



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CURSO ACADÉMICO 2016/2017

TRABAJO FIN DE GRADO

**Una aproximación a los agentes de apoyo al emprendimiento
social en España**

**An approach to the agents supporting the social
entrepreneurship in Spain**

AUTOR: Rodrigo Arce Vicente

TUTORA: Ana Fernández Laviada

FECHA: septiembre 2017

“No es la conciencia del hombre la que determina su ser, sino, por el contrario, el ser social es lo que determina su conciencia”.

Karl Marx

Cuatro años de esfuerzo que concluyen con este trabajo. Cuatro años de alegrías y también de sacrificio. Años, no solo compartidos con compañeros, sino con buenos amigos. Amigos que me llevo para lo que venga fuera de la universidad, a los cuales agradezco los buenos momentos vividos y su apoyo.

Mi más sincero agradecimiento por la tenacidad de todos esos profesores que sienten pasión por su trabajo; en especial a Ana Fernández Laviada, tutora de este proyecto por su dedicación, consejo y ayuda.

También me gustaría agradecer a mi familia, en particular a mi madre por su comprensión y apoyo constante tanto en los buenos como en los malos momentos.

Finalmente, mi gratitud a la Universidad de Cantabria por brindarme la posibilidad de crecer como persona y académicamente.

ÍNDICE

RESUMEN (ABSTRACT)	pág. 5
1. INTRODUCCIÓN	pág. 7
2. EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL	pág. 8
3. SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA	pág. 12
4. AGENTES SOCIALES	pág. 14
5. CONCLUSIONES	pág. 36
6. BIBLIOGRAFÍA	pág. 37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1: Los dos fines principales del emprendimiento social	pág. 11
Figura 2.2: Los tres fines principales del emprendimiento social	pág. 11
Figura 3.1: Resultados de la encuesta en España	pág. 13
Figura 4.1: Mapa de los agentes sociales en España	pág. 14
Figura 4.2: Ejemplo de publicación de créditos	pág. 15
Figura 4.3: Ejemplo de empresas financiadas	pág. 17
Figura 4.4: Existe un procedimiento para llevar a cabo el lanzamiento de un proyecto	pág. 20
Figura 4.5: Ejemplo de empresas del programa Crece	pág. 20
Figura 4.6: Ejemplo de empresas del programa Emprende in Health	pág. 21
Figura 4.7: Emprendedores sociales a los que encuestan	pág. 23
Figura 4.8: Sectores y objetivos	pág. 24
Figura 4.9: Estructura de las fuentes de financiación	pág. 25
Figura 4.10: Inversión de impacto: la suma de las rentabilidades	pág. 27
Figura 4.11: Red de alianzas del Instituto de Innovación de ESADE	pág. 33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1: Resumen	pág. 35
---------------------------	---------

RESUMEN

El concepto de emprendimiento social se ha ido instalando paulatinamente en nuestro sistema económico debido al auge que viene experimentando, sobre todo en la última década, como resultado de las graves consecuencias de la crisis financiera. A lo largo del trabajo trataremos de dilucidar su significado completo, estudiando diversas aproximaciones al mismo debido a la falta de consenso existente.

El primer objetivo del trabajo será, por tanto, el de introducir este concepto tratando de aunar diferentes posturas entre autores. Así obtendremos una base común presente en todas ellas, entendiéndolo de esta forma como un tipo de emprendimiento que busca resolver problemas sociales a través de la acción directa en el mercado, generando unos réditos económicos que permitan la sostenibilidad autónoma de los proyectos. Posteriormente pasaremos a hacer una breve descripción de su situación actual en España, conociendo las razones de su tardía implantación y su presente crecimiento. Y, finalmente, elaboraremos un listado de agentes sociales que fomentan el emprendimiento desde distintos ámbitos de la economía.

Para alcanzar dichos objetivos haremos uso de distintos trabajos sobre emprendimiento social para poder entender su significado de forma más extensa. Acudiremos, además, a estudios sobre su situación en diferentes países, centrándonos en España, y un mapa de emprendimiento elaborado por El Referente, de donde extraeremos numerosos agentes sociales que trabajan ofreciendo diversos servicios, pero siempre encaminados a extender esta forma de emprendimiento en España.

Conforme a los datos obtenidos se harán patentes las carencias que experimenta este sector actualmente en nuestro país; debido, por un lado, a los problemas para obtener financiación, aunque estos estén siendo atajados en mayor o menor medida por los agentes sociales, los cuales contribuyen a aumentar el flujo de capital hacia tales proyectos y, por otro lado, al escaso apoyo gubernamental que parece evitar o simplemente desconocer estas iniciativas.

ABSTRACT

The concept of social entrepreneurship has been settling gradually in our economic system due to the improvement that has experienced, especially in the last decade, as a result of the serious consequences of the financial crisis. During this dissertation we will try to reveal the real meaning of social entrepreneurship. Due to the lack of consensus in relation to its meaning this will be done by studying different approaches.

The first target of the dissertation will consist in introducing this concept trying to unite different positions between authors. Thus, we will obtain a common base in all of them, understanding it as a type of entrepreneurship that seeks to solve social problems through the market, generating profit that allows the autonomous sustainability of the projects. Later we will make a brief description of its current situation in Spain, discovering the reasons of its late implantation and its present growth. And, finally, we will prepare a list of social agents who encourage the entrepreneurship from different areas of the economy.

To achieve these targets, we will refer to some social entrepreneurship studies. These will provide further information to get a deeper understanding of its meaning. Also, we will get information from studies regarding the situation of social entrepreneurship in different countries, focusing on Spain. Furthermore a map of entrepreneurship made by El Referente will be presented. This map shows numerous social agents who offer different services, but always aimed at extend this form of entrepreneurship in Spain.

According to the information obtained, we will identify the areas in which this sector lacks in our country. On the one hand, these lacks come from the difficulty to obtain financing, although these are being solved by some social agents, who help to increase the capital flow towards these projects. On the other hand, it is due to the little governmental support which seems to avoid or just do not know about these initiatives.

1. INTRODUCCIÓN

Con el término “emprendimiento social” se hace referencia a un tipo de organización que se encuentra ubicada dentro del sector privado en el sistema económico capitalista, pero que difiere del prototipo de empresa esencialmente en sus objetivos, situándose por tanto a medio camino entre la empresa privada y la pública. Por un lado, se generan a partir de la iniciativa y el capital privados y, por tanto, mantienen los medios de producción en manos ajenas al Estado, mientras que, por el otro, sus metas están próximas a las que se marcan las empresas públicas, es decir, redundar en un beneficio social, pero sin renunciar por ello a la obtención de beneficios económicos.

Mientras que en la empresa privada tradicional el objetivo fundamental es la obtención de réditos económicos y la generación de valor, en las empresas sociales hay tres fines principales: la mejora de la sociedad, el cuidado y protección medioambiental y al igual que en las empresas tradicionales, objetivos financieros; para la consecución de los fondos suficientes que aseguren el mantenimiento operativo de la organización de forma autónoma dotándola así de independencia frente a terceros.

Para ello los emprendedores utilizan técnicas de gestión, innovación y creatividad con el fin de generar valor para el conjunto de la sociedad. Así, con los beneficios económicos es posible impulsar los objetivos sociales y medioambientales, lo que pone de manifiesto el interés existente en un gran número de personas en mejorar la sociedad y el sistema económico vigente.

Como asegura Yunus (2010) la estructura económica capitalista se basa en ciertas premisas equivocadas sobre la naturaleza humana, pues presupone que las personas son seres unidimensionales cuya única misión es la de obtener beneficios personales, es decir, acumular dinero. Según la teoría capitalista el resultado óptimo para la sociedad se alcanzaría en el momento en el que se dé rienda suelta a cada búsqueda egoísta e individual de beneficio. La realidad es que esta concepción económica se ha mostrado ineficaz a la hora de resolver las graves crisis que amenazan a la humanidad tales como la financiera, medioambiental, alimentaria, energética... teniendo todas ellas un denominador común que es el propio sistema capitalista. Para la resolución de todos estos problemas es necesario cambiar el modo en el que se organiza la sociedad y con ello el sistema económico, y es aquí donde se torna relevante el emprendimiento social; pues, partiendo de un concepto multidimensional del ser humano, con intereses egoístas y a la vez desinteresados, es posible dar respuesta a los problemas acuciantes planteados.

Por otro lado, la reciente crisis económica de 2008 y la coyuntura socioeconómica resultante, cuyos estragos aún están plenamente vigentes, han ahondado en la liberalización de la economía, que junto con la continua retirada de fondos públicos para financiar el estado del bienestar; han evidenciado la urgencia de satisfacer dichas necesidades de maneras alternativas.

Por todas estas razones, el objetivo de este trabajo es el de introducir el concepto de emprendimiento social y hacer una breve descripción de la situación del mismo en España. Y posteriormente elaborar una recopilación de algunos de los agentes sociales más importantes que lo están impulsando, con el objeto de conseguir hacer frente a los retos a los que nos enfrentamos como sociedad.

2. EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Sobre la economía social, cómo se define o qué actividades engloba, se ha teorizado mucho y, por tanto, hay diversos enfoques al respecto. Según Chaves, Monzón y Zaragoza (2012) es en contextos de crisis, cuando las personas y organismos buscan soluciones más innovadoras para dar respuesta a sus problemas, y es así como históricamente emergieron las sociedades de socorro mutuo en el siglo XIX (precursoras de la seguridad social), las cooperativas de consumo y de vivienda o las cooperativas de trabajo entre otras.

En la Ley 5/2011 de economía social se define la misma como; “conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los principios recogidos en el artículo 4, persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos.

Dicho artículo establece unos principios básicos orientativos que son:

1. Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, más que en relación a sus aportaciones al capital social.
2. Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.
3. Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.
4. Independencia respecto a los poderes públicos.

Además, se enumeran las organizaciones, que se entiende, forman parte de la economía social; cooperativas, mutualidades, fundaciones, asociaciones que lleven a cabo actividad económica, las sociedades laborales, las empresas de inserción, los centros especiales de empleo, las sociedades agrarias de transformación y las cofradías de pescadores, así como determinadas entidades singulares.

Por lo tanto, y como se aprecia en esta lista, dentro de la economía social hay entidades no lucrativas y empresas sociales. En este trabajo a pesar de basarnos en el emprendimiento social, nos centraremos en estas organizaciones por su relevancia dentro de este sector emergente puesto que se dedican a potenciar el emprendimiento social desde diferentes ámbitos.

Yunus (2010) tiene una perspectiva particular respecto de las empresas sociales, pues al igual que en las tradicionales o lucrativas entiende que una empresa social se ajusta a prácticas comerciales normales, pero, las diferencia en que estas no acumulan riqueza, es decir, que los inversores que depositen capital en una empresa social solo

podrán recuperar lo invertido. De esta forma trata de separar “el deseo de hacer el bien” con el ánimo de lucro; por tres razones:

- Las empresas no deben incrementar sus beneficios mediante la explotación de los pobres.
- Cuando una empresa tiene que elegir entre el lucro y la ayuda social, el lucro siempre prevalece.
- Proponer una empresa social viable fomenta otras alternativas similares.

Así, se desecha de partida cualquier empresa tradicional que lleve prácticas de responsabilidad social corporativa pues en caso de que peligre su actividad comercial principal, y no tenga suficientes recursos, lo primero que va a eliminar son aquellas actividades que no le reporten beneficios y, por ende, su finalidad principal. Pero con esta visión tan restrictiva de lo que es una empresa social, excluye a aquellas que aun teniendo como objeto de actividad el paliar o acabar con una problemática social, obtengan unas utilidades, que serán reinvertidas en su mayoría, pero que también pueden verse repartidas en una pequeña cuantía.

Por su parte el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo CESE (2012) sobre “Espíritu empresarial social y las Empresas Sociales”, propone una descripción basada en características comunes como:

- La persecución principalmente de objetivos sociales en detrimento de económicos.
- Reinvertir la mayoría de los excedentes en lugar de repartir grandes dividendos entre los accionistas o dueños.
- Poseen una gran variedad de formas jurídicas en función de las necesidades.
- Ser agentes económicos productores de bienes y servicios eminentemente de interés general.
- Que actúen como entidades independientes en donde primen la participación y codecisión.
- Suelen proceder o estar asociadas con organizaciones de la sociedad civil.

De esta forma el concepto de empresa social no es tan restrictivo como el que, por ejemplo, defiende Yunus (2010), y por tanto puede abarcar a un mayor número de entidades.

Como aseguró Harding (2004) *“El crecimiento del emprendimiento social en términos globales en la última década ha sido impresionante, pero el significado preciso del término permanece como asunto de debate”*. Esta afirmación al parecer seguiría plenamente vigente ya que de acuerdo con Lehner y Kansikas (2013) la investigación sobre el emprendimiento social se encuentra aún en un estadio pre-paradigmático, es decir la comunidad aún no comparte una única definición de emprendimiento social al carecer dichos estudios de una base epistemológica consensuada. Es esa falta de consenso la que impide una definición ecléctica sobre el emprendimiento social, y en su lugar se elaboran numerosas definiciones diferentes, que juntas, proporcionan una idea con suficiente base teórica para comprender meridianamente que es el emprendimiento social como concepto.

Un elemento común en diferentes definiciones según Sullivan (2007) es la búsqueda de soluciones a problemas sociales. El emprendedor social identifica estos problemas, los cuales requieren una solución y, por tanto, los asume como oportunidades para emprender y así solventarlos mediante la innovación. Pero es entonces cuando se confunden los conceptos de fundaciones, ONGs y demás organismos sin ánimo de lucro con el de la empresa social, y es por eso que Harding (2004) añade que la característica clave para diferenciar el emprendimiento social de las obras de beneficencia o actuaciones caritativas de individuos bien intencionados, (también con fines sociales) es la creación de valor social sostenible. Y es por ello que los planes de negocios de los emprendimientos sociales están centrados especialmente en la sostenibilidad financiera Novy-Hildesley, (2007).

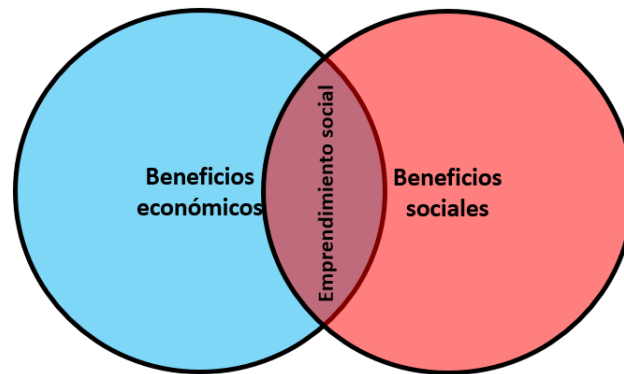
A pesar de las diversas definiciones que defiende cada autor con sus respectivos matices y diferencias, creemos que la elaborada por Martin y Osberg (2007) aúna y precisa las características más importantes del emprendimiento social. Para ellos este sigue tres pasos:

1. La identificación de un equilibrio estable pero intrínsecamente injusto que tiene como resultado la exclusión, la marginalización o el sufrimiento de un amplio estrato de la sociedad que no tiene acceso a unos medios financieros o a influencia política suficiente para alcanzar un beneficio transformador por sus propios medios.
2. Identificar una oportunidad dentro de este equilibrio injusto, generando y desarrollando una proposición de valor social. En el proceso será imprescindible el uso de la creatividad, la acción directa, el coraje y la fortaleza, desafiando de ese modo la hegemonía del estado estable.
3. La creación de un nuevo equilibrio estable que libere el potencial inhibido o alivie el sufrimiento del grupo que previamente había sido marginado, y a través de la imitación y creación de un ecosistema estable alrededor de ese nuevo equilibrio, se asegure un mejor futuro para el grupo objetivo y la sociedad como un todo.

Como sintetizan Guzmán y Trujillo (2008), todo esto permite presentar una definición de este concepto, entendiéndolo como un tipo de emprendimiento que persigue solventar problemas sociales a través de la construcción, evaluación y búsqueda de oportunidades que posibiliten la generación de valor social sostenible, alcanzando por tanto nuevos equilibrios estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa de empresas existentes o de nueva creación.

Dicho de otra forma, los emprendedores sociales han de ser capaces de combinar su misión social principal, con la obtención de unos beneficios que les permitan llevar a cabo su actividad de manera sostenible. Por tanto, estos dos objetivos pueden catalogarse como los “dos fines primordiales” de estas empresas, pues uno depende del otro, el social del económico, y sin el primero el segundo carecería de sentido como tal dentro de la organización.

Figura 2.1: Los dos fines principales del emprendimiento social



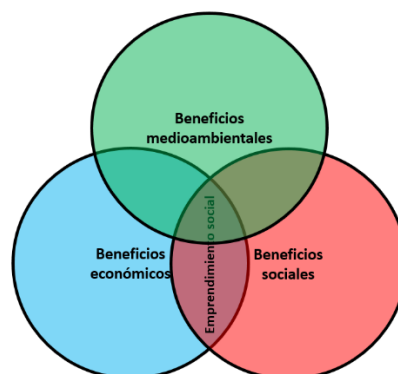
Fuente: Elaboración propia.

Algunos expertos consideran que no solo existirían dos fines primordiales, sino que se les añadiría un tercero, el cuidado y protección medioambiental, completando así la triada. Este concepto fue introducido por Elkington (1997). Él los bautizó como los tres pilares, refiriéndose esencialmente a “Personas, Beneficio, Planeta” (People, Profit, Planet). Los tres fines principales sirven como herramienta para determinar si las acciones de una empresa están encaminadas a crear y fomentar un desarrollo sostenible. Sin embargo, el emprendedor social se centra en su propia motivación de generar un beneficio social y en el hecho de crear un proyecto con valor añadido, más que en los fines primordiales en sí mismos. Esto quiere decir que el emprendedor social no actúa con la intención de cumplir dichos fines como tal, sino que trata de alcanzar su objetivo social y para ello ha de compaginarlos todos con el fin de mantener un equilibrio necesario que redunde en una sostenibilidad a largo plazo en todas las facetas que componen la organización.

Según Elkington (1997) estos tres fines se traducen como:

1. Asegurar una sociedad justa.
2. Vivir dentro de los límites medioambientales.
3. Crear una empresa sostenible.

Figura 2.2: Los tres fines principales del emprendimiento social



Fuente: Elaboración propia.

Para Reiser (2013) este concepto fortalece las ideas fundamentales de la empresa social, unificando la búsqueda de beneficios con el bien social, incluyendo a menudo objetivos medioambientales.

Lo cierto es que una empresa sostenible no puede tomarse como opcionales los objetivos medioambientales, sino que han de formar parte de su núcleo. Es por eso que las empresas sociales más ambiciosas aúnan el desarrollo sostenible medioambiental con el objetivo social, es decir, unir de forma explícita la sostenibilidad medioambiental con la justicia social.

Finalmente, en la página web de “ISIS Capital” se recoge que existe la dificultad añadida de comparar resultados entre distintos proyectos sociales y, en consecuencia, tomar decisiones de inversión. A día de hoy es muy frecuente el tratar de convertir los resultados sociales en euros. Por tanto, mientras nos movamos en un campo que solo mide la eficiencia de los recursos invertidos mediante indicadores económicos, será especialmente difícil hacer juicios comparativos entre empresas sociales y sus proyectos, y además incurriremos en el riesgo de priorizar el retorno económico en detrimento del beneficio social y medioambiental.

3. SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN ESPAÑA

Según la Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES) en 2016, las empresas sociales representan en España el 10% del PIB, empleando para ello al 12,5% de los trabajadores. Además, tienen una tasa netamente superior de trabajo estable frente a las empresas convencionales puesto que el 80% de los contratos son indefinidos. Pese a los estragos causados por la crisis, las empresas sociales destruyeron un 6,5% menos de empleos que el conjunto del resto de empresas y en los últimos 8 años como cómputo global se han creado 29.000 nuevas empresas generando 190.000 puestos de trabajo. Es reseñable también el hecho de que el 47% de los empleos pertenecen a personas menores de 40 años, y además se da cabida a 128.000 personas con discapacidad o en riesgo de exclusión.

A pesar de ello, lo cierto es que como reporta Manuel Lencero, consejero delegado y fundador de UNLTD Spain, mientras que Estados Unidos está a la cabeza debido a que en 2016 un 4,15% de la población realizaba proyectos de este tipo, en España esta cifra se reduce a tan solo un 0,5%.

Esto puede explicarse en parte porque según los responsables de Afables a pesar de que el entorno es bastante favorable, en España el acceso a las fuentes de financiación es relativamente escaso y limitado, lo que supone un escollo a la hora de alcanzar el éxito de posibles nuevos proyectos. Aseguran que es debido a que en este tipo de iniciativas es más importante el impacto social que el propio retorno de inversión/financiación lo que aleja a estas fuentes ávidas de inversiones más rentables. Lara viada, de “Vivergi Social Impact Fund” cuenta que el mercado del Emprendimiento social lleva activo unos 10 o 15 años a nivel global, mientras en España se encuentra en un estado algo menos desarrollado, aunque con fuertes perspectivas de crecimiento.

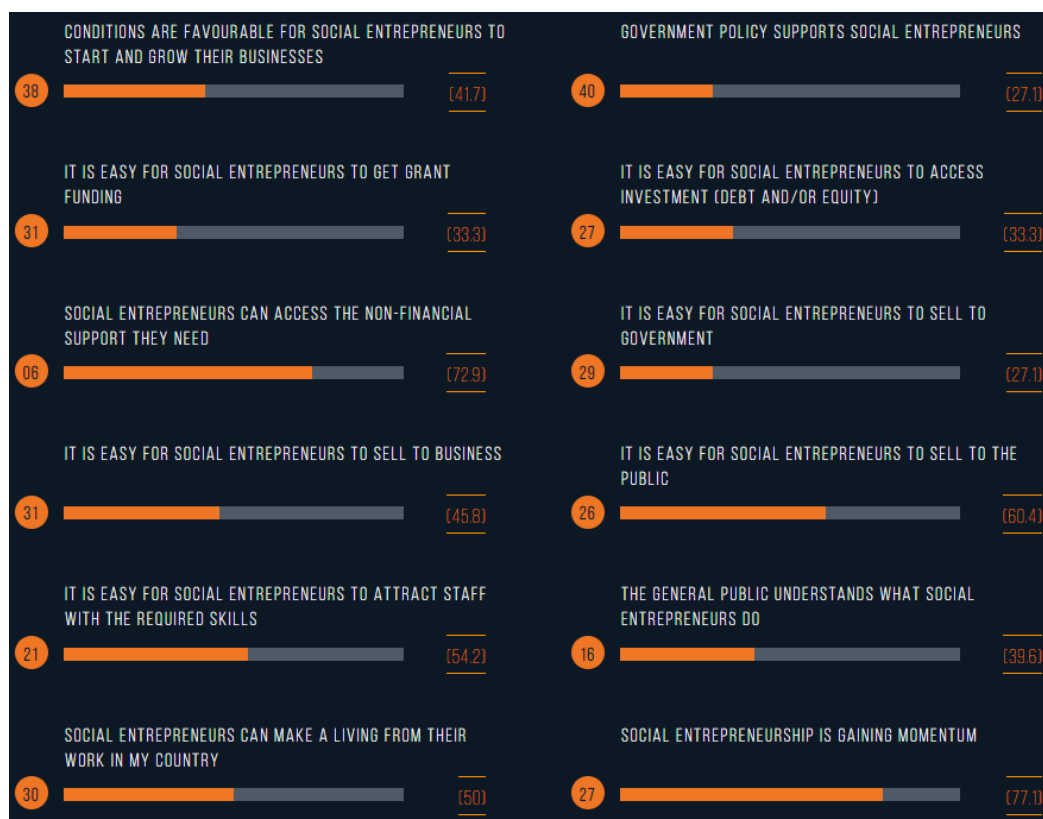
Además, afirma que para que en España el emprendimiento social siga creciendo a buen ritmo se necesitan tres factores principales: proyectos de éxito que introduzcan fórmulas innovadoras en el mercado, más y mejor formación académica sobre dicha materia y más inversores dispuestos a apostar por proyectos en estadios tempranos.

Para analizar estas afirmaciones algo más en profundidad recurrimos a la primera gran encuesta sobre economía social elaborada por la Thomson Reuters Foundation en colaboración con Deutsche Bank, UNLTD y Global Social Entrepreneurship Network con el fin de determinar en qué países está floreciendo el sector del emprendimiento social con más fuerza.

España se sitúa en la posición 38 de 44 países en los que se realizó la encuesta, por tanto, podemos afirmar que a nivel comparativo el emprendimiento social aún se encuentra en una etapa muy temprana en nuestro país.

Respecto a las grandes potencias de nuestro entorno como son Reino Unido 3º, Francia 10º y Alemania e Italia, ambos empatados en 12º posición, vemos como en nuestro país la implantación de este sector está a un nivel de desarrollo bastante impropio para el peso que representa España en la economía europea. Pero además hay que señalar que otros países hispanohablantes nos aventajan como son Chile 6º, Colombia 14º y Argentina 27º.

Figura 3.1: Resultados de la encuesta en España



Fuente: Thomson Reuters Foundation

El mayor problema que se extrae de estos datos es la escasa implicación del estado y demás entes públicos en el sector del emprendimiento social. Esto dificulta las condiciones iniciales para iniciar un proyecto puesto que tan solo el 27,1% de los encuestados opinan que el gobierno proporciona el apoyo suficiente al emprendimiento social, ese mismo porcentaje cree que existe facilidad para acceder a contratos públicos y finalmente tan solo el 33,3% defiende que sea fácil conseguir subvenciones gubernamentales. Por otro lado, y como ya pusieron de manifiesto los responsables de “Afables”, el acceso a financiación también supone un problema para el 66,7% de los encuestados, sin embargo, el apoyo no financiero es cuanto menos notable, situándose en la sexta posición en el ranking, ya que el 72,9% tiene una opinión favorable.

Para hacer frente a estos retos, existen numerosas organizaciones que actúan como promotores del emprendimiento social. A continuación, mostramos algunas de ellas.

4. AGENTES SOCIALES

La gran mayoría de las organizaciones seleccionadas que han sido recogidas en este trabajo parten del mapa elaborado por la revista El Referente que podemos apreciar en la figura 4.1.

Figura 4.1: Mapa de los agentes sociales en España



Fuente: El Referente

❖ **Fiare Banca Ética:**

Este banco cooperativo, como así se denomina, nace de la unión de dos proyectos basados en las finanzas éticas: Banca Popolare Etica, siendo este un banco cooperativo que operaba en Italia desde 1999 y Fiare que hacía lo propio en España desde 2005. Su finalidad es la de ejercer como herramienta transformadora de la sociedad a través de la financiación de proyectos de la economía social y solidaria y la promoción de una cultura de la intermediación financiera, bajos los principios de la transparencia, la participación, la democracia, y el crédito como derecho. Entienden que toda decisión económica conlleva una decisión ética cuyas consecuencias favorecen a unos y perjudican a otros.

Así, su objetivo es el de aportar valor social al dinero de sus depositantes y no solo económico. Por esta razón los depósitos de las personas y organizaciones que comparten estos valores, sirven para financiar el desarrollo cooperativo, los valores transformadores, la agroecología, la cooperación al desarrollo, el comercio justo y la lucha contra la exclusión social. A su vez todos los proyectos financiados son sometidos a una estrecha evaluación, para determinar su impacto económico, social y medioambiental, puesto que la transparencia es un pilar esencial. Por esa razón Fiare Banca Etica publica online todos los préstamos concedidos a personas jurídicas para que los clientes verifiquen cómo se usan sus ahorros para apoyar iniciativas sociales.

Figura 4.2: Ejemplo de publicación de créditos

EMAUS FUNDACION SOCIAL

Importe: 100000€

Tipo de crédito: Crédito ordinario

Necesidad cubierta: Crédito de anticipo para cobertura de necesidades de liquidez

ASOC REINSERCIÓN SOCIAL SARTU-ALAVA

Importe: 300000€

Tipo de crédito: Crédito anticipo

Necesidad cubierta: Crédito de anticipo para cobertura de necesidades de liquidez

GAZTAROA SARTU KOOP ELKARTEA

Importe: 300000€

Tipo de crédito: Crédito anticipo

Necesidad cubierta: Crédito de anticipo para cobertura de necesidades de liquidez

Fuente: Fiare Banca Etica

❖ **La Bolsa Social:**

Este proyecto nació en 2014, cuando un grupo de profesionales concienciados ante la dificultad de acceso a la financiación de los emprendedores sociales se lanzó a crear la Bolsa Social. Su objetivo era el de generar un agente activo de la transformación ética de la sociedad y las finanzas, pues estaban convencidos del enorme potencial transformador de la financiación participativa y la inversión de impacto. En La Bolsa Social son conscientes de que cada vez hay más empresas que buscan producir un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, y que, además, hay más inversores

que no solo buscan rentabilidad económica con sus ahorros, si no dar sentido a sus inversiones ahondando en la mejora de la sociedad.

La misión de La Bolsa Social es la de impulsar la financiación de empresas con potencial de crecimiento que produzcan un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, además de promover las finanzas éticas y democratizar la inversión de impacto.

Para ello se configuran como una plataforma de equity crowdfunding, es decir, un intermediario entre los inversores que adquieren acciones o participaciones de las empresas que publican, y dichas empresas. De esta forma es como se han convertido en la primera plataforma de crowdimproving en España, que no es otra cosa que una forma de equity crowdfunding encaminada a producir un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente conectando a empresas e inversores con valores.

La Bolsa Social actúa de la siguiente manera:

- 1) Primero recibe propuestas de empresas que buscan financiación, y de entre ellas selecciona a las mejores.
- 2) Posteriormente establece un acuerdo de inversión equilibrado para los inversores y la empresa en cuestión a través de una valoración que estima justa.
- 3) Y finalmente, los proyectos se publican en la web por un periodo de unos 2 o 3 meses para que se pueda invertir en ellos. Si la campaña tiene éxito se transfiere la cantidad recaudada al emprendedor, pero si el objetivo no se alcanza dentro del plazo se transfiere de vuelta a los inversores la cantidad depositada sin coste alguno para ellos.

Según estudios realizados por NESTA junto con la Asociación Británica de Business Angels (BBA por sus siglas en inglés) el retorno medio de la inversión se sitúa en 2,2 veces el capital invertido en un periodo de 3,6 años, o lo que se puede traducir como un TIR superior al 20% anual.

Hay dos líneas de inversión:

- 1) Línea semilla: Se centra en aquellas empresas con impacto social positivo que están dando sus primeros pasos y por ello requieren financiación.
- 2) Línea Crecimiento: en este caso se trata de empresas afianzadas, con necesidades de capital a partir de 100.000 euros para abordar nuevos objetivos.

Pero para hacer posible esta intermediación entre empresas e inversores La Bolsa Social ha de ser sostenible por sí misma, pues como ya hemos visto, este es un fin primordial del emprendimiento social, y para ello en caso de que la campaña de financiación tenga éxito, se cobra a la empresa una comisión de hasta el 5,5% del capital reunido, además de 300 euros anuales de forma fija durante 5 años. Si por el contrario la campaña no alcanza el objetivo y por consiguiente no tiene éxito, solo se cobra una comisión de estudio a la empresa de 500 euros.

Es importante remarcar que La Bolsa Social es la primera plataforma de financiación participativa autorizada por la CNMV en España lo que supone un gran impulso para extender esta nueva forma de inversión con carácter social.

Figura 4.3: Ejemplo de empresas financiadas



Fuente: La Bolsa Social

❖ **ISIS Capital:**

Se trata de una organización española cuyo objetivo es la innovación en iniciativas de inversión social tanto en España como en países en vías de desarrollo para mejorar las condiciones de vida de las personas en situación vulnerable o en riesgo de exclusión social.

ISIS se configura en dos fondos de capital riesgo, uno en España y otro para las inversiones en los países en desarrollo, con diferentes criterios de inversión debido a sus respectivas características.

El fondo de España está destinado a reducir la exclusión social, y para ello invierte en emprendedores sociales o empresas de inserción social y en los centros especiales de empleo. Mientras, en los países en vías de desarrollo hacen lo propio en cooperativas de productores rurales en zonas pobres y en las instituciones de micro financiación. Todas las inversiones son sometidas a su vez a una monitorización para determinar el grado de impacto social y medioambiental de los proyectos mencionados, así como su rentabilidad y sostenibilidad económica.

Como ya se ha mencionado previamente los criterios para la selección de los proyectos varían sensiblemente dependiendo del marco geográfico al que vayan dirigidos: por una parte, tanto para España como para los países en desarrollo se priorizan proyectos con potencial de crecimiento, que estén impulsados por emprendedores con valores sociales y medioambientales y que tengan entre sus objetivos la generación de puestos de trabajo justos. Pero además, en los países en desarrollo también busca que produzcan bienes y servicios adaptados a la población local.

Así pues, se persiguen objetivos dispares, puesto que en España pretenden que los proyectos seleccionados contribuyan a: la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión, la inclusión financiera, es decir, el acceso al crédito, solventar problemas

derivados de la dependencia, acceso a la vivienda social y la protección del medio ambiente. Por su parte, en los países en vías de desarrollo los problemas son otros y, por tanto, también lo son los proyectos buscados que han de contribuir a cubrir las necesidades básicas de personas víctimas de la pobreza, la creación de puestos de trabajo centrados en el comercio justo y al igual que en España, la protección del medio ambiente y la inclusión financiera.

ISIS genera valor tanto para los proyectos mediante financiación, asesoría y una extensa red de relaciones, como para los inversores maximizando además del impacto social y medio ambiental el retorno económico.

❖ **Capazia:**

Capazia es una aceleradora especializada en la diversidad funcional y en personas en situación de dependencia. Nació en 2015 en Valencia, donde radica su sede, pero trabaja en todo el territorio nacional. Su objetivo es la promoción del empoderamiento de las personas con discapacidad, a través del emprendimiento y el autoempleo. Para ello desarrolla varios programas:

1. Formación en emprendimiento y autoempleo para personas con discapacidad: En colaboración con diversas asociaciones y administraciones públicas ofrecen formación para personas con discapacidad que tengan en mente la idea de poner en marcha un proyecto emprendedor o de autoempleo.
2. Programas de pre-aceleración para proyectos liderados o coliderados por personas con discapacidad. Para empresas en las primeras fases de desarrollo.
3. Programas de aceleración para proyectos liderados o coliderados por personas con discapacidad. Para empresas en fase de consolidación/expansión.

El programa de aceleración que ofrece Capazia tiene una duración de cuatro meses y tres objetivos principales:

1. Establecer el motor de crecimiento del proyecto, así como sus métricas clave.
2. Aumentar de forma significativa la base de clientes y usuarios.
3. Abordar los temas relacionados con la incorporación de trabajadores al proyecto, gestión financiera analítica de métricas, crecimiento sostenido, marketing y aspectos legales.

Su marco metodológico para alcanzar tales fines viene definido por los sistemas “Lean Startup” de Eric Ries y el “Customer Development” de Steve Blank diseñados especialmente para Startups. De esta forma se transmite el conocimiento a través de asesoramiento directo, con formación práctica y dotando al equipo emprendedor de las herramientas necesarias para dar un impulso a su proyecto, permitiéndoles crecer de forma sostenible y continuada.

Una vez finalizados los programas de aceleración, se selecciona a aquellos que hayan obtenido una evolución sobresaliente y se les presenta a diferentes fondos de inversión que puedan estar interesados en unirse a los mismos mediante aportaciones de capital.

Por otro lado, la manera que tiene Capazia de configurarse como una empresa sostenible, es mediante el cobro de un porcentaje del capital social a aquellas empresas que hagan uso del programa de aceleración. Estas cederán entre un 7% y un 10% de su capital dependiendo de la fase de crecimiento en la que se encuentren. De esta forma Capazia se convierte en socio de dichas empresas.

Sin embargo, tanto el programa de formación para personas con discapacidad como el de pre aceleración tienen un coste cero, es decir, utilizan los fondos obtenidos de las empresas ya consolidadas para lanzar nuevos proyectos que por sus características tienen muy poca capacidad financiera.

❖ **Social Nest:**

Se trata de una organización surgida en 2010 con el objetivo de apoyar a emprendedores sociales. La intención es la de convertir problemas sociales en soluciones que sean sostenibles por sí mismas. Desde su creación han trabajado con más de 30 emprendedores sociales, los cuales han sido capaces gracias en parte al apoyo de Social Nest, de convertir sus proyectos en empresas responsables, con relevancia y viabilidad económica.

En Social Nest son conscientes de que muchos emprendedores sociales ante la falta de perspectivas claras a la hora de dar el primer paso en su proyecto, pueden verse desalentados a poner en práctica dicha idea. Es por ello que a través de sus iniciativas pretendan dar respuesta a todas esas dudas y arrojar luz ante la falta de conocimiento.

La ayuda proporcionada a todos estos proyectos incipientes viene dada de diversas maneras; entre ellas se encuentra la formación proporcionada por expertos en áreas tan importantes como la innovación social o la planificación estratégica entre otras, también se hace hincapié en la difusión del proyecto en medios de comunicación y redes sociales, durante todo el proceso de gestación del mismo, se ofrecen más de 1000 horas de mentoring para minimizar el riesgo de las actuaciones que se tomen, se pone a disposición de los emprendedores una amplia red de empresas e inversores con capacidad de financiar los proyectos y deseos de cambiar las reglas de juego.

Además de todo esto, también se conecta a diferentes emprendedores para que compartan experiencias entre ellos y conformen una comunidad.

Y por último, se establece un seguimiento de la evolución de todo el proyecto para que el crecimiento sea sostenible y sostenido.

❖ **UNLTD:**

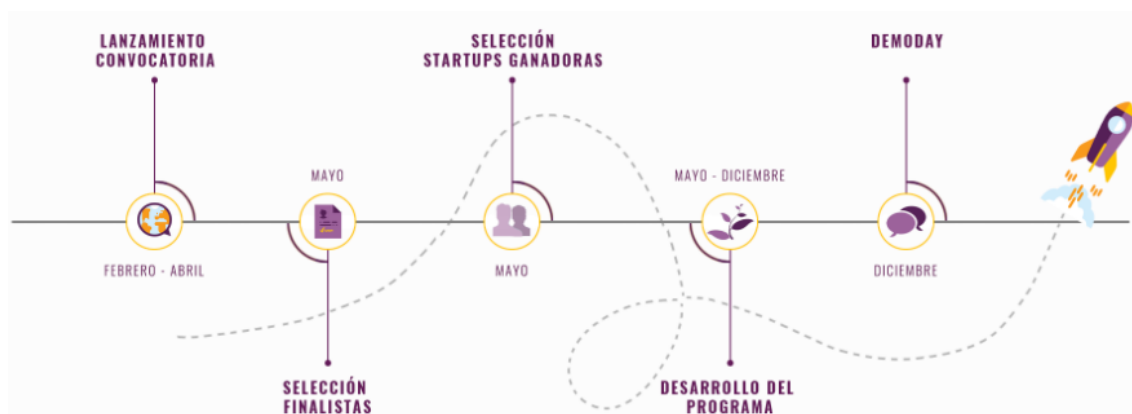
UNLTD es una organización que divulga, promueve e impulsa el emprendimiento social en startups de base tecnológica. La filial española fue fundada en 2013 por la necesidad de crear en nuestro país un ecosistema de emprendimiento social.

Su objetivo es el de impulsar una transformación en la sociedad, y para ello proporcionan formación, asesoramiento y financiación a los denominados “Game

changers”, es decir, aquellos emprendedores que estén dispuestos a cambiar las reglas de juego sobre las cuales se estructura el sistema económico actual.

A nivel global UNLTD está presente en 10 países y ha apoyado a más de 13.000 emprendedores sociales. En España tan solo en los dos últimos años han sido 40 los proyectos que se han visto beneficiados.

Figura 4.4: Existe un procedimiento para llevar a cabo el lanzamiento de un proyecto



Fuente: Pagina web de UNLTD-Spain

Se dividen en dos tipos de programas diferentes

1. Programa crece:

Está pensado para las empresas que ya estén consolidadas con proyectos enfocados al desarrollo de las ciudades sostenibles y a la agroalimentación, pero que deseen crecer. Para ello han diseñado un programa de 8 meses de duración en el que se ofrece un asesoramiento personalizado centrado en el crecimiento, formación especializada en medición de impacto y crecimiento en el ámbito de las ciudades sostenibles y la agroalimentación, financiación y una amplia red de contactos.

Figura 4.5: Ejemplo de empresas del programa Crece

PROGRAMA CRECE 2017

Farmidable [Ver web](#)

Modelo de distribución de producto local y de temporada, directo del productor al consumidor basado en comunidades naturales de consumo. Todo ello bajo un modelo de comercio responsable, sostenible y colaborativo.

Sorbos [Ver web](#)

Pajita biodegradable, comestible y aromatizada que genera una experiencia única e innovadora en el consumo de bebidas. Todos los elementos utilizados en el proceso de fabricación son de carácter reciclable o biodegradable.

Fuente: Pagina web de UNLTD-Spain

2. Programa Emprende in Health:

En este caso, el programa se encamina a potenciar aquellos proyectos que se dediquen al ámbito de la salud y el bienestar. Al igual que en el programa “Crece” este también consta de una duración de 8 meses y da acceso a unos servicios similares a los previamente expuestos, pero con una principal diferencia. Mientras que en el programa anterior dichos servicios estaban especializados en los ámbitos de la agroalimentación y en las ciudades sostenibles, en este segundo esa formación, asesoramiento, red de contactos y demás servicios ofrecidos, va dedicada al sector de la salud.

Figura 4.6: Ejemplo de empresas del programa Emprende in Health

PROGRAMA EMPRENDE /MHEALTH 2017

**MyLeaf**[Ver web](#)

Plataforma móvil para personas con enfermedades raras y crónicas que permite tener seguimiento de su día a día, conectar con otras personas con su misma condición, y monitorizar toda su sintomatología.

**MJN Neuroserveis**[Ver web](#)

Dispositivo no invasivo, discreto y portable que permite preveer un ataque con un minuto de antelación, evitando así un posible accidente.

Fuente: Pagina web de UNLTD-Spain

❖ EZ Start:

Esta empresa, que fue fundada en 2014 en Cataluña, es una incubadora y aceleradora dirigida a todo tipo de empresas siempre y cuando estén enfocadas al emprendimiento social. Su principal diferencia/ventaja competitiva radica en que trabaja con sus clientes de forma on-line, por lo que es capaz de aceptar proyectos de cualquier parte de España. Esto es un gran beneficio para aquellos emprendedores que no se encuentren en grandes ciudades, o tengan cerca núcleos urbanos de una entidad suficiente como para que existan otras aceleradoras de empresas sociales.

Cualquier emprendedor con una idea en mente puede hacérsela llegar de manera on-line a EZ Star y ellos la estudiarán para determinar cuál es su viabilidad y elaborar la mejor estrategia posible para ponerla en marcha. El coste parte desde los 90 euros, y a partir de ahí puede aumentar dependiendo de las características del proyecto en cuestión.

Una vez que los emprendedores han recibido la formación y asesoramiento necesario para lanzar su idea al mercado, EZ Start pone a su disposición una red de inversores y business angels que puedan resultar interesados.

❖ Destilería de Startups:

Pertenece a Ron Ritual, que es una marca de bebidas espirituosas. Han utilizado un juego de palabras para dar nombre a esta organización, puesto que mientras en una destilería tradicional, se utiliza una materia prima para producir las bebidas alcohólicas, en el interior de la Destilería de Startups lo que se fabrican son ideas, y la materia prima son los emprendedores.

Ritual no solo quiere emprendedores, sino que su intención es que este emprendimiento tenga un impacto positivo en la sociedad. A su vez son conscientes de que, si ya encontrar una idea innovadora que pueda triunfar en el mercado es una tarea complicada, unirle el hecho de que tenga un objeto social es aún más difícil. Pero para ello han creado un programa dirigido a estos jóvenes emprendedores.

La primera fase se concreta en un periodo de tres semanas de pre mentoring, durante las que los proyectos seleccionados reciben asesoramiento y formación, se trata de una etapa previa a la escuela. En esta segunda fase, en la escuela, los jóvenes permanecen en Madrid una semana y reciben clases teóricas y prácticas para afinar sus proyectos. Posteriormente, una vez se han desarrollado y perfeccionado, son presentados ante un grupo de inversores, y finalmente, estos emprendedores reciben 12 meses de asesoramiento y mentoring por parte de profesionales para guiarles en sus primeros pasos en el mercado, además de difusión y publicidad.

La empresa mejor considerada por un jurado tendrá la oportunidad, además, de entrar en Anima Aventures (otra incubadora) en donde puede llegar a obtener hasta 50.000 euros de financiación.

❖ Ashoka:

Ashoka es una fundación sin ánimo de lucro totalmente independiente pues no está sujeta a ningún órgano público o entidad privada. Fue fundada en 1981 por Bill Drayton, llegando a España en 2005. Se trata de una de las organizaciones de referencia a nivel mundial en el ámbito del emprendimiento social, pues en su ya largo recorrido cuenta con una comunidad de más de 3400 emprendedores sociales en 90 países y 300 Escuelas Changemaker. Pese a su relativa reciente introducción, en nuestro país nos encontramos con 32 emprendedores y 7 escuelas.

El objetivo de Ashoka es el de cambiar el paradigma actual por el que se rigen las normas económicas y se estructura la sociedad, y para ello llevan a cabo una serie de iniciativas:

- Emprendimiento social: Ashoka cuenta con la red de emprendedores sociales más amplia del mundo, cuyas innovaciones y capacidad de realizar un cambio positivo les convierte en líderes de sus respectivos campos. Estos trabajan en un gran abanico de sectores como: medio ambiental, salud, explotación infantil, discapacidad o dependencia. Lo que todos tienen en común es una visión diferente para atajar un problema social desde una perspectiva marcada por un fuerte compromiso ético, que los impulsa a intentar cambiar el mundo hacia una nueva dirección.

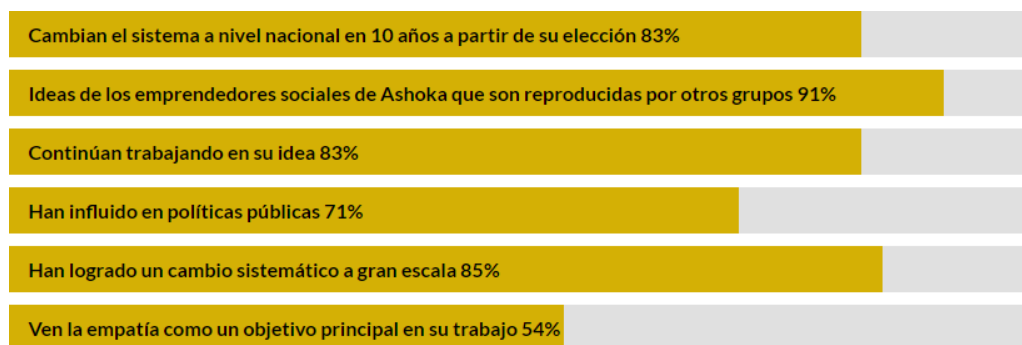
Ashoka tiene ciertos criterios a la hora de incentivar una idea:

- 1) Que sea innovadora, es decir, que ataje el problema de raíz de una forma no convencional, aportando una visión de cómo sería la sociedad si ese problema dejase de existir.
- 2) Los emprendedores sociales han de aportar buenas dosis de creatividad tanto en la definición de los objetivos como en la manera de resolver los problemas que surgen a lo largo del camino.
- 3) Busca personas con una trayectoria probada en la puesta en marcha de proyectos e iniciativas, que destaquen por su valentía, dinamismo, y perseverancia, es decir, se centran en la calidad de esa propuesta emprendedora.
- 4) Por supuesto, es indispensable que el proyecto seleccionado tenga un fuerte impacto social, y para ello se tiene en cuenta al número de personas a las que podría beneficiar de manera potencial.
- 5) Por último, busca emprendedores con unos principios éticos sólidos, que sean capaces de generar confianza y así poder influir en la actitud de otras personas.

Ashoka les proporciona asesoramiento, financiación y formación; pone a la disposición de los emprendedores los recursos que estos necesiten.

Cada año se llevan a cabo encuestas entre los emprendedores sociales que fueron seleccionados 5 y 10 años antes. El estudio arroja luz sobre el devenir de dichos proyectos con los años. Por ejemplo:

Figura 4.7: Emprendedores sociales a los que encuestan



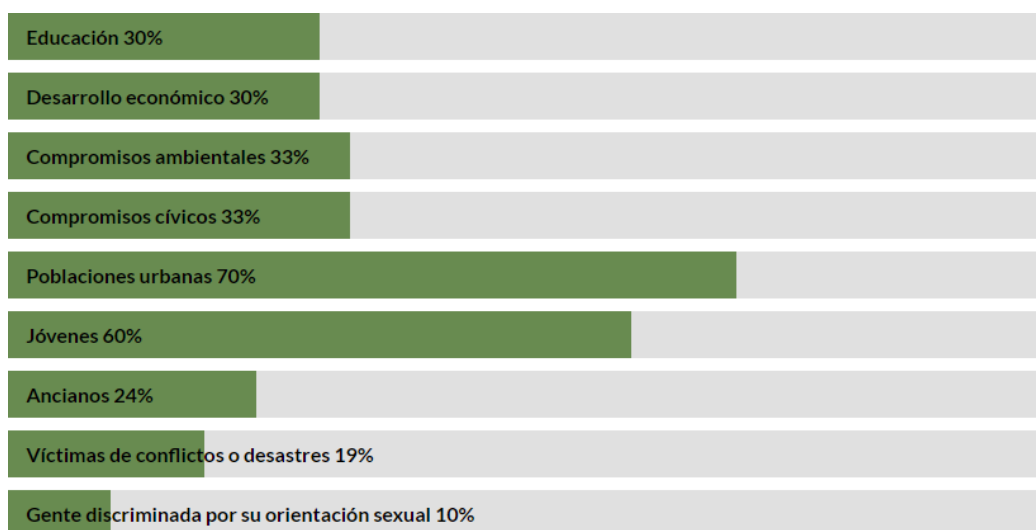
Fuente: Pagina web de Ashoka Spain

Estas encuestas evidencian el alto nivel de éxito que, a nivel general, alcanzan los proyectos ideados por los emprendedores que se apoyan en Ashoka para hacerlos realidad.

Por otro lado, y como ya se ha hecho mención previamente, el número de sectores que abarcan los proyectos realizados en Ashoka es amplio, y así lo es también su disparidad a la hora de ver cumplidos los objetivos que se desean lograr.

Esto no quiere decir que exista un alto porcentaje de fracaso en los proyectos, sino que aún queda mucho trabajo por realizar. Además, se pone de manifiesto el hecho de que en determinados sectores las soluciones a dichos problemas sociales están menos desarrolladas que en otros.

Figura 4.8: Sectores y objetivos



Fuente: Pagina web de Ashoka Spain

- **Educación:** Desde Ashoka se entiende que la concienciación de los más pequeños es fundamental para sentar las bases de un futuro esperanzador, y por ello apuestan fuerte por la educación. En este sentido llevan años identificando aquellas escuelas “change makers” que estén trabajando de una manera distinta, transformando la educación para que se adecue a la sociedad actual, y que compartan la visión de una sociedad de agentes de cambio. Para Ashoka estas escuelas deben reunir una serie de características que las diferencien del resto y las conviertan en un ejemplo de hacia dónde debe ir encaminada la educación.
 - 1) Han de ser escuelas orientadas a formar agentes de cambio, y por lo tanto deben promover ciertas habilidades como la empatía, el trabajo en equipo, la creatividad, o la asunción de responsabilidades. Además, serán siempre centros que promuevan la diversidad.
 - 2) Deben promover a su vez el aprendizaje activo en donde los niños tomen sus propias decisiones asumiendo la responsabilidad. Por otro lado, se considera como parte del aprendizaje todo lo que rodea al centro, es decir, a las familias, personal no docente del centro o incluso a la propia comunidad.
 - 3) Serán centros diferentes en donde la innovación tenga un papel principal a la hora de avanzar en la mejora educativa.
 - 4) Deben tener cierta influencia para que otros centros los tomen como ejemplo y así tratar de extender esta forma de educar más allá de sus aulas.
 - 5) El conjunto del personal del centro debe trabajar como un equipo para avanzar en el objetivo común, y por tanto tendrán un proyecto educativo integral que impregne todos los elementos del centro.
- **Cadenas híbridas de valor:** Consiste en la colaboración entre empresas y emprendedores sociales. Con esta iniciativa se pretende que las empresas tradicionales se conviertan también en change makers, pues juegan un papel fundamental en la economía, y por esa razón Ashoka entiende que se podrían configurar como agentes de cambio en sí mismas.

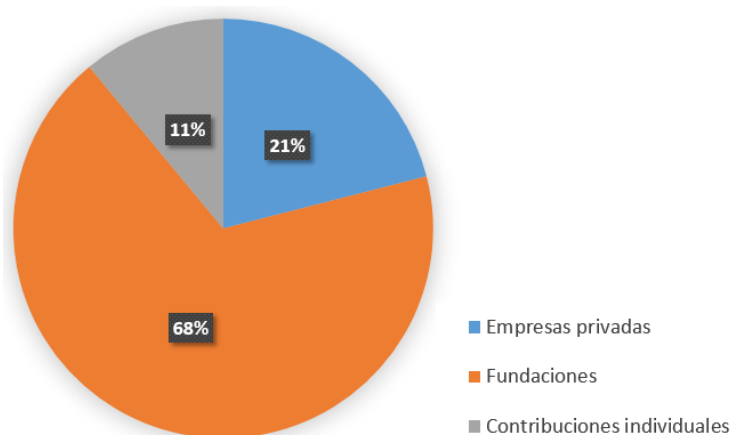
Por un lado, las empresas tienen una gran capacidad para producir en masa y distribuir a gran escala, y por otro los emprendedores sociales aportan una visión más empática de la sociedad. Así la colaboración entre ambos puede dar como resultado una combinación muy potente, transformando lo que conocemos hoy día como una empresa.

Además, es reseñable como cada vez más consumidores y ciudadanos en general, exigen, no solo productos o servicios de calidad, sino mejores puestos de trabajo, una mayor responsabilidad a la hora de elaborar dichos productos, cuidado del medio ambiente y en definitiva un mayor compromiso de las empresas para con la sociedad en general.

Por lo tanto, a través de estas alianzas entre emprendedores sociales y empresas tradicionales nacen las cadenas de valor híbridas, donde desde la colaboración dan como resultado productos y servicios responsables y de impacto positivo que se amoldan a un nuevo estilo de vida de consumidores, trabajadores, y la sociedad en general.

Para llevar a cabo todas estas iniciativas, y ya que Ashoka se estructura como una fundación y por tanto carece de ingresos propios, ha de acceder a diversas fuentes, siendo todas ellas privadas. En España el desglose de las mismas sería el siguiente:

Figura 4.9: Estructura de las fuentes de financiación



Fuente: Elaboración propia

❖ Coop 57:

Coop 57 inició su actividad en Cataluña bajo la fórmula jurídica de cooperativa de servicios financieros, éticos y solidarios, y a partir de 2005 puso en práctica un modelo de crecimiento en red a raíz del interés que había despertado este experimento en otros territorios (Galicia, País Vasco, Cataluña, Andalucía y Madrid). Su objetivo es la transformación de la sociedad y de la economía. Para conseguirlo, Coop57 lleva a cabo el ciclo completo de intermediación financiera con las dos tipologías de socios de los que dispone. Se recogen recursos económicos, principalmente de los socios colaboradores y estos recursos se utilizan para financiar a las entidades socias de servicios, entidades de la economía social y solidaria que aporten valor añadido a la sociedad.

❖ **Bcorp:**

Se trata de un movimiento global nacido en 2006 en EEUU, que certifica aquellas empresas que tienen por objeto la mejora de la sociedad. En 2017 ya son más de 2.000 empresas certificadas en 50 países y en 130 sectores diferentes. Este certificado garantiza la sostenibilidad organizativa y compromete a la empresa a cumplir voluntariamente con elevados estándares sociales y ambientales, además de adquirir compromisos con la transparencia y la medición de impacto.

Para comprobar estas cualidades se someten a una rigurosa evaluación, basada en la metodología internacional IRIS, de cuestiones relacionadas con cinco áreas. Cuatro de estas áreas se refieren a temas operativos de la empresa, como pueden ser cuestiones sobre la gobernanza de la compañía, la política de protección del medio ambiente, la atención a los trabajadores y la relación con su comunidad y grupos de interés (stakeholders). La quinta área gira en torno a la evaluación y garantía de que el propósito de la empresa es social y que genera un impacto positivo.

Se podría decir que este certificado supone para las empresas que lo poseen lo mismo que el de comercio justo para aquellos productos que lo acreditan.

❖ **Creas:**

Creas es una organización pionera en España en utilizar la inversión de impacto, apoyando el emprendimiento social en sus diferentes fases a través de los fondos “Creas Inicia”, “Creas Desarrolla” y “Creas coinversión”.

Además, colabora con una red de profesionales y organizaciones para dinamizar las relaciones entre inversores y emprendedores, acompañar a los emprendedores sociales y conseguir un mayor volumen de inversión social.

Su trabajo se basa en identificar proyectos empresariales que con su actividad mejoren la sociedad o cuiden el medioambiente, y facilitarles el acceso a capital privado a través de sus fondos de inversión de impacto. También se implican en la toma de decisiones estratégicas, trabajando junto a los emprendedores para alcanzar sus objetivos.

Tipos de Inversión:

- 1) Creas Inicia: Fondo de inversión de impacto en capital semilla para proyectos jóvenes e innovadores o para nuevas ramas de negocio que persigan la creación de valor social o medioambiental.
- 2) Creas desarrolla: Este fondo está dirigido a proyectos empresariales con impacto social o medioambiental ya en fase de expansión.
- 3) Creas Coinversión: Comunidad de inversores que tienen la oportunidad de participar en operaciones lideradas por Creas, beneficiándose de las mismas condiciones que obtienen para sus fondos.

Figura 4.10: Inversión de impacto: la suma de las rentabilidades



Fuente: Pagina web de Creas

❖ **Endeavor:**

Endeavor tiene como objetivo principal transformar la economía a través del apoyo a emprendedores de alto impacto. Su modelo de “mentor capitalist” ayuda a los emprendedores a superar los obstáculos económicos y culturales al emprendimiento a través de mentorías con líderes empresariales de prestigio global. Gracias al apoyo brindado por Endeavor, y su red de mentores, a los más de 1.100 emprendedores sociales en América Latina, África, Oriente Medio, Sudeste Asiático, Europa y Estados Unidos, estos han creado 500.000 empleos de alta calidad.

Endeavor elige candidatos de diferentes industrias que están en distintas etapas de desarrollo. Las empresas generalmente pertenecen a alguno de los siguientes perfiles:

- 1) Diamond: Soñadores y visionarios liderando audaces empresas de tecnología.
- 2) Transformer: Ambiciosos generadores de cambio que llevan empresas estables o antiguas industrias hacia un importante crecimiento.
- 3) Rocketship: Ambiciosos líderes de empresas tecnológicas preparadas para un crecimiento exponencial.
- 4) Star: Soñadores carismáticos con irresistibles marcas que inspiran una profunda lealtad en sus consumidores.

❖ **Espacios geranios:**

Espacio Geranios es un lugar de coworking, aprendizaje y encuentro que permite a profesionales independientes y entidades sociales compartir un espacio común para desarrollar sus proyectos en un ambiente de trabajo colaborativo. Su objetivo fundamental es el de promover un lugar en el que acoger iniciativas de emprendimiento social, orientadas a la transformación social.

Para ello ofrecen el alquiler de puestos de trabajo, recursos compartidos (wifi, impresora, limpieza, café, cocina...) así como espacios para eventos o reuniones.

También proporcionan formación y actividades orientadas a la incubación de empresas sociales y a la promoción de la economía del bien común.

Se localizan en el barrio de Ventilla-Almenara porque, a pesar de su céntrica localización, es una de las zonas más empobrecidas de Madrid, siendo especialmente vulnerable la situación de las mujeres.

Para obtener financiación, Espacios Geranios cobra por el uso de sus espacios y establece tres tipos de acceso a sus servicios: socio, nómada y residente. Cada uno tiene un costo, desde los 10 euros mensuales de los socios hasta los 120 de los residentes, y por tanto también implica el acceso a unos servicios que difieren ostensiblemente.

❖ **Greenbiz:**

Greenbiz está compuesto por un equipo de profesionales que, desde la figura de una empresa social, y en el seno de una red de empresas líderes en sostenibilidad ambiental (Red Greenbiz), trabaja colaborativamente con un ecosistema de actores para el desarrollo de la Economía Verde en España, Europa y el mundo.

Su objetivo es el de aportar soluciones empresariales económicamente viables y socialmente empoderadoras a los principales retos ambientales existentes a nivel nacional y global.

Para alcanzar ese fin último, llevan a cabo una serie de acciones:

- 1) Identificar, impulsar, promocionar y conectar empresas verdes (“green businesses”), entendidas como iniciativas empresariales con alto valor ambiental, viables económicamente y socialmente empoderadoras.
- 2) Fomentar la creación de empresas verdes, mediante metodologías de ecoemprendeduría.
- 3) Contribuir al establecimiento e interconexión de redes de empresas verdes.
- 4) Promover la innovación empresarial en el ámbito de la sostenibilidad ambiental
- 5) Medir y divulgar el impacto real de las empresas en las tres dimensiones de la sostenibilidad.
- 6) Servir de instrumento para la mejora de leyes y políticas públicas en el ámbito de la Economía Verde y el desarrollo sostenible.

❖ **Grupo 5:**

Grupo 5 es una empresa de gestión de servicios sociales especializados públicos o privados. Nace en 1988 con el fin de intervenir socialmente por la mejora integral de los colectivos más vulnerables. Su objetivo actual es el de ser una entidad de referencia en servicios sociales y de atención a personas que busquen y aporten soluciones.

Está especializada en diversos ámbitos tales como: salud mental, emergencias sociales y exclusión social, infancia y familia, daño cerebral adquirido, educación infantil o discapacidad intelectual entre otros.

❖ **Impact Hub:**

Impact Hub es un ecosistema de innovación social presente en más de 85 ciudades del mundo y formado por 15.000 emprendedores. Una infraestructura de apoyo a nuevos proyectos que se basa en tres pilares: espacios colaborativos, una comunidad de profesionales con un prisma común y una serie de servicios formativos y de acompañamiento para aumentar el impacto de los proyectos.

El primer Impact Hub nació en Londres en 2005 ya que se dieron cuenta del hecho de que continuamente se generan ideas transformadoras y capaces de obtener impacto social, pero la falta de una infraestructura de apoyo a las mismas, hace que finalmente no vean la luz.

Posteriormente Impact Hub quiso expandirse por el mundo e ideó un modelo que se pudiera replicar de una forma sencilla. De esta manera se crearía una red internacional de apoyo al emprendedor e innovador social con intención de impulsar todas las ideas de transformación de la sociedad que no ven la luz por falta de apoyo.

❖ **MediaLab Prado:**

Medialab Prado es un laboratorio ciudadano de producción, investigación y difusión de proyectos culturales que explora las formas de experimentación y aprendizaje colaborativo que han surgido de las redes. Es un proyecto que pertenece al Ayuntamiento de Madrid.

Sus objetivos son habilitar una plataforma abierta que invite y permita a los usuarios configurar, alterar y modificar los procesos de investigación y producción, y el de sostener una comunidad activa de usuarios a través del desarrollo de esos proyectos colaborativos.

Para alcanzar estos objetivos Medialab-Prado ofrece un espacio permanente de información y encuentro atendido por mediadores culturales y un programa de actividades compuesto por talleres de producción y de formación, seminarios y debates, reuniones de diferentes grupos de trabajo, muestras de proyectos, conferencias y otros eventos como conciertos y performances.

❖ **Momentum Project:**

Momentum Project es una iniciativa de ESADE, BBVA y PwC, dirigida a promover el emprendimiento social en España. Se materializa en un programa de siete meses que incluye formación, acompañamiento estratégico, financiación, colaboración, networking y visibilidad.

Por un lado, BBVA ha creado un vehículo financiero para que los inversores privados puedan invertir en los emprendedores sociales identificados cada año, mientras que el rol de PwC es realizar el análisis y evaluación independiente de los proyectos seleccionados (Due Diligence no financiero), para dar seguridad a los inversores.

Los objetivos de Momentum Project son los siguientes:

1. Atraer a emprendedores sociales con proyección.
2. Apoyar la consolidación y desarrollo de emprendedores sociales que aporten soluciones efectivas y escalables para retos sociales y medioambientales.
3. Crear un ecosistema de apoyo para este tipo de emprendimientos.
4. Fomentar la colaboración y el intercambio de conocimiento entre emprendedores, estudiantes y directivos para la creación de valor social y medioambiental.
5. Generar conocimiento relacionado con el emprendimiento social.
6. Fomentar la participación de los inversores privados en la financiación de emprendimientos sociales.

❖ **Premio Emprendedores Sociales UEM:**

La Universidad Europea, a través de su Fundación, y en colaboración con la International Youth Foundation y la Laureate International Universities, organiza anualmente estos premios desde 2008 porque:

1. Hay jóvenes que sueñan con la transformación de la sociedad y es necesario depositar confianza en el poder y determinación que poseen para llevarla a cabo.
2. Por la importancia del reconocimiento y de la formación que se necesita para potenciar y hacer sostenible un proyecto social.
3. Para apoyar a los jóvenes emprendedores, y que sientan un respaldo tras de sí, además de ponerlos en contacto entre ellos para que puedan conocerse y formar una red que los haga más fuertes.
4. La ciudadanía necesita conocer modelos innovadores, positivos y que motiven el cambio social. Estos premios persiguen dar visibilidad a los proyectos para inspirar a la sociedad.

Los ganadores reciben como premio tres de los factores más importantes que requieren para lograr un proyecto sostenible: la formación, el apoyo de una red y la visibilidad de la iniciativa.

❖ **Red empredeverde:**

La Red empredeverde (ReV) es una iniciativa de la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, para fomentar la creación y consolidación de empresas o nuevas líneas de negocio en actividades vinculadas al medio ambiente y canalizar la inversión hacia actividades económicas sostenibles.

La ReV es un proyecto dinámico e innovador que desde un enfoque multidisciplinar fomenta la creación y consolidación de empresas o nuevas líneas de negocio en actividades vinculadas al medio ambiente.

Es una plataforma gratuita y de libre acceso que busca tres objetivos:

1. Canalizar los servicios de la Red.
2. Servir de punto de encuentro para el intercambio de conocimientos y experiencias.
3. Funcionar como red social que permita hacer contactos, participar, encontrar sinergias con otros emprendedores e inversores y dar difusión a las iniciativas empresariales y a las oportunidades de inversión.

❖ **Social Emprende:**

Social emprende es la ONG de referencia en España y Latinoamérica de apoyo e impulso al sector del emprendimiento social, y está formada por un grupo de personas comprometidas que creen en este tipo de emprendimiento como medio para enfrentar los problemas de la sociedad. Social emprende es una organización que tiene unos fuertes valores que la caracterizan: el trabajo en red y la colaboración, la conciencia de la sostenibilidad y finalmente la actitud innovadora y emprendedora orientada a la acción.

Tratan de sensibilizar y de promover el ecosistema del emprendimiento social compartiendo conocimiento y generando una red que una a los emprendedores.

❖ **Think big:**

Think Big es un programa formativo de la Fundación Telefónica, que ofrece la oportunidad de desarrollar habilidades de emprendimiento social y convertir una idea en un proyecto con el que cambiar el mundo. El programa va dirigido a jóvenes de entre 15 y 30 años con proyectos sociales. Dicho programa se divide en tres niveles:

1. Nivel Inspiración: de 4 a 12 meses de duración con el objetivo de sentar las bases del proyecto.
2. Nivel 1: de 3 a 9 meses, para desarrollar el proyecto con el apoyo de un mentor y conexión con el ecosistema emprendedor.
3. Nivel 2: 5 meses para lograr la sostenibilidad del proyecto. Se proporciona más formación y financiación de hasta 3000 euros, además de visibilidad y promoción.

❖ **ColaBoraBora:**

ColaBoraBora es una cooperativa de iniciativa social en la que se dedican a diseñar y facilitar entornos y procesos de innovación y colaboración centrados en las personas. Basan su trabajo en el uso de tecnologías blandas para propiciar otras formas de relación, que contribuyan a desarrollar de manera práctica nuevas oportunidades alrededor de:

1. El desarrollo colectivo de procesos de planificación estratégica.
2. La innovación en los modelos de gobernanza, producción y propiedad, a partir de la emergencia de las redes distribuidas (P2P) y la apuesta por el procomún, lo libre y abierto.
3. El aprendizaje social y la economía solidaria.
4. Los procesos relacionales y sistemas organizativos.
5. La cooperación e hibridación entre distintos ámbitos y sectores.
6. El empoderamiento, la participación ciudadana y el desarrollo comunitario.
7. La innovación en la administración, los servicios y las políticas públicas.

Para conseguirlo, se articulan como una organización privada de vocación pública.

❖ **Instituto de Innovación Social de ESADE:**

La misión del Instituto de Innovación Social de ESADE es desarrollar las capacidades de las personas y organizaciones de los sectores empresarial y no lucrativo para fortalecer, en sus respectivas actividades, su contribución a un mundo justo y sostenible.

Para ello el Instituto realiza investigación académica, genera y divulga conocimiento y aporta formación en los siguientes ámbitos:

1. RSE y competitividad. Liderazgo responsable.
2. Empresa, medio ambiente y cambio climático.
3. Impacto social mediante la colaboración de empresas y ONG.
4. Fortalecimiento de ONG y emprendimientos sociales. Liderazgo social.
5. Modelos de innovación para desafíos sociales y medio ambientales.

La voluntad del Instituto es aunar una investigación académica de calidad, que posibilite una valiosa contribución, con una propicia transferencia de conocimientos que asegure un buen impacto para la transformación social.

Cabe destacar la potente red de alianzas en la que se apoya el instituto, lo que contribuye como un factor clave de éxito.

Figura 4.11: Red de alianzas del Instituto de Innovación de ESADE



Fuente: Pagina web del Instituto de innovación de ESADE

❖ Ship 2b:

Se trata de una fundación privada que tiene por objetivo acelerar proyectos empresariales de alto impacto social poniendo a disposición de los mejores emprendedores una comunidad de mentores, expertos, entidades y grandes empresas. Además, dispone de una red de inversión de impacto de España y de un vehículo de coinversión para invertir en startups disruptivas que generan una doble rentabilidad: económica y social.

Ship2B nace del deseo de sus tres fundadores por construir un mundo mejor. Un mundo donde la economía y las empresas se ponen al servicio de las personas con el objetivo de dar respuesta a los mayores retos de nuestra sociedad.

Cuenta con varias plataformas para diferentes sectores:

1. Tech4Health: Salud y tecnología con impacto social.
2. FuTUR Impact: Turismo responsable y accesible.
3. Water4Action: El valor del agua como agente de cambio.
4. Tech4Social: Tecnologías para colectivos vulnerables.
5. EduTech: Tecnologías que transforman la educación.
6. Bridge2Work: Conectando jóvenes desde la educación al mundo laboral.
7. People&Communities: Vivienda accesible y servicio a las personas.
8. Womens's Challenge: Impulsando el talento femenino.

❖ **Up Social:**

Up Social es una organización que promueve la innovación social y su escalabilidad como respuesta a los problemas sociales críticos.

Ante el fuerte aumento de las demandas sociales y la disminución de recursos para financiarlas, entienden que es imprescindible encontrar nuevas maneras de responder a los retos sociales. Por ello, buscan soluciones innovadoras que puedan ser escaladas para alcanzar a los colectivos más vulnerables y las personas más excluidas.

Desde Up Social tratan de facilitar y acelerar la implantación de respuestas innovadoras, que mejoren la vida de las personas de forma significativa y que puedan conseguir un alcance relevante para la dimensión de los problemas.

Su trabajo se organiza en torno a cinco líneas de acción:

1. **Innovation:** Facilitan la implantación de innovaciones probadas para responder a la demanda de soluciones a retos sociales.
2. **Scaling:** Promueven la adaptación, réplica y escala de innovaciones probadas, con una implicación directa en el proyecto.
3. **Consulting:** Inspirados por innovaciones exitosas de todo el mundo, generan proyectos ambiciosos, realistas y escalables para aportar soluciones a retos sociales.
4. **Policies:** Inciden en las políticas públicas para promover un marco jurídico, económico y educativo que facilite el emprendimiento social y promueva la innovación social.
5. **Learnings:** Comparten información y organizan actividades para inspirar a actores clave en la innovación social.

❖ **Fundación Innoves:**

Promovida por CEPES Andalucía y la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo, FAECTA, Fundación INNOVES se consolida desde 2006 como el eje vertebrador que da respuesta a las necesidades de innovación y desarrollo empresarial que demanda el conjunto de la Economía Social de Andalucía, convirtiéndose así en un referente fundamental de la implantación de la cultura emprendedora e innovadora en el sector.

Su misión es la de impulsar la innovación que crea valor social, promoviendo y gestionando proyectos de innovación, cooperación e internacionalización en las empresas de Economía Social.

Objetivos:

1. **Desarrollo empresarial:** Fomentar la cooperación y la innovación como elementos esenciales de desarrollo de las empresas de economía social.
2. **Innovación:** Difundir la cultura de la innovación, creando entornos favorables a la misma y propiciar y apoyar el desarrollo de proyectos que incorporen valor añadido mediante la innovación.

3. Investigación: Desarrollar la investigación, la innovación y la cooperación como signo de consolidación empresarial.
4. Internacionalización: Facilitar la internacionalización de las empresas de la economía social.

Tabla 4.1: Resumen

	Financiación	Formación/apoyo no financiero	Premios	Certificado	Espacio colaborativo	Servicios sociales
Fiare Banca Etica	X					
La Bolsa Social	X					
ISIS Capital	X	X				
Capazia	X					X
Social Nest	X	X				
UNLTD	X	X				
EZ Start	X	X				
Destilería de Startups	X	X				
Ashoka	X	X				X
Coop 57	X					
Bcorp				X		
Crea	X	X				
Endeavor		X				
Espacios Geranios		X			X	
Greenbiz		X				
Grupo 5						X
Impact Hub		X			X	
Media Lab		X			X	
Momentum Project	X	X				
Premio Emprendimiento Social UEM		X	X			
Red Empreverde	X				X	
Social Emprende					X	
Think Big	X	X			X	
ColaBoraBora		X			X	
Instituto ESADE		X				
Ship 2b	X	X				
Up Social		X				
Fundación Innoves		X			X	

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Tras la realización de este trabajo ha quedado patente el auge que está viviendo el sector del emprendimiento social alrededor del mundo. Lo cierto es que este es un tren al que España se ha subido relativamente tarde, pero como hemos mostrado, el potencial de crecimiento es tremendo. A pesar de encontrarnos en un contexto teórico de salida de una terrible crisis, esta ha destruido un sistema de protección social que ha sido igualmente despedazado por políticas que abogan por la liberalización de la economía y la pérdida de peso del sector público. Toda esta conjunción de factores, fortuitos o intencionados, nos presenta un panorama desalentador, y es así como las iniciativas de origen privado han tratado de suplir las carencias sociales existentes.

Una vez dicho esto, estamos en disposición de concluir que los objetivos planteados inicialmente habrían sido satisfechos. En primer lugar, hemos arrojado luz sobre el concepto de emprendimiento social, exponiendo las diferencias en las visiones que hay sobre el mismo. De esta forma se ha hecho evidente la falta de consenso sobre las bases en las que se asienta este tipo de emprendimiento. Sin embargo, de la misma manera hemos podido llegar a la conclusión de que existen ciertos elementos comunes como son la búsqueda de soluciones a problemas sociales y, para diferenciarlo de obras de beneficencia o actuaciones caritativas, la creación de valor sostenible. Por su parte, también hemos hecho una descripción de la situación actual que vive el sector en España. En esta se aprecia la posición de desventaja que ocupa frente a países en donde se encuentra plenamente asentado, al contar en ellos con un entorno mucho más favorable, y un apoyo gubernamental o público más importante. Y por último en la elaboración del mapa del emprendimiento social se recoge la suficiente cantidad de agentes sociales como para determinar que uno de los principales problemas con los que cuentan los emprendedores; la financiación, estaría siendo solventado gracias a una cantidad importante de organizaciones que la proporcionan, o que sirven como canalizadores de inversores dispuestos a arriesgarse en este tipo de proyectos por su fuerte impacto social.

Por otro lado, no podemos dejar pasar la oportunidad para destacar las contradicciones que radican en algunas de las organizaciones seleccionadas, como puede ser el caso de Ashoka que ha sido tachada de ejercer una especie de “filantropocapitalismo”. Pues, si bien es cierto que ha contribuido de forma clara al fomento del emprendimiento social a lo largo del mundo, sus vías de financiación provienen en su mayoría de grandes empresas multinacionales como pueden ser Monsanto, Exxon Mobil o Goldman Sachs entre otras, o fundaciones pertenecientes a grandes fortunas como la Fundación Gates, lo cual puede afectar a su línea de actuación al depender económicamente de tales fuentes. Además, se la acusa de tener una estrecha relación con el magnate suizo Stephan Schmidheiny, el cual es responsable de la muerte de miles de personas en Latinoamérica por el uso intensivo de amianto.

En otras palabras, se corre el peligro de que las grandes empresas y los poderes fácticos traten de fagocitar las iniciativas y los proyectos de mejora de la sociedad y reconducirlos, al amparo de la filantropía, al servicio de sus propios intereses. Para evitar esta situación sería aconsejable que las organizaciones sociales estuvieran dirigidas de forma democrática y asamblearia sin recurrir a directivos que acaparen todos los poderes.

Llegados a este punto hemos de reconocer que, debido a la imposibilidad de presentarlos a todos, el ámbito de estudio que abarca este trabajo debe entenderse como una muestra de los numerosos agentes sociales que están trabajando en España.

Para futuros trabajos podría resultar de interés la realización de un estudio sobre el emprendimiento social centrado en Cantabria, para estudiar el grado de penetración que tiene en nuestra economía regional, y posiblemente compararla con aquellas regiones más avanzadas en este ámbito. Y también sería interesante un estudio sobre el apoyo público que se presta al emprendimiento social por parte de las autoridades españolas.

6. BIBLIOGRAFÍA

BOE (2011). Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social

CESE (2012) *Dictamen sobre “Espíritu empresarial social y las Empresas Sociales”*

CHAVES, R. MONZÓN, J. y ZARAGOZA, G. (2012) *La economía social: concepto, macro magnitudes y yacimiento de empleo para el trabajo social*

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks. The triple botton line of 21st century business.*

Guzmán, A. y Trujillo, M.A. (2008). *Emprendimiento social: Revisión de literatura.*

Harding, R. (2004). *Social Enterprise: The New Economic Engine.*

Lehner, O. y Kansikas, J. (2013). *Pre-paradigmatic status of social entrepreneurship research.*

Martin, R. y Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The case for definition.*

Novy-Hildesley, J. (2007). *Social Entrepreneurship Yields High Returns.*

Reiser, D. (2013) *Theorizing Forms for Social Enterprise.*

Roberts, D. y Woods, C. (2005). *Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship.*

Sullivan, D. (2007). *Stimulating social entrepreneurship: Can support from cities make a difference?*

Yunus, M. (2010) *Las empresas sociales: una nueva dimensión del capitalismo.*

Páginas web consultadas:

Ashoka Spain. Disponible en: <http://spain.ashoka.org/>

Bcorp. Disponible en: <https://www.bcorporation.net/>

Capazia. Disponible en: <http://www.capazia.org/>

CEPES: Contribución de la economía social a la economía española. Disponible en: <http://www.cepes.es/cifras>

Coop 57. Disponible en: <https://www.coop57.coop/>

ColaBoraBora. Disponible en: <https://www.colaborabora.org/>

Crea. Disponible en: <http://www.creas.org.es/>

Destileria de Startups. Disponible en: <http://www.yorokobu.es/la-destileria-de-start-ups/>

Eco Portal (24 de Septiembre del 2010) Ashoka por sí misma. La intrusión del gran capital filantrópico en los movimientos sociales Disponible en: http://www.ecoportal.net/Temas-Especiales/Economia/ashoka_por_si_misma_la_intrusion_del_gran_capital_filantropico_en_los_movimientos_sociales

El referente (5 de Septiembre del 2017): El emprendimiento social en España y los líderes del cambio Disponible en: <http://www.elreferente.es/sociales/emprendimiento-social-espana-lideres-cambio-innovacion-28853>

Endeavor. Disponible en: <http://www.endeavor.org.es/>

Espacios Geranios. Disponible en: <http://www.espaciogeranios.com/>

Ez Stat. Disponible en: <http://www.ez-start.es/>

Fiare Banca Etica. Disponible en: <http://www.fiarebancaetica.coop/>

Fundación Innoves. Disponible en: <http://www.innoves.es/es/>

Greenbiz. Disponible en: <http://greenbiz.es/>

Grupo 5. Disponible en: <https://www.grupo5.net/>

Impact Hub Madrid. Disponible en: <https://madrid.impacthub.net/>

Instituto de Innovación Social de ESADE. Disponible en: <http://www.esade.edu/research-webs/esp/socialinnovation>

Isis Capital. Disponible en: <http://www.fundacionisis.es/>

Una aproximación a los agentes de apoyo al emprendimiento social en España

La Bolsa Social. Disponible en: <https://www.bolsasocial.com/>

Media Lab. Disponible en: <http://medialab-prado.es/>

Momentum Project. Disponible en: <http://www.pwc.es/es/fundacion/pwc-bbva-momentum-project.html>

Premio Emprendimiento Social UEM. Disponible en: <http://emprendedoresociales.universidadeuropea.es/premios/>

Red Empreverde. Disponible en: <http://www.redempreverde.es/>

Ship 2B. Disponible en: <https://www.ship2b.org/?lang=es>

Social Emprende. Disponible en: <http://www.socialemprende.org/>

Social Nest. Disponible en: <http://socialnest.org/>

Think Big. Disponible en: <https://thinkbigjovenes.fundaciontelefonica.com/>

Thomson Reuters Foundation: The best countries to be a social entrepreneur. Disponible en: <http://poll2016.trust.org/>

UNLTD Spain. Disponible en <http://www.unltdspain.org/>

Up social. Disponible en: <http://upsocial.org/es>