura y Cultura.
- Presentación del Balance al Campo de energía para ser incluida en evaluación Peer.
- Evaluación Peer coordinada por el campo de energía y liderada por varios consultores de la Economía del Bien Común.

- Revisión de contenidos y matriz, con las conclusiones y mejoras analizadas durante la Evaluación Peer.
- Elaboración final del Balance del Bien Común.
- Publicación del Balance del Bien Común, en la página web corporativa.



Personas que han participado en la elaboración el Balance y estimación de horas dedicadas:

- Dirección General de Natura y Cultura: Jose Albano López. 10 horas.
- Responsable de Administración de Natura y Cultura: Isabel Leal. 12 horas.
- Consultor de la EBC: Jose Gámiz. 47 horas.

La Dirección General consensuó con el equipo, la conveniencia de realizar el Balance del Bien Común de la organización, propuesta que fue aceptada y apoyada por la totalidad del equipo, y se informó del proceso para su elaboración.

Tras su elaboración, del Balance fue presentado a la totalidad de la plantilla, con el objetivo de que fuese revisado por todas ellas, así como, recoger posibles informaciones y verificaciones de datos por los mismos.

Una vez presentado el balance a la Evaluación Peer y finalmente, documentar la versión definitiva del mismo, se convocó una reunión para su presentación, exposición y aprobación, antes de proceder a la publicación del mismo en la página web corporativa.

La empresa que compartió el grupo Peer fue Producciones Metròmon S.L. de Castellón, con Esteban Fortea Marco, consultor que redactó el BBC, con la coordinación del consultor J.Miguel Ribera Esteve.