

Article:

Valor Compartit i Clústers

Autors: Marta Marsé, Míriam Sierra i Oriol Roig

Amb la col·laboració d'Alberto Pezzi

Àrea d'Anàlisi Estratègica de Clústers – Unitat de Clústers - ACCIÓ | Generalitat de Catalunya

Índex de continguts

- 1. Introducció**
- 2. Definició de Valor Compartit. Casos d'exemple.**
- 3. Valor compartit i implicacions per treballar amb clústers. Casos d'exemple.**
- 4. Conclusions**
- 5. Bibliografia**
- Annex**

1. Introducció

Des de l'Àrea d'Anàlisi Estratègica de Clústers d'ACCIÓ (Generalitat de Catalunya) s'ha impulsat una línia de recerca i generació de coneixement per divulgar tòpics de debat actuals relacionats amb clústers i els nous reptes socioeconòmics. L'article actual està relacionat amb la temàtica central del Congrés Anual del TCI celebrat el passat novembre del 2014 a Mèxic: el Valor Compartit.

En aquest sentit, aprofitant el debat que genera la sostenibilitat i el futur del capitalisme, l'any 2011 Michael Porter i Mark Kramer publiquen l'article *Creating Shared Value* a la Harvard Business Review sobre la necessitat de repensar el plantejament econòmic actual. Fent del benefici social un objectiu tan primordial com el benefici monetari, els autors aporten enfoc teòric i exemples pràctics on il·lustren que un canvi de paradigma encaminat a operar sota les directrius del Valor Compartit pot tenir un poder transformador.

Impregnat per aquest afany de repensar conceptes preestablerts respecte al creixement de les nacions, el propi M. Porter ha proposat recentment un nou índex de mesura que redefineix des d'un punt de vista holístic el que s'entén per desenvolupament. El resultat és un indicador anomenat Índex de Progrés Social (SPI) que vol anar més enllà del PIB per càpita i incorporar tres dimensions principals: "necessitats bàsiques humanes¹", "fonaments del benestar²" i "oportunitats per millorar la qualitat de vida³". La proposta de M. Porter per afrontar el repte dual del desenvolupament consisteix en ajuntar el PIB per càpita i el SPI perquè tant la dimensió econòmica com la dimensió social tinguin cabuda en un sol índex.

No obstant, la idea de transcendir l'acotament del creixement i desenvolupament de les regions i països a variables purament econòmiques i financeres no és nova. Com assenyalava també Michael Porter en la seva última conferència, ja Charles Booth (1840-1916) amb "Life and Labour of the People in London", va ser un estudiós de Londres que destaca per l'intent d'elaborar mapes de pobresa de la ciutat de manera científica, i així de poder fer front a les exigències socials de la ciutat, creixents des de la Revolució Industrial.

Des d'aleshores i des de diferents disciplines i visions s'ha anat treballant en aquesta línia. Destacar l'aparició de recents iniciatives relacionades amb nous models econòmics com *l'Economia del bé comú*, concepte econòmic i polític promogut per l'austríac Christian Felber que cerca establir un nou model basat

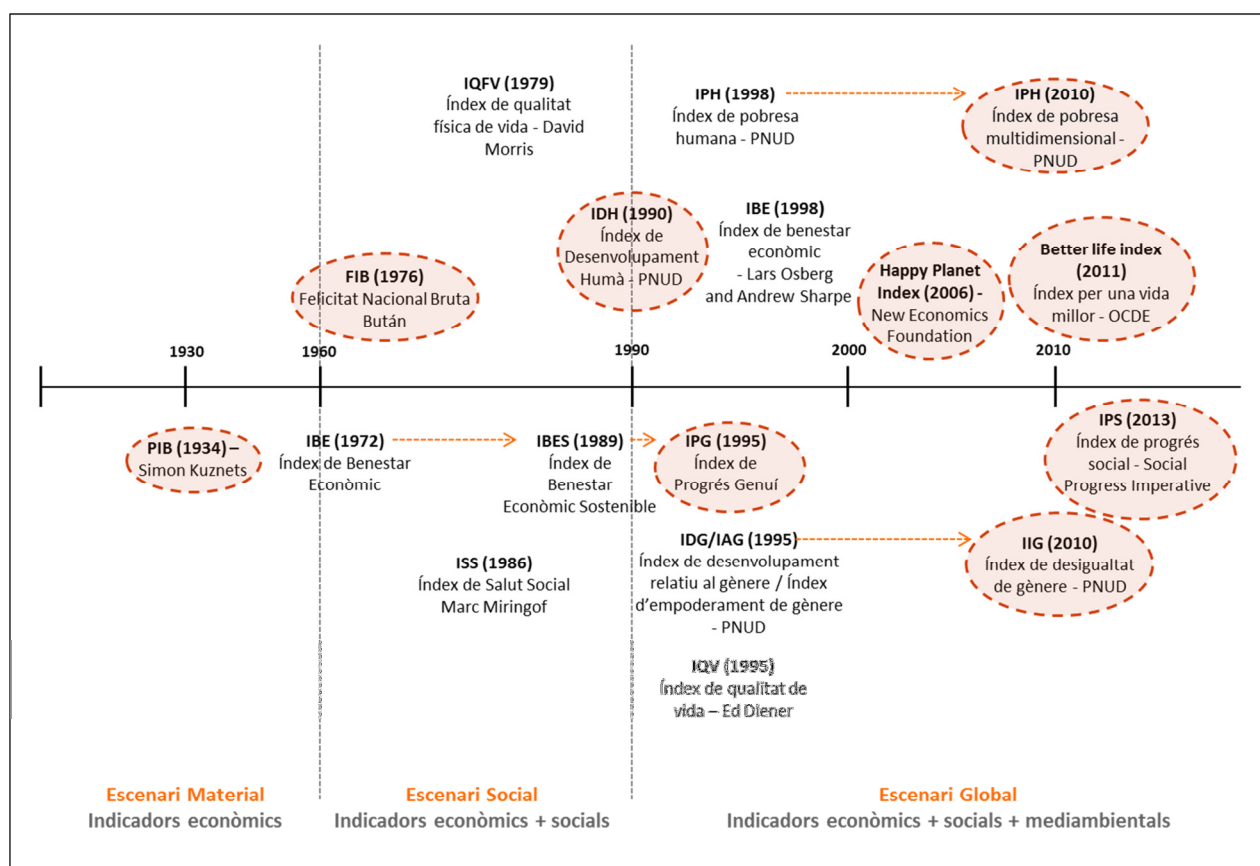
¹ Els indicadors que mesuren la dimensió de les necessitats bàsiques humanes fan referència a si els habitants d'un determinat país tenen suficient menjar, reben assistència mèdica bàsica, l'accés a aigua potable i nivell de salubritat de la xarxa de sanejament, així com l'adequació del habitatge pel que fa a l'arribada dels subministraments i finalment el nivell de seguretat ciutadana percebuda.

² Els indicadors que mesuren la dimensió dels fonaments del benestar fan referència a l'accés dels habitants a l'educació bàsica, l'accés lliure a idees i informació de qualsevol part del món, l'esperança de viure al néixer així com l'estat de salut de les persones (obesitat, taxa de suïcidis, nivell d'exposició a agents contaminants, entre d'altres). També recull informació lligada a si el país en qüestió està utilitzant els recursos naturals de manera responsable per tal de mantenir-los disponibles per a generacions futures.

³ Els indicadors que mesuren la dimensió d'oportunitats per millorar la qualitat de vida fan referència a les restriccions en exercir el drets les persones: política, expressió, reunió, culte, accés a l'habitatge, opció sexual entre d'altres.

en una economia sostenible, alternativa al model capitalista i al predomini dels mercats financers; o l'esforç d'economistes com Amartya Sen i Joseph Stiglitz, entre d'altres i en col·laboració amb la "Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress" de la Comissió Europea, en l'intent de desenvolupar noves formes de mesurar el valor del benestar humà més enllà del PIB. Destacar també l'existència d'altres propostes alternatives al PIB com l'Índex de Desenvolupament Humà de Nacions Unides, el Índex per una vida millor de l'OECD, etc..

Figura 1. Evolució dels indicadors relacionats amb el progrés.



Font: Elaboració pròpia a partir de www.wikiprogress.org

Tot plegat apunta cap a una idea més enfocada a una "humanització" del capitalisme i a un aprofundiment en el que s'ha considerat fins ara com benestar social, el qual es veia com una "conseqüència del creixement econòmic". Fins ara, la lògica era que l'objectiu de millorar la competitivitat de les empreses d'un país, incrementaria els seus marges i per tant la seva contribució en impostos, amb els quals s'apliquen *a posteriori* en les polítiques de benestar social.

La contribució a la projecció i al desenvolupament del concepte des de l'Àrea d'Anàlisi de Clústers d'ACCIÓ (Generalitat de Catalunya) s'ha materialitzat en la redacció d'un article propi amb varies seccions. Una primera introducció on s'emmarquen els continguts desenvolupats a l'article. En un segon apartat, es proporciona un marc teòric de la noció, es citen diferents autors i corrents de pensament que han aportat coneixement en el camp del valor compartit i s'exemplifica el contingut amb diversos casos empresarials

d'abast internacional. En un tercer apartat, s'introdueix la relació existent entre el valor compartit i els clústers ja que la col·laboració entre empreses en clau clúster pot suposar una millora social, mediambiental o laboral a la vegada que pot millorar els resultats econòmics de la companyia que les aplica. Addicionalment es presenten exemples de diferents iniciatives portades a terme a la regió de Catalunya a nivell de clúster, i interclúster, com la de ACTM⁴ per tal de desenvolupar roba amb elevades prestacions de confort i manteniment, la de FEMAC⁵ i AQÜICAT⁶ per tal de fomentar l'aqüicultura rural dels petits productors d'una manera inclusiva i sostenible, o la d'INNOVACC⁷ i CWP⁸, que busca millorar el tractament de l'aigua en els processos de depuració. Per últim, l'annex recull diverses alternatives a les mesures de desenvolupament econòmic que proposen una perspectiva més ampla que el PIB per a la mesura del progrés d'un país.

⁴ Clúster Tèxtil-Moda de Catalunya.

⁵ Associació de Fabricants i Exportadors de Maquinària Agrícola de Catalunya.

⁶ Clúster Aqüícola de Catalunya.

⁷ Associació Catalana d'Innovació del Sector Carni Porcí.

⁸ Catalan Water Partnership.

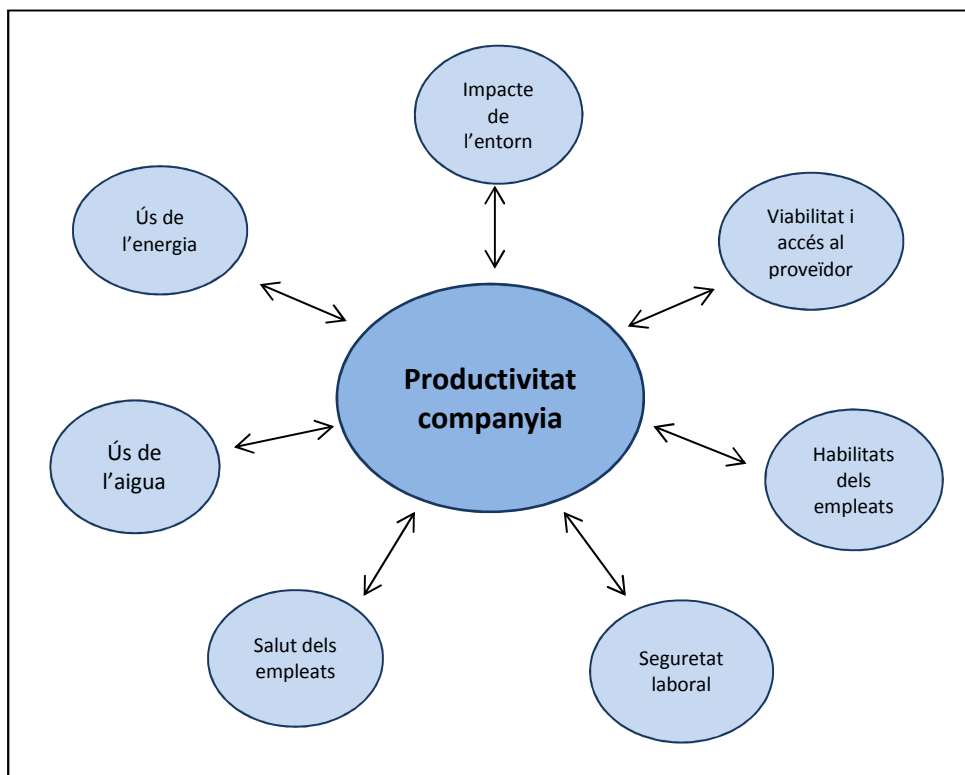
2. Definició de Valor Compartit

“Polítiques i pràctiques operatives que milloren la competitivitat d’una empresa a l’hora que, simultàniament, fomenten la millora de les condicions socio-econòmiques de l’entorn on operen”.

Aquesta és la definició acadèmica que Michael Porter va escollir l’any 2011 per donar a conèixer el concepte de Valor Compartit. En un moment on el nivell de confiança en el capitalisme cada cop era més baix i on totes les variables macroeconòmiques indicaven que la sortida de la recessió seria llarga i complicada, una visió com la de Porter semblava enriquir de contingut social a un sistema econòmic condemnat per molts, pretenia ser una evolució de la idea curterminista del vell capitalisme i abordava problemàtiques adjacents al món empresarial. Des de llavors, cada cop són més les veus que s’alcen en defensa d’una manera alternativa d’entendre els negocis.

El Valor Compartit és una estratègia de gestió centrada en companyies que creen valor empresarial mesurable a la vegada que identifiquen i adrecen problemes socials que s’entrecreuen amb els seus negocis. En altres paraules, en el marc del Valor Compartit es creen noves oportunitats per a empreses, organitzacions de la societat civil i governs que potencien el lligam entre competència del mercat i la necessitat social.

Figura 2. Connexió entre l’avantatge competitiva i els problemes socials.



Font: Porter, Michael and Kramer, Mark (January 2011): *Creating Shared Value*, Harvard Business Review, Boston

En aquest sentit, noves idees que involucren la creació de valor econòmic tot creant valor per a la societat estan sortint a la llum. Adreçant les necessitats socials i els reptes comunitaris, el Valor Compartit planteja a l'empresariat connectar èxit empresarial i progrés social, incorporant al centre de la qüestió la temàtica social sense oblidar que l'enfocament és que el negoci continua actuant com a negoci, sense perspectiva d'ONG. Es tracta de generar una equació on la variable dependent continuï essent la productivitat de la companyia, però on variables tals com l'impacte en l'entorn, l'ús dels recursos, la seguretat laboral, la viabilitat i accés al proveïdor i les habilitats i la salut dels empleats passin d'entendre's variables independents a conformar una gran variable dependent conjunta.

En altres paraules, s'entén com una superació del model de curt termini i una aproximació a l'encunyació d'un model de llarg termini. La proposta és fugir de la vella concepció del capitalisme curt terminista, on la introducció d'un component de millora social necessàriament suposa una restricció a la funció a maximitzar, augmenta els costos totals i disminueix inevitablement els beneficis de la companyia. Per contra, s'ha de pensar en nocions més àmplies, plenes i llarg terministes. Operar sota un punt de vista que reconeix inicialment que, en efecte, hi ha costos interns derivats de l'intent de millora social, però que la seva incorporació a l'activitat no ha de suposar un augment dels costos totals. Per què? Perquè centrar-se en el desenvolupament social obre portes a la innovació tecnològica o a les noves tècniques d'administració empresarial, que en el llarg termini poden suposar augments productius o expansions cap a mercats no coneguts.

Què no és el Valor Compartit?

El canvi de paradigma va unit a la capacitat de deixar de pensar en el curt termini: la superació de velles idees tals com l'assoliment de rendibilitats financeres immediates, les reestructuracions de personal o les deslocalitzacions a zones low-cost queden fora de l'abast del Valor Compartit.

Així doncs, es pot entendre com una humanització de les activitats operatives empresarials. Tot i així, aquest aspecte s'ha relacionat històricament amb la idea de Responsabilitat Social Corporativa, i el Valor Compartit es vol desmarcar del que s'ha entès per RSC fins al dia d'avui.

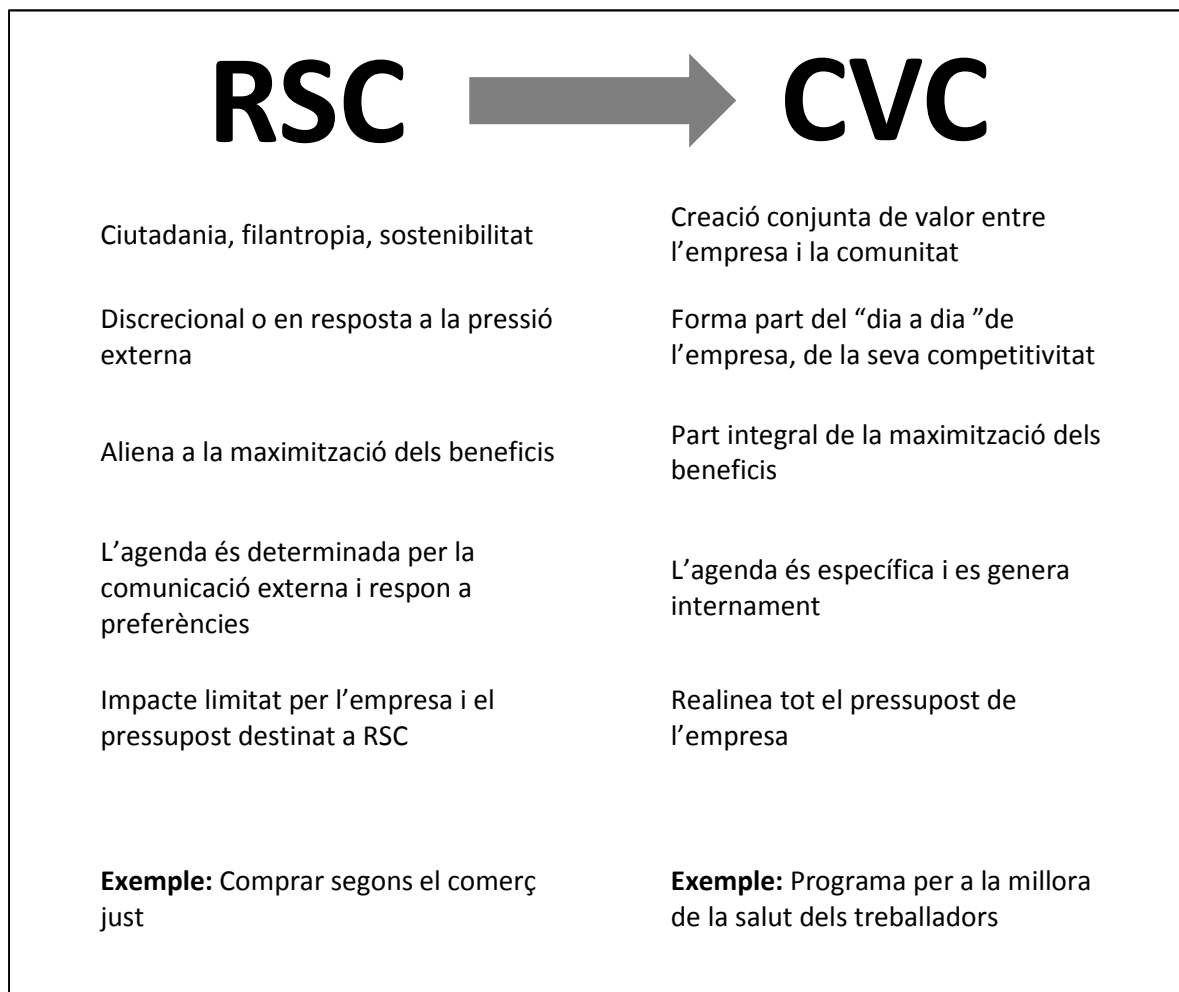
Mentre que la Responsabilitat Social Corporativa no entén el context social com a prioritat sinó com un aspecte residual dins d'un projecte empresarial, el Valor Compartit entén el valor social com a part del tot. Es pot dir que està en el centre del projecte. I aquesta diferència és transcendental, doncs converteix el valor social en una aposta de negoci enlloc d'entendre'l com part d'una campanya de màrqueting empresarial per millorar la situació competitiva i valorativa de la companyia. El component social deixa de ser concebut com una eina per assolir un objectiu en forma d'increment a nivell de facturació, deixa de ser una restricció i passa a ser un objectiu més que l'empresa inclou dins la funció a maximitzar.

Seguint la lògica descrita i reafirmant-nos en el fet que quan es parla de valor compartit no es fa de valors personals ni d'aproximacions redistributives, sinó d'ampliar el conjunt total de valor econòmic i social, un exemple del que tampoc és actuar sota els paràmetres del valor compartit és el comerç just. Segons Porter, aquest acaba sent més una activitat amb intenció redistributiva que una activitat que comporti una creació

i expansió del valor total, i per tant s'allunya dels límits teòrics descrits. És important recalcar que no es tracta d'una redistribució filantròpica de valor: és pura creació de valor econòmic i social significatiu.

En definitiva i per sintetitzar, com il·lustren Leslie R. Crutchfield, John V. Kania i Mark R. Kramer amb el títol del seu assaig, es tracta d'una aproximació a la filosofia del *Do more than give*: Fer més que donar.

Figura 3. Com es diferencia la creació de valor compartit de la responsabilitat social corporativa?



Font: Porter, Michael and Kramer, Mark (January 2011): *Creating Shared Value*, Harvard Business Review, Boston.

Casos d'exemple d'empreses internacionals i locals

Cas IBM: (www.ibm.com/es/es)

IBM és una multinacional americana de tecnologia i consultoria, que, per tal d'ajudar a la integració i millor funcionament de les seves seues a l'Àfrica, Àsia, Europa de l'Est i l'Amèrica Llatina, va crear el CSC (*Corporate Service Corps*). És un projecte que permet crear valor compartit a partir de la formació dels directius, no només en termes empresarials, sinó també en la cultura i la problemàtica de les societats en les quals operen. Estudien els problemes de la ciutat o zona en la que està ubicada l'empresa i, conjuntament amb organitzacions locals, ONG's i l'Administració, creen un pla estratègic per tal de millorar les condicions de vida i l'atractiu d'aquestes àrees. També aporta un major coneixement de l'economia local a l'empresa, la qual cosa millora el seu funcionament. El valor compartit es presenta de tres formes:

- Les comunitats resolen els seus problemes.
- Els treballadors d'IBM reben formació en el lideratge i el desenvolupament.
- IBM desenvolupa nous mercats així com líders globals.

Figura 4. Lloc web de Corporate Service Corps d'IBM.

Corporate Social Responsibility >

Corporate Service Corps

A Triple Benefit

Communities have their problems solved.
IBMers receive leadership training and development.
IBM develops new markets and global leaders.

Corporate Service Corps | **Partnership** | **Where We Are** | **Follow Along** | **Press**

[Program Overview](#) | [Program Details](#) | [Multimedia and Downloads](#) | [Project Sunflower](#)

About the Program

The Corporate Service Corps was launched in 2008 to help communities around the world solve critical problems while providing IBM employees unique leadership development opportunities. By sending groups of 10 - 15 individuals from different countries for community-based assignments in emerging markets, the program has helped over 140,000 people since its inception. → [Learn more](#)

IBM Corporate Service Corps: Cusco, Peru

Contact us

[Gina Tesla](#), Director, Corporate Citizenship Initiatives
[Joel Mangan](#), CSC Program Manager
[John Dimarco](#), CSC Program Manager
[Email us](#)

Find us

[Tweets](#) | [Blogs](#) | [Videos](#) | [Photos](#)

Follow Along

Martin Morgentaler @martinmo1 Feb 02, 05:02 PM
Im now part of the Vietnam team 12 leaving on May8th for #CanTho ! Thanks to @IBMCS. Will be awesome ! Can't wait!

IBMCorpServiceCorps @IBMCS Feb 02, 03:45 PM
RT @tanysinquehacer: Link to second post <http://t.co/ZHsxwnevm> #ibmcsc #morocco

IBMCorpServiceCorps @IBMCS Feb 02, 03:44 PM
RT @edwibaby: 27 more days to go...)

Font: www.ibm.com/es/es

Cas Brown's Super Stores: (www.shoprite.com)

Brown's Super Stores és una cadena de supermercats americana. L'any 2004 va plantejar un model de negoci en el qual l'objectiu i oportunitat són les zones dels EUA conegudes com "food deserts", amb una clientela potencial de 25 milions de persones. Aquestes zones presenten poblacions amb problemes de nutrició (obesitat, diabetis...) i socials (atur, criminalitat alta...)

Per poder operar en aquestes àrees i fer-les econòmicament viables, BSS es va enfocar en tres claus:

- Canviar el rol tradicional dels supermercats (que fossin "més que una botiga de queviures")
- Optimitzar el producte ofert, "fer que la gent se senti com a casa"
- Ajustar el model operatiu de les tendes per minimitzar els costos sense abaixar la qualitat ni els salaris

L'any 2013, les 6 botigues que segueixen aquest model (anomenades ShopRite), donen feina a més de 1000 persones, han obtingut uns ingressos de \$ 250 milions.

Figura 5. Lloc web de ShopRite.



Font: www.shoprite.com

Cas Becton Dickinson: (www.bd.com/es)

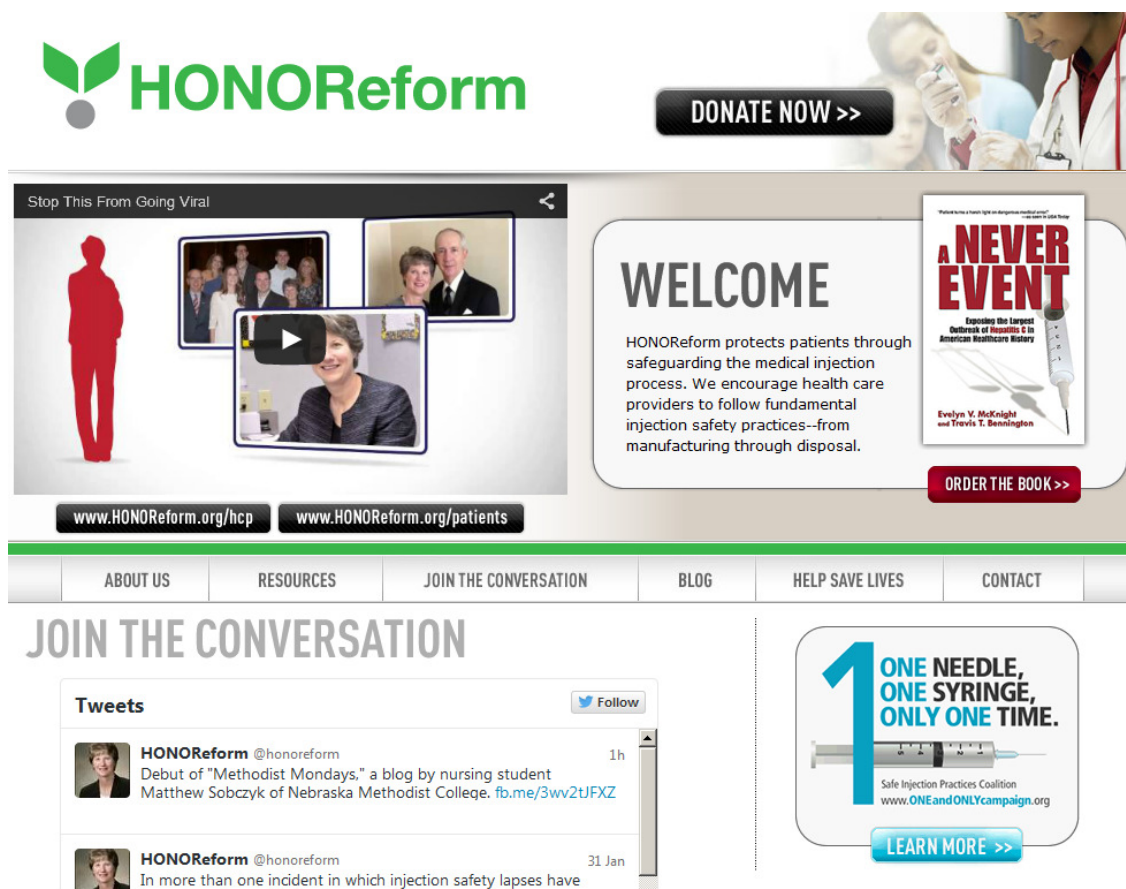
BD és una companyia de tecnologia mèdica que opera a nivell mundial i es dedica a la fabricació i a la venda de dispositius mèdics, equips de laboratori i productes de diagnòstic. A principis dels 80, una sèrie de denúncies i estudis parlen de la creixent problemàtica de les punxades d'agulla entre els treballadors, i la perillositat pel risc d'infeccions (com l'VIH). BD veu aquesta situació com a una necessitat social i com a oportunitat de negoci. Comencen doncs a treballar a partir d'una estratègia basada en dos punts:

- Reformulació dels productes i dels mercats: innovació per fer productes més segurs
- Millorant l'entorn operatiu local: crear llaços amb la comunitat per alertar dels perills i influenciar en la societat per tal d'aconseguir més mesures de seguretat, formar als treballadors, etc.

Des del 1988, l'empresa a passat d'ingressar \$ 5 milions en dispositius de seguretat, a \$ 2.100 milions el 2013. Socialment, les punxades en infermers s'han reduït un 51% entre el 1993 i el 2004.

A més, BD ha donat suport a canvis en polítiques de seguretat en molts països (EUA, UE, Rússia, etc.)

Figura 6. Lloc web de HONORreform de Becton Dickinson destinada a donar conèixer bones pràctiques al personal sanitari usuari dels seus productes.



Font: www.bd.com/es

Cas Nestlé: (www.nestle.es)

Nestlé és la companyia agro-alimentària més gran del món, amb més de 339.000 treballadors arreu del planeta. Des de la seva posició de líder de mercat, ha apostat per la creació de valor compartit al llarg de tota la cadena productiva, com a forma d'aconseguir beneficis a llarg termini per als seus accionistes així com pel conjunt de la societat en general. Per aconseguir-ho, s'han enfocat en aquestes àrees: nutrició⁹, aigua¹⁰, desenvolupament rural¹¹ i salut i benestar dels treballadors. En aquest darrer àmbit destacar dos projectes, el Programa Wellness que es va posar en marxa a les oficines de Nestlé a Esplugues del Llobregat (Barcelona) el passat juliol del 2011, agrupa un conjunt d'iniciatives que persegueixen la creació d'un entorn laboral favorable donant als treballadors coneixements en l'àmbit de la nutrició, tallers posturals, motivació per la pràctica regular d'exercici i classes de ioga. L'altre projecte a destacar es porta a terme a la seu de Camerun, on porten a terme un programa a llarg termini on l'objectiu es eradicar la malària que afecta els treballadors al 2016.

Figura 7. Lloc web de Nestlé sobre valor compartit.



Font: <http://www.empresa.nestle.es/es/cvc>

⁹ Nestlé al 2013 va redactar el “Compromís Nutricional Nestlé”, que es concreta amb 10 objectius centrats en 3 àrees (la formulació de productes, l’aportació d’informació nutricional i l’aposta per la formació i l’educació).

¹⁰ A partir d’una doble estratègia, pretén influir en un ús millor i més eficient de l’aigua. Primer a partir de “Nestlé Continuous Excellence”, que vol impulsar la innovació en productes saludables elaborats amb menys aigua i energia i, segon, en minimitzar el consum dels recursos naturals en les operacions.

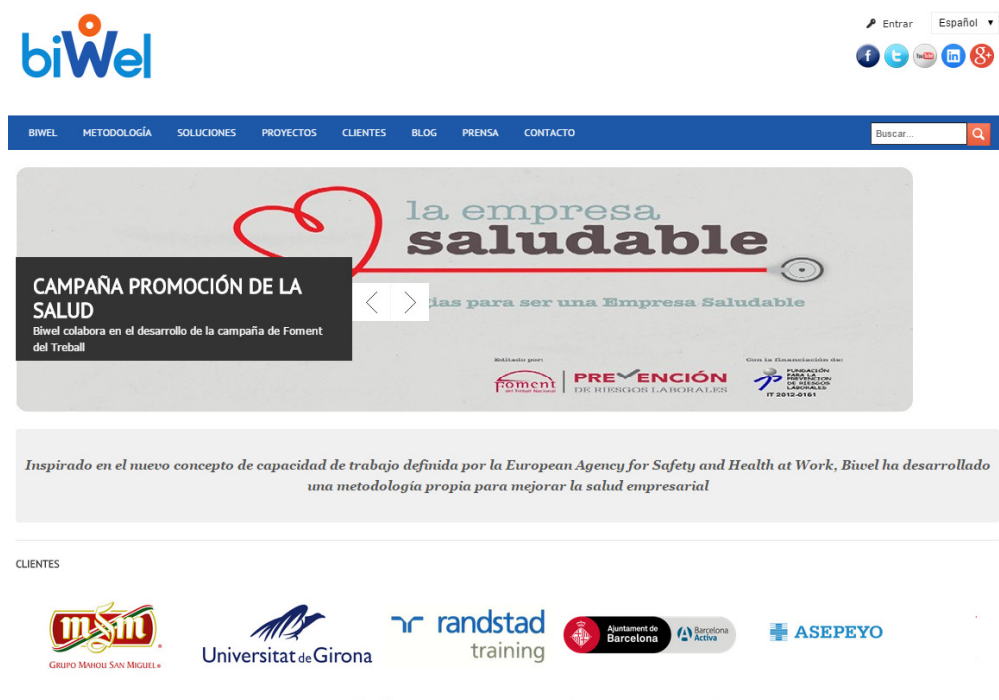
¹¹ Ofereix assessorament i assistència tècnica a les comunitats on opera per tal de millorar les pràctiques de producció amb un doble objectiu, el desenvolupament rural i millor qualitat del productes.

Cas Biwel: (www.biwel.cat)

Moltes empreses comencen a ser conscients de la importància del benestar, la seguretat i la salut del seu capital humà d'una forma integral, tenint en compte les diferents dimensions de la salut i els diferents models determinants d'aquesta i l'impacte que ofereix a la productivitat i a la comunitat on opera l'empresa. Així mateix ja no només trobem empreses que generen valor compartit, si no també empreses que neixen com a proveïdores de valor compartit. En aquest sentit, l'empresa Biwel acompanya a l'empresa client en la creació d'entorns saludables amb un procés de millora contínua el qual aconsegueix millorar la conciliació de la salut i l'adquisició d'hàbits de vida saludables de forma sostenible, dins i fora de l'organització, com a estratègia empresarial.

Biwel ofereix una diversitat de serveis que van des de la sensibilització, formacions sobre temes específics¹² o plans d'actuació integrals amb l'objectiu d'integrar la cultura preventiva i de benestar al sistema de gestió de l'empresa.

Figura 8. Lloc web de l'empresa Biwel .



Font: <http://www.biwel.cat/>

¹² Reeducació d'hàbits posturals (ergonomia), estratègies per al canvi d'hàbits, exercici per a la prevenció de trastorns musculoesquelètics, alimentació saludable, gestió del temps, estrès i tècniques de relaxació, salut emocional i psicologia positiva: valentia, vitalitat, honestat, generositat, conferències de diferents temàtiques de prevenció de risc per a la salut, entre d'altres.

3. Valor compartit i implicacions per treballar amb clústers. Casos d'exemple.

Tal i com exposen Michael E. Porter i Mark R. Kramer en el seu article, la competitivitat d'una empresa i el benestar de la comunitat on opera estan fortament relacionats. Una empresa necessita d'una comunitat exitosa no només per crear demanda dels seus productes, sinó també per brindar actius crucials com ocupació i oportunitats de creació de riquesa pels seus ciutadans. En el marc de Valor Compartit es defineix un nou paper per als negocis a la societat que, com ja s'ha apuntat, va més enllà dels models tradicionals de Responsabilitat Social Corporativa. En aquest sentit les empreses poden crear valor econòmic creant valor social mitjançant el desenvolupament de nous productes, serveis i mercats, o redefinint la productivitat de la cadena de valor de manera que tingui un impacte en els reptes de les societats com l'ús dels recursos, l'impacte en l'entorn o la salut dels treballadors. Així mateix, la capacitat de crear valor compartit és igual de possible en economies avançades, on la demanda per productes i serveis que satisfacin les necessitats de la societat creixen ràpidament, que en països en desenvolupament els quals poden no ser reconeguts com a mercats viables tot i tenir necessitats socials encara més urgents.

Alhora cap empresa és una unitat autosuficient. L'èxit d'aquesta també es veu afectat per les estructures de recolzament que les rodegen i és en aquest punt on el concepte dels clústers pot ser clau a l'hora de generar valor compartit. Els clústers no només inclouen les empreses sinó també altres agents que tenen relació amb l'activitat empresarial objecte (institucions, associacions, administracions públiques, centres d'homologació, centres tecnològics, centres de capacitació, entre d'altres) fent possible que actors que anteriorment operaven sense tenir-se en compte, poden trobar en el discurs de la col·laboració conjunta una oportunitat atractiva per redissenyar les seves actituds i postures i apropar-se a un model molt més inclusiu que el fet servir fins el moment.

Considerant el *networking* com un dels principals actius de la dinamització dels clústers, la relació entre empreses dins el mateix pot generar projectes col·laboratius relacionats amb el valor compartit, així com la possibilitat de trobar socis que permetin dur a terme el projecte, tant a nivell de coneixement com de finançament. Alhora els clústers també són una eina que permet difondre conceptes i temes d'actualitat respecte a la competitivitat i el desenvolupament econòmic i social com és la idea de "valor compartit", tant per aplicar a nivell d'empreses individuals com per projectes col·laboratius.

A més, no només una empresa, o la col·laboració entre varies pot generar projectes entorn al valor compartit, si no que la pràctica i els exemples aportats confirmen que la relació interclúster també és possible per tal de generar projectes i iniciatives que creuin els diferents àmbits dels clústers per impactar sobre algun dels elements del valor compartit: ús de les energies, ús de l'aigua, salut dels treballadors, etc.

Amb això, s'alineen els negocis amb les tendències en les prioritats del consumidor com són la major consciència pel benestar, pel medi ambient, per la salut i per l'aportació de valor social.

Clústers i Valor Compartit

- Networking entre empreses i actors de tota la cadena de valor per a la generació d'idees i projectes col·laboratius i millorar l'eficiència de la cadena de valor del sector.
- Difusió de temes d'actualitat i relacionats amb la competitivitat.
- Nous productes i serveis que responguin a les tendències a nivell de consumidor.
- Pertinença a un ecosistema per permet incrementar les possibilitats de trobar socis ja sigui a nivell de coneixements com de finançament.
- Major promoció i difusió de resultats.

Cas d'exemple 1: Iniciativa clúster ACTM¹³

El consorci CONFORT&CARE, neix de la col·laboració de set empreses¹⁴ representants de la cadena de valor del sector tèxtil (des de el procés de filatura, passant per teixiduria, acabat i confecció) i el suport de dos centre d'investigació, AITEX¹⁵ i FITEX¹⁶. L'objectiu principal de la col·laboració és el desenvolupament de nous productes de roba que responguin a la necessitat del mercat detectades per les empreses que hi formen part del consorci. Aquestes innovacions tecnològiques es centren en millores del caràcter confortable dels teixits i el seu manteniment al llarg del cicle de vida dels productes, mitjançant processos de fabricació mediambientalment sostenibles amb la possibilitat de revalorització del producte.

Innovacions tecnològiques en el marc del consorci Confort&Care

- Noves filatures de fibres naturals i orgàniques i nous processos sobre fibres sintètiques com el texturitzat i el self-crimpring.
- Optimització del procés de teixiduria per maximitzar el confort tèrmic i mecànic.
- Processos de tintura/estampat, acabat més respectuosos amb el medi ambient.
- Ús de noves eines analítiques per a parametritzar el confort.

¹³ Clúster Tèxtil-Moda de Catalunya.

¹⁴ El consorci Confort&Care està format per les següents empreses: Tejidos elásticos Lloveras, S.A, Selvafil, S.A, Aretex, S.A, Diacar Textil S.L, TEX51, S.L, Industrias Valls 1, S.A, Estampunt S.L.

¹⁵ Asociación de Investigación de la Industria Textil.

¹⁶ Fundació per la innovació tèxtil.

Figura 9. Lloc web del projecte Confor&Care.



Font: www.confortcare.es

Cas d'exemple 2: Iniciativa interclúster FEMAC¹⁷ i AQÜICAT¹⁸

És especialment interessant valorar l'output resultant d'aplicar polítiques de clúster sota una perspectiva de Valor Compartit. En aquest sentit, existeixen dues maneres de relacionar ambdós conceptes: Valor Compartit dins del clúster i Valor Compartit interclúster. Centrar l'atenció en iniciatives que apliquen polítiques operatives amb consciència social entre clústers ens permet parlar d'un cas que ens toca de prop. És el cas del projecte que neix de la col·laboració entre FEMAC (Associació de Fabricants i Exportadors de Maquinària Agrícola de Catalunya) i AQÜICAT (Clúster Aquícola de Catalunya), que es desenvolupa sota el nom de Aquainnovate i té en l'Aerofeeder el seu output final.

En d'altres casos, com en els processos de constitució de clústers, la col·laboració entre administració i món empresarial és més explícita. En el cas que ens ocupa, la col·laboració interclúster ha estat mínimament conduïda en els primers passos per agències institucionals (ACCIÓ) juntament amb una consultora global d'estratègies de sostenibilitat (BSD). Tot i això, independentment de si òrgans administratius influeixen o

¹⁷ Associació de Fabricants i Exportadors de Maquinària Agrícola de Catalunya.

¹⁸ Clúster Aquícola de Catalunya.

no en la trobada, el procés d'actuació no hauria de ser diferent del descrit anteriorment en el cas de Becton Dickinson, on calia trobar una oportunitat, dissenyar una estratègia i valorar el resultat.

En el cas de l'Aerofeeder, sota la visió de fomentar l'aqüicultura rural dels petits productors d'una manera inclusiva i sostenible, la missió d'Aquainnovate s'ha centrat en oferir coneixements i tecnologia que contribueixin a la millora de la productivitat i la sostenibilitat de l'aqüicultura rural en els segments de la Base de la Piràmide, amb objectius com els de fomentar la innovació tecnològica en l'aqüicultura rural i empoderar els aqüicultors rurals amb baixos ingressos oferint-los un model integral de recolzament i captació.

Per aconseguir els objectius perseguits, des de l'inici eren essencials dos elements: el component de nova tecnologia de baix cost que permetés als aqüicultors millorar els seus resultats econòmics mentre es respectava l'entorn on s'operava, i una plataforma de serveis exclusivament adreçada a l'assessorament, la capacitat i l'empoderament dels aqüicultors rurals.

La millora de la situació ambiental i econòmica de les petites explotacions intensives amb pocs recursos econòmics passava per assolir dues premisses bàsiques: repensar com s'abordava la insuficient oxigenació que patia l'aigua de l'estanc on s'operava i intentar influir en la mala distribució de l'aliment pels organismes. Mitjançant el disseny d'un dispositiu flotant autopropulsat i governat únicament per una sola persona que incorpora un sistema d'oxigenació basat en paletes que remouen l'aigua cap a l'atmosfera i un sistema de repartiment de pinso simultani, s'aconsegueix incidir en ambdues problemàtiques, tant en la oxigenació com en el repartiment d'aliment, a la vegada que no s'altera l'ecosistema on s'opera. D'aquesta manera la iniciativa s'apropa a la millora tant en l'àmbit de negoci com en el respecte amb l'entorn.

El que inicialment ha estat desenvolupat a Lleida, es troba ara en fase de posada en marxa a Mèxic, on ja s'ha provat l'Aerofeeder a l'Estat de Guerrero. Se n'està fent difusió entre organitzacions directament relacionades amb els negocis inclusius i del sector de la agricultura per presentar propostes de col·laboració i llençar el projecte, a la vegada que s'assoleix l'increment de productivitat, l'augment de d'ingressos i de treball, el foment de micro emprenedors i el desenvolupament de cadenes de valor que es persegueixen des del moment inicial. La experiència certament configura una iniciativa de Valor Compartit interclúster que pot servir de referent per a la futura creació de valor compartit entre diferents clústers.

Figura 10. Resum del Projecte Aquainnovate.



Cas d'exemple 3: Iniciativa interclúster INNOVACC¹⁹ i CWP²⁰

En aquest context de col·laboració entre clústers, la iniciativa duta a terme entre INNOVACC (Associació Catalana d'Innovació del sector carni porcí) i CWP (Catalan Water Partnership) reuneix les característiques que tot projecte definit sota els criteris de Valor Compartit ha de reunir: partint d'una potencial millora mediambiental en el tractament de l'aigua s'acaben aconseguint millores econòmiques a través de reduccions de costos operacionals.

El primer contacte de la iniciativa es produeix en una reunió celebrada a l'Institut Català de Recerca de l'Aigua (ICRA), amb seu a l'edifici H₂O del Parc Científic i Tecnològic de Girona, on hi assisteixen empreses i institucions associades a INNOVACC que prèviament havien mostrat interès per participar en un projecte obert. Els objectius que es marquen venen definits per les necessitats que es desprenen de l'entorn on les empreses i institucions operen: innovació en tractament d'aigües, és a dir, una depuració més eficient i opcions de reutilització d'aigua en escorxadors, sales de desfer i indústria transformadora mitjançant una revisió detallada de cada EDAR (Estacions de Depuració d'Aigües Residuals) de les empreses càrnies participants en el projecte.

¹⁹ Associació Catalana d'Innovació del Sector Carni Porcí.

²⁰ Catalan Water Partnership.

Així doncs, l'objectiu principal que podia tenir més repercussió sobre el conjunt total passava per estudiar les EDAR de les empreses del sector carni porcí. Calia una caracterització inicial de la situació actual de les estacions que després permetés definir l'estratègia operacional més adequada per a l'optimització de cadascuna d'aquestes instal·lacions participants en el projecte.

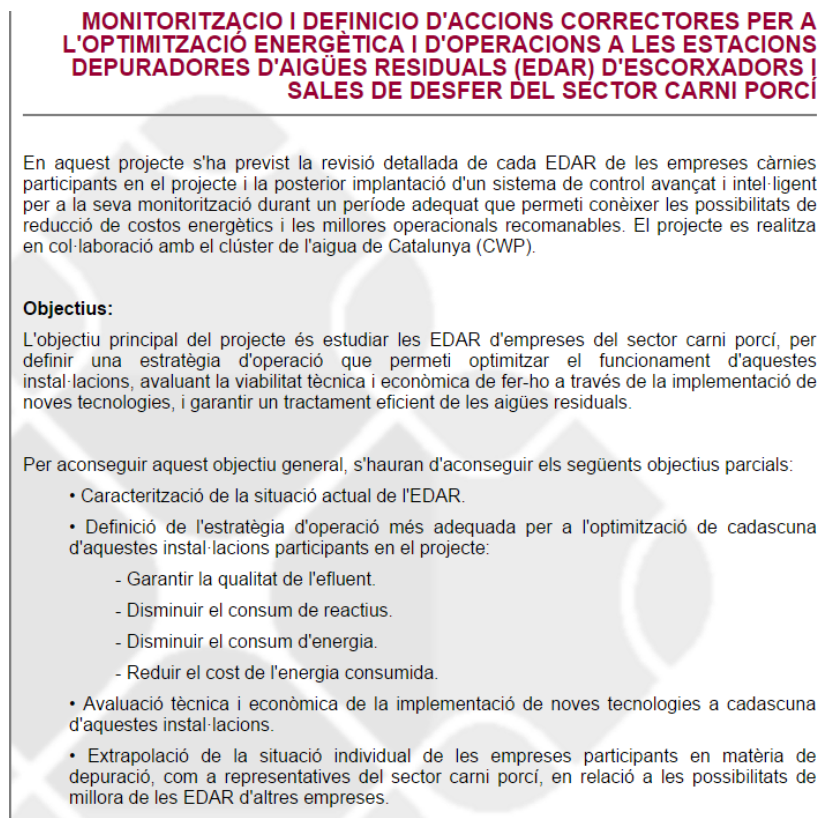
En aquest sentit, es van detectar nombroses oportunitats de millora. Aquestes anaven des de la optimització del consum d'aigua en diferents espais i processos de les empreses (processos de neteja de les instal·lacions, transport d'aigua fins a la sala pernills, refrigeració de motlles a la sala de forns, etc.), fins la optimització de la gestió i control del sistema d'aeració de la planta de tractament d'aigües residuals per garantir la qualitat de l'aigua abocada, optimitzar el consum energètic de la planta i automatitzar la gestió del procés, passant per la optimització de la planta de tractament d'aigües a nivell de processos de pretractament, procés d'aeració del reactor biològic i decantació secundària.

Així mateix, calia una avaluació tècnica i econòmica de la implementació de noves tecnologies a les instal·lacions en qüestió. Arrel de detectar potencials millores operatives, es van identificar oportunitats d'estalvi d'uns 30.000€ anuals de mitjana, sobrepasant en alguns casos els 50.000€ en matèria de reducció de costos. A més, en cap cas la inversió necessitava més de 18 mesos per recuperar-se, i en alguns casos el temps era inferior a l'any.

Per tant, els fets diuen que de la iniciativa entre els dos clústers en va sortir un projecte que respectava les línies mestres que qualsevol iniciativa que vulgui operar creant Valor Compartit ha de respectar: optimització econòmica i reducció de costos d'operació xifrats en la disminució del consum energètic d'entre un 10 i un 35% i la disminució del cost energètic d'entre el 15 i el 35. Creació de Valor Compartit.

El contacte continuat amb la iniciativa és gairebé una obligació perquè aquesta acabi sortint com es desitja. L'última fase del procés, doncs, consisteix en la creació de taules de treball o d'interlocució permanent entre els actors del projecte. Incorpora també un espai de generació d'oportunitats amb noves empreses, i per últim, una estructuració de projectes de R+D o noves iniciatives interclúster de cara al futur.

Figura 11. Monitorització i definició d'accions correctores per a l'optimització energètica i d'operacions a les EDAR d'escorxadors i sales de desfer del sector carni porcí.



4. Conclusions:

Com diuen Michael Porter i Mark Kramer en l'article "Creating Shared Value" de la Harvard Business Review, la necessitat de repensar el plantejament econòmic actual, la competitivitat d'una empresa i la salut de la comunitat on opera estan fortament lligades. Les empreses necessiten d'una comunitat capaç de crear demanda dels seus productes així com d'un entorn favorable. Alhora una comunitat necessita empreses que ofereixin llocs de treball i oportunitats de generar progrés social. Abordar les necessitats, limitacions i desafiaments de la societat no ha d'augmentar necessàriament els costos per a les empreses, donat que poden sorgir innovacions en l'ús de tecnologies, millores en els mètodes operacionals i nous enfocaments en la gestió que previsiblement permetran millorar la competitivitat d'aquestes però també aportarà majors beneficis per a la societat. Per tant les empreses han de reconnectar els seus negocis amb el progrés social.

Així doncs, com a diferència amb la Responsabilitat Social Corporativa, el Valor Compartit no és una mesura ex post ni una resposta a una situació donada sinó que forma part del dia a dia de l'empresa i de la seva dinàmica competitiva.

Qualsevol empresa pot crear valor compartit, però alhora cap empresa és autosuficient. L'èxit d'aquesta també es veu afectat per les estructures de recolzament que les rodegen i és per això que el concepte dels clústers és un punt clau a l'hora de generar valor compartit, donades les sinèrgies que es presenten entre empreses i agents que anteriorment operaven sense tenir-se en compte.

Un clúster facilita a les empreses actius intangibles com les xarxes de contactes (networking) entre empreses de tota la cadena de valor, competència i altres agents (universitats, centres d'investigació i recerca, etc.) incrementant el potencial de generar projectes col·laboratius relacionats amb el valor compartit. Alhora, també permet obtenir coneixement sobre com estan competint les empreses d'una determinada indústria, quines són les tendències i quins reptes estratègics es generen. Aquests fets permetran a les empreses definir estratègies amb un focus en el valor social per tal d'alinear els negocis amb les tendències en les prioritats del consumidor com són la major consciència pel benestar, pel medi ambient, per la salut i per l'aportació de valor social. A més, no només una empresa, o la col·laboració entre varies pot generar projectes entorn al valor compartit, si no que la relació interclúster també és possible per tal de generar projectes i iniciatives que creuin els diferents àmbits dels clústers per impactar sobre algun dels elements del valor compartit: ús de les energies, ús de l'aigua, salut dels treballadors, etc.

Conclusions i implicacions pel treball amb clústers

- Els clústers són una eina de treball que permet difondre conceptes i temes d'actualitat respecte a la competitivitat i el desenvolupament econòmic i social. No estan al marge. Així doncs, els clústers són un entorn ideal per a projectes de “valor compartit”, tant per aplicar a nivell d'empreses individuals com per projectes col·laboratius.
- Considerant el networking com un dels principals actius de la dinamització dels clústers, la relació entre empreses dins el mateix facilita el diàleg sobre projectes concrets i pot generar projectes col·laboratius relacionats amb el “valor compartit”.
- Aquests projectes poden fomentar la focalització d'actius endògens del territori.
- A més, la pràctica i els exemples aportats confirmen que la relació interclúster pot generar projectes i iniciatives creuant els diferents àmbits dels clústers per impactar sobre algun dels elements del valor compartit: ús de les energies, ús de l'aigua, salut dels treballadors, etc.
- Amb això, s'alineen els negocis amb les tendències en les prioritats del consumidor com són la major consciència pel benestar, pel medi ambient i per l'aportació de valor social.

5. Bibliografia:

- *Aerofeeder, Projecte Aquainnovate*, iniciativa interclúster FEMAC i AQÜICAT, disponible a: http://www.aquainnovate.net/?page_id=684
- *BD: Healthcare Worker Safety*, disponible a: http://sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/SharedValueinAction_BD_12-2013_0.pdf
- <http://www.fsg.org/>
- *Chronical evolution of related measures of progress*, disponible a: http://www.wikiprogress.org/images/Chronical_evolution_of_related_measures_of_progress.pdf
- *Índex de desenvolupament humà*, disponible a: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>
- *Índex de felicitat nacional bruta*, disponible a: <http://www.grossnationalhappiness.com/>
- *Índex de pobresa multidimensional*, disponible a: <http://hdr.undp.org/en/content/multidimensional-poverty-index-mpi>
- *Índex de desigualtat de gènere*, disponible a: <http://hdr.undp.org/en/content/gender-inequality-index-gii>
- *Índex de progrés genuí*, disponible a: <http://genuineprogress.net/genuine-progress-indicator>
- *Índex per una vida millor*, disponible a: <http://www.oecdbetterlifeindex.org>
- *Índex de progrés social*, disponible a: <http://www.socialprogressimperative.org>
- *Índex del Planeta Feliç*, disponible a: <http://www.happyplanetindex.org>
- Ketels, Christian (February 2014): *Economic development beyond GDP*, disponible a: <http://tci-network.org/news/card/759>
- *M-PESA: Financial Services for the Underbanked*, disponible a: http://sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/SharedValueinAction_MPESA_12-2013.pdf
- *Monitorització i definició d'accions correctores per a l'optimització energètica i d'operacions a les EDAR d'escorxadors i sales de desfer del sector carni porcí*, iniciativa interclúster INNOVACC i CWP, disponible a: <http://www.innovacc.cat/ca/66-projectes-innovacc/projectes-2013/466-monitoritzacio-edars>
- *Nestlé en la Sociedad. Informe sobre Creación de Valor Compartido 2012*, disponible a: <http://www.empresa.nestle.es/es/cvc/nestle/detalles-creacion-de-valor-compartido>
- *OECD Better Life Index*, disponible a: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/>
- Porter, Michael and Kramer, Mark (January 2011): *Creating Shared Value*, Harvard Business Review, Boston
- *Report of the Comission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*, disponible a: <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm>

Annex:

Indicadors més enllà del PIB

Indicadors més enllà del PIB

Des de l'inici de la Gran Depressió, en els anys 30, els esforços oficials per disposar d'informació sistemàtica sobre l'evolució de les economies han estat essencials pel disseny de les polítiques econòmiques i socials. La magnitud més utilitzada és el Producte Interior Brut (PIB), el qual mesura el valor del mercat dels béns i serveis finals produïts en una societat durant un període de temps determinat.

El nivell i ritme de creixement del PIB per càpita determina els recursos dels quals disposa una societat per a gastar en habitatge, sanitat o alimentació, així com per alleugerar la pobresa, millorar les escoles, el transport o combatre la contaminació. Segons la lògica capitalista, semblaria raonable interpretar el PIB per càpita com una mesura aproximada del benestar d'una societat.

No obstant, la relació entre el PIB per càpita i altres components del benestar social no es directa ni automàtica. Aquesta qüestió ha estat debatuda des dels orígens del PIB i amb l'actual crisi econòmica ha guanyat importància. Al 2008 per iniciativa del Govern Francès es va constituir la "Comissió sobre la Valoració del Rendiment Econòmic i el Progrés Social"²¹ amb l'objectiu d'identificar els límits del PIB com a indicador de rendiment econòmic i el progrés social.

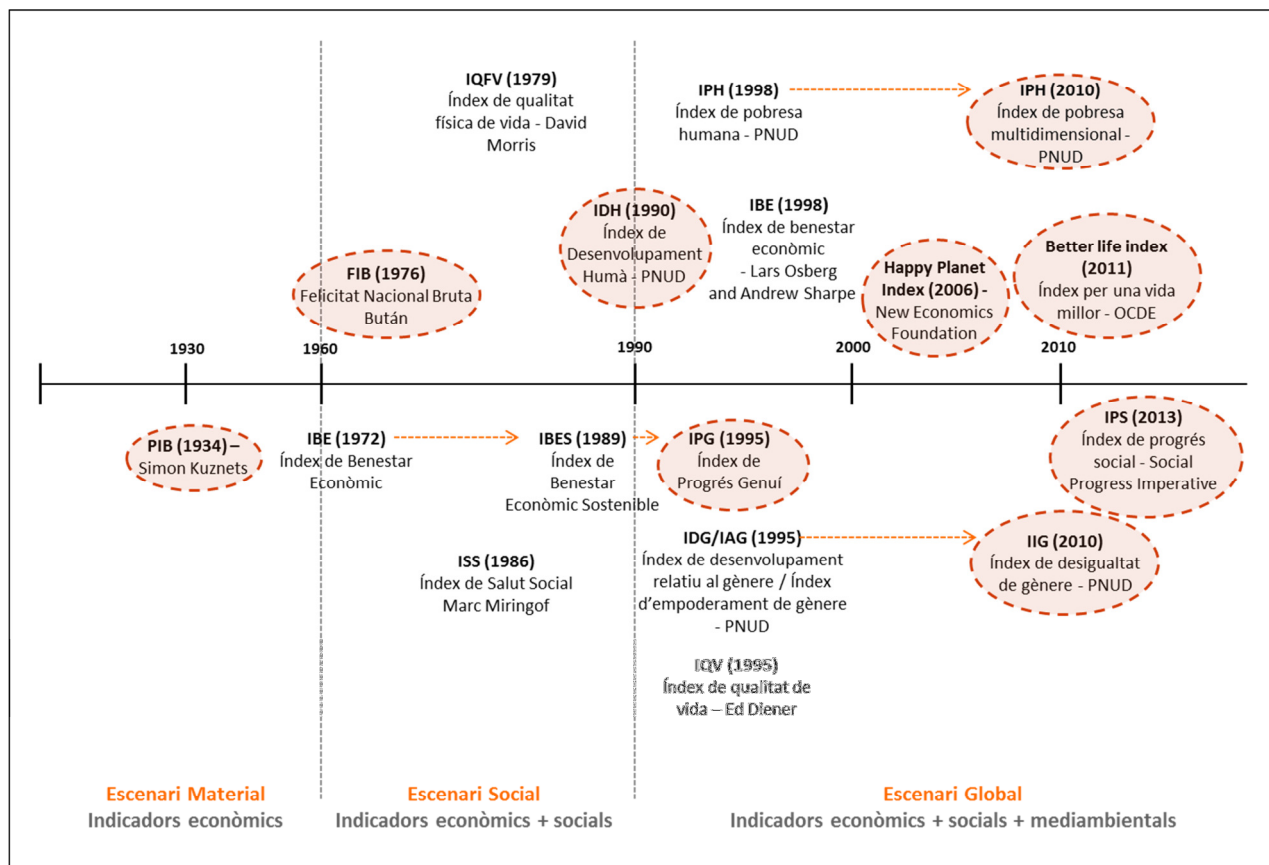
Quadre 1. Limitacions del PIB per càpita com a mesura del benestar.

- No té en compte els costos mediambientals de l'activitat productiva.
- Al mesurar la renda per càpita mitja, no informa sobre el grau de desigualtat en la distribució dels ingressos.
- No comptabilitza la variació de la riquesa acumulada (estoc), ni la degradació dels recursos naturals.
- No computa determinades activitats realitzades fora del mercat que són importants pel benestar (exemple: cura de nens i gent gran).
- Pot créixer en el present comprometent el benestar futur (sobreexplotació dels recursos naturals o adquirir un elevat endeutament extern).
- No mesura aspectes que queden fora del mercat i que en els països de renda alta es valoren cada cop més (temps lliure, condicions de l'habitatge, satisfacció davant la vida...).

Entre tots els inconvenients que suposa utilitzar el PIB com a mesura del benestar, probablement el més rellevant sigui el d'equiparar el benestar amb allò estrictament mesurable en termes monetaris. En aquest sentit, són diverses les alternatives i aproximacions (algunes més antigues i d'altres més noves) que intenten proposar una perspectiva més àmplia que el PIB, entre les que destaquem:

²¹ Disponible a: <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm>

Figura 1. Evolució dels indicadors relacionats amb el progrés.



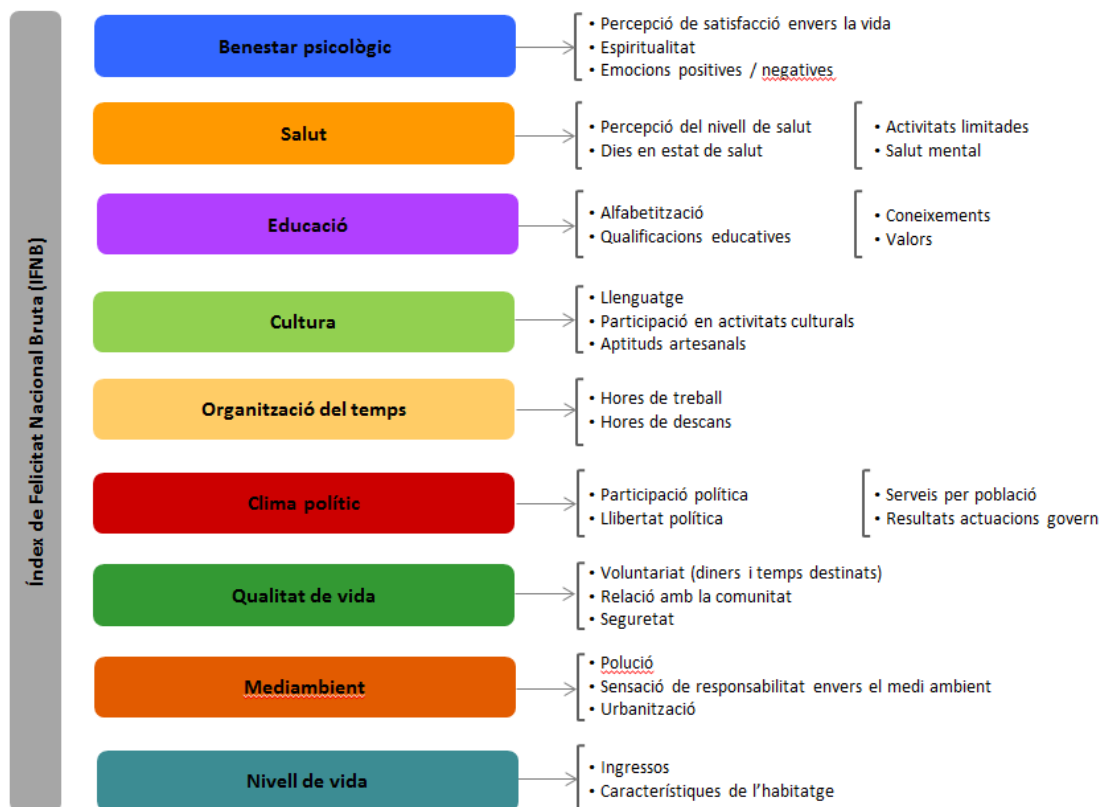
Font: Elaboració pròpia a partir de www.wikiprogress.org

1. Índex de Felicitat Nacional Bruta (*Gross National Happiness Index – GNH*):

El 2 de juny de 1974, en el seu discurs de coronació, Jigme Singye Wangchuck va dir: "La felicitat interior bruta és molt més important que el producte interior brut". Tenia 18 anys i es convertia, després de la sobtada mort del seu pare, en el monarca més jove del món.

L'Índex de Felicitat Nacional Bruta (*Gross National Happiness Index – GNH*) és l'enfocament nacional per mesurar el benestar en el Regne de Bhutan en termes més holístics i psicològics que el PIB; i va ser dissenyat per "aconseguir un balanç harmoniós entre el benestar material i les necessitats espirituals, emocionals i culturals de la nostra societat". El model de Felicitat Nacional Bruta mescla indicadors econòmics, socials, ambientals i culturals.

Figura 2. Indicadors pel càlcul de l'Índex de Felicitat Nacional Bruta elaborat pel Govern de Butan.

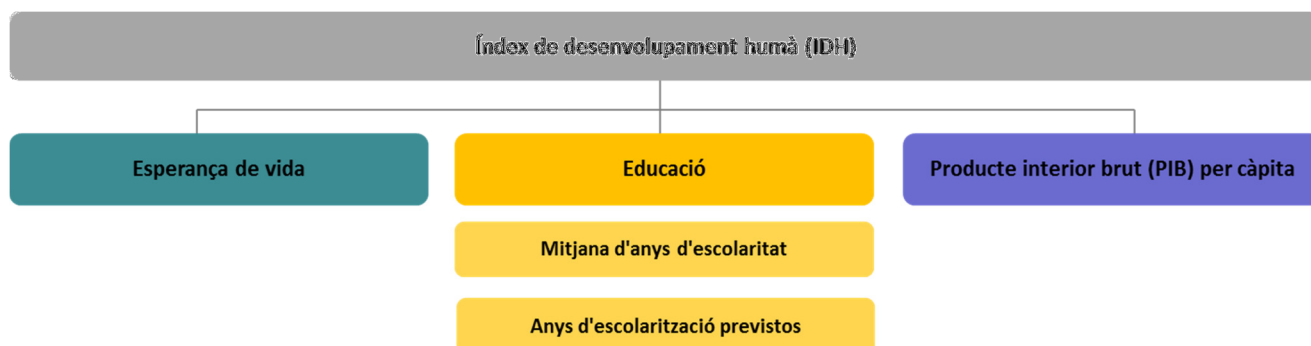


Font: Elaboració pròpia a partir de l'índex de felicitat nacional bruta, disponible a: <http://www.grossnationalhappiness.com/>

2. Índex de Desenvolupament Humà (*Human Development Index – HDI*):

L'Índex de Desenvolupament Humà (*Human Development Index – HDI*) calculat des del 1990 pel Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament en base al treball d'investigació de l'economista pakistanès Mahbub ul Haq és una mesura resumida de desenvolupament humà que en base tres indicadors (esperança de vida, educació i PIB per càpita) proporciona informació resumida sobre el desenvolupament econòmic i social dels països. A diferència amb altres indicadors més recents l'IDH exclou indicadors ambientals. Tot i que cobreix 187 països, la limitada gama d'indicadors fa que el seu valor descriptiu i explicatiu sigui limitat pels països d'ingrés mig-alt i alt.

Figura 3. Indicadors pel càlcul del Índex de Desenvolupament Humà elaborat pel Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament.

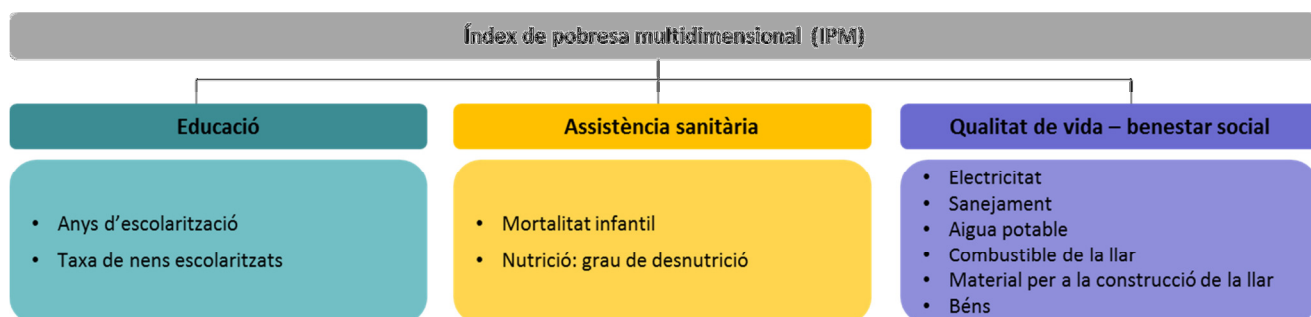


Font: Elaboració pròpia a partir de l'Índex de desenvolupament humà, disponible a: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>

3. Índex de pobresa multidimensional (*Poverty Multidimensional Index – PMI*):

L'Índex de Pobresa Multidimensional (*Poverty Multidimensional Index – PMI*) es també elaborat pel Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament en col·laboració amb la Universitat d'Oxford i es va presentar al 2010 en el marc del vigèsim aniversari del Informe Anual sobre el Desenvolupament Humà. El IPM substitueix mesures anteriors on la pobresa era definida mitjançant mesures unidimensionals, com els ingressos. En canvi l'IPM, mitjançant els seus 10 indicadors, complementa les mesures monetàries de la pobresa tenint en compte la superposició de les privacions sofertes per les persones al mateix temps. L'índex identifica privacions en les mateixes tres dimensions que l'IDH i mostra el nombre de persones que són multidimensionalment pobres (les privacions que pateixen en el 33% dels indicadors ponderats) i el nombre de privacions amb les que les llars pobres solen enfrontar-se.

Figura 4. Indicadors pel càlcul de l'Índex de Pobresa Multidimensional elaborat pel Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament amb col·laboració amb la Universitat d'Oxford.

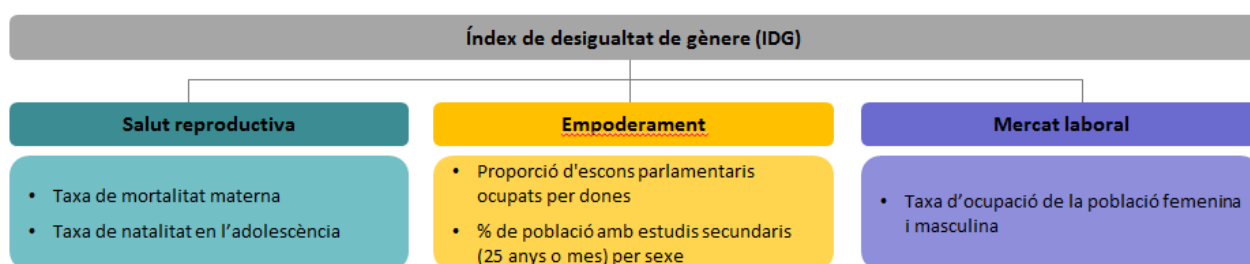


Font: Elaboració pròpia a partir de l'índex de pobresa multidimensional, disponible a: <http://hdr.undp.org/en/content/multidimensional-poverty-index-mpi>

4. Índex de desigualtat de gènere (*Gender Inequality Index – GII*):

La desigualtat de gènere segueix sent un important obstacle per al desenvolupament humà i els desavantatges que enfronten les dones i les nenes són una font important de desigualtat. Massa sovint, les dones i les nenes són discriminades en salut, educació, representació política, mercat de treball... amb repercussions negatives per al desenvolupament de les seves capacitats i la seva llibertat d'elecció. L'Índex de Desigualtat de Gènere (*Gender Inequality Index – GII*) mesura les desigualtats de gènere en base tres aspectes: la salut reproductiva, l'empoderament i la situació econòmica expressada en la participació en el mercat laboral. L'IDG es desenvolupa en el mateix marc que l'Índex de Desenvolupament Humà i l'Índex de Pobresa Multidimensional pel Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament per tal d'exposar millor les diferències en la distribució dels èxits entre les dones i els homes conclouent que els països amb alta desigualtat de gènere també experimenten una distribució més desigual de desenvolupament humà.

Figura 5. Indicadors pel càlcul de l'Índex de Pobresa Multidimensional elaborat pel Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament amb col·laboració amb la Universitat d'Oxford.

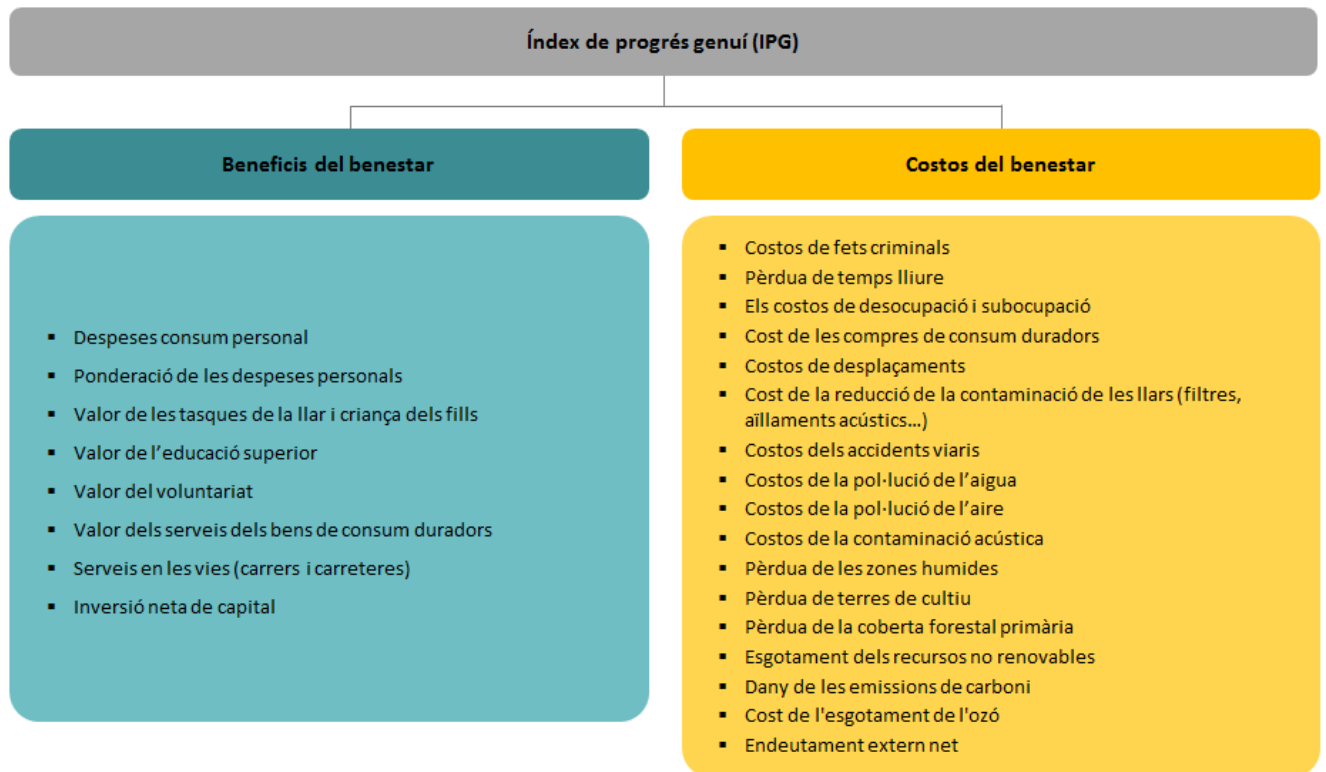


Font: Elaboració pròpia a partir de l'Índex de desigualtat de gènere, disponible a: <http://hdr.undp.org/en/content/gender-inequality-index-gii>

5. Índex de progrés genuí (*Genuine Progress Index - GPI*):

L'Índex de Progrés Genuí (*Genuine Progress Index - GPI*) és el resultat de la proposta de millora (1995) de l'Índex de Benestar Econòmic Sostenible elaborat pels economistes nord-americans Herman Daly i John Cobb al 1989, el qual recull activitats no remunerades al mercat i que per tant no estan incloses en el càlcul del PIB, com seria el valor del treball domèstic, la cura de familiars o les activitats de voluntariat. A més, descompta els efectes negatius de la delinqüència, l'impacte mediambiental, la desigualtat social i el deute extern.

Figura 6. Indicadors pel càlcul de l'Índex de Progrés Genuí



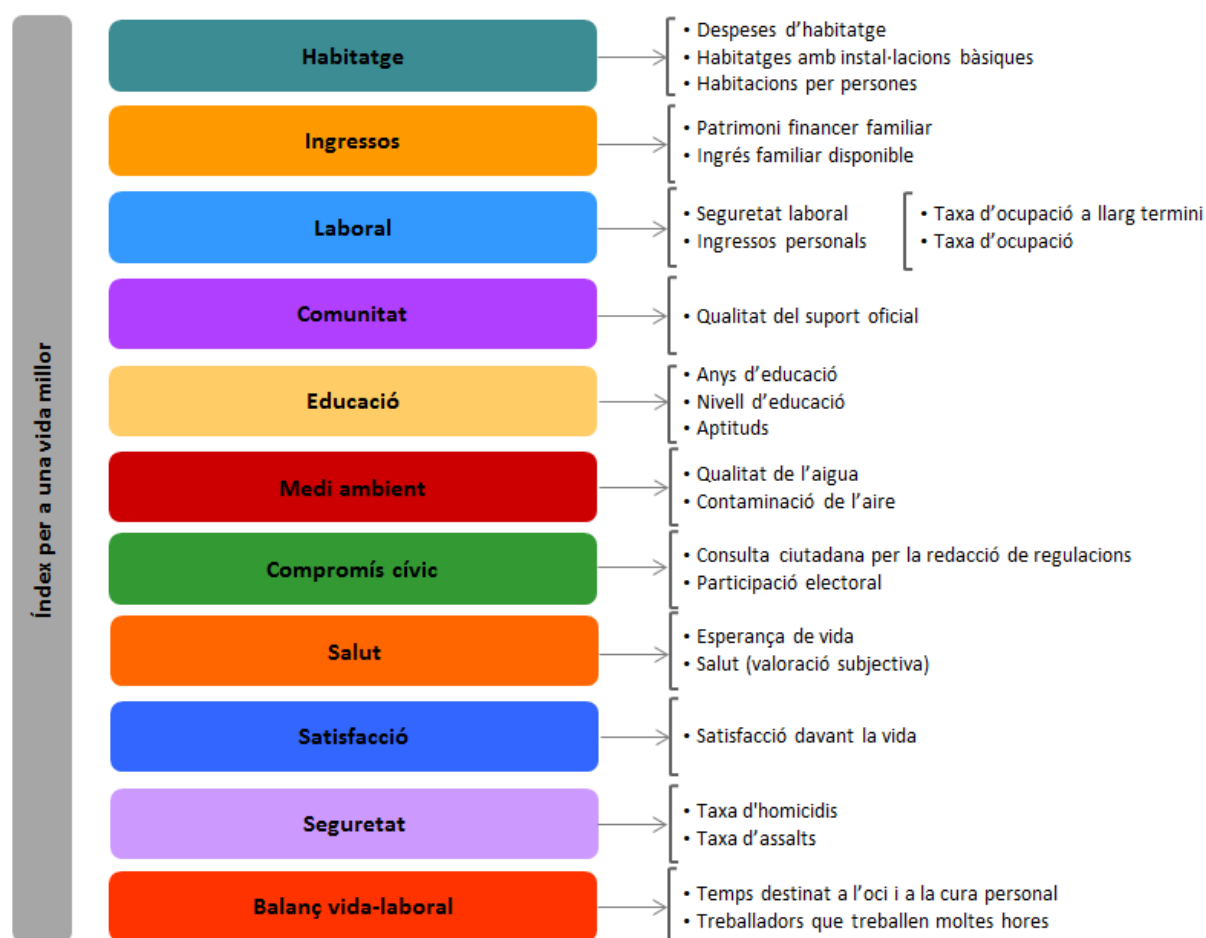
Font: Elaboració pròpia a partir de l'índex de progrés genuí, disponible a: <http://genuineprogress.net/genuine-progress-indicator>

6. Índex per una vida millor (Better life Index):

Des de la seva creació, l'OCDE desenvolupa indicadors per mesurar de manera més precisa el progrés de les societats. Al 2011 l'Organització va presentar l'Índex per a una Vida Millor (Better life Index), una eina interactiva que permet mesurar i comparar el benestar en 36 països basant-se en 11 temes essencials per a la qualitat de vida.

Des del seu llançament al 2011 s'ha encoratjat als visitants a crear i compartir el seu propi Índex per a una Vida Millor mitjançant una eina interactiva que permet puntuar cadascun dels 11 temes. La representació gràfica resultant ofereix una visió excepcional de com puntuen els països segons les prioritats establertes pels propis ciutadans. Les aportacions dels usuaris constitueixen una perspectiva nova des de la qual avaluar les polítiques públiques i la seva implementació.

Figura 7. Indicadors pel càlcul de l'Índex per a una vida millor (Better life Index) elaborat per l'OCDE.



Font: Elaboració pròpia a partir de l'índex per a una vida millor, disponible a: <http://www.oecdbetterlifeindex.org>

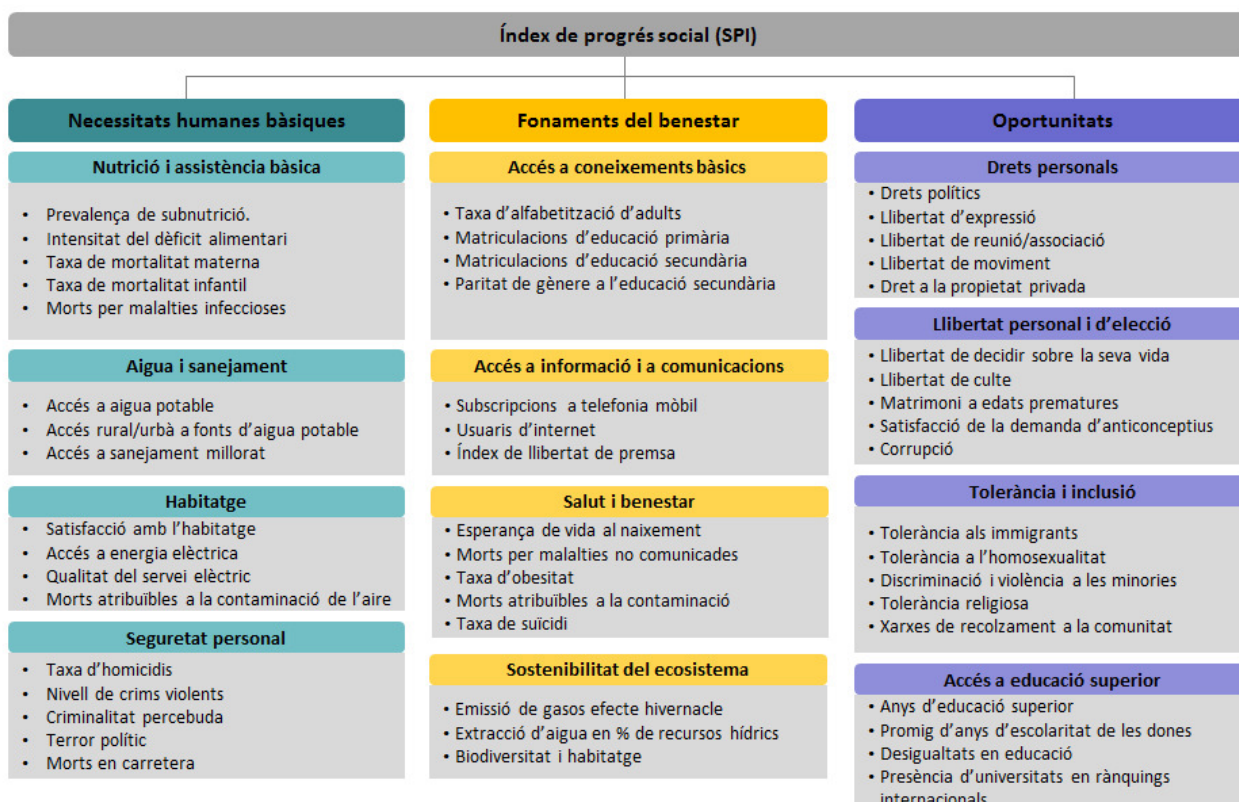
7. Índex de progrés social (Social Progress Index – SPI):

L'Índex de Progrés Social (Social Progress Index – SPI) elaborat per la *Social Progress Imperative*²² és una mesura desagregada del benestar en tres nivells: la satisfacció de les necessitats bàsiques per a la supervivència digna; el desplegament d'instruments eficaços de mobilitat social, i la disponibilitat d'oportunitats per consolidar un estil de vida.

²² Social Progress Imperative neix de l'aliança entre la Fundació Avina, la *Skoll Foundation* i el Banc Compartim de Mèxic, juntament amb l'Institut d'Estratègia i Competitivitat de la universitat de Harvard, l'empresa Cisco Systems i altres líders i organitzacions, en el marc del Consell sobre Filantropia Corporativa i Inversió Social del Fòrum Econòmic Mundial que va tenir lloc a Dubai en el 2009.

L'Índex de Progrés Social es diferencia d'altres índexs en què solament mesura indicadors d'acompliment i no mesures d'esforç, doncs el que busca és oferir una visió clara del nivell de benestar en cada nació i no l'esforç que es fa per aconseguir-ho.

Figura 8. Indicadors pel càlcul de l'Índex de Progrés Social elaborat per la *Social Progress Imperative*.



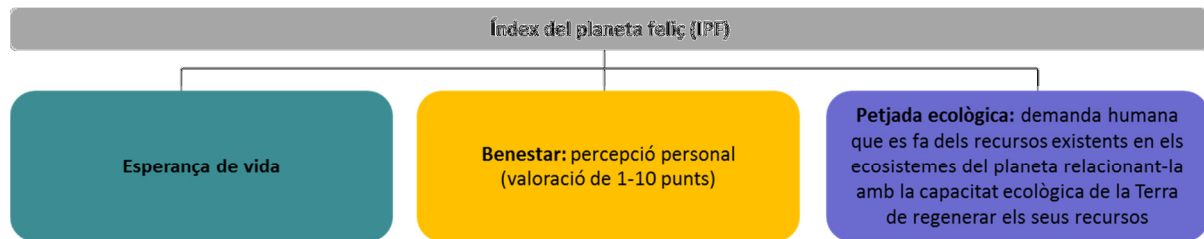
Font: Elaboració pròpia a partir de l'índex de progrés social, disponible a: <http://www.socialprogressimperative.org>

8. Índex del planeta feliç (*Happy Planet Index*):

L'Índex del Planeta Feliç (*Happy Planet Index*) creat per l'estadístic anglès Nic Marks, és un índex alternatiu de desenvolupament, benestar humà i ambiental. La seva primera publicació va ser l'any 2006 i es publica periòdicament cada tres anys i està elaborat per la *New Economics Foundation* (NEF).

L'índex està dissenyat per mesurar el desenvolupament dels països amb base en l'expectativa de vida, la percepció subjectiva de felicitat i la petjada ecològica. A més l'índex es complementa estudiant el PIB i el IDH dels països, per prendre en compte la sostenibilitat, solvència econòmica i l'estat econòmic en el qual es troba cada país.

Figura 9. Indicadors pel càlcul de l'Índex del Planeta Feliç elaborat per la *New Economics Foundation*.



Font: Elaboració pròpia a partir de l'índex del Planeta Feliç, disponible a: <http://www.happyplanetindex.org>