



QUANTIFICACIÓ DEL VALOR SOCIAL GENERAT PER ORGANITZACIONS REPRESENTANTS DE L'ECONOMIA SOCIAL I COOPERATIVA EL PRAT DE LLOBREGAT

GENER 2021



1.	INTRODUCCIÓ	3
2.	ANTECEDENTS	4
3.	SOBRE EL PROJECTE	5
	3.1 Objectiu	5
	3.2 Entitats participants.....	5
	3.3 Fases.....	6
4.	EL VALOR SOCIAL INTEGRAT	8
	4.1 Un nou model de comptabilitat social	8
	4.2 GEAccounting.....	9
	4.3 Metodologia.....	10
5.	RESULTATS	14
	5.1 Resultats parcials	15
	5.2 Resultats agregats	58
6.	CONCLUSIONS	64
7.	REFERÈNCIES	65

1. INTRODUCCIÓ

L'any 2018, el Centre de Promoció Econòmica de l'Ajuntament del Prat de Llobregat va promoure la realització del projecte de quantificació del Valor Social generat per un grup d'organitzacions representants de l'economia social del Prat del Llobregat, aplicant la metodologia del Valor Social Integrat.

La metodologia del Valor Social Integrat (VSI) proposa un nou model de comptabilitat social que té per objectiu permetre a les organitzacions identificar, quantificar i monetitzar el Valor Social que generen des de la perspectiva dels seus grups d'interès i que compta amb el reconeixement d'institucions acadèmiques de renom.

El Valor Social Integrat representa el valor social - econòmic i social - generat per una organització durant un període de temps determinat. De la mateixa manera que existeixen indicadors financers que permeten determinar el rendiment i viabilitat d'una companyia (p.ex., EBITDA, ROE, etc.), el VSI permet quantificar i determinar el valor social que genera any rere any una organització en l'àmbit de la seva activitat. Així, aquesta metodologia integra les dimensions econòmiques i socials per tal d'establir un sistema de comptabilitat social que permeti a l'entitat integrar aquesta unitat de mesura de forma continuada a la seva gestió.

La metodologia VSI ha estat desenvolupada per [GEAccounting](#), comunitat d'especialistes formada per universitats, entitats socials, empreses privades i consultories que treballen en xarxa per a la divulgació i aplicació d'aquesta metodologia.

Algunes de les escoles de negoci i universitats que recolzen la metodologia VSI són:

- Global Center for Sustainable Business. Deusto.
- Ethics in Finance and Governance (ECRI). Universidad del País Vasco.
- ESCI International Business (UPF)
- Universidad de Mondragón
- Universidad Pontificia de Comillas.

En aquest informe es presenten els resultats d'aplicar la metodologia VSI per quantificar el valor social de l'economia social del Prat de Llobregat per a l'any 2019.

En una primera part, s'introdueixen els antecedents, objectius i fases del projecte. En segon lloc, es descriu la metodologia aplicada per a la quantificació del valor social. Finalment, es presenten els resultats obtinguts per a cadascuna de les entitats i els resultats agregats del Valor Social Integrat de 2019.

2. ANTECEDENTS

El Centre de Promoció Econòmica de l'Ajuntament del Prat actua com a ens de referència en l'àmbit del desenvolupament local del municipi. A través de la seva activitat, persegueix contribuir a la millora de l'ocupabilitat de la ciutadania i, alhora, recolzar la xarxa empresarial i comercial, teixida per persones emprenedores, i a l'economia social.

L'Àrea de Promoció Econòmica, Comerç i Ocupació redacta anualment un Pla d'actuació per a la dinamització de l'economia social i cooperativa. El Pla desenvolupa el mandat del PAM amb la col·laboració d'entitats i empreses del sector de la ciutat a través de diferents espais de participació.

En el marc del Pla operatiu de 2019, la Taula de l'economia social constituïa una de les línies d'actuació del primer àmbit estratègic. Per a aquell any, es va establir el càlcul del Valor Social Integrat (VSI) com una de les mesures prioritàries amb l'objectiu d'oferir dades contrastades sobre l'impacte social de les entitats d'economia social i cooperativa de la ciutat. Prèviament a l'inici del projecte, es va realitzar una anàlisi de les organitzacions més representatives de l'economia social del Prat. Com a resultat, es van seleccionar a 11 entitats per participar en el càlcul del Valor Social Integrat. Dues d'aquestes entitats tenen activitat fora del municipi, però per la seva situació estratègica al barri de Sant Cosme (Fundesplai) i per tenir activitats emblemàtiques dins del Prat (Cal Tudela, de Cuina Justa), es van integrar dins del grup d'entitats a participar en el projecte.

Xarxa Ambiental va liderar el projecte i amb la col·laboració d'un equip assessor format per Anthesis Lavola, Roots for Sustainability i la Càtedra MANOG de l'Escola Superior de Comerç Internacional (Universitat Pompeu Fabra) es va realitzar el càlcul del Valor Social Integrat de les 11 entitats per a l'any 2018. Partint de la feina realitzada l'any anterior, enguany s'ha actualitzat el càlcul per obtenir els resultats del VSI de l'any 2019.

3. SOBRE EL PROJECTE

3.1 Objectiu

L'objectiu central del projecte és la quantificació del Valor Social generat per un grup d'organitzacions representants de l'economia social del Prat de Llobregat, aplicant la metodologia del Valor Social Integrat.

Complementàriament, el projecte persegueix els objectius secundaris següents:

- Quantificar l'impacte de l'economia social en el territori que rep el suport de l'Ajuntament del Prat, al esdevenir un sector prioritari per al desenvolupament econòmic local.
- Beneficiar-se d'una nova eina de comunicació que ajudi a posicionar el Prat de Llobregat com a municipi que recolza i promou l'economia social.
- En línia amb el punt anterior, facilitar l'accés a les organitzacions participants a fonts de finançament públic i privats a través de la millora de la comunicació i mesura del seu impacte social.
- Enfortir la xarxa d'economia social local proveint d'una eina que permet mesurar el valor compartit generat entre les organitzacions representants.

3.2 Entitats participants

El projecte s'ha realitzat amb l'impuls del Centre de Promoció Econòmica de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, la participació d'11 entitats i empreses representants de l'economia social del Prat de Llobregat i l'assistència tècnica per part d'un equip assessor.

Entitat impulsora:



Centre de Promoció Econòmica de l'Ajuntament del Prat

Entitats i empreses de l'economia social



Cooperativa Obrera de Viviendas (COV)



Centre de promoció social Francesc Palau



Cuina Justa



Fundació Espigoladors



Fundació Catalana de l'Espilai (Fundesplai)



Fundació Cívica Esperanzah



Fundació Rubricatus



Grups Associats pel Treball Sociocultural (GATS)



Associació Saó Prat



Som Connexió



Uikú, Coworking el Prat

Equip assessor:



Anthesis Lavola

3.3 Fases

- 1 Sessió de treball inicial:
 - a. Kick off del projecte
 - b. Explicació projecte 2019

- c. Primeres recomanacions a l'inici del càlcul 2019
- 2 Sessió de treball, resolució dubtes:
 - a. Posada en comú de resultats parcials
 - b. Resolució de dubtes
- 3 Sessió final:
 - a. Posada en comú de resultats

4. EL VALOR SOCIAL INTEGRAT

El Model d'Anàlisi del Valor Social Integrat (VSI) es tracta d'un nou model de comptabilitat social que té per objectiu permetre a les organitzacions identificar, quantificar i monetitzar el Valor Social que generen des de la perspectiva dels seus grups d'interès i compta amb el reconeixement d'institucions acadèmiques de renom.

4.1 Un nou model de comptabilitat social

En l'actualitat el valor social està adquirint la importància que es mereix en la societat (San-Jose & Retolaza, 2015), el que es manifesta en una clara inquietud envers a la necessitat de saber traslladar de millor forma el valor social de les actuacions dutes a terme per qualsevol organització. Aquest repte s'ha abordat des de la investigació, però és en la pràctica on s'està aconseguint que una metodologia, com la que es presenta en aquest informe, sigui recolzada per empreses tant d'àmbit social com mercantil i tant privades com públiques.

Tradicionalment, els indicadors econòmics han esdevingut com a referència per quantificar el valor generat per una organització. En relació a les empreses, aquestes són considerades com a entitats generadores de valor a través de la seva activitat econòmica (Growth et al., 1996), obviant la seva interacció amb la societat i funció com a agent socioeconòmic, o relegant-les a un rerefons d'efectes indeterminats (Fernandes et al., 2011).

Els marcs i perspectives actuals, com ara la responsabilitat social corporativa, han posat de relleu que els resultats socials i ambientals de les empreses són valuosos per a la societat, fet que reitera la necessitat que les organitzacions siguin socialment responsables respecte als seus impactes. Iniciatives àmpliament reconegudes, com ara el Global Reporting Initiative (GRI) o l'SROI, proporcionen eines per divulgar l'acompliment en termes de sostenibilitat o per avaluar el rendiment social de les inversions. Per tant, hi ha un creixent interès per part de les organitzacions en conèixer el valor social que generen. El repte rau en transferir i mesurar el valor social de les accions dutes a terme per les organitzacions en termes quantitativament comparables.

Són escasses les organitzacions que avaluen sistemàticament el valor social generat. Les empreses socials i el tercer sector han centrat l'anàlisi en la determinació del seu impacte social sense quantificar necessàriament el valor social creat. Sovint, això pot provocar una subestimació de la seva activitat. En aquest sentit, la comparabilitat només s'aconsegueix si el model de mesura del valor social es pot analitzar juntament amb el model econòmic. Probablement, l'absència de metodologies àmpliament utilitzades i reconegudes ha dificultat l'aplicació d'un sistema de comptabilitat social en organitzacions empresarials i socials (Retolaza et al., 2015).

Així, especialment en el cas de l'empresa, l'evolució dels darrers anys demostra que la rendició de comptes consisteix en presentar estats comptables, d'una banda, i un informe de responsabilitat social corporativa (RSC) o de sostenibilitat, d'altra banda, basat en la quantificació d'alguns indicadors socials. En aquest sentit, l'RSC ha proporcionat un marc per justificar el rendiment social d'alguns grans projectes empresarials. Els informes d'RSC de grans empreses de l'Ibex-35 s'han convertit en referents en la informació social, tot i que les seves actuacions podrien no encaixar en el que generalment és considerat una referència social. En aquest sentit, les pràctiques d'elaboració d'informes requereixen una gran dedicació de recursos humans i econòmics, però ofereixen una perspectiva limitada del valor social creat donada la manca de comparabilitat amb l'acompliment econòmic.

Tal com s'aprecia a la figura 1, la realitat mostra una dicotomia entre empreses mercantils i empreses socials, sota l'assumpció que l'anàlisi de valor de les dues es realitza en dimensions separades. Aquest enfocament clàssic de separació entre generació de valor econòmic i valor social omet la realitat que

les empreses i les organitzacions interaccionen amb el seu entorn, i que generen un impacte econòmic, social i ambiental.

Figura 1. Integració del valor econòmic i social.



Font: Lavola, adaptació de Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi (2016).

Per tant, un supòsit que se'n deriva és que el valor d'una organització no s'ha de determinar exclusivament mitjançant indicadors econòmics. En el gràfic, el Valor Integrat es representa com l'àrea d'intersecció on tant les empreses mercantils com les socials tenen, en major o menor mesura, l'objectiu compartit de crear un impacte positiu per als grups d'interès i la societat.

L'any 2011, un grup de recerca de la Universitat del País Basc, dirigit pel doctor Retolaza, va iniciar el projecte de Valor Social Integrat (VSI) amb l'objectiu d'avançar en el desenvolupament de sistemes de comptabilitat social. Des d'aleshores, el projecte ha estat presentat en diferents universitats del món: a Europa, a la Universitat de Deusto i la Universitat de Mondragón al País Basc, i a la IAE University a París; als Estats Units, a les universitats de Virgínia i Stanford; i a l'Amèrica Llatina, a les universitats de Sao Paulo i la Universitat Autònoma de Mèxic. A Catalunya, el primer projecte basat en el càlcul del VSI es va dur a terme amb el patrocini de la Càtedra Mango en Responsabilitat Social Corporativa per a la Fundació Formació i Treball.

4.2 GEAccounting

GEAccounting és un grup d'interès econòmic sense ànim de lucre, amb la missió de crear una comunitat d'usuaris interessada en la comptabilitat social. El projecte que va impulsar la seva creació, el Valor Social Integrat, es va iniciar el 2011 i es va canalitzar a través d'un contracte entre la Fundació Lantegi Batuak, entitat social sense ànim de lucre, i el Grup de Recerca ECRI de la Universitat del País Basc. La coincidència entre la necessitat de Lantegi Batuak de valorar les seves accions (contribució social i econòmica generada) i el treball desenvolupat fins ara per l'ECRI, es va unir en un projecte d'investigació aplicada que tenia per objectiu desenvolupar una metodologia per objectivar, visualitzar i rendibilitzar el valor social generat per l'organització més enllà dels paràmetres econòmics tradicionals, que al seu torn podrien generalitzar-se a altres organitzacions.

Des d'aleshores, GEAccounting s'ha compromès a promoure i desenvolupar la comptabilitat social mitjançant formacions, esdeveniments, publicant informes i realitzant qualsevol altre tipus d'accions destinades a la difusió o interconnexió de coneixements sobre la matèria.

Figura 2. Xarxa d'organitzacions sòcies de GEAccounting.



Font: Anthesis Lavola.

4.3 Metodologia

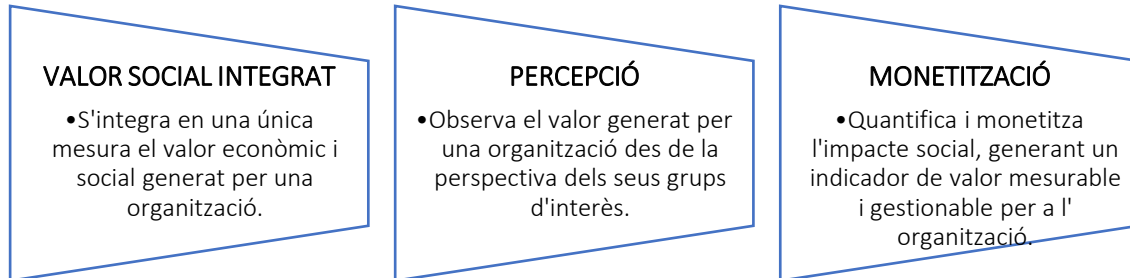
El model de comptabilitat social que es descriu en el present informe té com a objectiu monetitzar el Valor Social Integrat que generen les organitzacions i compta amb tres propostes complementàries:

- Incorpora un model de valor subjacent, basat en la teoria dels grups d'interès, que ha estat anomenat Model polièdric. És un model teòric i, per tant, sotmès a debats conceptuals.
- Desenvolupa una metodologia de procediment basada en el model polièdric esmentat. Mitjançant una sèrie de fases, permet sistematitzar el procés de càlcul del valor social per a cada organització. Aquesta metodologia pot i ha de millorar-se constantment a través del feedback aportat per la seva aplicació en diferents organitzacions.
- L'experiència del treball de GEAccounting amb diverses organitzacions proporciona una certa estandardització de les variables de valor, així com de les aproximacions de valor (proxies) que permeten obtenir la monetització de les sortides vinculades a les variables de valor. No obstant això, generar un conjunt de variables i proxies reconeguts intersubjectivament és un repte pendent que hauria de ser abordat per una comunitat de bones pràctiques, formada per usuaris, prescriptors i investigadors.

La metodologia combina una anàlisi qualitativa i quantitativa. Així mateix, la descripció del procés per obtenir el resultat proporciona un marc per contextualitzar i interpretar correctament les dades. De la mateixa manera que l'SROI, el VSI involucra als grups d'interès des de l'inici del procés per identificar el valor creat per a les diverses parts interessades. Tot i això, a diferència de l'SROI, que té com a

finalitat quantificar el rendiment social d'una inversió, la metodologia VSI quantifica el valor social net que genera una organització en un període de temps determinat.

Figura 3. Aspectes clau del Valor Social Integrat

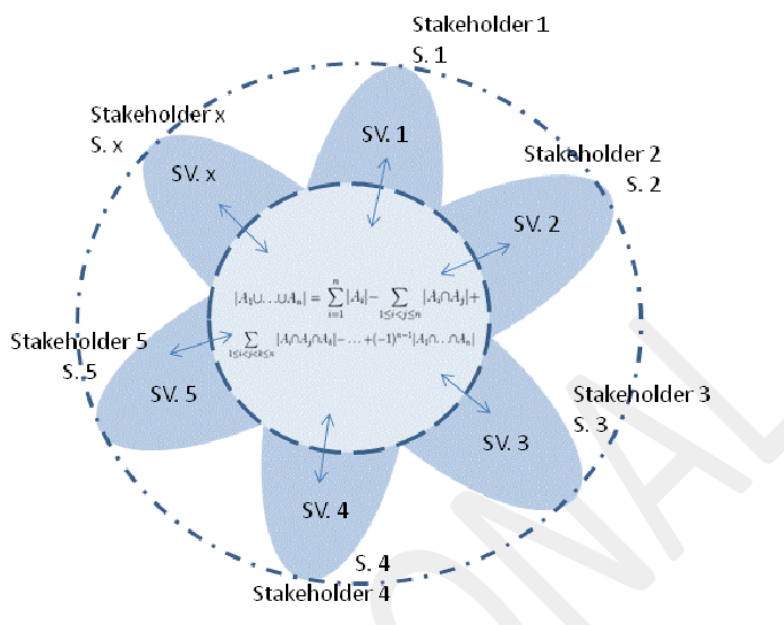


Font: Anthesis Lavola.

4.3.1 La comptabilitat social: el model polièdric com a suport

Com s'ha assenyalat, el procés de comptabilitat social segueix la metodologia analítica-sintètica. Un concepte complex i intangible (com el valor social) es subdivideix en una sèrie de factors constituents (variables de valor) a partir de les quals s'identifiquen els outputs que es quantifiquen a través de la seva vinculació, mitjançant diferents algoritmes, amb proxies de referència. Un cop monetitzat el conjunt de variables de valor de manera diferencial, s'aconsegueix una integració sintètica i holística de les dades obtingudes, que permeten visualitzacions múltiples (polièdriques) del valor generat a través d'ecosistemes de valor: el valor compartit, el valor social específic, el valor social generat a través de l'activitat econòmica, el retorn econòmic a l'Administració, el valor consolidat, etc .; i les múltiples anàlisis específiques que es poden generar en funció dels resultats obtinguts. El Model Polièdric de suport a aquest procés analític-sintètic, es plasma en la figura 4.

Figura 4. Model polièdric



Font: Retolaza et al. (2013).

Les diferents àrees (SV) recullen el valor identificat de forma particular per un grup d'interès, és a dir, no conflueixen amb la resta. El nucli central representa el conjunt de valor atribuït a les variables coincidents, el que es podria denominar com a "shared value". El valor total generat per l'organització correspondria a la totalitat de les àrees ombrejades. Al tractar-se d'una simplificació, el model gràfic no visualitza els possibles valors compartits només de forma parcial entre alguns grups d'interès, sense que afectin al conjunt dels mateixos. No passa així amb el sistema de càlcul, on aquests valors sí que són tinguts en compte i quantificats.

4.3.2 Fases del procés de monetització del valor social

El model polièdric pot considerar-se com el model d'anàlisi subjacent, del qual dimana un procés per a la seva aplicació concreta a una organització. La figura 5 sintetitza el procés que es desenvolupa per establir un sistema (comptabilitat) per a la monetització del valor social generat per una organització.

Figura 5. Fases del procés de monetització del valor social



Font: Anthesis Lavola.

Fonamentalment, el procés compta amb sis fases diferenciades:

- 1 Fixació de l'equip i cronograma, que podria considerar-se també com una fase prèvia o preparatòria. No obstant, és de vital importància, ja que la qualitat i implicació amb l'organització de l'equip d'investigació, determinarà en gran mesura l'èxit del procés d'anàlisi i sistematització. Així mateix, el cronograma, no serà només el tret de sortida, sinó el marc de referència per a que el procés no es vagi dilatant sine die.
- 2 Identificació dels grups d'interès als que a l'organització pressuposa que els genera valor, on el valor no s'entén com un concepte suportat ontològicament, sinó en relació a les persones receptores d'aquest valor, entenent per valor social el conjunt del valor percebut pels diferents grups d'interès d'una organització.
- 3 Identificació de les variables de valor, entenent per tals, els aspectes en els que l'organització genera valor a tercers; que, seguint el plantejament de la fase anterior, es realitzarà en diàleg amb els diferents stakeholders, ja que des d'una perspectiva fenomenològica seran aquests els que identifiquin aquestes variables.
- 4 Monetització dels outputs, en aquesta fase reconduïm la perspectiva subjectivista de l'anterior, que podríem haver continuat a través de la valoració subjectiva des stakeholders, tal com es realitza en els àmbits de qualitat i en altres metodologies; i ens centrem en quantificar intersubjectivament els outputs vinculats a cada variable de valor, a través de proxies. La lògica utilitzada en aquest procés de quantificació monetària és la mateixa que la del valor raonable, amb la diferència que els rangs de valor en el cas dels intangibles són molt més amplis i complexes de consensuar que en el cas dels béns tangibles.
- 5 Càlcul i visualització del valor social integrat; integrant els resultats dels càlculs parcials mitjançant el Model Polièdric.

- 6 Procés de feedback i millora continua; tant per a la pròpia organització en cicles d'anàlisi successiu (comptabilitat social anual), com per a altres organitzacions que s'aprofiten del resultat i de l'experiència obtinguda en el procés, especialment les pertanyents al mateix sector d'activitat.

Per la seva part, cadascuna d'aquestes fases es recolza en diversos supòsits teòrics ja que, tot i que afectin a la globalitat tant del model subjacent com de la metodologia processual, es vinculen de manera prioritària amb alguna fase específica.

Així, la primera fase d'orientació entronca amb la *action research* o investigació participativa. En lloc de suposar que la realitat és un objecte aliè a l'investigador, al qual aquest s'aproxima de forma objectiva, s'opta per equips mixtes amb la implicació necessària de responsables d'alt nivell de l'organització. Això permet garantir que l'anàlisi es realitza sobre la realitat i no sobre una mera imatge fictícia de l'entitat, facilitant l'explotació dels resultats i la posterior incorporació de la comptabilitat social com a procés estable en l'organització.

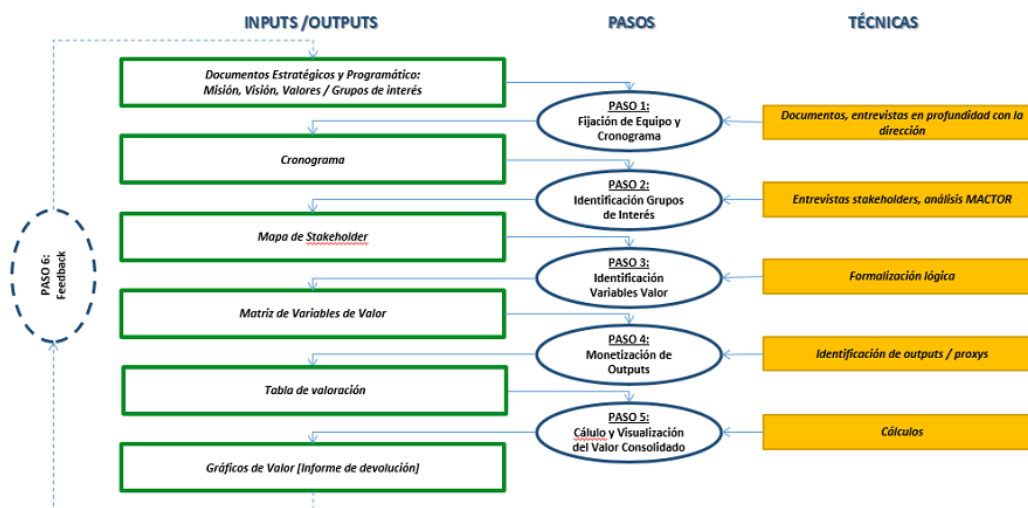
La fase d'identificació de grups d'interès descansa de forma prioritària sobre la teoria de *stakeholder*. Per la seva part, el *stakeholder engagement* es basa en una epistemologia de perspectiva fenomenològica (relació entre sí de diverses observacions).

La monetització dels outputs es basa per igual en el valor raonable i en la lògica borrosa, que permeten establir rangs difusos de valor sempre amb caràcter provisional i circumscrit a les circumstàncies¹.

En última instància, el càlcul del valor descansa tant en l'anàlisi cost-benefici com en els processos a l'ús de consolidació comptable.

La figura 6 sintetitza els passos progressius, així com els outputs resultants que es transformen en els inputs necessaris per a la següent fase del procés. També s'apunten els recursos tècnics normalment utilitzats a cada fase del procés.

Figura 6. Model polièdric: Inputs/outputs, passos i tècniques.



Font: Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi, 2016.

¹ Per aprofundir en aquests temes metodològics, vegeu: San-Jose, L. y Retolaza, J.L. (2016). Contabilidad Social orientada a los stakeholders. Perspectiva de la Administración Pública. Madrid: Ed. Pirámide.

5. RESULTATS

En el present apartat es mostren els resultats obtinguts a partir de l'aplicació de la metodologia de Valor Social Integrat per a l'any 2019. En primer lloc, es presenten els resultats parcials corresponents a la quantificació del valor social per a cadascuna de les 11 organitzacions participants en el projecte. En segon lloc, es presenta el resultat agregat que pretén proporcionar una visió conjunta del valor social generat per les entitats representants de l'economia social del Prat de Llobregat. Tanmateix, es proporciona una breu anàlisi del resultat obtingut.

El model de comptabilitat social, basat en la metodologia de quantificació VSI, permet visualitzar i objectivar el valor creat per una organització al conjunt dels seus grups d'interès. D'aquesta manera, cada entitat pot determinar, a través de les expectatives dels seus grups d'interès, un ecosistema específic de generació i distribució del valor econòmic, social i ambiental.

Figura 7. Dimensions del VSI



Font: Anthesis Lavola.

Així, per a cada entitat es presenten els resultats estructurats en les tres dimensions principals del VSI:

- **Valor Social de No Mercat.** Aquesta dimensió té en compte el valor generat per les organitzacions a través de la seva activitat econòmica, tant directa com indirectament. El valor social de mercat directe té en compte aspectes com ara les despeses de personal, el valor afegit i els impostos que les organitzacions paguen a les administracions. El valor social de mercat indirecte fa referència al valor induït a través de la contractació de proveïdors i té en compte aquests mateixos aspectes financers. En alguns casos, aquest ecosistema també integra el valor social generat als clients a través de la prestació de serveis i venda de béns.
- **Valor Social de No Mercat.** Aquesta dimensió és la relacionada amb el valor social que l'organització genera als seus grups d'interès i s'identifica a través del contacte amb aquestes parts interessades, la identificació de les variables de valor percebudes per aquests grups d'interès i l'atorgament de proxies econòmics als indicadors i variables identificades.
- El retorn a les administracions públiques comprèn aquell valor econòmic que l'organització retorna a les administracions públiques a través del pagament d'impostos, de forma directa i/o induïda, i de la generació d'altres tipus d'ingressos o d'estalvis.

- **Valor Social Integrat (VSI).** Un cop els valors descrits anteriorment estan calculats, es procedeix a consolidar resultats per tal d'obtenir el Valor Social Integrat. Parlem de consolidació i no de suma doncs hi ha possibles proxies emprats pel càlcul del Valor Social de No Mercat que provindran de dades comptables ja tingudes en compte al Valor Social de Mercat i, per evitar duplicitats, no es poden sumar.

El resultat agregat també es presenta estructurat en les dimensions de valor esmentades anteriorment.

5.1 Resultats parcials

Per a cadascuna de les entitats es proporciona una breu descripció i informació que permeten contextualitzar l'activitat i dimensió de l'organització. Seguidament, s'inclou un resum dels principals resultats obtinguts, acompanyat de taules i dades quantitatives.

5.1.5 Fundació Espigoladors

Sobre l'entitat

Forma jurídica: Fundació

Activitat: La Fundació Espigoladors és una organització sense ànim de lucre que lluita contra les pèrdues i el malbaratament alimentari a la vegada que empodera persones en risc d'exclusió social. El seu model d'empresa social actua sobre tres necessitats socials a la vegada i les connecta: lluitar per l'aprofitament alimentari, garantir el dret a una alimentació saludable i crear oportunitats laborals per a col·lectius en situació de risc d'exclusió social.

Presència territorial: Catalunya

Pressupost: 716.841 €

Grups d'interès

Taula 8. Grups d'interès d'Espigoladors

Grup d'interès d'Espigoladors
Equip Espigoladors
Administració pública
Clients
Organitzacions proveïdores
Comunitat, usuaris i beneficiaris
Aliances i col·laboracions

Resum de resultats

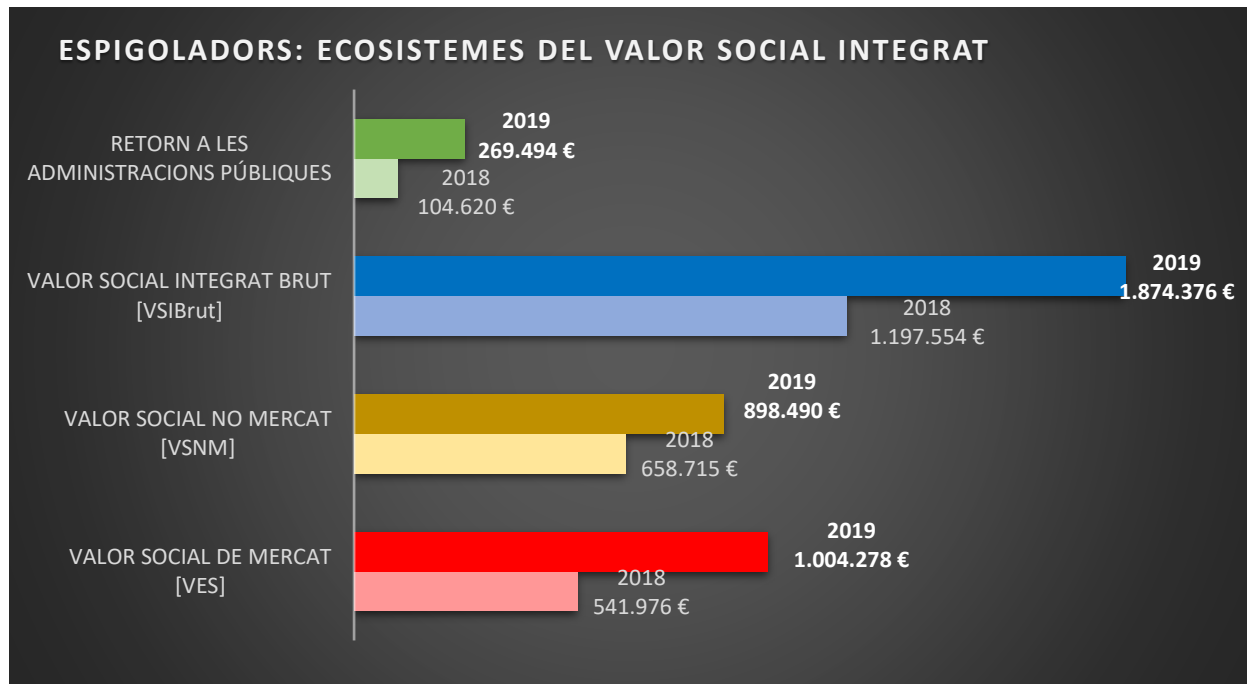
Taula 9. Resultats del Valor Social Integrat d'Espigoladors.

	2018	2019	Variació 2018-2019 (%)
VALOR ECONÒMIC DISTRIBUÏT	348.332,80 €	582.016,86 €	67,09%
VALOR INDUÏT A PROVEÏDORS (EXPLOTACIÓ)	54.833,80 €	84.777,75 €	54,61%
VALOR INDUÏT A PROVEÏDORS (INVERSIÓ)	11.089,21 €	12.494,44 €	12,67%
VALOR SOCIAL DE MERCAT D'ACTIU	127.720,05 €	324.989,01 €	154,45%
VALOR SOCIAL DE MERCAT [VES]	541.975,86 €	1.004.278,05 €	85,30%
VALOR SOCIAL NO MERCAT [VSNM]	658.714,80 €	898.489,51 €	36,40%
VALOR SOCIAL INTEGRAT BRUT [VSI_{Brut}]	1.197.554,16 €	1.874.375,57 €	56,52%
VALOR SOCIAL INTEGRAT NET [VSI _{Net}]	932.302,00 €	1.562.525,10 €	67,60%
RETORN A LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES	104.620,10 €	269.494,44 €	157,59%

RATIS	2019		2018	
	IMPACTE SOCIAL*	AAPP**	IMPACTE SOCIAL	AAPP
<i>Rati Retorn Econòmic</i>	0,9	2,2	0,9	1,6
<i>Rati Retorn Social de Mercat</i>	1,4	3,2	1,2	2,0
<i>Rati Retorn Social de No Mercat</i>	1,3	2,9	1,4	2,5
<i>Rati Retorn Social</i>	1,7	3,9	1,7	3,0
<i>Rati Valor Social Integrat [VSI]</i>	2,6	6,0	2,6	4,5

* Ratis respecte al pressupost.

** Ratis respecte al finançament públic rebut.



Ecosistemes de valor:

- Valor social de Mercat.** Espigoladors va incrementar en un 85,3% el valor social de mercat generat l'any 2019 en comparació amb l'any anterior, reflectint l'increment en l'activitat econòmica de la fundació. Així, de forma directa l'entitat va generar un valor de 582.017 € (+67,1%) i un valor de 324.989 € als clients (+154,5%). De forma indirecta, va generar un valor induït als proveïdors de 97.272 €.
- Valor Social de No Mercat.** El valor social de no mercat també ha incrementat durant el 2019 (+36,4%), generant un valor de 898.490 €. A través de la promoció de l'economia circular, Espigoladors va generar un valor social de 201.296 € gràcies a la canalització d'aliments recuperats cap a entitats socials i que, tanmateix, representen emissions de CO2 estalviades. Al mateix temps, l'organització genera valor a aquelles persones i/o col·lectius amb dificultats i/o en risc facilitant l'accés a menjar fresc i saludable, sigui a través de la col·laboració amb entitats socials com per donacions directes (257.688 €). Un altre aspecte rellevant és el valor que Espigoladors genera a través de la sensibilització respecte al malbaratament alimentari (133.857 €), amb l'organització de xerrades, tallers i altres tipus d'activitats de sensibilització, adreçades principalment a la comunitat i persones beneficiàries.
- D'altra banda,** com a part de la seva activitat i la millora, també, de la capacitat productiva, la fundació va continuar generant valor a través de la inserció laboral de persones en risc d'exclusió (150.958 €), generant un 88,6% més de valor en comparació a l'any 2018.
- Retorn econòmic a les administracions públiques.** L'increment de la capacitat productiva i de l'activitat econòmica d'Espigoladors l'any 2019 va suposar un retorn econòmic total a les administracions de 269.494 €.
- Valor Social Integrat Brut.** L'any 2019, el Valor Social Integrat brut de la Fundació Espigoladors va ser de 1.874.376 €, generant un 56,5% més en comparació amb l'any 2018. En termes relatius, el VSI representa 2,6 vegades el pressupost destinat per al 2019.

T +34 938 515 055
info@lavola.com
www.lavola.com
www.anthesisgroup.com

