

# EL MERCADO SOCIAL EN ARAGÓN

## Indicadores de Balance Social 2017



**Realiza**



**Financiado:**



**MesCoop Aragón Servicios para el Mercado Social S.COOP.**

C/ Mayoral 9, local 2

50003 Zaragoza

Tel.: 976 442 713

[mes.aragon@konsumoresponsable.coop](mailto:mes.aragon@konsumoresponsable.coop)

[aragon.mercadosocial.net](http://aragon.mercadosocial.net)



**Reconocimiento - No Comercial - Compartir bajo la misma licencia 3.0**

Este documento está bajo una licencia de Creative Commons. Se permite libremente copiar, distribuir y comunicar públicamente esta obra siempre y cuando se reconozca la autoría y no se use para fines comerciales. Si se altera o transforma, o se genera una obra derivada, sólo se podrá distribuir bajo una licencia idéntica a ésta. Licencia completa:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/>

## Índice

1. Introducción .....	4
2. Las cifras del Mercado Social de Aragón. Año 2016 .....	8
3. Resultados del Balance Social por principios de la Economía Solidaria. Año 2016....	15
1. PRINCIPIO DE EQUIDAD .....	15
2. PRINCIPIO DE TRABAJO .....	22
3. PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL .....	25
5. PRINCIPIO SIN FINES LUCRATIVOS .....	30
6. PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO .....	34
4. Resumen de los indicadores del Balance Social de Aragón. Año 2016 .....	35
5. Conclusiones. Balance Social de Aragón. Año 2016 .....	37

# BALANCE SOCIAL 2017

## (Datos 2016)

### 1. Introducción

Para fortalecer el proyecto del Mercado Social y dotarlo de los principios que rigen la Economía Social y Solidaria, es importante elaborar una herramienta como la del Balance Social. Como herramienta de **transformación social** que ayude a las entidades y a las personas consumidoras en su proceso de transición hacia modelos económicos y de mercado más democráticos, justos y sostenibles. Como ejercicio de **transparencia** que aporte datos sobre la composición de la Economía Social y Solidaria, así como implementar un **sistema de evaluación** que permita conocer tanto el estado actual, como el **seguimiento** de los propios avances de cada una de las entidades que participan en el Mercado Social.

Desde el año 2014, las entidades que conforman MESCoop Aragón (Servicios para el Mercado Social, S.Coop.) vienen realizando un proceso de evaluación, seguimiento y comunicación de su comportamiento frente a los compromisos recogidos en la Carta de la Economía Solidaria (equidad, trabajo, sostenibilidad ambiental, cooperación, sin fines lucrativos y compromiso con el entorno).

Durante los años 2014 y 2015, se empleó la batería de indicadores comunes a todas las redes de Economía Solidaria y Mercados Sociales territoriales del Estado. Esta batería acotada supuso el punto de partida para trabajar en la definición de un Balance Social más completo y acorde a las características de nuestro territorio. Después de llevar a cabo, a finales del año 2015, un proceso participativo de análisis de diferentes herramientas existentes en otros territorios se acordó implementar la herramienta de Balance Social empleada por el Mercado Social de Madrid. Así pues, en 2016, el Mercado Social de Aragón cuenta con un Balance Social propio que es rellenado por la totalidad de entidades que conforman MESCoop.

El Balance Social propio se cumplimenta cada dos años, no obstante, para poder tener una visión de la situación de la Economía Social y Solidaria (ESyS) en todo el territorio del Estado, el año que no se realiza el BS propio, se recogerán los datos para el cálculo de la batería de indicadores comunes consensuados a nivel estatal. De esta forma, para el Balance Social de 2017 se ha empleado los 19 indicadores comunes.

Tabla 1. Tipología Balance Social realizado por la entidades de MESCoop				
	2014 (datos 2013)	2015 (datos 2014)	2016 (datos 2015)	2017 (datos 2016)
Indicadores comunes estatal	✓	✓	✓	✓
Balance Social de Aragón			✓	

A continuación, se muestran los principales resultados del proceso de Balance Social realizado por las entidades de MESCoop Aragón (Servicios para el Mercado Social, S.Coop.) durante el año 2017 (con datos de 2016). Un diagnóstico de la realidad del sector y de cada entidad en torno a los principios que aparecen recogidos en la Carta de la Economía Solidaria.

- 1. Equidad** (igualdad de oportunidades, transparencia informativa y participación e implicación).
- 2. Empleo** (condiciones laborales y desarrollo personal).
- 3. Sostenibilidad ambiental** (impacto de la actividad y actuación en gestión medioambiental).
- 4. Cooperación** (cooperación en el ámbito externo).
- 5. Sin fines lucrativos** (autonomía y sostenibilidad financiera y reinversión y redistribución).
- 6. Compromiso con el entorno.**

#### Batería de Indicadores empleados en el Balance Social

Para la cumplimentación del Balance Social, a cada entidad se le envía una invitación con las claves de acceso al cuestionario que deben rellenar y una guía explicativa de la herramienta, las preguntas que figuran y claves para la correcta cumplimentación del mismo. Los datos para realizar el BS se refieren siempre al año de actividad previo a la realización del BS, en este caso los datos solicitados se refieren al año 2016.

Tabla 2. Batería de indicadores comunes a todas las redes de economía solidaria y mercados sociales territoriales del Estado		
Principio de EQUIDAD		Unidad
Igualdad de oportunidades		
1	Puestos de trabajo expresados en jornadas completas trabajadas,	%

	desagregados por género	
2	Personas que toman parte en la toma de decisiones de la entidad, desagregadas por género	%
3	Proporción entre el salario más alto y más bajo de la entidad	%
<b>Transparencia informativa interna</b>		
4	Publicidad de los salarios y otras remuneraciones a nivel interno	sí/no
<b>Participación e implicación</b>		
5	Personas que participan en la elaboración de la planificación estratégica y presupuesto, desagregadas por género	%
6	Personas que participan en la aprobación de la planificación estratégica y presupuesto, desagregadas por género	%
<b>Principio de TRABAJO</b>		<b>Unidad</b>
<b>Condiciones laborales</b>		
7	Contratos indefinidos respecto al total de puestos de trabajo	%
<b>Desarrollo personal</b>		
8	Aplicación de medidas para fomentar la formación de las personas trabajadoras	sí/no
9	Existencia de medidas de apoyo para conciliar el trabajo con responsabilidades de cuidados a otras personas, con autocuidados y/o con compromisos activistas	sí/no
<b>Principio de SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>		<b>Unidad</b>
<b>Impacto de la actividad</b>		
10	Emisiones de CO2 totales	Kg. de CO2 equivalentes
<b>Actuación en gestión medioambiental</b>		
11	Existencia de medidas de mejora en la gestión medioambiental (ahorro de agua, productos ecológicos/comercio justo, eficiencia energética, reciclaje, producción limpia...)	sí/no
<b>Principio de COOPERACIÓN</b>		<b>Unidad</b>
<b>Cooperación en el ámbito externo</b>		
12	Intercooperación con otras entidades que proporcionan los mismos productos y/o servicios	sí/no
13	Gasto en compras de bienes y/o servicios a entidades no lucrativas (no pertenecientes al Mercado Social o a REAS)	%
14	Gasto en compras de bienes y/o servicios a entidades del Mercado Social y/o REAS	%
<b>Principio SIN FINES LUCRATIVOS</b>		<b>Unidad</b>
<b>Autonomía y sostenibilidad financiera</b>		

<b>15</b>	Ingresos procedentes por subvenciones y/o convenios con las AAPP respecto al total de ingresos	%
<b>16</b>	Ingresos procedentes por venta de bienes y/o prestación de servicios respecto al total de ingresos	%
<b>Reinversión y redistribución</b>		
<b>17</b>	Gasto en redes y/o asociaciones u otras iniciativas para la construcción de bienes comunes	%
<b>18</b>	Vínculo de la entidad con las finanzas éticas y solidarias (socia y/o cliente de Fiare, Coop57, CAES, ...)	sí/no
<b>Principio de COMPROMISO CON EL ENTORNO</b>		<b>Unidad</b>
<b>19</b>	Redes e iniciativas de transformación social en las que participa la entidad de manera estable	Nº de redes

### Datos solicitados

Los datos solicitados no solo son la fuente de información necesaria para el cálculo de los 19 indicadores sino que también se han empleado para ofrecer la información del apartado 2 sobre las principales características y magnitudes del Mercado Social de Aragón en su conjunto.

Cabe decir que a la hora de medir la diversidad de proyectos y realidades que componen las entidades de MESCoop Aragón, nos enfrentamos a las dificultades y obstáculos que implica introducir una medida cuantitativa, tanto para la elaboración de las preguntas e indicadores, como en el tratamiento de los resultados obtenidos. Por esto, para intentar disipar un eventual error cuantitativo y aumentar el grado de transparencia, en la página web del Mercado Social de Aragón (<http://aragon.mercadosocial.net/entidades/>) se publicarán tanto los resultados gráficos (infografía) como las respuestas dadas por cada entidad.

## 2. Las cifras del Mercado Social de Aragón. Año 2016

La tabla 1 presenta un resumen de las principales magnitudes del Mercado Social Aragón que serán objeto de análisis y comparación en las páginas siguientes.

<b>Tabla 3. Principales magnitudes del Mercado Social de Aragón Año 2016</b>		
Nº de entidades que forman parte del MesCoop Aragón y que han tenido actividad económica durante el año 2016	47	
Nº de entidades que rellenan el Balance Social	45	
<b>Empleo</b>		
<b>Magnitud</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
Nº de personas contratadas/trabajadoras	347	279
Nº de personas voluntarias (no remuneradas)	550	423
Nº total de puestos de trabajo (expresados en jornadas completas)	217,38	178,04
Nº de contratos indefinidos (expresados en jornadas completas)	188	120
<b>Ingresos</b>		
<b>Magnitud</b>	<b>€</b>	
Ingresos totales	13.175.289,78 €	
Importe de los ingresos generados por la venta de bienes o prestación de servicios	10.554.404,70 €	
Importe de los ingresos procedentes de subvenciones y/o convenios con las administraciones públicas	2.438.586,45 €	
Importe generado por otros ingresos (cuotas socios/as, ...)	182.298,63 €	
<b>Gastos</b>		
<b>Magnitud</b>	<b>€</b>	
Gastos totales	13.043.381,94 €	
Importe destinado al coste de personal	8.086.706,91 €	
Importe destinado a la compras de bienes y servicios a entidades del Mercado Social y/o REAS	715.922,38 €	
Importe destinado a la compras de bienes y servicios a entidades no lucrativas (que no pertenecen ni al Mercado Social ni a REAS)	224.709,18 €	
Importe de las aportaciones a redes y/o asociaciones u otras iniciativas para la construcción de bienes comunes	26.994,94 €	

## Características de las entidades

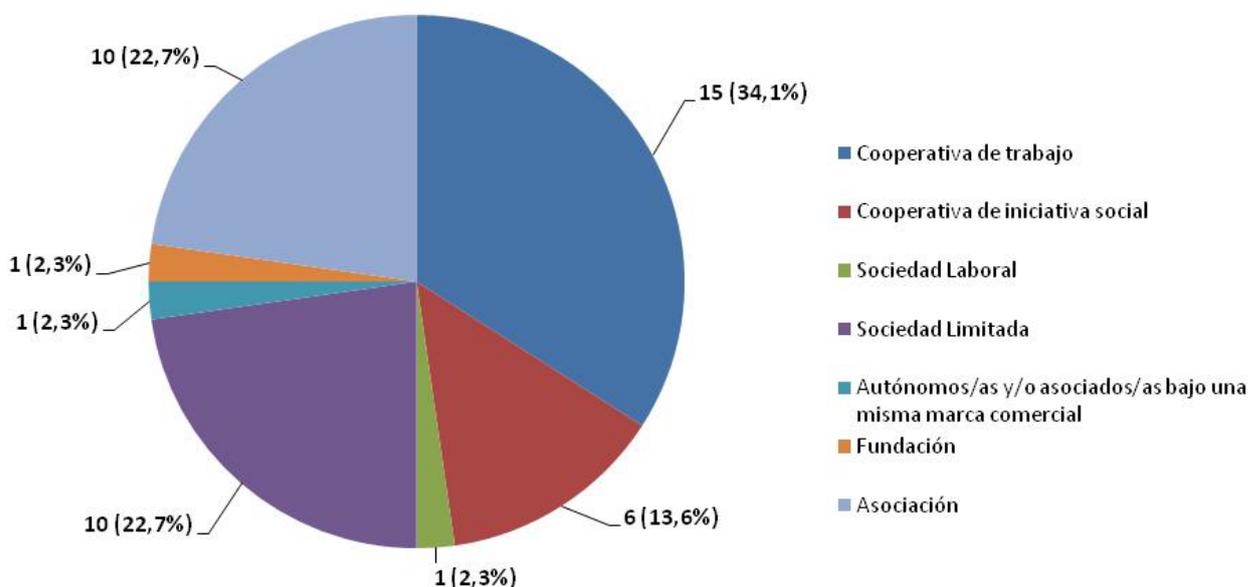
### 1. Entidades que conforman el Mercado Social (datos 2016)

Tabla 3. Entidades del Mercado Social de Aragón. Año 2016	
2. avía Acompañamiento Terapéutico, Cooperativa de iniciativa social	2+dos. Diseño Gráfico
Adeban, S.Coop.	Amai. Agencia Medioambiental Ibón
Aragones de Packaging S.L. (Arapack)	Asociación Arainfo, Diario libre d´Aragón
Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales	Asociación de mediadores interculturales AMEDIAR
Asociación Enbat-La Moreneta	Asociación Federación Aragonesa de Solidaridad (FAS)
Asociación Financiación Solidaria	Asociación Servicios para la Animación Sociocultural (SERPAS)
Atelier de ideas, Cooperativa de iniciativa social	Aupro, S.Coop.
Base Digital (Iniciativas Aragón, S.Coop.)	Birosta (El Esqueje, S. Coop.)
Cerai Aragón	Cerámicas El Cierzo, Cooperativa de iniciativa social
Chocolates Artesanos Isabel	Coop57, S.C.C.L.
dDialoga, S.Coop.	Desmontando a la Pili, S.Coop.
Fundación Adunare	Grupo La Veloz, S.Coop.
Idema (Iniciativas de Desarrollo y Medio Ambiente, S.L.)	Imprenta Papelería Germinal, S.L.L.
Jalea de Luz, S.L.	Korbel, S.Coop.
La Bezindalla, Cooperativa de iniciativa social	La Ciclería (Cala y Pedal, S.Coop.)
La Pantera Rossa (Mala letra, S.Coop.)	La Sazón, S.Coop.
Manipulados y Servicios Picarral, S.L. (Mapiser)	Micubo Editorial
Milenium 3, Servicios de Gestión del Conocimiento, S.L.	Nido (Pestalozzi, Cooperativa de iniciativa social)
Oshito Audiovisual, S. L.	Planea Soluciones, S.Coop.
Plato Reberde, S.Coop.	Recreando Estudio Creativo, S.Coop.
Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS Aragón)	Resón Publicidad, S.L.
Sabores Próximos, S.L.	Simbiosis, S.L.
Tiebel Servicios de Inserción, S.L.U. (Tinser)	Tiebel, Cooperativa de iniciativa social
Un Café Diferente, S.Coop.	Venivé Turismo Sostenible
Yacarandar, S.L.	

El Mercado Social de Aragón, en el año 2016, estaba formado por un total de 49 entidades socias de servicios. En el Balance Social sólo se han considerado los datos facilitados por 44 entidades. Hay dos entidades (Amai. Agencia Medioambiental Ibón y Venivé Turismo Sostenible) que no han tenido actividad económica en el año 2016, por lo que están exentas de realizar el Balance Social, otras dos entidades (Chocolates Artesanos Isabel y Micubo Editorial) no han completado el Balance Social y otra entidad, Coop57, que, aunque forma parte activa del Mercado Social de Aragón, es una entidad socia de servicios sectoriales (*préstamos a proyectos de economía social y solidaria*) a nivel estatal. A pesar de que ha facilitado los datos solicitados, por la imposibilidad de desagregarlos para Aragón éstos no se han incluido en el Balance Social de Aragón. Coop57 realiza anualmente el Balance Social de XES (Xarxa d'Economia Solidària).

## 2. Forma jurídica de las entidades del Mercado Social de Aragón

**Gráfico 1**  
**Forma jurídica**

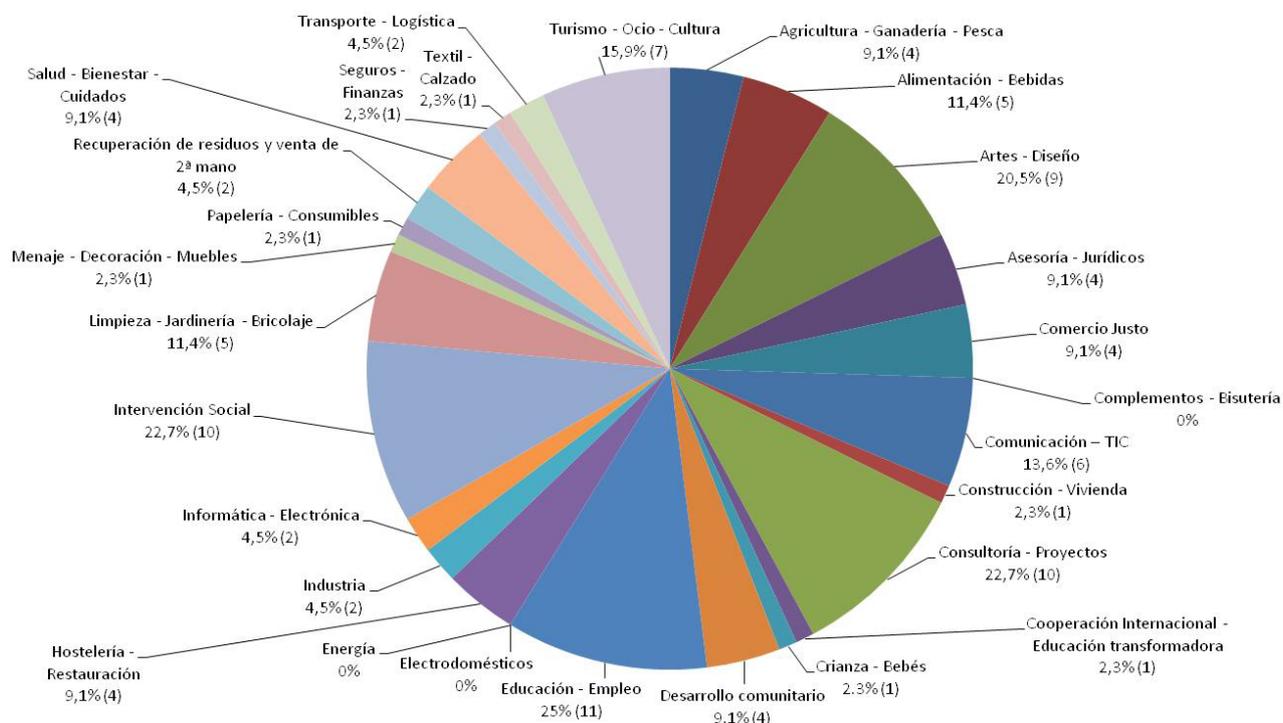


MesCoop Aragón abarca numerosas formas jurídicas. Las más numerosas, con el 47,7% (21 entidades), son las cooperativas de trabajo de las cuales, el 40% (6 entidades) son de iniciativa social. A continuación, están las asociaciones y sociedades limitadas con un 22,7% (10

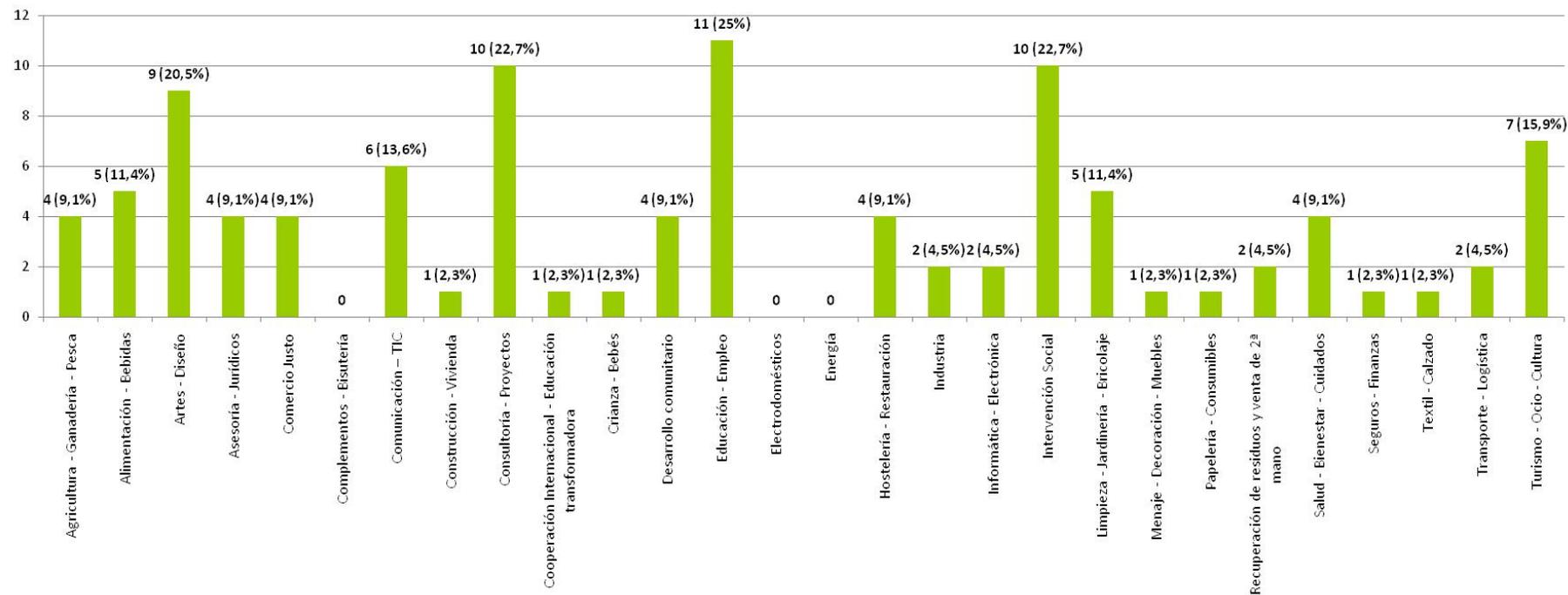
entidades) respectivamente, el resto de formas jurídicas ( sociedades laborales, autónomos/as o grupo de personas asociadas bajo una misma marca comercial o con personas a su cargo y fundaciones) están presentes con una entidad en cada una de ellas suponiendo un total del 6,9%.

### 3. Sector de actividad de las entidades de MesCoop Aragón

**Gráfico 2**  
**Sector de actividad**



**Gráfico 2bis**  
**Sector de actividad**



<b>Tabla 4. Sectores de actividad de la entidades del Mercado Social de Aragón Año 2016</b>		
<b>Sector de actividad</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Agricultura - Ganadería - Pesca	4	9,1%
Alimentación - Bebidas	5	11,4%
Artes - Diseño	9	20,5%
Asesoría - Jurídicos	4	9,1%
Comercio Justo	4	9,1%
Complementos - Bisutería	0	0,0%
Comunicación – TIC	6	13,6%
Construcción - Vivienda	1	2,3%
Consultoría - Proyectos	10	22,7%
Cooperación Internacional - Educación transformadora	1	2,3%
Crianza - Bebés	1	2,3%
Desarrollo comunitario	4	9,1%
Educación - Empleo	11	25,0%
Electrodomésticos	0	0,0%
Energía	0	0,0%
Hostelería - Restauración	4	9,1%
Industria	2	4,5%
Informática - Electrónica	2	4,5%
Intervención Social	10	22,7%
Limpieza - Jardinería - Bricolaje	5	11,4%
Menaje - Decoración - Muebles	1	2,3%
Papelería - Consumibles	1	2,3%
Recuperación de residuos y venta de 2ª mano	2	4,5%
Salud - Bienestar - Cuidados	4	9,1%
Seguros - Finanzas	1	2,3%
Textil - Calzado	1	2,3%
Transporte - Logística	2	4,5%
Turismo - Ocio - Cultura	7	15,9%

Las actividades predominantes (gráfico 2), son la educación y la formación para el empleo con un 25,0% y 11 entidades y la consultoría y elaboración de proyectos en diferentes ámbitos (legal, laboral, medioambiental, construcción,...) y la intervención social con 10 entidades (22,7%) respectivamente.

La cuarta actividad (9 entidades, 20,5%) está liderada por el sector de las artes y el diseño seguida de turismo, ocio y cultura con 7 entidades lo que supone el 15,90% de las entidades de MESCoop.

El resto de sectores de actividad que están presentes en el Mercado Social de Aragón son comunicación y TIC con una representación del 13,6% (6 entidades), comercialización de productos de alimentación (y bebidas) y servicios de limpieza y jardinería con 5 entidades (11,4%) cada uno. Con un 9,1% (4 entidades) están representadas las organizaciones dedicadas a la producción agrícola, servicios de asesoría, comercialización de productos de comercio justo, desarrollo de proyectos de desarrollo comunitario, establecimientos de hostelería y servicios relacionados con la salud, el bienestar y los cuidados. Finalmente, con un menor cupo se encuentran los sectores de la industria, la informática y electrónica, el transporte (y la logística) y la recuperación de residuos y venta de 2ª mano con 2 entidades cada sector (4,5%) y los sectores de construcción, cooperación Internacional, seguros y finanzas éticas, papelería, menaje y decoración, textil y cazado con 1 entidad (2,3%) cada uno de ellos.

### 3. Resultados del Balance Social por principios de la Economía Solidaria. Año 2016

#### 1. PRINCIPIO DE EQUIDAD

*Consideramos que la equidad introduce un principio ético o de justicia en la igualdad.*

*Es un valor que reconoce a todas las personas como sujetos de igual dignidad, y protege su derecho a no estar sometidas a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc.*

Este principio está formado por un total de 6 indicadores distribuidos en tres subprincipios y que informan sobre la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la diferencia entre salarios, la transparencia informativa y la participación e implicación de las trabajadoras y trabajadores en la toma de decisiones.

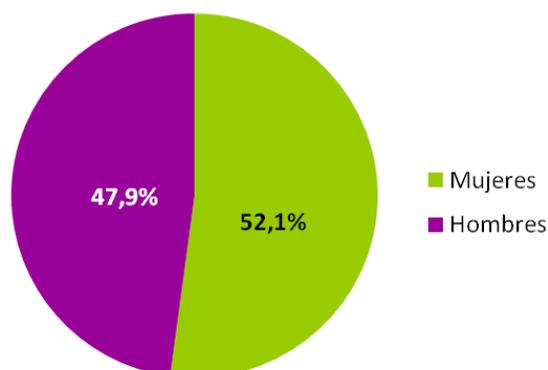
La mayor parte de las entidades, independientemente de su forma jurídica están formadas por un pequeño número de personas por lo que los procesos de comunicación y participación de las mismas es más directo que en otras de mayor tamaño. Con esto queremos indicar que, aunque no existan protocolos formales y definidos para la definición de pautas de organización y funcionamiento interno, medidas como pueden ser el fomento de la formación de las personas trabajadoras, el apoyo a la conciliación laboral, medidas para la mejora ambiental o la comunicación formal de sueldos y otras retribuciones, si que se están aplicando en la mayor parte de ellas.

##### 1.1. Igualdad de Oportunidades

Indicador 1 Puestos de trabajo expresados en jornadas completas trabajadas, desagregados por género

Si observamos el gráfico 3, que indica la media del empleo femenino en las entidades que forman MESCoop, se advierte que **hay más puestos de trabajo ocupados por mujeres que por hombres en el Mercado Social de Aragón**, el 52,1% de los puestos están ocupados por mujeres. No obstante, sumando la totalidad de mujeres y hombres que trabajan en las entidades el porcentaje de puestos de trabajo de las mujeres asciende al 55,0%.

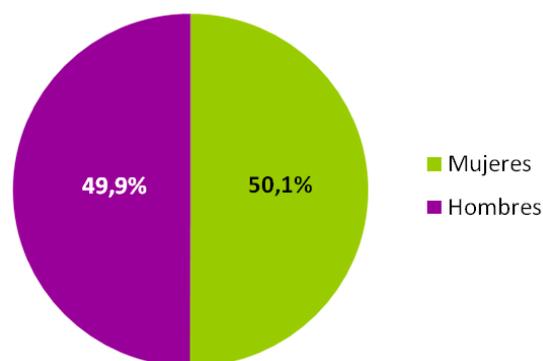
**Gráfico 3**  
**Puestos de trabajo ocupados por mujeres en las entidades del Mercado Social de Aragón<sup>1</sup>**



Al estudiar las desviaciones de cada una de las entidades estudiadas respecto a la media obtenida, se observa que, hay siete entidades en las que la totalidad de puestos de trabajo están ocupados por mujeres, lo que supone el 15,9%. Así mismo, hay que indicar que en dos entidades (asociaciones) no hay personal contratado, ni hombres ni mujeres.

Indicador 2. Personas que toman parte en la toma de decisiones de la entidad, desagregadas por género

**Gráfico 4**  
**Mujeres que toman decisiones en las entidades**



Si hablamos de los puestos ocupados por mujeres en los órganos de toma de decisiones de las entidades, el porcentaje sufre un ligero descenso comparado con el que hemos manejado en el gráfico 3. De media, en 2016, el 50% de los puestos en los órganos de gobierno de las entidades (patronatos, consejos rectores, juntas directivas, equipos de dirección...) estaban

---

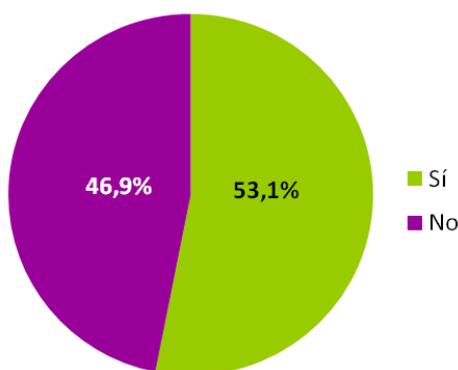
<sup>1</sup> Para el cálculo se han considerado 42 entidades ya dos entidades no disponen de personal contratado.

ocupados por mujeres, es decir, **hay paridad en la toma de decisiones en las entidades de MESCoop.**

Si se analiza la proporción para cada una de las entidades, en ocho de ellas (el 18,2% de las entidades), las decisiones son tomadas exclusivamente por mujeres y, en otras once (el 25,0%), los órganos de toma de decisiones están compuestos por más mujeres que hombres.

**Sin tener en cuenta el género de las personas que toman decisiones en las entidades obtenemos un valor del 53,1%** (gráfico 5) lo que significa, que de media, las decisiones son tomadas por más de la mitad de las personas que están vinculadas a las entidades (trabajadores, trabajadoras, voluntarios y voluntarias).

**Gráfico 5**  
**Personas que toman decisiones en las entidades**



Indicador 3. Proporción entre el salario más alto y más bajo de la entidad

Tabla 5. Salarios en las entidades desagregados por género Año 2016			
	Salario bruto máximo anual	Salario bruto mínimo anual	Salario bruto medio anual
Mujeres	34.440,60€	9.172,80€	12.773,39€
Hombres	34.440,60€	10.370,04€	13.625,59€

**Brecha salarial**

Atendiendo a los valores que han facilitado las 42 entidades que disponen de personal contratado observamos que en el conjunto de la economía solidaria **las diferencias salariales son muy modestas**, la **brecha salarial media** del conjunto de entidades del Mercado Social de

Aragón (calculada como la media de la diferencia entre el salario calculado a jornada completa más alto y el salario más bajo relativa al salario más alto más alto de cada entidad) **es del 16,7%**, es decir, las personas peor retribuidas cobran un 16,7% menos que las mejor retribuidas.

Si comparamos las diferencias salariales en las diferentes entidades, se advierte que **en 14 entidades (33,3%) no existe diferencia salarial**, únicamente en dos entidades el valor es superior al 50% (con valores de 54% y 58%), lo que significa que el sueldo más alto es más del doble que el sueldo más bajo.

### **Brecha salarial de género**

En el caso de la **diferencia salarial entre mujeres y hombres** en las entidades de MESCoop el valor de **la brecha salarial de género media** (calculada como la media de la diferencia entre los ingresos medios calculados a jornada completa de hombres y mujeres relativa a los ingresos medios de los hombres de cada entidad) **se reduce a -0,13%**<sup>2</sup>, lo que significa que las mujeres perciben un salario ligeramente mayor que los hombres.

De las 29 entidades, hay que indicar que **en cuatro entidades la brecha salarial de género es negativa**, es decir, que las mujeres tienen un salario mayor, que varía desde el 1% al 24%, que los hombres que trabajan en esas entidades. Por otra parte, en ocho entidades la brecha salarial es positiva y en ningún caso es superior al 11%.

## **1.2. Transparencia informativa**

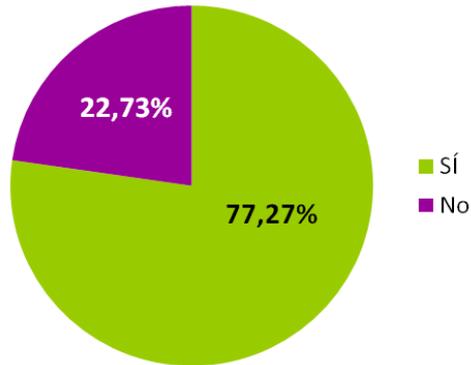
### **Indicador 4. Publicidad de los salarios y otras remuneraciones a nivel interno**

Uno de los indicadores utilizados para medir la transparencia en las entidades, ha sido el de la publicación de los salarios. Así, **en más de tres cuartas partes de las entidades (77,27%) son públicos los salarios y otras remuneraciones dentro de la entidad o esta información es accesible para cualquier persona trabajadora y/o voluntaria de la entidad.**

---

<sup>2</sup> Para el cálculo de la brecha salarial de género se han considerado 29 entidades en las que la plantilla de personas trabajadoras es mixta. Se han excluido 2 entidades que no disponen de personal trabajador, 7 entidades en las que el personal son todo hombres y 6 entidades en las que en su totalidad trabajan mujeres.

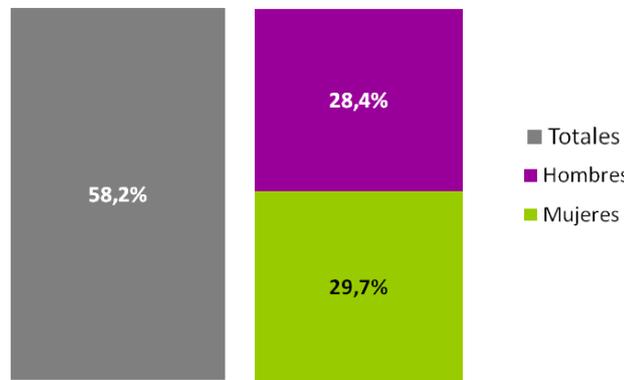
**Gráfico 6**  
**Publicidad de los salarios y otras remuneraciones**



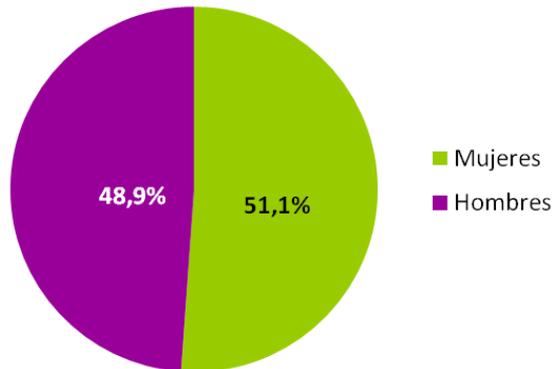
### 1.3. Participación e implicación

Indicador 5. Personas que participan en la elaboración de la planificación estratégica y presupuesto desagregadas por género

**Gráfico 7**  
**Personas que participan en la elaboración de la planificación estratégica y presupuesto desagregadas por género en relación al total de personas que forman parte de la entidad**

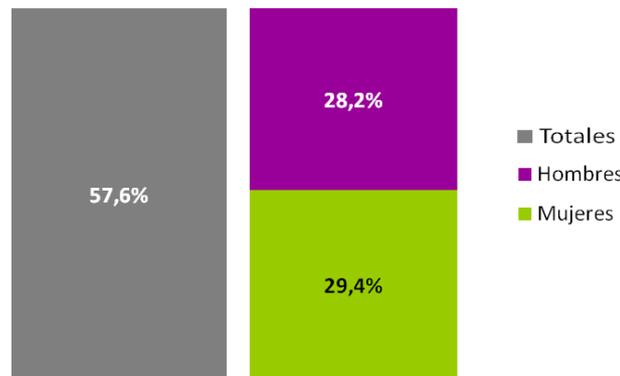


**Gráfico 8**  
**Mujeres que participan en la elaboración de la planificación estratégica y presupuesto en relación al total de personas que participan en dicha elaboración**

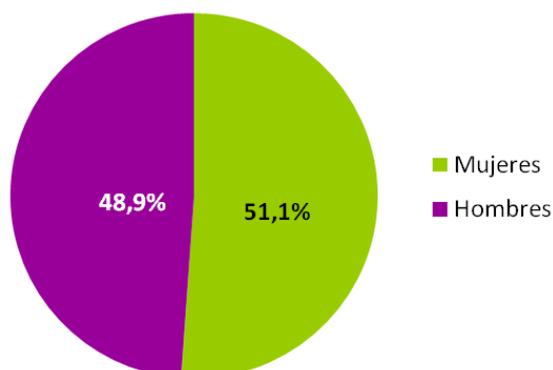


Indicador 6. Personas que participan en la aprobación de la planificación estratégica y presupuesto, desagregadas por género

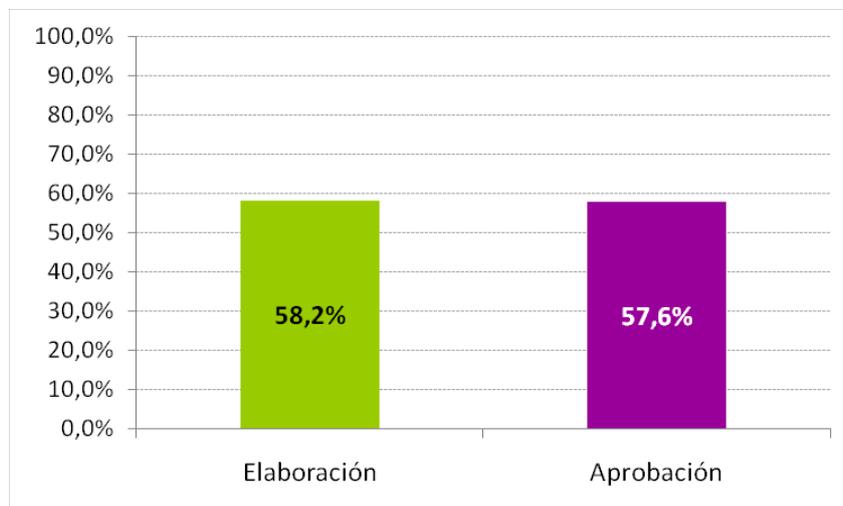
**Gráfico 9**  
**Personas que participan en la aprobación de la planificación estratégica y presupuesto desagregadas por género en relación al total de personas que forman parte de la entidad**



**Gráfico 10**  
**Mujeres que participan en la aprobación de la planificación estratégica y presupuesto en relación al total de personas que participan en dicha aprobación**



**Gráfico 11**  
**Comparativa entre la participación en la elaboración y en la aprobación de la planificación estratégica y el presupuesto**



De los gráficos anteriores se desprende que **más de la mitad de las personas vinculadas<sup>3</sup> al Mercado Social de Aragón participan de forma activa tanto en la elaboración de la planificación estratégica y del presupuesto de sus entidades como en su aprobación**. Hay una mayor participación en la elaboración que en la aprobación (58,2% y 57,6% respectivamente).

En cuanto a la distribución por género, en ambos casos la presencia de mujeres es ligeramente mayor. De este modo, según muestran los gráficos 7 y 9 el 51,1% de las personas que elaboran y aprueban la planificación y presupuesto de las entidades son mujeres.

Si observamos los datos ofrecidos por cada entidad, obtenemos que **en 27 organizaciones (61,4%), al menos el 50% de los socios/as, trabajadores/as, voluntarios/as y/o miembros de los Consejos Rectores participan tanto en la elaboración como en la aprobación de la planificación estratégica y el presupuesto de sus entidades**. El menor porcentaje de participación se suele dar en entidades con mayor número de personas contratadas o con un mayor número de voluntarios y voluntarias en las que, por lo general, la planificación y presupuesto los elaboran un equipo más reducido.

<sup>3</sup> Se consideran personas vinculadas a todas aquellas que tienen una relación directa con las entidades ya sea como trabajo remunerado, como socios/as o como voluntarios/as sin remuneración.

## 2. PRINCIPIO DE TRABAJO

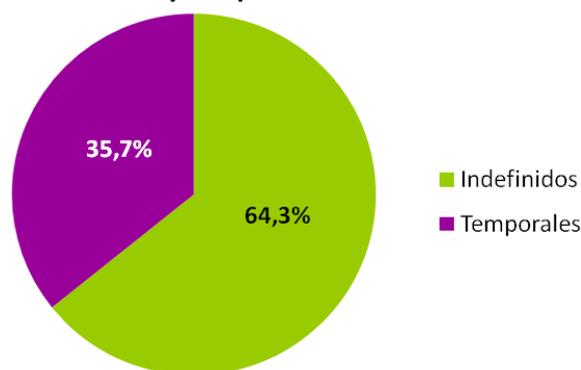
*“Consideramos que el trabajo es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados”.*

Para conocer el grado de cumplimiento de este principio se han definidos tres indicadores, éstos informan sobre los contratos indefinidos en las entidades y la existencia de medidas tanto para la formación como para la conciliación de las personas trabajadoras.

### 2.1. Condiciones laborales

Indicador 7. Contratos indefinidos respecto al total de puestos de trabajo desagregados por género

**Gráfico 12**  
**Contratos indefinidos y temporales en las entidades de MesCoop**



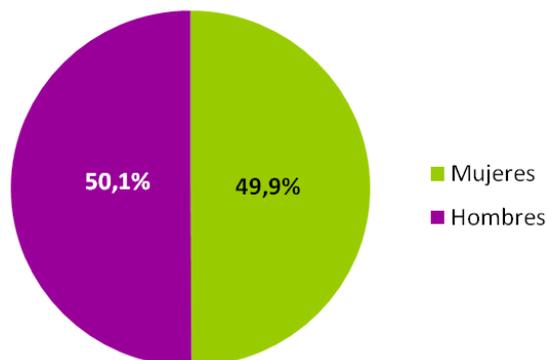
Si observamos la media obtenida para las entidades del Mercado Social (gráfico 12)<sup>4</sup>, **el 64,3% de las personas trabajadoras están con contrato indefinido** a pesar de la realidad de algunas entidades que funcionan con contrataciones asociadas a proyectos específicos de duración limitada que impide que puedan formalizarse un mayor número de contrataciones indefinidas ofreciendo una mayor estabilidad a las personas trabajadoras.

En cuanto a la distribución de los contratos indefinidos la mitad son mujeres.

---

<sup>4</sup> Sólo se han considerado las 42 entidades que tienen personal contratado.

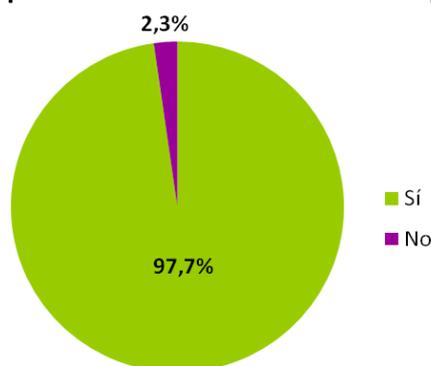
**Gráfico 13**  
**Mujeres con contratos indefinidos**



## 2.2. Desarrollo personal

*Indicador 8. Aplicación de medidas para fomentar la formación de las personas trabajadoras*

**Gráfico 14**  
**Existencia de medidas para fomentar la formación de las personas trabajadoras**

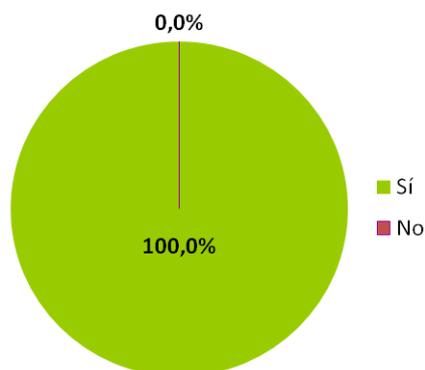


En 43 de las 44 entidades (97,7%) que participan del Balance Social se aplican medidas para la formación de las personas trabajadoras, ya sean éstas cursos específicos fuera o en el propio lugar de trabajo o mediante el intercambio de conocimientos y habilidades entre las mismas.

*Indicador 9. Existencia de medidas de apoyo para conciliar el trabajo con responsabilidades de cuidados a otras personas, con autocuidados y/o con compromisos activistas*

En relación a las medidas de conciliación, entendidas como medidas de apoyo para conciliar el trabajo con responsabilidades de cuidados a otras personas, con autocuidados y/o con compromisos activistas, el gráfico 14 muestra que **en todas las entidades se tienen en cuenta las circunstancias y demandas personales para poder compaginarlas con la vida laboral.**

**Gráfico 15**  
**Existencia de medidas de conciliación**



Así mismo, para profundizar en qué tipo de medidas se aplican, en el cuestionario enviado a las entidades se diferenciaba entre cuidados a personas dependientes, autocuidados y cuidados entre trabajadoras y trabajadores. Los resultados obtenidos son los que se muestran en la siguiente tabla.

<b>Tabla 6. Medidas de conciliación en las entidades</b>		
<b>Año 2016</b>		
	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>A. Cuidados a personas dependientes</b> ¿Existen medidas para que las personas trabajadoras puedan conciliar su trabajo con el cuidado de otras personas dependientes (medidas de conciliación familiar y personal como excedencias, adaptación de horarios/jornadas, complementos salariales, permisos remunerados...)	<b>93,2%</b> (41 entidades)	<b>6,8%</b> (3 entidades)
<b>B. Autocuidados</b> ¿Se contemplan medidas para que todas las personas trabajadoras puedan conciliar el trabajo con otras necesidades (formación propia, ocio, activismo...)?	<b>95,5%</b> (42 entidades)	<b>4,5%</b> (2 entidades)
<b>C. Cuidados entre trabajadoras y trabajadores</b> ¿Hay medidas concretas para prevenir y resolver conflictos en la entidad?	<b>84,1%</b> (37 entidades)	<b>15,9%</b> (7 entidades)

### 3. PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

*“Creemos que nuestra buena relación con la Naturaleza es una fuente de riqueza económica, y de buena salud para todos. De ahí la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental (huella ecológica) de manera permanente”*

Para la medida del comportamiento ambiental de las entidades se ha considerado un indicador para cada uno de los subprincipios de la Carta, las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalentes emitidas por las entidades para el subprincipio de impacto de la actividad y la existencia o no de medidas de actuación para la disminución progresiva del impacto sobre el medio ambiente para el de actuación en gestión medioambiental.

Desde la economía solidaria somos conscientes de que toda actividad, por muy pequeña que sea, tiene un impacto sobre el medio ambiente. Con estos indicadores pretendemos dar a conocer, aunque no de manera exhaustiva, el comportamiento ambiental de nuestras entidades.

#### 3.1. Impacto de la actividad

##### Indicador 10. Emisiones de CO<sub>2</sub> totales

**Las emisiones totales de las entidades del Mercado Social son de 357.601,05 Kg de CO<sub>2</sub> equivalentes** lo que supone una emisión media<sup>5</sup> de 8.514,3 Kg de CO<sub>2</sub> equivalente por entidad.

No obstante, el valor de las emisiones de cada entidad varía considerablemente según el tamaño y tipo de entidad, el sector productivo en el que se encuentran y si tienen contratada la energía eléctrica con compañías suministradoras de energía procedente de fuentes renovables.

Hay que destacar que **en cinco entidades las emisiones producidas son nulas**, esto no significa que su actividad, por muy pequeña que sea, no tenga un impacto sobre el medio ambiente. Se obtiene este valor porque para el cálculo sólo se han considerado las emisiones directas de

---

<sup>5</sup> En el cálculo de la media se han considerado 42 entidades ya que una entidad no facilita los datos solicitados para el cálculo de las emisiones producidas y otra es una asociación con poca actividad económica, sin personal contratado, que no dispone de local propio y no realiza desplazamientos.

gases de efecto invernadero empleando las siguientes fuentes de emisión y coeficientes de conversión a Kg de CO<sub>2</sub> equivalentes:

<b>Tabla 7. Fuentes de emisión y coeficientes empleados para el cálculo de las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalente. Año 2016</b>			
<b>Emisor</b>	<b>Unidad</b>	<b>Coeficiente</b>	<b>Fuente</b>
Electricidad mix	kw	0,24	Red Eléctrica de España
Electricidad renovable	kw	0	Red Eléctrica de España
Gas natural	m3	2,15	Informe Inventario GEI 1990-2008
Propano (calefacción)	kg	2,938	Informe Inventario GEI 1990-2008
Gasóleo (calefacción)	litros	2,786	Informe Inventario GEI 1990-2008
Coche	km	0,1775	GHG Protocol
Autobús	km	0,05	GHG Protocol
Tren	km	0,028	Memoria Ambiental de Renfe. Año 2008
Avión	km	0,12	GHG Protocol

El hecho de que haya entidades, teniendo en cuenta las fuentes de emisión y coeficientes empleados, tengan cero emisiones se debe a que solo emite por consumo de electricidad renovable, es decir, contratada con una compañía distribuidora de energía procedente de fuentes renovables y además no tienen desplazamientos asociados a su actividad.

En el otro extremo, las entidades con mayores emisiones corresponden principalmente a aquellas englobadas en los sectores de transporte, logística, industrias o servicios sociales y asistenciales con varias unidades de atención. No obstante, algunas entidades dedicadas a la consultoría o educación producen elevadas emisiones no por su actividad profesional en sí sino por los desplazamientos que conlleva el desarrollo de las mismas.

Merece especial atención examinar los datos facilitados sobre el origen de la electricidad consumida, en la tabla 8 se observa que **más de la mitad de las entidades se abastecen de energía procedente** de distribuidoras que se abastecen exclusivamente de energía procedente

de fuentes renovables suponiendo el 41,3% del consumo total. Según la información facilitada por ellas, 18 de estas organizaciones se suministran exclusivamente de este tipo de energía mientras que otras 5 entidades combinan ambas opciones.

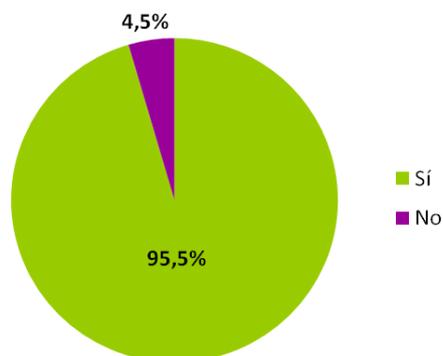
Tabla 8. Consumos de electricidad en el Mercado Social de Aragón. Año 2016			
Consumo eléctrico	kwh	%	Nº entidades
Consumo total de energía eléctrica	553.660,29	100%	42
Consumo eléctrico mix	324.953,91	58,7%	24
Consumo eléctrico renovable	228.706,39	41,3%	23

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por las entidades

### 3.2. Actuación en gestión medioambiental

*Indicador 11. Existencia de medidas de mejora en la gestión medioambiental (ahorro de agua, productos ecológicos/comercio justo, eficiencia energética, reciclaje, producción limpia...)*

**Gráfico 16**  
Existencia de medidas para la mejora ambiental en las entidades



Los datos arrojados por el gráfico 16 nos dice que **la mayoría de las organizaciones, el 95,5% (42 entidades), disponen de medidas para la mejora ambiental** tales como la implementación de sistemas de gestión ambiental, la introducción de técnicas más respetuosas en los procesos de producción, la utilización de dispositivos de ahorro de agua y/o eficiencia energética, el reciclaje, o la compra de productos ecológicos o de comercio justo.

## 4. PRINCIPIO DE COOPERACIÓN

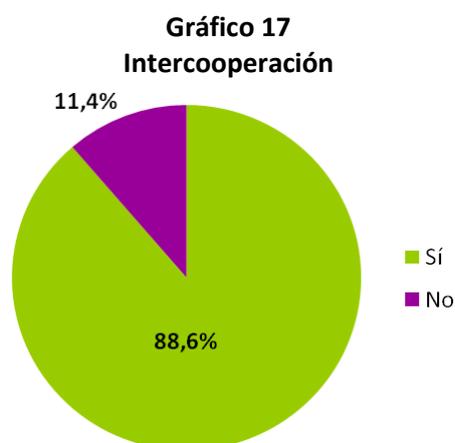
*“Queremos favorecer la cooperación en lugar de la competencia, dentro y fuera de nuestras organizaciones vinculadas a la Red, buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados...”*

En este caso, los indicadores elegidos son 3, que abarcan las relaciones que se mantienen con otras entidades del mismo sector y el importe destinado a la compra de bienes o servicios ofrecidos por entidades no lucrativas así como por entidades del propio Mercado Social o de REAS, ya sean intra o extraterritoriales.

### 4.1. Cooperación en el ámbito externo

Indicador 12. Intercooperación con otras entidades que proporcionan los mismos productos y/o servicios

El **88,6%** de las entidades del Mercado Social Aragón intercooperan con otras que proporcionan los mismos productos o servicios. Hay que indicar que las cinco entidades (11,4%) que han indicado que no cooperan es debido a que en la economía solidaria de Aragón no hay otras entidades que presten servicios y/o productos similares. No obstante, este valor se incrementaría si considerásemos la intercooperación entre entidades de la Economía Solidaria que no necesariamente sean del mismo sector.



Indicador 13. Gasto en compras de bienes y/o servicios a entidades no lucrativas (no pertenecientes al Mercado Social y a REAS)

Indicador 14. Gasto en compras de bienes y/o servicios a entidades del Mercado Social y/o REAS

Otro de los aspectos fundamentales para fortalecer el sector y pasar de ser experiencias concretas y aisladas a crear una tupida red de relaciones económicas entre empresas y entidades que comparten un mismo objetivo, es precisamente la capacidad de poder ir aumentando gradualmente el volumen de intercambios económicos entre los actores de la economía solidaria.

En este sentido, en la tabla 9 se ofrece una aproximación de esta capacidad indicando el importe total de las compras así como el porcentaje medio de compras que se realizan a entidades sin ánimo de lucro y a otras entidades del Mercado Social y REAS tanto de Aragón como del resto del estado<sup>6</sup>.

<b>Tabla 9. Compras de bienes y servicios a entidades del MES, REAS y entidades no lucrativas. Año 2016</b>		
	<b>Importe (€)</b>	<b>Media (%)</b>
Compras de bienes y servicios a entidades del MES y/o REAS	715.922,38	14,2%
Compras de bienes y servicios a entidades no lucrativas (que no pertenezcan ni al MES, ni a REAS)	224.709,18	5,4%

**En el año 2016, ha habido un elevado número de transacciones entre entidades del Mercado Social y con otras organizaciones sin ánimo de lucro.** Tal y como muestra la tabla anterior, **la media de compras a entidades sin ánimo de lucro**, entendidas éstas como aquellas que así lo indica en sus estatutos (ONG's, asociaciones, fundaciones, federaciones, sindicatos, partidos políticos, empresas de inserción, cooperativas de iniciativa social,...) **y, entre entidades del MES y/o REAS ha sido del 5,4% y 14,2% respectivamente.**

<sup>6</sup> Al no tener datos sobre compras totales hemos utilizado el dato de gastos totales aminorados por los gastos de personal.

## 5. PRINCIPIO SIN FINES LUCRATIVOS

*“El modelo económico que practicamos y perseguimos tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas, y como medio, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen”.*

La “no lucratividad” se puede medir de varias maneras, siguiendo los principios de la Carta de la Economía Solidaria se ha optado por incluir 4 indicadores, dos relativos a la autonomía y sostenibilidad financiera de las entidades y otros dos relacionados con la reinversión y redistribución de los beneficios generados.

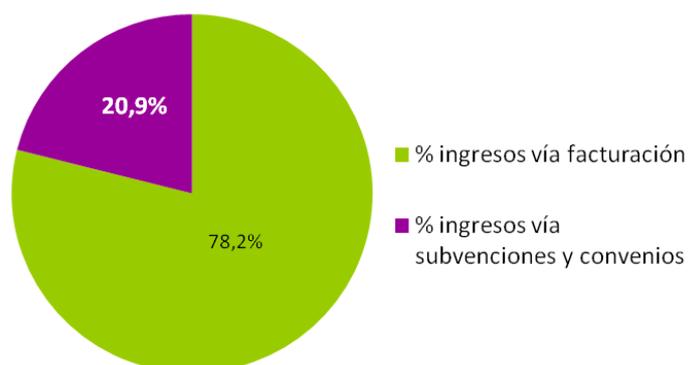
### 5.1. Autonomía y sostenibilidad financiera

En cuanto a la autonomía y sostenibilidad financiera, el estudio se centra en examinar las diferentes fuentes de ingresos de las entidades. Se han considerado dos posibles ingresos, la facturación por la venta de bienes o servicios y la obtención de recursos vía subvenciones o convenios con la administración pública ya sea local, autonómica o a nivel estatal.

Indicador 15. Ingresos procedentes por subvenciones y/o convenios con las AAPP respecto al total de ingresos

Indicador 16. Ingresos procedentes por venta de bienes y/o prestación de servicios respecto al total de ingresos

**Gráfico 18**  
**Distribución de ingresos en las entidades del Mercado Social de Aragón. Año 2016**



**Los ingresos en la mayor parte de las entidades del Mercado Social proceden de la venta de bienes o prestación de servicios (facturación).** De los datos proporcionados por las entidades (gráfico 18)<sup>7</sup>, se observa que **el porcentaje de ingresos vía facturación supone el 78,2% de los ingresos totales** en las mismas, en este apartado se incluyen los contratos de prestación de servicios a administraciones públicas y los ingresos mercantiles de origen privado. **Los ingresos a través de subvenciones y firma de convenios con las administraciones ascienden a un 20,9% del total.** Las entidades con mayor volumen de facturación por esta vía corresponden, principalmente, a las que trabajan en el ámbito de la inserción, intervención social, servicios sociales y asistenciales, cooperación, emprendimiento o cooperativas de nueva creación que han podido recibir alguna ayuda al respecto.

En las comparativas por entidades en relación a la distribución de los ingresos se observa que:

- En una entidad (asociación), en el año 2016, los únicos ingresos que tuvieron procedían de las cuotas y aportaciones de las personas que la constituyen.
- El 29,5% de las organizaciones (13 entidades) obtienen sus ingresos exclusivamente de la venta de bienes o prestación de servicios.
- **La mayoría de las entidades son autónomas financieramente, es decir no dependen exclusivamente de la firma de convenios o de recibir subvenciones por parte de la Administración,** aunque en seis de ellas, el 13,6%, más de la mitad de sus ingresos provienen de este tipo de financiación, siendo en tres entidades su principal fuente de ingresos.

## 5.2. Reinversión y redistribución

*Indicador 17. Gasto en redes y/o asociaciones u otras iniciativas para la construcción de bienes comunes*

Tal y como se muestra en la tabla 10 **las entidades destinan una media del 2,2% de su gasto en participar en otras redes o iniciativas solidarias para la construcción de un modelo social más humano, solidario y equitativo.** Cabe destacar que una entidad invierte el 33% de su presupuesto.

**Tabla 10. Gasto en redes y/o asociaciones u otras iniciativas para la construcción de bienes comunes.**

---

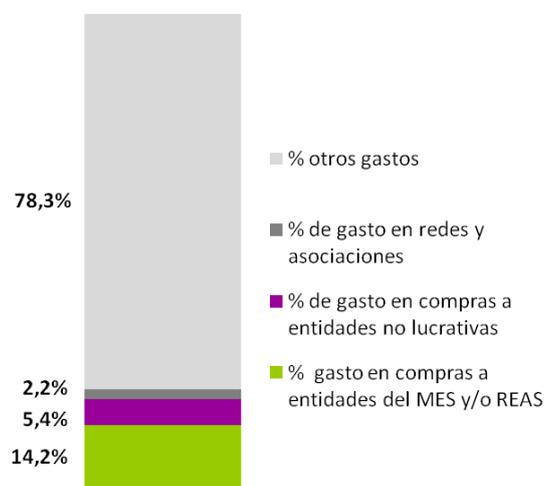
<sup>7</sup> Se han considerado 43 entidades ya que una de las entidades del Mercado Social sólo tiene ingresos a través de las cuotas o aportaciones de las personas socias.

Año 2016		
	Importe (€)	Media (%)
Gasto en redes y/o asociaciones u otras iniciativas para la construcción de bienes comunes	26.994,94	2,2%

Desde el Mercado Social de Aragón nos parece interesante reflejar en un solo gráfico (gráfico 18) las medias de los gastos que se han considerado en los principios de cooperación y sin fines lucrativos (Indicadores 13, 14 y 17).

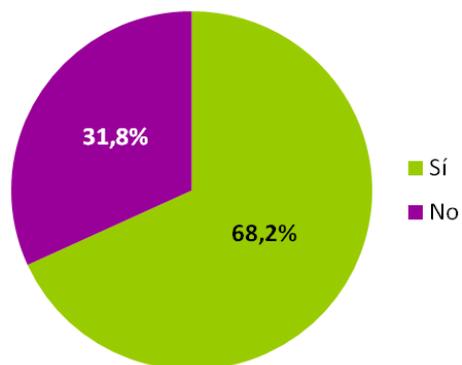
Si se suman las medias obtenidas para los tres indicadores, se obtiene que **las entidades del Mercado Social de Aragón destinan de media el 21,7% de su gasto en la construcción de un modelo que no tiene en cuenta solo los aspectos económicos sino que los beneficios obtenidos se pueden reinvertir y redistribuir en la economía alternativa y solidaria.**

**Gráfico 19**  
**Distribución de gastos en las entidades del Mercado Social de Aragón. Año 2016**



Indicador 18. Vínculo de la entidad con las finanzas éticas y solidarias (socia y/o cliente de Fiare, Coop57, CAES, ...)

**Gráfico 20**  
**Socios/as o clientes de entidades de finanzas éticas**



Como se muestra en el gráfico 20, más de dos tercios de las entidades (**68,2%**), **están asociadas o son clientes de entidades de finanzas y seguros éticos y solidarios como pueden ser Fiare Banca Ética, Coop 57 o CAES.**

## 6. PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO

*“Nuestras organizaciones están plenamente integradas en el territorio y entorno social en el que desarrollan sus actividades, lo que exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico”.*

Las entidades de economía solidaria tienen un fuerte compromiso con el entorno que se concreta en la implicación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio como también en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales que existen en el entorno social en el cual desarrollan sus actividades.

Indicador 19. Redes e iniciativas de transformación social en las que participa la entidad de manera estable

<b>Tabla 11. Redes e iniciativas de transformación social en las que participan las entidades del Mercado Social Año 2016</b>		
<b>Nº de redes a las que pertenece</b>	<b>Nº de entidades</b>	<b>Media (%)</b>
1	3	6,8%
2	15	34,1%
3	10	22,7%
4	6	13,6%
5	5	11,4%
Más de 5	5	11,4%
<b>Media</b>	<b>3,6 redes/entidad</b>	

Una manera de incidir en el entorno es mediante la pertenencia y participación en redes e iniciativas de transformación social. La tabla 11 nos muestra las redes y/o iniciativas de transformación social en las que las diferentes entidades participan. **De media, las entidades del Mercado Social de Aragón participan en 3,6 redes de manera estable**, desde las 13 en las que participan dos asociaciones con gran proyección social hasta las entidades de menor tamaño o recientemente constituidas que únicamente forman parte de MesCoop Aragón.

## 4. Resumen de los indicadores del Balance Social de Aragón.

### Año 2016

PRINCIPIO DE EQUIDAD				
ID.	Indicador	Unidad	Media	
			Mujeres	Hombres
1	Puestos de trabajo expresados en jornadas completas trabajadas, desagregados por sexo	%	52,1%	47,9%
2	Personas que toman parte en la toma de decisiones de la entidad	%	53,1%	
2bis	Personas que toman parte en la toma de decisiones de la entidad, desagregadas por sexo	%	50,1%	49,9%
3	Proporción entre el salario más alto y más bajo de la entidad	%	Brecha salarial: 16,7% Brecha de género: -0,13%	
4	Publicidad de los salarios y otras remuneraciones a nivel interno	sí/no	77,27%	
5	Personas que participan en la elaboración de la planificación estratégica y presupuesto, desagregadas por sexo	%	29,7%	28,4%
6	Personas que participan en la aprobación de la planificación estratégica y presupuesto, desagregadas por sexo	%	29,4%	28,2%
PRINCIPIO DE TRABAJO				
ID.	Indicador	Unidad	Media	
7	Contratos indefinidos respecto al total de puestos de trabajo	%	64,3%	
8	Aplicación de medidas para fomentar la formación de las personas trabajadoras	sí/no	97,7%	
9	Existencia de medidas de apoyo para conciliar el trabajo con responsabilidades de cuidados a otras personas, con autocuidados y/o con compromisos activistas	sí/no	100%	
PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL				
ID.	Indicador	Unidad	Media	
10	Emisiones de CO2 totales	emisiones	357.601,05 Kg de CO <sub>2</sub> eq.	
11	Existencia de medidas de mejora en la gestión medioambiental	sí/no	95,5%	
PRINCIPIO DE COOPERACIÓN				
ID.	Indicador	Unidad	Media	
12	Intercooperación con otras entidades que proporcionan los mismos productos y/o servicios	sí/no	88,6%	
13	Gasto en compras de bienes y/o servicios a entidades no lucrativas (no pertenecientes al Mercado Social y a REAS)	%	5,4%	

14	Gasto en compras de bienes y/o servicios a entidades del Mercado Social y/o REAS	%	14,2%
<b>PRINCIPIO "SIN FINES LUCRATIVOS"</b>			
ID.	Indicador	Unidad	Media
15	Ingresos procedentes por subvenciones y/o convenios con las AAPP respecto al total de ingresos	%	20,9%
16	Ingresos procedentes por venta de bienes y/o prestación de servicios respecto al total de ingresos	%	78,2%
17	Gasto en redes y/o asociaciones u otras iniciativas para la construcción de bienes comunes	%	2,2%
18	Vínculo de la entidad con las finanzas éticas y solidarias (socia y/o cliente de Fiare, Coop57, CAES, ...)	sí/no	68,2%
<b>PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO</b>			
ID.	Indicador	Unidad	Media
19	Redes e iniciativas de transformación social en las que participa la entidad de manera estable	redes	3,6

## 5. Conclusiones. Balance Social de Aragón. Año 2016

### PRINCIPIO DE EQUIDAD



#### Igualdad de oportunidades

- Hay más puestos de trabajo ocupados por mujeres en relación al total de puestos de trabajo generados en el Mercado Social de Aragón. El 52,1% de los puestos están ocupados por mujeres.
- Las decisiones son tomadas por más de la mitad de las personas que están vinculadas a las entidades (trabajadores, trabajadoras, voluntarios y voluntarias).
- En 2016, el 50,1% de los puestos en los órganos de gobierno de las entidades (patronatos, consejos rectores, juntas directivas, equipos de dirección...) estaban ocupados por mujeres, es decir, hay paridad en la toma de decisiones en las entidades de MESCoop.
- Las diferencias salariales son muy modestas, de media, las personas peor retribuidas cobran un 16,7% menos que las mejor retribuidas. No existiendo diferencia salarial en 14 entidades.
- La brecha salarial de género es negativa (-0,13%), lo que significa que las mujeres perciben un salario ligeramente mayor que los hombres.

#### Transparencia informativa

- En más de tres cuartas partes de las entidades (77,27%) los salarios y otras remuneraciones son públicas o están a disposición/son accesibles para cualquier persona trabajadora y/o voluntaria de la entidad.

#### Participación e implicación

- Más de la mitad de las personas vinculadas al Mercado Social de Aragón participan de forma activa tanto en la elaboración de la planificación estratégica y del presupuesto de sus entidades como en su aprobación.
- En ambos casos, la presencia de mujeres es ligeramente mayor.
- En 27 organizaciones (el 61,4% de entidades), al menos el 50% de los socios/as, trabajadores/as, voluntarios/as y/o miembros de los Consejos Rectores participan

tanto en la elaboración como en la aprobación de la planificación estratégica y el presupuesto de sus entidades.

## PRINCIPIO DE TRABAJO



### Condiciones laborales

- El 64,3% de las personas trabajadoras están con contrato indefinido.

### Desarrollo personal

- En 43 de las 44 entidades (el 97,7% de las entidades) que participan en el Balance Social se aplican medidas para la formación de las personas trabajadoras.
- En todas las entidades se tienen en cuenta las circunstancias y demandas personales para poder compaginarlas con la vida laboral.
- De este modo:
  - En el 93,2% de las entidades existen medidas para que las personas trabajadoras puedan conciliar su trabajo con el cuidado de otras personas dependientes
  - En el 95,5% se contemplan medidas para que todas las personas trabajadoras puedan conciliar el trabajo con otras necesidades personales.
  - En el 84,1% de entidades hay medidas para prevenir y resolver conflictos en la entidad.

## PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL



### Impacto de la actividad

- Las emisiones totales de las entidades del Mercado Social son de 357.601,05 Kg de CO<sub>2</sub> equivalentes lo que supone una emisión media de 8.514,3 Kg de CO<sub>2</sub> equivalente por entidad y de 571,24 Kg de CO<sub>2</sub> equivalente por persona trabajadora.
- Más de la mitad de las entidades se abastecen de electricidad que proviene de fuentes de energía renovables suponiendo el 41,3 % del consumo total.

## Actuación en gestión medioambiental

- El 95,5% de las entidades (42 entidades), disponen de medidas para la mejora ambiental tales como la implementación de sistemas de gestión ambiental, la introducción de técnicas más respetuosas en los procesos de producción, la utilización de dispositivos de ahorro de agua y/o eficiencia energética, el reciclaje, o la compra de productos ecológicos o de comercio justo.

## PRINCIPIO DE COOPERACIÓN



### Cooperación en el ámbito externo

- El 88,6% de las entidades del Mercado Social de Aragón intercooperan con otras que proporcionan los mismos productos o servicios. este valor se incrementaría si considerásemos la intercooperación entre entidades de la Economía Solidaria que no necesariamente sean del mismo sector.
- En el año 2016, ha habido un elevado número de transacciones entre entidades del Mercado Social y con otras organizaciones sin ánimo de lucro.
- La media de compras a entidades sin ánimo de lucro y, entre entidades del MES y/o REAS ha sido del 5,4% y 14,2% respectivamente.

## PRINCIPIO "SIN FINES LUCRATIVOS"



### Autonomía y sostenibilidad financiera

- La mayoría de las entidades son autónomas financieramente, es decir no dependen exclusivamente de la firma de convenios o de recibir subvenciones por parte de la Administración.
- El 78,2% de los ingresos de las entidades del Mercado Social proceden de la venta de bienes o prestación de servicios.
- Los ingresos a través de subvenciones y firma de convenios con las administraciones ascienden a un 20,9% del total.

### Reinversión y redistribución

- Las entidades emplean una media del 2,2% de su gasto en participar en otras redes o iniciativas solidarias en la construcción de un modelo social más humano, solidario y equitativo.
- Las entidades del Mercado Social de Aragón destinan de media el 21,7% de su gasto en la construcción de un modelo que no tiene en cuenta solo los aspectos económicos sino que los beneficios obtenidos se pueden reinvertir y redistribuir en la economía alternativa y solidaria.
- El 68,2% de las entidades de MesCoop están asociadas o son clientes de entidades de finanzas y seguros éticos y solidarios como pueden ser Fiare Banca Ética, Coop 57 o CAES.

### PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO



- De media, las entidades del Mercado Social de Aragón participan en 3,6 redes de manera estable.