

esade

RAMON LLULL UNIVERSITY

Entrepreneurship
Institute (EEI) -
Center for
Social Impact

Con el apoyo de:



Necesidades de financiación de las empresas sociales en España

Mayo de 2021

AUTORES

Cristina San Salvador

Doctoranda Universidad de Deusto y Esade
Venture Philanthropy & Expansion Director en Ship2B

Guillermo Casasnovas

Investigador postdoctoral EEI-Esade Center for Social Impact

Lisa Hehenberger

Profesora titular del Departamento de Dirección General
y Estrategia en Esade. Directora EEI-Esade Center for Social Impact

EDITORA

Andrea Cuartero

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las personas entrevistadas y a todas las organizaciones que han contestado la encuesta por el tiempo que le han dedicado.

También a todas aquellas organizaciones que nos han ayudado a diseminar la encuesta entre sus redes de empresas sociales:

Acumen Spain, Asociación de Empresas de Inserción del País Vasco (Gizatea), Asociación Española de Fundaciones (AEF), Caritas, Confederación Española de Economía Social (CEPES), Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado (COCETA), Creas Impacto, Federació d'Empreses d'Inserció de Catalunya (FEICAT), Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción (FAEDEI), Federación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP), Fiare Banca Ética, Gawa Capital, Impact HUB, Instituto de Innovación Social de Esade, La Bolsa Social, Mondragon Team Academy, REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria), Seed Capital Bizkaia, SEK Lab, Ship2B, Sinnple, Social Enterprise Spain, Tarragona Impulsa y UnLtd Spain.

Por último, un agradecimiento especial para Open Value Foundation por su apoyo económico y personal para la elaboración de este estudio, así como para el equipo del Esade Center for Social Impact que ha dado apoyo a los autores.

Diseñado por www.vanster.design

ISBN: 978-84-09-30177-5

ÍNDICE

Prefacio		04
Resumen ejecutivo	El perfil de las empresas sociales	06
	Las necesidades de financiación	06
	Conclusiones	07
Introducción		09
Metodología		10
El perfil de las empresas sociales	Gobernanza	11
	Modelo de negocio	13
	Ámbito de actuación	15
	Crecimiento y tecnología	16
Necesidades de financiación	Demanda de financiación	17
	Dificultades de acceso a financiación	18
	Medición del impacto	22
Conclusiones	Las dos almas del emprendimiento social	23
	Necesidades específicas de financiación	25
	Construcción del ecosistema	27
Anexo		29

Prefacio



Lisa Hehenberger

Directora del Esade Entrepreneurship Institute-Esade Center for Social Impact

Desde el Esade Center for Social Impact ofrecemos educación de calidad, producimos investigación de primer nivel y contribuimos al debate social y a la generación de ecosistema en torno al impacto social. En el año 2019, en el informe de SpainNAB (el Consejo Asesor Nacional para la Inversión de Impacto) titulado “Hacia una economía de impacto”, se incluía una llamada concreta a entender y profundizar en las necesidades de financiación de las empresas sociales en España. Por ello decidimos unirnos a Open Value Foundation e impulsamos el estudio pionero que ahora presentamos.

El ecosistema de inversión de impacto es relativamente reciente en España y, aunque cada vez contamos con más fondos que invierten en empresas sociales, es cierto que debemos seguir trabajando. Concretamente, como se ve en el estudio, es importante que fortalezcamos y desarrollemos sobre todo financiación en etapas tempranas, así como más instrumentos financieros específicos que valoren el impacto social. Trabajar con objetivos de impacto debe ser una ventaja en lugar de una barrera. Por este motivo, es necesario desarrollar maneras de premiar

los enfoques innovadores de empresas sociales a través de la financiación y el apoyo no-financiero. Asimismo, del estudio se desprende la conclusión de que los proyectos de empresa social en España adoptan formas diferentes en función de los sectores en los que actúan, sus posibilidades en cuanto a modelo de negocio, su gobernanza elegida, etc. Por tanto, en el desarrollo de dichos instrumentos específicos, debemos tratar de atender a dicha pluralidad y no dejar a nadie atrás.

Desde el Esade Center for Social Impact estamos determinados a contribuir en la construcción y fortalecimiento del ecosistema y esperamos que este estudio ayude realmente a movilizar los fondos necesarios para que poco a poco contemos con más y mejores empresas sociales, así como más financiadores que las apoyen.

Prefacio



María Ángeles León

Co-fundadora de Open Value Foundation

La razón fundamental por la cual desde Open Value hemos apoyado esta investigación sobre las necesidades de financiación de las empresas sociales es que, a medida que los inversores privados, los institucionales e incluso las administraciones públicas se van animando a dedicar capital a la inversión de impacto, es recurrente la pregunta sobre si habrá proyectos que financiar y en qué fases de su desarrollo.

En este informe, se identifican claramente las necesidades de financiación de estas empresas y se evidencia que uno de los puntos destacados es la inversión en las etapas tempranas de crecimiento. Puede trazarse un paralelismo con el mundo del *venture capital*, que hace años que está apoyando a empresas de nueva creación, normalmente con un claro componente tecnológico, para ayudarlas a consolidar y a escalar sus modelos de negocio. Esta similitud facilita que los inversores comprendan la importancia de la inversión de impacto, que a menudo utiliza herramientas similares a las del capital riesgo, pero añadiendo una nueva variable en la ecuación, ya que evalúa las empresas de forma tridimensional: rentabilidad-riesgo-impacto. En la época

actual, de grandes transformaciones tecnológicas y sociales, limitarse a analizar las inversiones únicamente desde el eje rentabilidad-riesgo supone una visión plana y limitada de la realidad. Las empresas sociales y la inversión de impacto ofrecen formas más holísticas de entender la función social del sector financiero.

La buena noticia es que, durante y después de la COVID-19, hemos visto un interés creciente de los inversores por incorporar el impacto en sus estrategias de inversión y en sus análisis financieros. En un contexto de crisis económica como el actual, las empresas sociales suponen una grandísima oportunidad para el sector financiero, ya que ofrecen una rentabilidad atractiva, más fácil de gestionar y sin el cortoplacismo de otro tipo de inversiones. Además, también ofrecen la magnífica oportunidad de reconstruir el tejido económico y, al mismo tiempo, el tejido social.

Resumen ejecutivo

El perfil de las empresas sociales

- Entendemos por **empresas sociales** aquellas organizaciones que buscan **contribuir a mejorar determinados retos sociales** a través de un modelo de negocio sostenible. Las empresas sociales consideradas en este estudio deben tener, como mínimo, el 25% de sus ingresos procedentes de la venta de bienes o servicios y disponer de algún mecanismo interno que blinde su enfoque en el impacto social.
- Las empresas sociales participantes en el estudio adoptan, en proporciones similares, la forma jurídica de **sociedad limitada (SL)** y **diversas estructuras propias de las organizaciones sin ánimo de lucro**. Estas últimas tienen claramente blindado su enfoque en el impacto social, mientras que entre las primeras existen diversos mecanismos para procurar que los objetivos económicos no se antepongan a los sociales. Asimismo, existen muchos proyectos que no encuentran encaje en una única forma jurídica y necesitan **combinar dos, una con ánimo de lucro y otra sin ánimo de lucro**, y en la mayoría de los casos optan por combinar la forma de una SL con la de una asociación.
- En general, son empresas pequeñas (más de la mitad tienen unos ingresos inferiores a los 200.000 euros) y las **entidades sin ánimo de lucro tienen más dependencia del sector público**, a través de subvenciones o de la contratación de servicios.
- Las empresas sociales con **ánimo de lucro** tienden a operar en un **ámbito más internacional**, mientras que las organizaciones **sin ánimo de lucro** buscan un impacto más profundo a **escala local**.
- Los productos y servicios de las **SL** tienen un mayor **componente tecnológico**, y estas organizaciones se hallan en etapas más tempranas de desarrollo.

Las necesidades de financiación

- La mayoría de las **empresas sociales buscan financiación para la expansión de su actividad** (gastos de personal, *marketing*...) y es precisamente ahí donde encuentran más dificultades.
- La mayoría de las empresas sociales buscan **financiación para el arranque de su actividad** y, después, para la etapa semilla y para su expansión. La etapa en que más dificultades tienen para acceder esta financiación es la de arranque, sobre todo las sociedades limitadas.
- Es **más fácil** para las empresas sociales acceder **a deuda que a capital**, y más fácil acceder a financiación tradicional que a financiación o inversión con un enfoque de impacto.
- La **falta de historial** (*track record*) es una de las principales **barreras** que encuentran las empresas sociales para acceder a financiación.
- La **medición** del impacto social está **poco sofisticada** entre las empresas sociales (solo un tercio de la muestra han ido más allá de los *outputs*), aunque son las SL las que han avanzado más en este camino.



Conclusiones

1. Las dos almas del emprendimiento social

- Existen muchas maneras de impulsar y gestionar empresas sociales, que responden a las necesidades de captación de recursos de cada modelo de negocio, a las motivaciones del equipo fundador, a la imagen que se quiere dar ante los distintos grupos de interés y al tipo de reto o sector en que se quiere generar impacto.
- Hemos identificado **dos estrategias principales**. La primera, adoptada por las empresas que suelen optar por una forma jurídica **sin ánimo de lucro**, es de ámbito más local, tiene mayor dependencia del sector público y se enfoca intrínsecamente en el impacto. La segunda, que adoptan normalmente las empresas constituidas con **ánimo de lucro**, se caracteriza por unos productos con mayor base tecnológica, que intentan crecer a escala nivel global, buscando financiación en forma de capital. Aunque ambas estrategias pueden tener modelos de negocio sostenibles, las empresas del segundo grupo suelen tener un mayor potencial de escalabilidad y de rentabilidad.

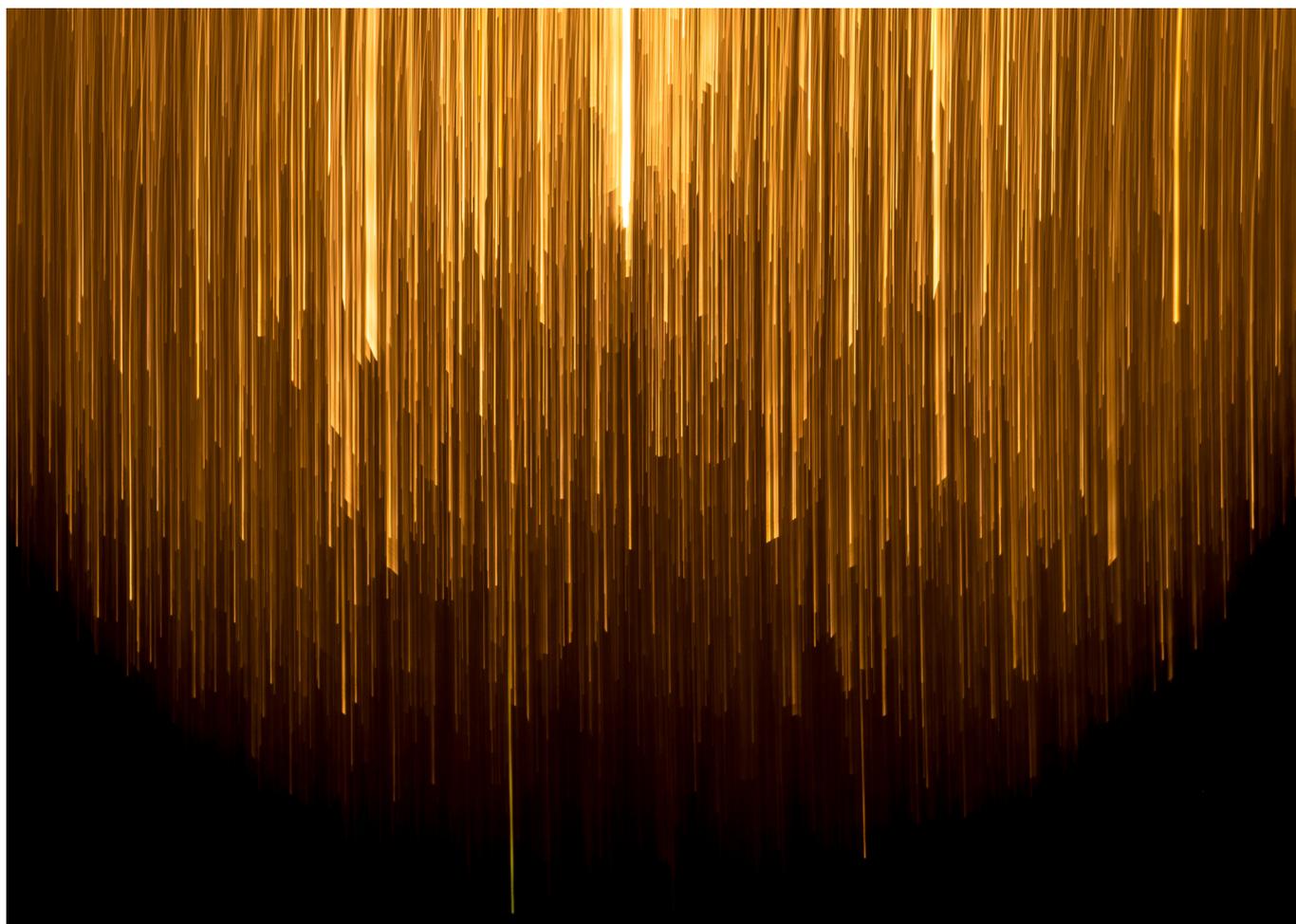
De todas maneras, cabe destacar que existen proyectos que no encajan exactamente en ninguno de los dos grupos anteriores y, a menudo, buscan **estructuras híbridas**. Entre las empresas del estudio con este formato híbrido, lo más habitual es la combinación de una SL y una asociación.

2. Necesidades específicas de financiación

- Las empresas sociales en España tienen **dificultades para acceder a financiación**, por dos motivos: la falta de fuentes de financiación para las etapas tempranas de desarrollo y la falta de financiación específica para proyectos con impacto social.
- Es importante hallar maneras de cubrir estas dos necesidades, probablemente con **estructuras de financiación híbrida**, en que el capital público o privado puede actuar como catalizador de otros inversores de impacto.
- Asimismo, en este estudio se pone de manifiesto la importancia de **entender las necesidades específicas** de los dos tipos de empresa social identificados, pues deben tenerse en cuenta a la hora de diseñar las nuevas herramientas de financiación para este sector.
- La financiación de impacto de las empresas sociales en etapas iniciales puede adoptar el formato de la *venture philanthropy* (una financiación que puede ser a fondo perdido o en forma de deuda o inversión pero con una rentabilidad menor o mayor plazo, complementada con un apoyo no financiero) o de la inversión de impacto (normalmente, con expectativas de retorno financiero más altas, cercanas o iguales a las de mercado), pero en España todavía está poco desarrollada.
- Para las etapas más maduras, es importante complementar los instrumentos actuales de la banca ética y de los fondos de impacto para cubrir las necesidades de los distintos tipos de empresa social.

3. Construcción de ecosistema

- **Contratación pública:** Las administraciones públicas pueden contribuir a la sostenibilidad de las empresas sociales incluyendo cláusulas de impacto social en los concursos para contratar bienes y servicios, así como impulsando los contratos de impacto social (CIS).
- **Apoyo no financiero:** El apoyo que reciben las empresas sociales en sus etapas iniciales, más allá de la financiación, es muy importante para su crecimiento y consolidación. Se deben buscar maneras para que los distintos intermediarios puedan ofrecer estos apoyos de manera sostenible.
- **Medición del impacto:** Los financiadores pueden contribuir a que la medición del impacto sea más sofisticada entre las empresas sociales, exigiendo unos niveles de medición cada vez más avanzados, al tiempo que les ofrecen su apoyo financiero y no-financiero.





Introducción

El objetivo de este estudio es profundizar en las necesidades de financiación de las empresas sociales en España, un tema que es prioritario para el sector, tal como se desprende de las recomendaciones del Consejo Asesor Nacional para la Inversión de Impacto (SpainNAB) en su informe *Hacia una economía de impacto de 2019*.¹

Una de las recomendaciones destacadas de dicho informe se refería a la necesidad de conocer mejor la demanda de inversión de impacto en España, centrándose en las necesidades de financiación de las empresas sociales y no solo en los intereses de los inversores. De lo contrario, se corre el riesgo de que haya un desajuste entre la oferta de inversión de impacto y las necesidades de financiación de las empresas sociales. Con el objetivo de responder a esta llamada, la Open Value Foundation y el Esade Center for Social Impact han aunado esfuerzos para realizar este estudio pionero en España.

Antes de entrar a analizar las necesidades de financiación de los proyectos de emprendimiento social en España, resulta necesario concretar qué se entiende por proyecto de empresa social en nuestro contexto. La mayoría de las definiciones de empresa social comparten dos características comunes que pueden delimitar qué es una empresa social: la generación de ingresos a partir de una determinada actividad comercial, utilizando los mecanismos del mercado, y su misión social. Sin embargo, en cuanto a la actividad comercial, no existe un criterio único, sino que se aceptan rangos distintos, de modo que dicha actividad puede representar solo una parte de sus ingresos o bien su totalidad.

Según la Comisión Europea, una empresa social es una organización que opera en la economía social cuyo objetivo principal es tener un impacto social, más que generar valor para los accionistas. Opera ofreciendo productos y servicios en el mercado de forma innovadora y utiliza sus beneficios fundamentalmente para lograr impacto social. Se gestiona de manera responsable y tiene en cuenta a sus empleados, a los clientes y al resto de partícipes sociales. No adopta una forma jurídica única, sino que se puede tratar de cooperativas de iniciativa social, sociedades limitadas o entidades sociales (asociaciones, ONG, fundaciones, etc.).

En España, no se empieza a hablar de **empresa social** hasta el año 2010, a raíz del efecto de la crisis, la caída del gasto público, la desaparición o la reconversión de las cajas de ahorros y los altos índices de desempleo que se registran. Con anterioridad, había organizaciones de economía social, como las empresas de inserción, los centros especiales de empleo sin ánimo de lucro y las cooperativas de iniciativa social.

Para este estudio, en coherencia con la definición de la Comisión Europea² y con la literatura académica,³ hemos definido el proyecto de emprendimiento social como aquel que se caracteriza por:

- Su misión social.
- Un modelo de negocio con una facturación comercial, procedente de la venta de un bien o un servicio, que supone más del 25% de sus ingresos totales.
- Un sistema de gobernanza que incluya algún mecanismo que blinde, en cierto modo, el enfoque en el impacto social y que contribuya a considerar los intereses de otros grupos de interés distintos de los accionistas.

¹Hehenberger, L., Casasnovas, G., Urriolagoitia, L., Blanco, L., Ruiz de Munain, J.L. (2019). *Hacia una economía de impacto: Recomendaciones para impulsar la inversión de impacto en España*. SpainNAB.

²https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_es

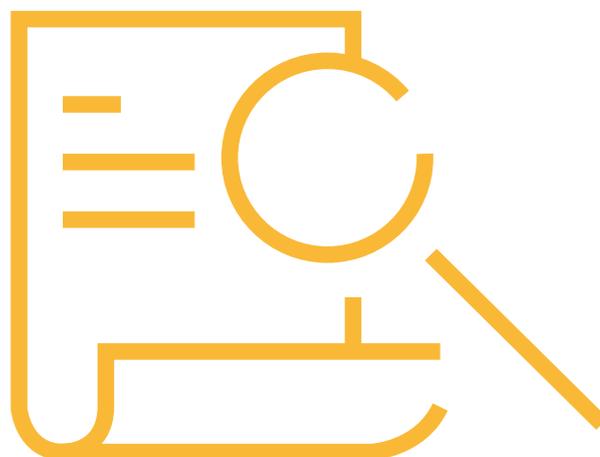
³Solórzano García, M., Guzmán Alfonso, C., Savall Morera, T. y Villajos Girona, E. (2018). La identidad de la empresa social en España: análisis desde cuatro realidades socioeconómicas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 92, p. 155-182

Chaves Ávila, R. y Monzón Campos, J.L. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, p. 5-50.

Metodología

Este estudio, pionero en España, consta de dos partes: una cualitativa y otra cuantitativa. Tras una revisión de la literatura centrada en el ámbito del emprendimiento social y, más concretamente, en el aspecto de la financiación, se han realizado once entrevistas en profundidad a fundadores de empresas sociales, financiadores, y personas que trabajan en entidades de apoyo al sector, para tratar de cubrir todo el espectro de posibles proyectos de empresa social en España. Estas entrevistas tenían el doble objetivo de conocer mejor la realidad de la empresa social en España y validar un primer borrador de encuesta para enviar a las empresas sociales. En el [anexo](#), se incluye la lista de las personas entrevistadas.

Posteriormente, se ha enviado la encuesta a través de todos los agentes intermediarios que trabajan con la empresa social en España y se han obtenido finalmente 108 respuestas, 96 de ellas válidas. La inexistencia de una entidad que englobe los distintos tipos de empresa social ha dificultado poder llegar de forma más masiva a las empresas sociales, pero aun así las redes de los autores de la encuesta y de las entidades promotoras, así como las de aquellas organizaciones que han colaborado en su difusión, han permitido llegar a un número considerable de respuestas, teniendo en cuenta el nivel de detalle de la información solicitada.



El perfil de las empresas sociales

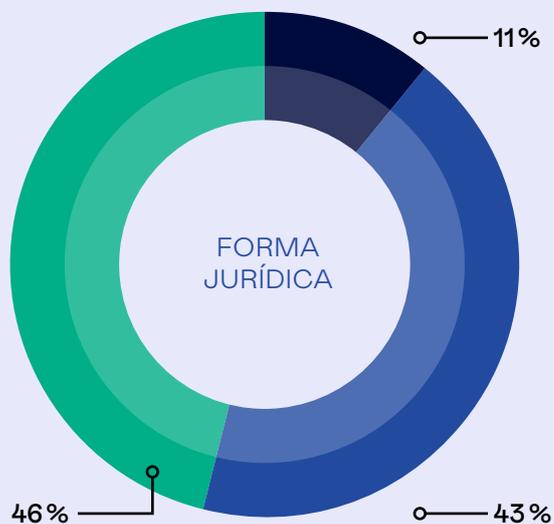
Gobernanza

FORMA JURÍDICA

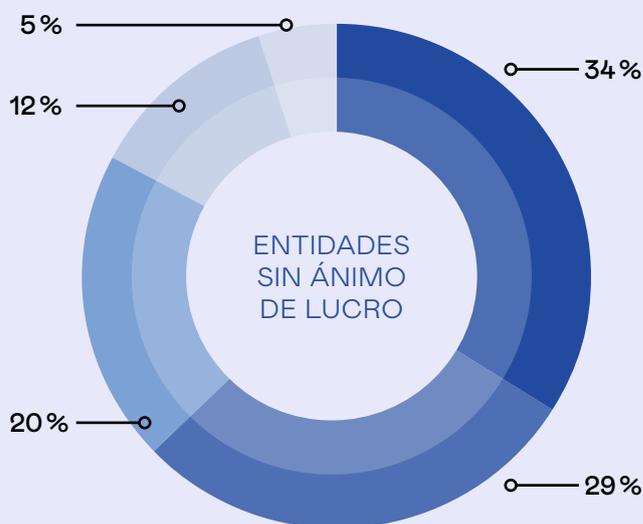
Aproximadamente la mitad (46%) de las empresas que forman parte del estudio han optado por la forma jurídica de sociedad limitada (SL), mientras que la otra mitad (43%) tienen estructuras propias de organizaciones sin ánimo de lucro. Las SL permiten a los emprendedores un mayor enfoque a la comercialización de sus productos y servicios, además de facilitar la captación de inversión para su crecimiento. En cambio, las formas sin ánimo de lucro permiten a los emprendedores captar donaciones. Además de estas diferencias en la captación de recursos o en los objetivos de los impulsores de la empresa social, la elección de la forma jurídica también puede representar una “señal” para los distintos grupos de interés con respecto al enfoque más comercial o más social de la organización.

Entre las entidades sin ánimo de lucro, destacan las fundaciones (34%) y las asociaciones (29%), pero también hay sociedades limitadas que actúan como empresas de inserción y cooperativas sin ánimo de lucro, así como algunas entidades que combinan distintas formas jurídicas sin ánimo de lucro.

Además, el 11 % tienen estructuras que combinan diversas formas jurídicas, normalmente una sociedad limitada y una asociación.



- Estructura combinada
- Sin ánimo de lucro
- Sociedad limitada



- Fundaciones
- Asociaciones
- SL-Empresas de inserción
- Cooperativas sin ánimo de lucro
- Combinaciones varias sin ánimo de lucro

Gráficos 1 y 2 →

BLINDAJE DEL IMPACTO SOCIAL

Con respecto al blindaje del impacto, viendo los resultados, cabe destacar que el criterio más utilizado, sobre todo entre las empresas sociales que optan por la forma jurídica de una sociedad limitada o de una sociedad anónima, es aplicar criterios y medidas de impacto social en la toma de decisiones y en la gestión. Cabe señalar que existen 21 proyectos (el 22% de la muestra) que solo siguen el criterio de introducir el impacto social en la toma de decisiones y en la gestión, y su forma jurídica mayoritaria es la de la sociedad limitada.

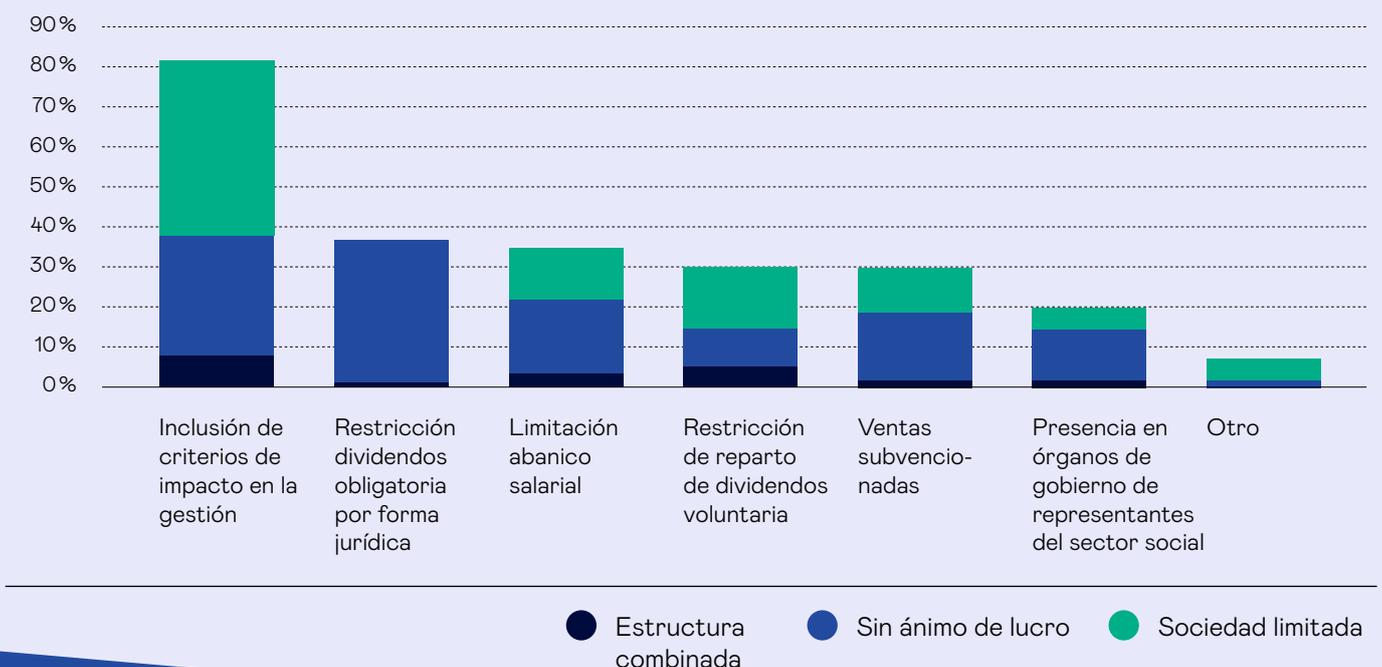
Observamos que los proyectos sin ánimo de lucro son los que más criterios de blindaje aplican, seguidos de aquellos proyectos que combinan una estructura jurídica con ánimo de lucro y con otra sin ánimo de lucro. Y, finalmente, están las sociedades limitadas, que en la mayoría de los casos solo incorporan criterios de impacto social en la toma de decisiones.

Aproximadamente un tercio de los proyectos aplican el criterio de la limitación expresa en su abanico salarial, la oferta becada a los colectivos que no se lo pueden permitir o alguna restricción en el reparto de dividendos.

Con respecto a la limitación en el reparto de dividendos, cabe diferenciar entre aquellas empresas sociales que la fijan con carácter obligatorio porque adoptan una forma jurídica sin ánimo de lucro y las que lo hacen de forma voluntaria. Entre estas últimas, cabe señalar que 15 de las 44 sociedades limitadas optan por restringir el reparto de dividendos de forma voluntaria, mientras que el resto lo hacen mayoritariamente teniendo en cuenta, a la vez, los criterios de impacto social y los económicos en la toma de decisiones.

Gráfico 3 ↓

CRITERIO DE BLINDAJE DEL IMPACTO SOCIAL



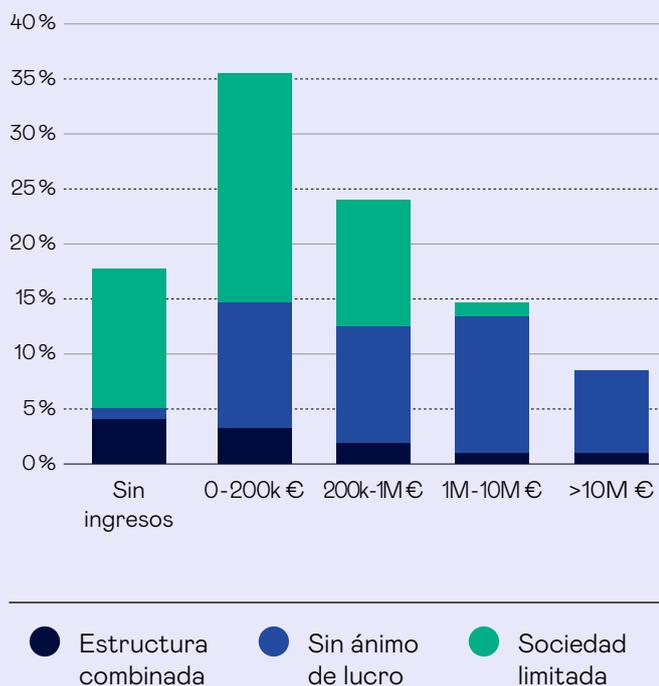
Modelo de negocio

TAMAÑO

Con respecto al tamaño, en función de los ingresos, observamos que las empresas sociales son, en general, entidades pequeñas, pues la mayoría facturan menos de 200.000 euros y menos de una cuarta parte tienen ingresos superiores al millón de euros. Si atendemos a su forma jurídica, las más grandes son las entidades sociales, puesto que, en general, son también las que llevan más tiempo operando. Y las que no registran ingresos normalmente son las de más reciente creación y todavía no han empezado a facturar.

Gráfico 4 ↓

VOLUMEN DE VENTAS



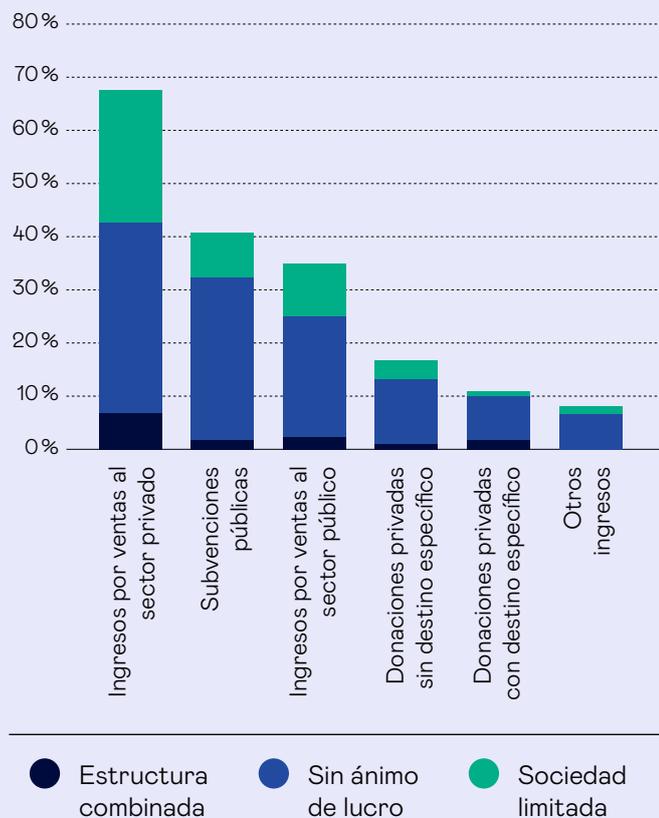
TIPO DE INGRESOS

Cabe destacar que la mayoría de las empresas sociales objeto de este estudio tienen su fuente principal de ingresos en el sector privado. En el caso de las entidades sin ánimo de lucro, el 83% reciben este tipo de ingresos, mientras que el 71% reciben subvenciones públicas y el 51% tienen ingresos comerciales por ventas de productos o servicios a las administraciones públicas. Las subvenciones son un complemento a los ingresos comerciales que permite a estas empresas sociales ser más sostenibles. De las empresas sociales con ánimo de lucro, solo el 18% reciben subvenciones públicas. Es verdad que solo el 55% afirman que obtienen ingresos por la venta de productos y servicios en el sector privado, pero cabe recordar que más del 27% de las empresas con ánimo de lucro del estudio no tienen ningún ingreso.

Con respecto a las aportaciones a fondo perdido, la mayoría van destinadas a entidades sin ánimo de lucro. Sin embargo, las incubadoras y las aceleradoras sociales han identificado que las empresas sociales con ánimo de lucro también necesitan, en ocasiones, financiación a fondo perdido en sus fases iniciales, ya que no tienen métricas suficientes para acudir a una ronda de inversión ni garantías colaterales que les permitan acceder a la financiación bancaria. Por ejemplo, la Open Value Foundation y la Fundación BBK son pioneras en este ámbito, con fondos gestionados a través de la intermediaria Fundación Ship2B.

Por último, una vez hemos concretado qué consideramos facturación comercial, debemos preguntarnos cuál es el límite adecuado a exigir. En esta investigación, hemos propuesto un 25%, siguiendo las recomendaciones de la Comisión Europea y porque entendíamos que podíamos encontrar proyectos en fases iniciales, todavía con bastantes aportaciones a fondo perdido, sin destino o subvenciones públicas, combinaciones de formas jurídicas que compensaran distintos tipos de ingresos en conjunto, etc.

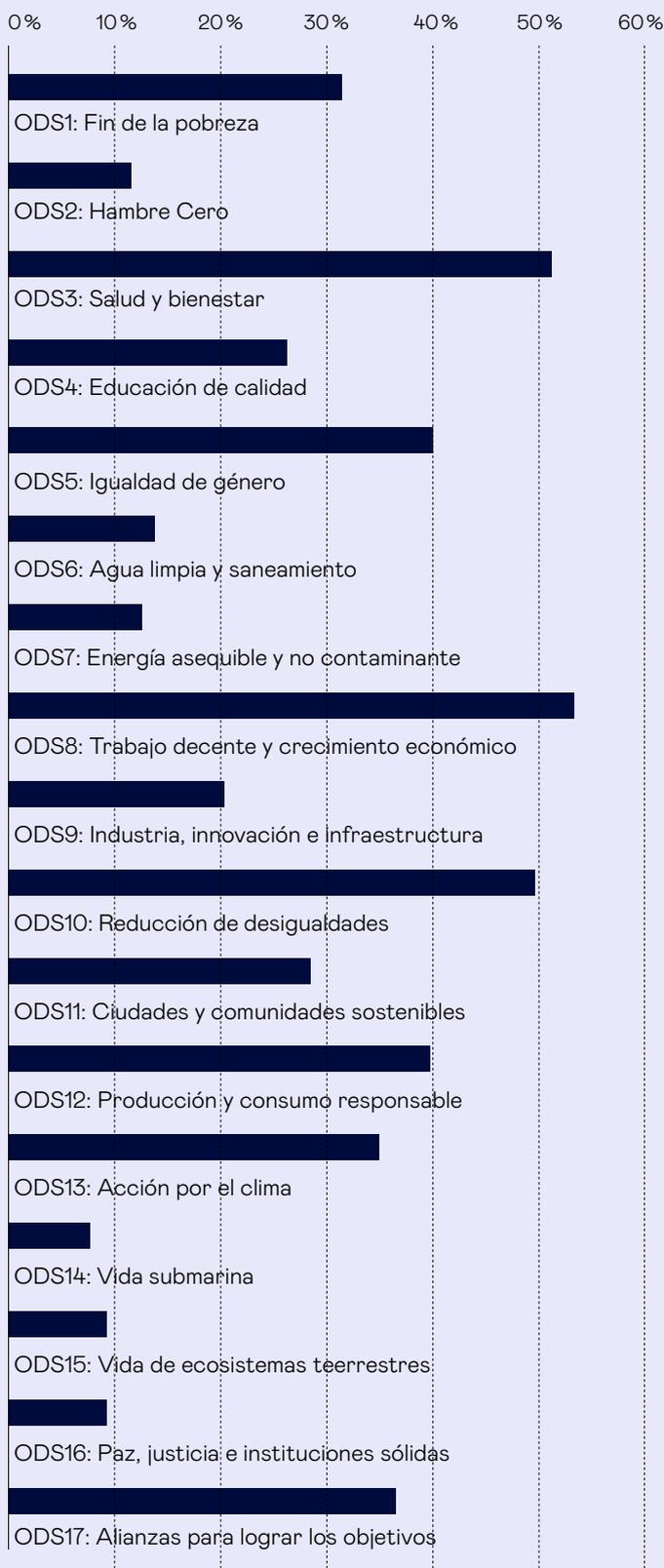
Gráfico 5 ↓
TIPO DE INGRESOS



SECTOR DE IMPACTO

Con respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que marcan sus actuaciones, los más destacados son tres: el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), al cual contribuyen más del 50% de las empresas sociales, normalmente ofreciendo empleo de calidad a personas con discapacidad o con riesgo de exclusión social; el ODS 3 (Salud y bienestar), al cual afirman enfocarse más de la mitad, y el ODS 10 (Reducción de las desigualdades), al cual contribuyen casi el 50%. Estos datos demuestran que los retos sociales a menudo están interconectados y que muchas empresas sociales contribuyen, de manera transversal, a varios ODS. Otros objetivos también señalados por casi el 40% de las empresas sociales son el ODS 5 (Igualdad de género) y el ODS 12 (Producción y consumo responsables).

Gráfico 6 ↓
ODS

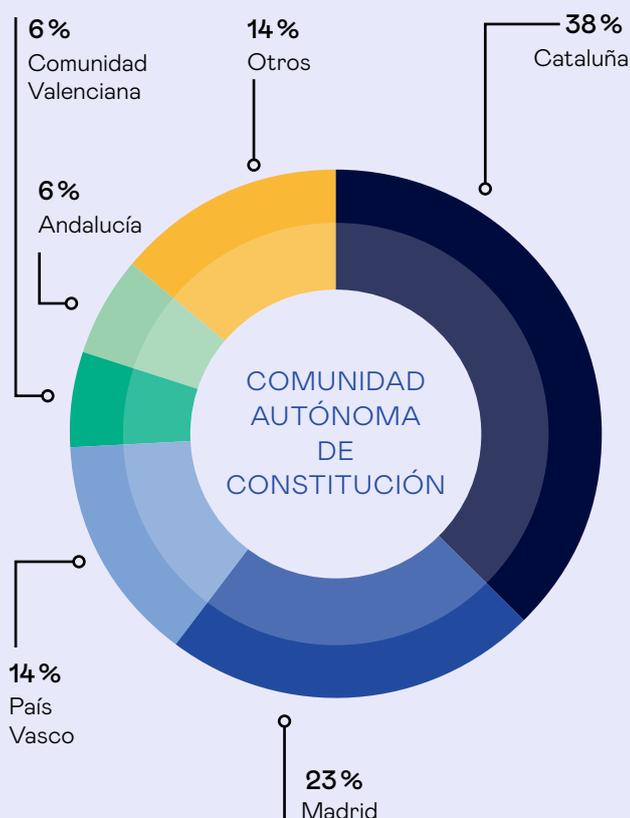


Ámbito de actuación

COMUNIDAD AUTÓNOMA

Con respecto a la geografía, tres cuartas partes de las empresas pertenecen a los ecosistemas más desarrollados y visibles del país: Cataluña, Madrid y el País Vasco.⁴

Gráfico 7 ↓



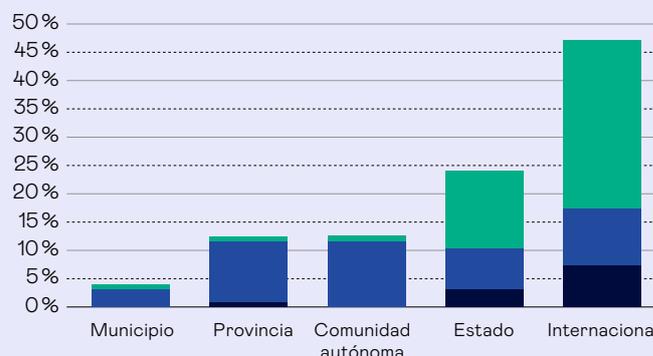
- Estructura combinada
- Sin ánimo de lucro
- Sociedad limitada

ÁMBITO Y ALCANCE GEOGRÁFICO

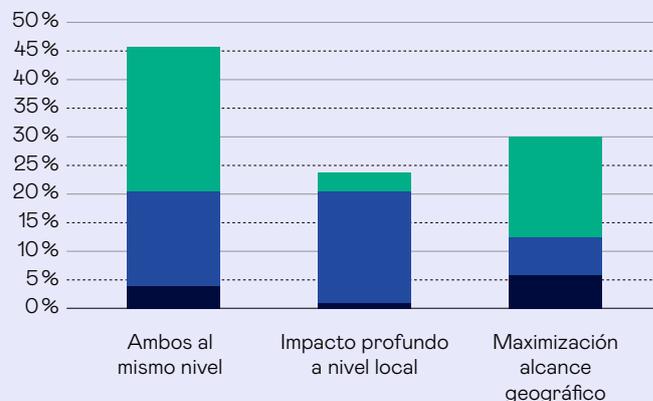
Casi la mitad de las empresas del estudio consideran que su ámbito geográfico de actuación es internacional, mientras que son pocas las que se orientan a los ámbitos municipal, provincial o autonómico. En este aspecto, existe una diferencia clara entre las SL y las entidades sin ánimo de lucro. Las primeras suelen adoptar un enfoque nacional o internacional, mientras que muchas de las segundas tienen un ámbito de actuación más reducido. Lejos de significar que las empresas sociales sin ánimo de lucro tienen menos impacto, este ámbito geográfico más reducido se explica porque este tipo de organizaciones buscan un impacto más profundo en los lugares donde operan, mientras que las SL a menudo priorizan maximizar su alcance.

Gráfico 8 y 9 ↓

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ACTUACIÓN



ALCANCE GEOGRÁFICO



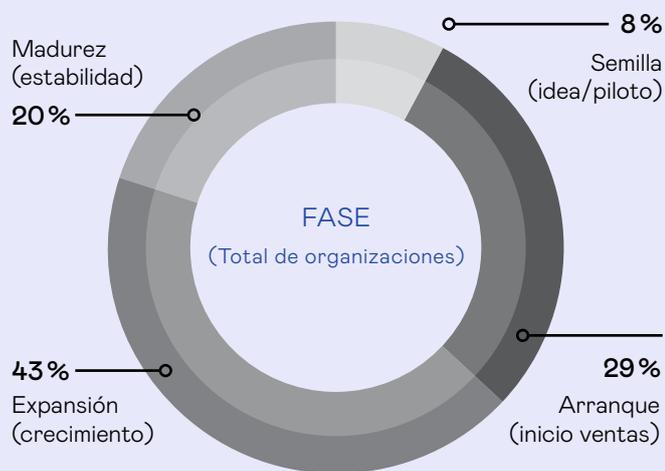
⁴ Es también en estas regiones donde están más desarrolladas las redes de los autores y de los impulsores del estudio, lo cual les ha facilitado el acceso a potenciales encuestados.

Crecimiento y tecnología

FASE

En cuanto a la fase, la mayoría de las empresas del estudio se hallan en fase de arranque o de expansión: el 8 % están en la fase semilla; el 30%, en la fase de arranque (iniciando las ventas); el 43% están en expansión o tratando de crecer, y el 20%, en la fase de madurez o de estabilidad.

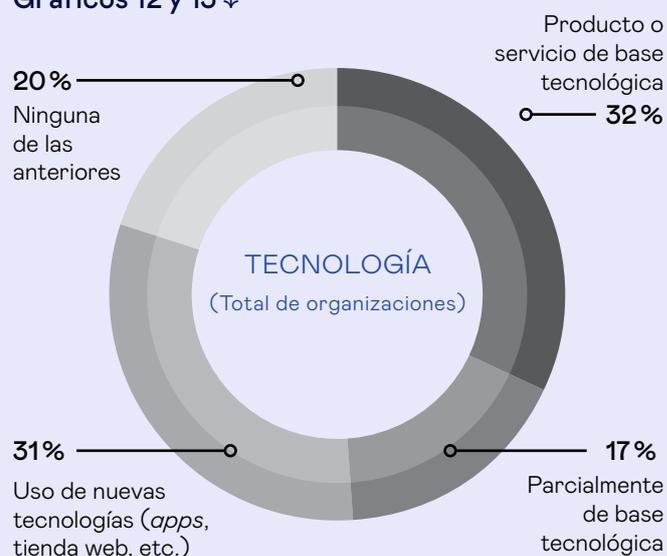
Gráficos 10 y 11 ↓



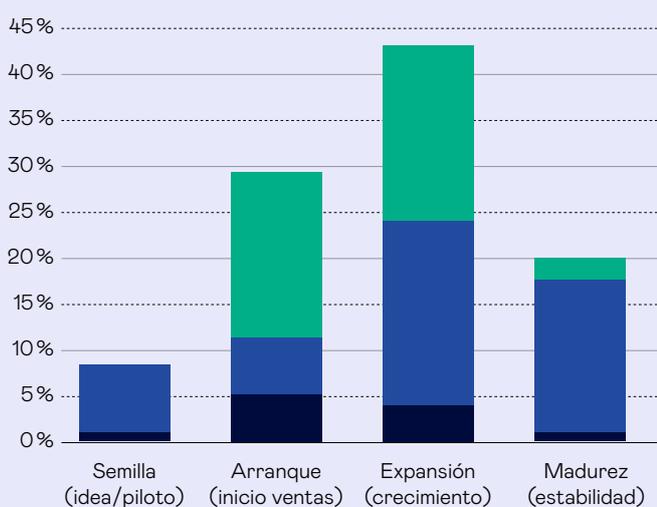
TECNOLOGÍA

En cuanto a la tecnología, podemos observar que la mitad de las empresas tienen productos o servicios de base tecnológica –el 32%, totalmente, y el 17%, parcialmente. Cabe destacar que las muy tecnológicas suelen tener todas ánimo de lucro. Por otro lado, una amplia mayoría (un 80%) utilizan las nuevas tecnologías (*apps*, páginas webs, etc.).

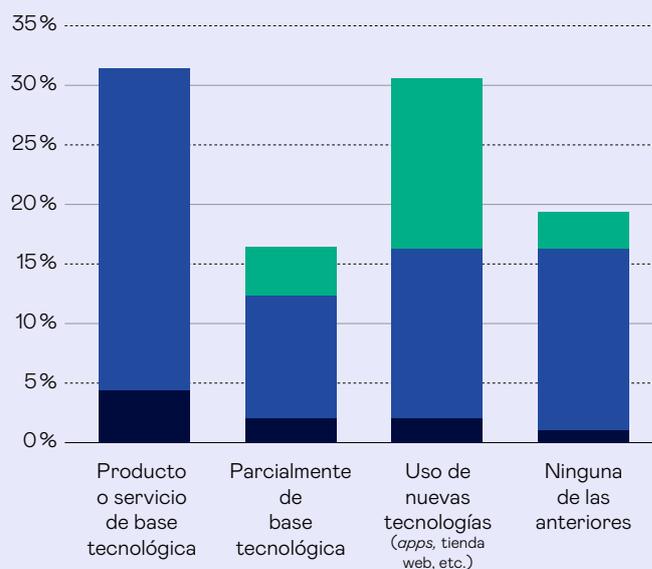
Gráficos 12 y 13 ↓



FASE POR TIPO DE EMPRESA SOCIAL



TECNOLOGÍA POR TIPO DE EMPRESA SOCIAL



- Estructura combinada
- Sin ánimo de lucro
- Sociedad limitada

Necesidades de financiación

Demanda de financiación

Un tema recurrente en las entrevistas es la necesidad de que sea el modelo de negocio, y no tanto la forma jurídica, lo que defina el acceso a un tipo de financiación u otra.

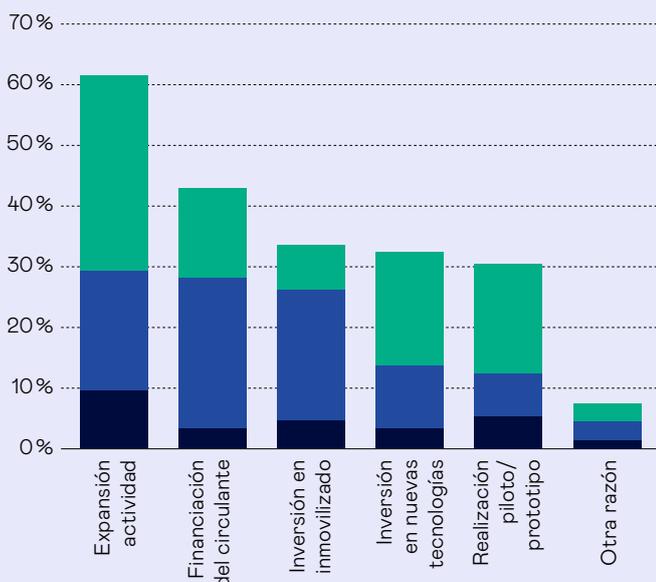
DEMANDA EN FUNCIÓN DEL DESTINO

Cabe destacar que el destino principal de la financiación es la expansión de la actividad (un 60%), seguida de la financiación del circulante (un 43%), la inversión en inmovilizado, la inversión en nuevas tecnologías y la realización de un programa piloto (un 30% cada una de ellas). Algunos proyectos no requieren financiación externa porque están comenzando o porque consiguen autofinanciarse.

Mientras que en los casos de expansión, realización de programas piloto e inversión en tecnología predominan las sociedades limitadas, en la financiación del circulante y en la inversión en inmovilizado prevalecen las entidades sin ánimo de lucro.

Gráfico 14 ↓

RAZÓN DE LA DEMANDA DE FINANCIACIÓN

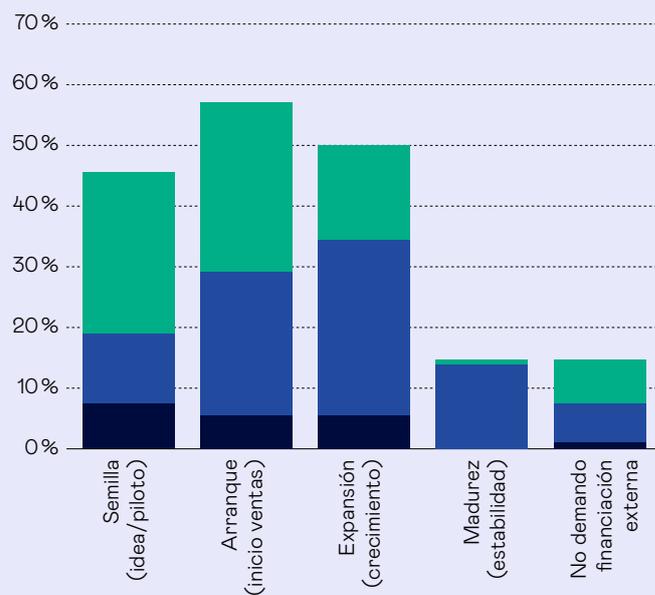


DEMANDA EN FUNCIÓN DE LA ETAPA

Las etapas que requieren más financiación son las de arranque (un 57%), expansión (un 50%) y semilla (un 46%). En la fase de madurez o de estabilidad, apenas se indica la necesidad de financiación externa (un 15%). Esto es debido, en parte, a que las SL suelen hallarse en etapas más iniciales y, a la vez, son las que tienen más necesidad de financiación, pero también a que en estas etapas las empresas sociales no cuentan todavía con un modelo consolidado y, por tanto, necesitan financiación externa.

Gráfico 15 ↓

ETAPA DE MAYOR DEMANDA DE FINANCIACIÓN



● Estructura combinada ● Sin ánimo de lucro ● Sociedad limitada

Dificultades de acceso a la financiación

DIFICULTAD EN FUNCIÓN DEL DESTINO

La mayor dificultad para acceder a financiación se encuentra en la expansión de la actividad (un 40%), donde hay que invertir en personal, en *marketing* y en otros gastos de estructura. La realización del programa piloto, la financiación del circulante y la inversión en nuevas tecnologías también presentan algunas dificultades (un 20%).

Gráfico 16 ↓

MAYORES DIFICULTADES EN LA DEMANDA DE FINANCIACIÓN

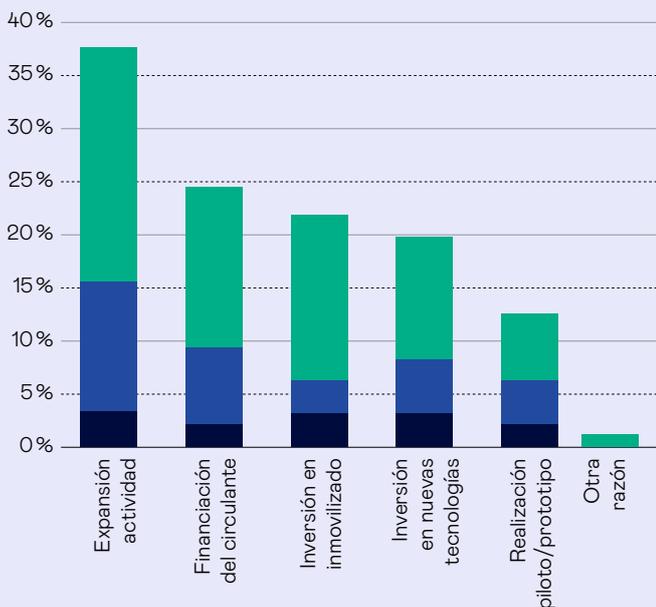


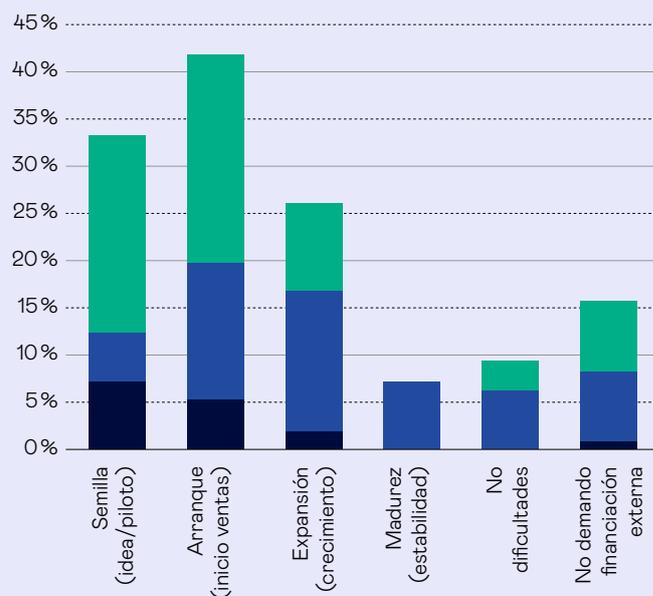
Gráfico 17 →

ETAPAS CON MAYOR DIFICULTAD DE FINANCIACIÓN

DIFICULTAD EN FUNCIÓN DE LA ETAPA

Si analizamos por etapas, la mayor dificultad para acceder a financiación se encuentra en la fase de arranque, cuando las empresas sociales comienzan a vender (un 40%), seguida de la etapa semilla (un 33%) y de la fase de expansión (un 26%). En las fases de arranque y semilla, especialmente en esta última, es cuando las sociedades limitadas y las entidades de estructura combinada tienen más problemas de acceso a la financiación. Por su parte, las entidades con ánimo de lucro tienen muchas más dificultades en la fase expansión.

Como ya se advertía en las entrevistas en profundidad, se pone de manifiesto que no se dispone de suficientes herramientas específicas para las fases iniciales (más del 60% indican que hacen falta este tipo de fondos). Se requieren fuentes de financiación más pacientes, con importes más bajos, con plazos más largos y con menos aversión al riesgo.



- Estructura combinada
- Sin ánimo de lucro
- Sociedad limitada

DIFICULTAD EN FUNCIÓN DEL TIPO DE EMPRESA

El acceso a deuda es abundante en las fases de expansión y madurez. En este sentido, parecen encontrarse con más dificultades las sociedades limitadas y las de estructura combinada (40%) que los proyectos sin ánimo de lucro (15%). Finalmente, observando qué empresas acceden más a préstamos participativos o convertibles, se ve claramente que son más las sociedades limitadas y, sobre todo, las que se hallan en fase de expansión. En el caso de la deuda no comercial, se observa una mayor proporción de proyectos sin ánimo de lucro y que se encuentran en fases más avanzadas.

Con respecto a la financiación en forma de capital, vemos que la facilidad de acceso es mayor en la fase de arranque y menor en las fases semilla y de madurez. Cabe destacar que los proyectos de las entidades sin ánimo de lucro tienen más facilidades de acceso a deuda (un 70%) que las sociedades limitadas o las empresas que combinan varias estructuras (un 50%).

Gráfico 18 ↓

FUENTES DE FINANCIACIÓN BUSCADAS Y CONSEGUIDAS

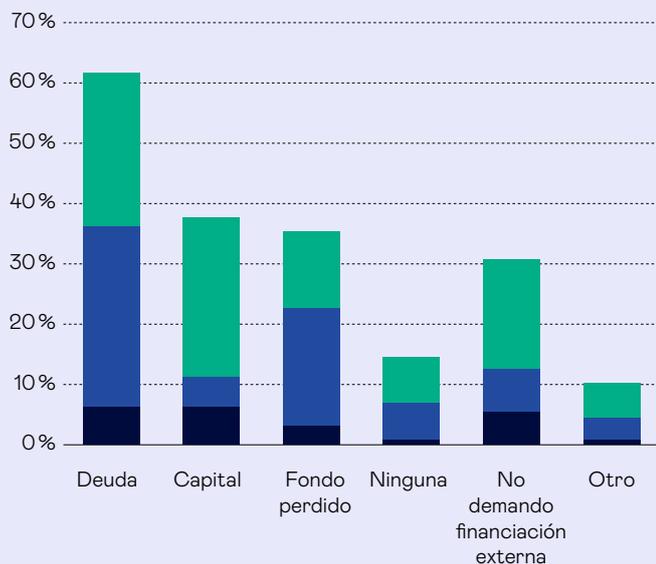
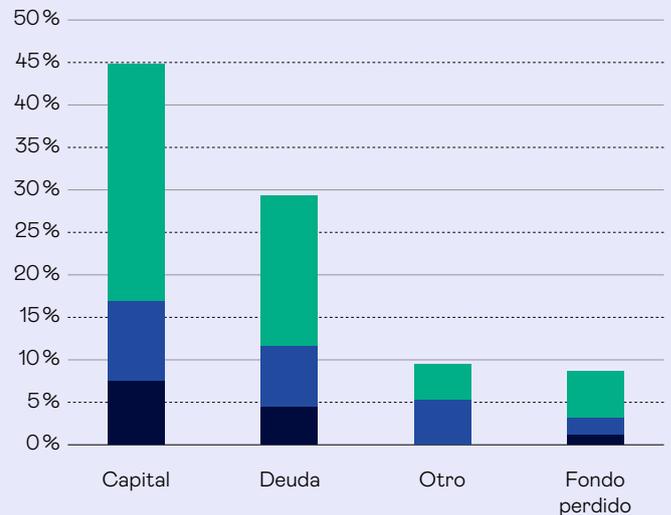


Gráfico 19 ↓

FUENTES DE FINANCIACIÓN BUSCADAS Y NO CONSEGUIDAS



● Estructura combinada
 ● Sin ánimo de lucro
 ● Sociedad limitada

DIFICULTAD EN FUNCIÓN DEL TIPO DE FINANCIACIÓN

La necesidad de desarrollar nuevos instrumentos de financiación de impacto o de modificar los ya existentes es un tema recurrente en las entrevistas y que la encuesta confirma.

Más del 80% de las entidades de la muestra señalan que les interesa la financiación de impacto porque les permite tener a financiadores alineados con su misión. Más del 40% señalan que quieren impulsar, apoyar o ayudar a crecer este tipo de financiación y el 35% sostienen que les da más reputación o legitimidad. Cuando se les pregunta si es porque obtienen condiciones más favorables, solo un 20% contestan afirmativamente, de modo que parece que es más un tema de filosofía o alineamiento de propósito que algo más instrumental u operativo.

Si analizamos por fuentes de impacto y no impacto, el estudio indica un mayor acceso a instrumentos de “no impacto” (un 75%) que de “impacto” (45%). En cuanto a la forma jurídica, vemos que las estructuras sin ánimo de lucro acceden más fácilmente a financiación de impacto, mientras que las sociedades limitadas acceden mejor a financiación de “no impacto”. Con respecto a la fase, parece que donde hay más disponibilidad de financiación de impacto es en las fases más avanzadas y donde hay más problemas es en las fases iniciales.

Con relación a la demanda y al acceso al tipo de financiación, vemos que se demanda más y se accede menos a la inversión que a la deuda u otra fuente. En cuanto a la forma jurídica, observamos más dificultades en los proyectos de las sociedades limitadas o de las entidades de forma combinada (más del 60%) que en los proyectos de las organizaciones sin ánimo de lucro (el 20%), porque su estructura no les permite la opción de la inversión. A pesar de ello, muchas de ellas reclaman la creación de fondos específicos para la economía social.

El 80% de la muestra considera interesante que la contratación pública valore más el impacto social y más del 50% de las empresas sociales comentan que sería interesante que se introdujeran los bonos de impacto social. La mitad de la muestra se declara dispuesta a proveer contratos de impacto social, mientras que la otra mitad declara que no sabe que son (el 30%) o que no sabe si lo haría (el 15%).

Gráfico 20 ↓

FUENTES DE FINANCIACIÓN BUSCADAS Y CONSEGUIDAS

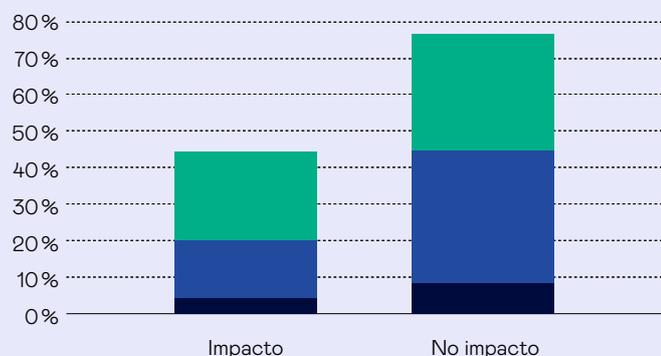
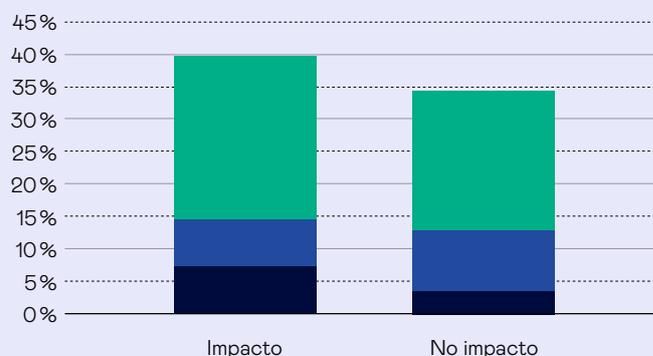


Gráfico 21 ↓

FUENTES DE FINANCIACIÓN BUSCADAS Y NO CONSEGUIDAS

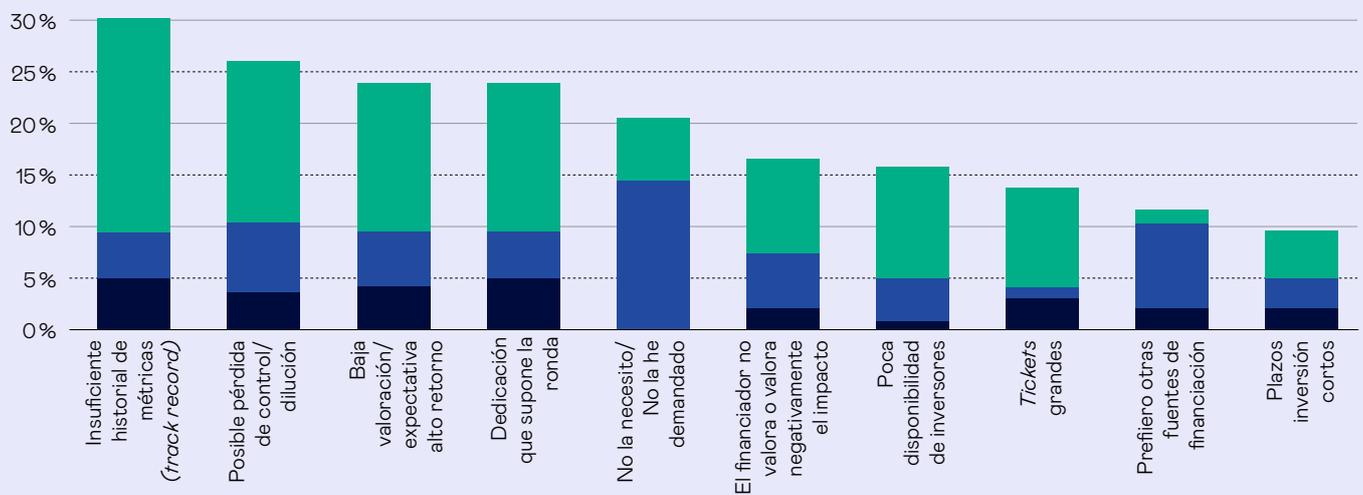


● Estructura combinada ● Sin ánimo de lucro ● Sociedad limitada

RAZONES DE LAS DIFICULTADES

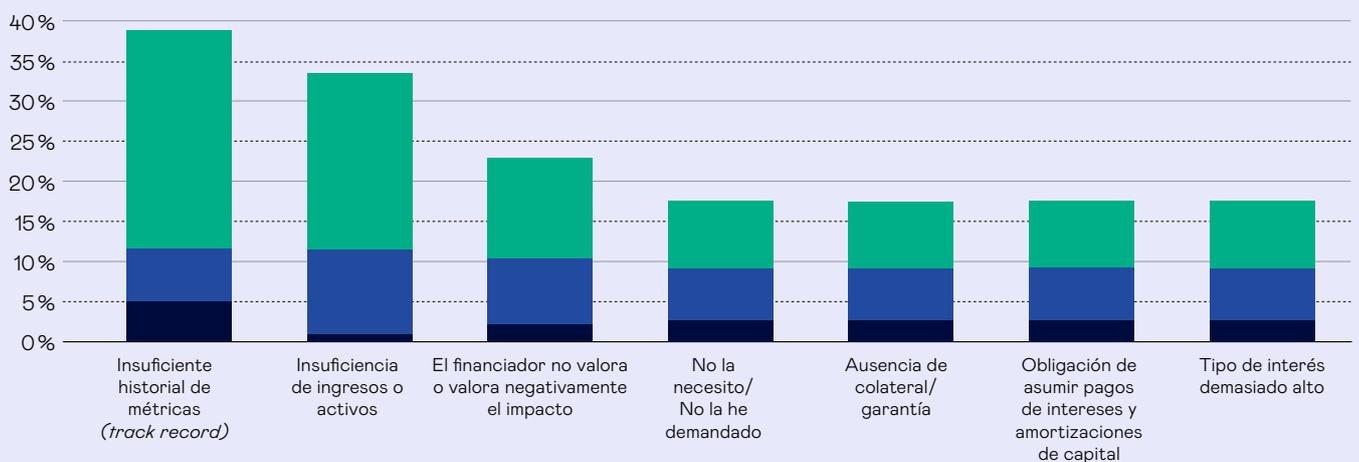
El estudio muestra que la falta de historial (*track record*), propia de las etapas tempranas, dificulta el acceso a la inversión y a la deuda. Con respecto al acceso a capital, el problema principal parece ser la falta de métricas o de *track record* (un 30%), la pérdida de control o la dilución (un 26%), la baja valoración y las altas expectativas de retorno para los inversores o el tiempo que lleva preparar las rondas (un 24%). Por otra parte, como ya se ha comentado, encuentran más dificultades las sociedades limitadas y las entidades con forma jurídica combinada que las organizaciones sin ánimo de lucro, bien porque no solicitan inversión, porque prefieren otras fuentes o porque, como señalan, su estructura no les permite acceder a ella.

Gráfico 22 ↓ DIFICULTAD DE ACCESO A LA INVERSIÓN



El principal motivo de las dificultades de acceso a la deuda es la falta de historial o la ausencia de métricas o de *track record* (un 39%), seguido de la insuficiencia de ingresos o activos (un 33%). En estos temas, tienen más dificultades las sociedades limitadas.

Gráfico 23 ↓ DIFICULTAD DE ACCESO A LA DEUDA



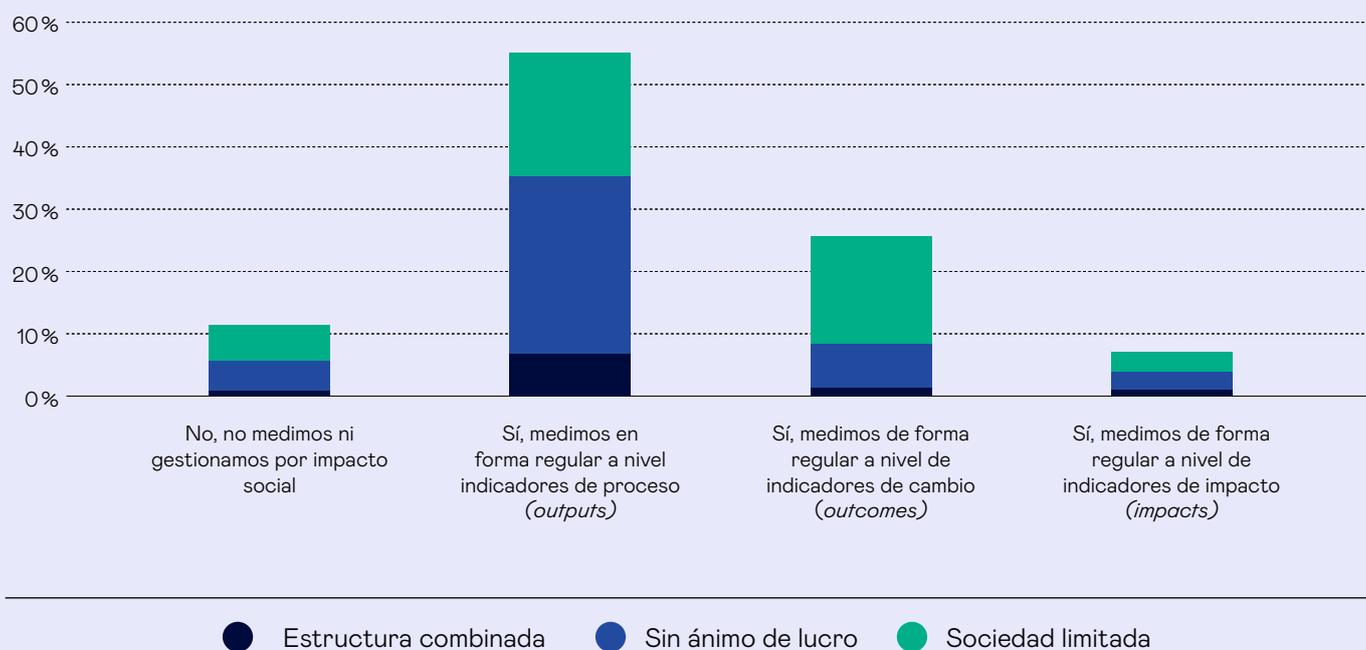
● Estructura combinada ● Sin ánimo de lucro ● Sociedad limitada

Medición del impacto

Como ya adelantaban las entrevistas, la totalidad de la muestra valora el apoyo no financiero, y lo mismo ocurre con la medición y con la gestión sobre la base del impacto social. En cuanto al diseño y a la implementación de la medición del impacto social, el 10% no gestionan basándose en el impacto social y el enfoque más predominante es el de los *outputs* (un 55%), seguido del de los *outcomes* (un 26%) el de los impactos (un 7%). Por tanto, solo un tercio mide más allá de los *outputs*. Vemos también que, en general, las SL llevan a cabo mediciones de impacto más sofisticadas que las empresas sociales sin ánimo de lucro.

Gráfico 24 ↓

MEDICIÓN DEL IMPACTO



Conclusiones

Las dos almas del emprendimiento social

Este estudio muestra que, en España, **hay muchas maneras de impulsar y gestionar las empresas sociales**, las cuales responden a las necesidades de captación de recursos de cada modelo de negocio, a las motivaciones de su equipo fundador, a la imagen que quieren proyectar ante los distintos grupos de interés y al tipo de reto o sector en que quieren generar impacto. Una de las diferencias más evidentes es la elección de la forma jurídica, que divide fundamentalmente a las empresas sociales entre las que optan por estructuras con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro. Ambas modalidades de empresa social tienen en común que cuestionan los patrones tradicionales de los sectores empresarial y social y, por tanto, es interesante considerarlas como un nuevo sector híbrido, en conjunto. De hecho, algunas empresas de nuestro estudio se han decantado por estructuras combinadas (que usualmente son la combinación de una SL y una asociación), reflejando la capacidad de muchas empresas sociales para innovar, adaptarse y trabajar más allá de los cánones preestablecidos. De todas maneras, aunque partimos de la base de que estas etiquetas no son dos continentes estancos y que algunas empresas sociales pueden sentirse a caballo entre un modelo y el otro, esta tipología permite visualizar diferencias interesantes.

Por ejemplo, las empresas sociales sin ánimo de lucro tienen la misión social blindada en gran medida, debido a su forma jurídica, ya que no tienen accionistas a quienes repartir dividendos y todos los beneficios se reinvierten en la empresa. En cambio, en el caso de las SL, a menudo la única manera de blindar ese impacto es incluyendo criterios de impacto social y medioambiental en su gestión.

En cuanto a los ingresos, ambos grupos obtienen la mayor parte por la venta de productos y servicios al sector privado. Sin embargo, mientras que el primer grupo suele depender más del sector público, ya sea por vía de subvenciones o de contratos con la Administración, las empresas sociales con ánimo de lucro apenas tienen ingresos por estas vías.

Gráfico 25 ↓

TECNOLOGÍA POR ESTRUCTURA JURÍDICA

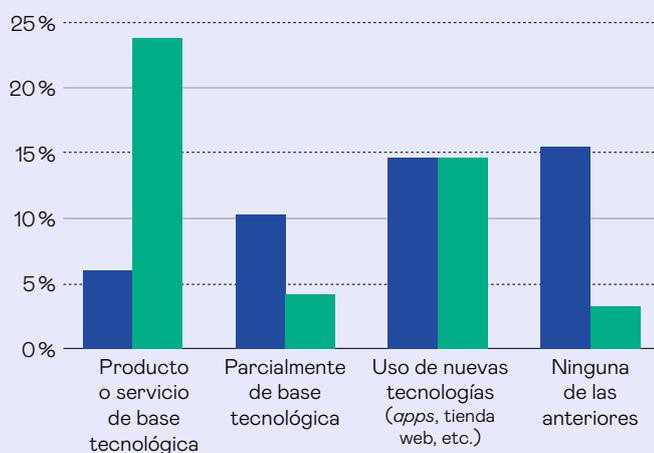
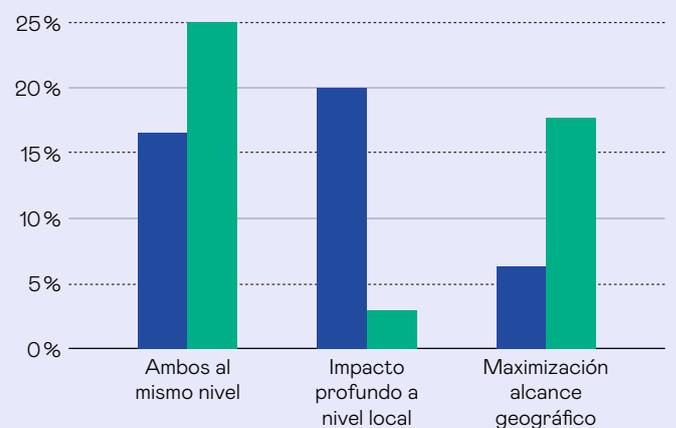


Gráfico 26 ↓

ALCANCE GEOGRÁFICO POR ESTRUCTURA JURÍDICA



● Sin ánimo de lucro ● Sociedad limitada

Gráfico 26 ↓

TIPO DE INGRESOS POR ESTRUCTURA JURÍDICA

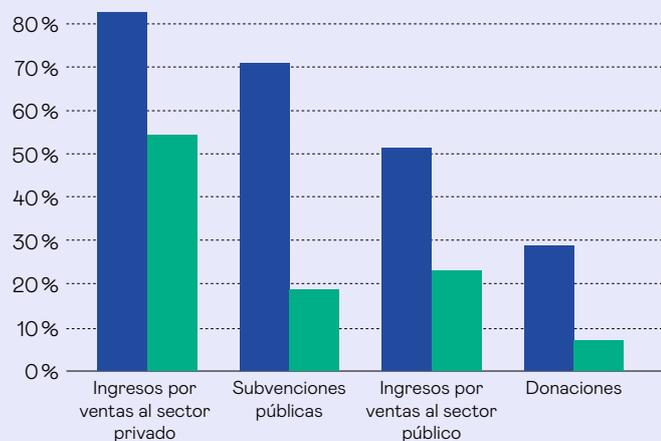
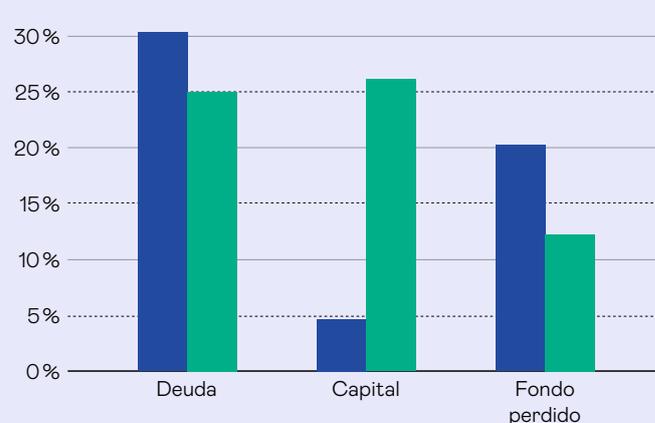


Gráfico 27 ↓

FUENTES DE FINANCIACIÓN BUSCADAS Y CONSEGUIDAS



● Sin ánimo de lucro ● Sociedad limitada

También hemos observado que las empresas sociales con ánimo de lucro son, en general, más jóvenes, tienen más vocación internacional y un mayor componente tecnológico, mientras que las entidades sin ánimo de lucro buscan impactos más profundos a escala local y sus productos no suelen tener una clara base tecnológica. Esta combinación de base tecnológica y capacidad para escalar en el ámbito global suele otorgar al segundo grupo un mayor potencial de rentabilidad, lo cual repercute también en las posibilidades de obtener financiación. En cuanto a dicha financiación, las empresas sociales sin ánimo de lucro buscan obtenerla a través de deuda, mientras que las otras buscan también inversión en capital. Ello es debido, en gran parte, a la forma jurídica que han escogido unas y otras.

Sin ánimo de lucro	Con ánimo de lucro
Menos base tecnológica	Más base tecnológica
Etapas más maduras	Etapas más tempranas
Mayor dependencia del sector público	Más demanda de capital
Enfoque intrínseco en el impacto	Menos "blindaje" del impacto social
Ámbito más local	Ámbito más internacional
Modelos de negocio sostenibles, pero de rentabilidad limitada	Mayor potencial de escalabilidad y de rentabilidad

La **convivencia de distintos modelos de empresa social** no tiene por qué ser algo negativo, ya que, como hemos dicho, los fundadores pueden optar por estrategias diferentes, en función de sus necesidades y objetivos. Sin embargo, es importante entender y poner en valor, como sociedad –especialmente desde las administraciones públicas, los medios de comunicación y el sector educativo–, el papel de estas organizaciones híbridas, que intentan contribuir a solucionar importantes retos sociales a través de unos modelos de negocio sostenibles, así como las especificidades de cada una de ellas.

Necesidades específicas de financiación

La información recogida sobre las necesidades de financiación de las empresas sociales transmite dos mensajes importantes. El primero es que las empresas sociales en España **necesitan financiación en las etapas iniciales de su desarrollo**. Es precisamente en las fases semilla y de arranque (y, en menor medida, en la fase de crecimiento) que estas empresas hallan dificultades para acceder a financiación adecuada. También hemos comprobado que la razón principal de las empresas sociales para pedir financiación es precisamente la expansión de su actividad (gastos de personal, *marketing*, etc.), y es ahí donde se encuentran con más dificultades. Tal como hemos visto en las entrevistas realizadas, la encuesta pone de manifiesto que no existen suficientes herramientas específicas para las fases iniciales (más del 60% señalan que se necesitan estos tipos de fondos). Las empresas de nueva creación (*start-ups*) con enfoque puramente comercial han visto cómo se ha desarrollado en los últimos años el ámbito del capital riesgo, y las organizaciones sin ánimo de lucro tradicionales tienen más capacidad para acceder a donaciones y subvenciones, mientras que los emprendedores sociales (de ambos tipos) a menudo se encuentran sin fuentes de financiación claras para iniciar sus proyectos empresariales. Estas etapas

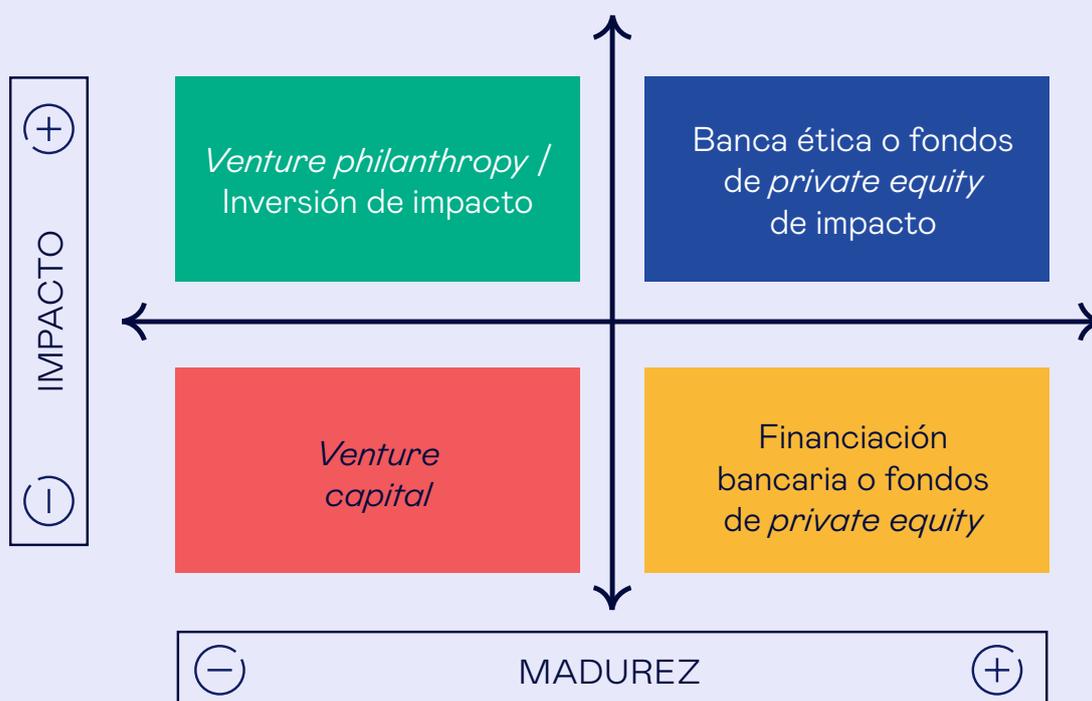
caracterizadas por la escasez de financiación se denominan en ocasiones “el valle de la muerte”, ya que muchas empresas sociales no tienen la posibilidad de dar el salto que les permitiría consolidar su modelo de negocio y garantizar su sostenibilidad.

En segundo lugar, los resultados de la encuesta indican la falta de financiación específica para proyectos con impacto social. Por ejemplo, el 61% de los encuestados creen que es necesario crear nuevos instrumentos financieros de impacto y el 52%, que se deben modificar los existentes. Ello se ve reflejado en las respuestas a propósito de la dificultad de acceder a financiación, ya que la mayoría de las empresas sociales buscan financiación de impacto, pero les resulta más fácil acceder a la financiación tradicional. El 80% de las empresas sociales afirman que les interesa la financiación de impacto porque los inversores están alineados con su misión, mientras que solo el 20% admiten que les ofrece condiciones más favorables que la financiación tradicional. Además, entre las dificultades para acceder a la financiación destaca que muchos inversores no valoran el impacto social, o incluso lo hacen de forma negativa.



Por estos motivos, se constata la necesidad de desarrollar **nuevos instrumentos específicos**, que sean capaces de financiar proyectos menos rentables, pero económicamente sostenibles y con mucho impacto, como es el caso de ciertas empresas sociales que operan en ámbitos como los del empleo o la educación, o dentro de la economía social. Nos referimos a instrumentos financieros que admitan, por ejemplo, una rentabilidad menor, un mayor riesgo, plazos más largos o un mayor apoyo no financiero. En este sentido, las estrategias que combinen la *venture philanthropy* con la inversión de impacto pueden desempeñar un papel importante.

Este tipo de financiación probablemente requerirá **estructuras híbridas**, en que algunos actores (administraciones públicas, fundaciones) aporten capital con determinadas condiciones (por ejemplo, mayor riesgo o menor rentabilidad), al tiempo que atraigan el capital de inversores privados, de modo que estos puedan financiar proyectos de impacto con unas tasas de retorno financiero ajustado al riesgo más acordes con sus propias limitaciones. Este tipo de estructuras, conocidas como de *blended finance*, permiten aunar capital catalítico y comercial al objeto de movilizar un mayor capital de impacto en proyectos que difícilmente se habrían financiado, con un efecto multiplicador del capital, pero estas fórmulas son prácticamente inexistentes aún en España.⁵



⁵ Vitórica, A., Blanco, L., Sáez, P. y Ruiz de Munain, J.L. (2021). *Toolkit para atraer fondos públicos y privados para catalizar la inversión de impacto*. SpainNAB.

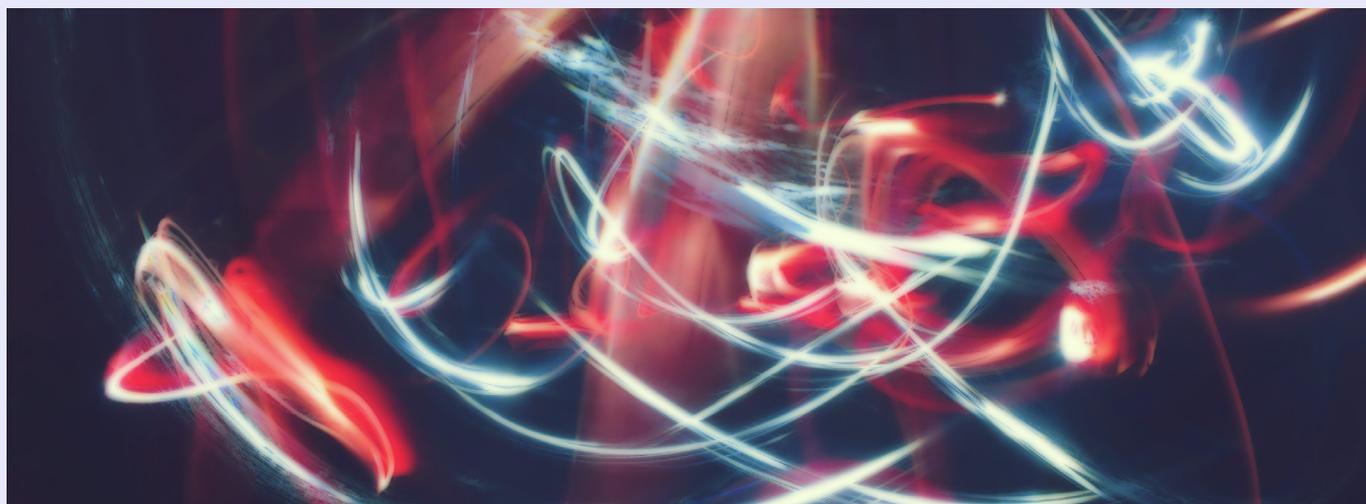
Construcción del ecosistema

La tercera conclusión que extraemos de este estudio es la necesidad de construir el ecosistema de la economía de impacto, más allá de las fuentes de financiación que necesitan las empresas sociales. Además de la importancia de promover la financiación de impacto, especialmente en las etapas iniciales, las empresas sociales también necesitan que se desarrollen otros aspectos importantes que ayuden a su sostenibilidad financiera y a su capacidad de impacto.

El primero de ellos es el papel de la **contratación pública**. Hemos visto que muchas empresas sociales tienen a la Administración pública como “cliente” al cual venden determinados productos o servicios, lo cual supone una importante fuente de ingresos. En algunos países, como ocurre en el Reino Unido con la *Social Value Act*, se ha impulsado una legislación que obliga a las administraciones públicas a tener en cuenta los criterios de impacto social en sus procesos de contratación. Este tipo de regulación favorecería la sostenibilidad económica de las empresas sociales, pero también beneficiaría al resto de la sociedad ya que, a igualdad de condiciones con otras organizaciones que opten a dichos contratos públicos, parece lógico que los ganen aquellas empresas que están claramente orientadas a tener un impacto social positivo.

Otra vía interesante de contratación pública son los contratos de impacto social (CIS),⁷ que sirven para alinear los intereses de las administraciones públicas, las empresas sociales y los inversores de impacto hacia la mejora de los servicios sociales. En este tipo de financiación, que en España se halla todavía en una fase inicial de desarrollo, las empresas sociales obtienen una financiación más estable y con un enfoque claramente orientado a los resultados del impacto, al tiempo que la Administración puede innovar en el diseño y la implementación de determinados programas que, si son exitosos, pueden ampliarse al ámbito regional o nacional.

Un segundo bloque es el **apoyo no financiero**, que es valorado de forma positiva prácticamente por todos los encuestados. Este apoyo puede tener distintos objetivos, desde reforzar la capacitación del equipo directivo o ayudar en la medición del impacto social hasta prestar un asesoramiento más genérico sobre el modelo de negocio y la obtención de financiación.⁸ La realidad es que este apoyo es muy importante para las empresas sociales en sus etapas tempranas, porque a menudo no existen suficientes modelos contrastados de otras empresas sociales a las cuales imitar, o bien los fundadores tienen más experiencia en una de las



⁶ Blanco, L., de la Fuente, A. y García, A. (2020). *Toolkit para el desarrollo de Contratos de Impacto Social, CIS*. SpainNAB.

⁷ Boiardi, P. y Hehenberger, L. (2015). *A Practical Guide to Adding Value through Non-Financial Support*. Bruselas: European Venture Philanthropy Association.

vertientes de la organización (financiera y social) que en la otra. Los inversores tienen diferentes maneras de financiar este tipo de apoyo, a través del *management fee* (que la gestora de fondos cobra de sus propios inversores) o a través de fondos públicos o filantrópicos destinados a la asistencia técnica. En el Reino Unido, muchos inversores de impacto cuentan con el apoyo *pro bono* de consultoras que les ofrecen este tipo de servicios, pero en España estos acuerdos son menos comunes. El apoyo no financiero tiene relevancia económica a medio plazo para los inversores, ya que les beneficia que las empresas sociales consoliden sus modelos de negocio.

El tercer elemento del ecosistema que destacamos es la **medición del impacto social**, la cual es clave, pero todavía está poco desarrollada en España. Hemos visto que son pocas las empresas sociales que disponen de indicadores para medir de forma regular el cambio o el impacto, además de los indicadores de actividad o de proces. También hemos visto que, contrariamente a lo que cabría suponer, no son las empresas sociales sin ánimo de lucro las que hacen más hincapié en la medición. A menudo son las nuevas empresas de impacto las que lideran el sector en este campo, lo cual concuerda con las conclusiones de otros estudios que han demostrado que los financiadores pueden jugar un papel importante a la hora de incentivar esta medición más sofisticada del impacto social.⁸ Aunque es cierto que un enfoque basado exclusivamente en los indicadores de impacto cuantitativos podría ofrecer una imagen incompleta de la labor de muchas organizaciones, una cultura más generalizada de la evaluación y la medición del impacto social contribuirá, sin duda, a que las empresas sociales aprendan a identificar en qué programas y con qué actuaciones cumplen mejor sus objetivos, lo cual ayudará a legitimar y a fortalecer su rol en la sociedad.

⁸ Ní Ógáin, E., Lumley T. y Pritchard, D. (2013). *Making an Impact: Impact measurement among charities and social enterprises in the UK*. New Philanthropy Capital, octubre.

Anexo

- Lista de personas entrevistadas:
- Silverio Agea, director general de la Asociación Española de Fundaciones
 - Cristina Balbas, co-fundadora y CEO de Escuelab
 - Aicha Belassir, directora de FAEDEI (Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción)
 - Oriol Fuertes, co-fundador y CEO de Qida
 - Javier Güemes, director de relaciones internacionales de Fundación ONCE
 - Iñaki Nubla, secretario técnico de Konfekoop, Confederación de Cooperativas de Euskadi
 - Miquel de Paladella, co-fundador y CEO de Jump Math y co-fundador y Consejero Delegado de UpSocial
 - Juan Antonio Pedreño, presidente de CEPES (Confederación Española de la Economía Social) y Carlos Lozano, coordinador del área internacional de CEPES
 - Luciano Poyato, presidente de la Plataforma del Tercer Sector
 - Edu Roselló, fundador y CEO de UnInicio
 - Carmen Solís, gerente de prensa y relaciones institucionales de Triodos Bank



Esade Center for Social Impact

- Esade Entrepreneurship Institute

El Esade Center for Social Impact (ECSI) - perteneciente al Esade Entrepreneurship Institute (EEI) - tiene como objetivo desarrollar la investigación con rigor, alcance y relevancia sobre y para el impacto social. El papel clave del ECSI es generar conocimiento que mejore las estrategias y actividades de las organizaciones en tres áreas: Inversión de impacto, Emprendimiento de impacto y Medición y gestión del impacto.

Esta publicación es una parte integral de nuestra agenda de investigación académica y profesional. A través de nuestros estudios, nuestro objetivo es ofrecer orientación a los profesionales que buscan herramientas y marcos para aumentar su impacto positivo en la sociedad. Seguimos una metodología de investigación rigurosa y desafiamos el status quo tanto en el campo de la práctica como en la política, contribuyendo siempre que sea posible a construir conocimiento también en el ámbito de la investigación académica.

Más información disponible en:
www.esade.edu/impact

Open Value Foundation

Open Value Foundation es una fundación familiar que impulsa y difunde un modelo híbrido entre la filantropía tradicional y la inversión de impacto para mejorar la vida de las personas más vulnerables. Nuestra creencia reside en que las inversiones financieras mueven la economía del mundo y si se les dota de propósito, pueden ser una forma poderosísima de generar un profundo cambio en la economía, que sirva a las personas y al planeta.

Open Value Foundation pertenece a Santa Comba Gestión SL, holding familiar aglutinador de proyectos que fomenta la libertad de la persona desde el conocimiento.

Más información disponible en:
<https://www.openvaluefoundation.org/es/>

esade

RAMON LLULL UNIVERSITY

Entrepreneurship
Institute (EEI) -
Center for
Social Impact

Con el apoyo de:



Do Good. Do Better.