Informe Impacto 2019

Creas Fondo Social S.L.

Creas
Un mundo
con
sentido

Índice

Principales hitos 2019..... 03

Metodología de Medición de Impacto..... 07

Indicadores de Impacto de Creas Desarrolla..... 10

- Emzingo..... 11
- Jump Math..... 14
- Sadako..... 16
- Whatscine..... 18
- Koiki..... 19
- Smileat..... 21
- Creas Desarrolla..... 24

Indicadores de Impacto de Creas 27

Contratos de impacto social 28

Principales hitos de 2019

El 2019 ha sido un año de crecimiento, tanto para Creas como organización, como para las empresas participadas por Creas Desarrolla.

Como pioneros de la inversión de impacto, este 2019 hemos seguido empujando el fortalecimiento y el crecimiento del sector a través del Consejo Nacional Asesor de Inversión de Impacto o NAB por sus siglas en inglés (National Advisory Board). Formado en el 2018, el NAB ha permitido que España se adhiriese, en Junio de 2019, al Global Steering Group de la inversión de impacto (GSG), un grupo que busca promover y unificar la inversión de impacto a nivel global. Creas forma parte del Comité de dirección del NAB junto con Unltd, Open Value, Gawa, Ship2B, María Herrero y Jose Luis Ruiz de Muñain. Este proceso fue acompañado de un informe en el que se indicaban las principales áreas de trabajo para llevar el sector al siguiente nivel de madurez y que se han empujado durante el 2019 con la creación de los siguientes 5 grupos de trabajo:

Se ha creado una Alianza de Aceleradoras para poder apoyar más unánimemente y con más fuerza a los emprendedores sociales en fases tempranas.

Se ha creado un Grupo de Trabajo de Fondos, en el que participa Creas, cuyo trabajo inicial se ha enfocado en movilizar a un mayor número de actores hacia la inversión de impacto, realizando conferencias acerca de blended finance, grandes gestores, el papel de la banca privada, etc.

El Grupo de trabajo de Fundaciones busca mejorar el marco legislativo de la mano Cuatrecasas, la promoción de políticas públicas de la mano de la Asociación Española de Fundaciones y el conocimiento de la inversión de impacto entre fundaciones sociales y corporativas.

El Grupo de Trabajo de los Contratos de Impacto Social (CIS), liderado por Creas, busca promover el lanzamiento de estas estructuras con financiadores privados y públicos, empujando su conocimiento de la mano de Red2Red y Cuatrecasas e identificando potenciales proyectos con proveedores de servicios sociales.

El Grupo de Trabajo de Conocimiento está promoviendo investigaciones académicas con ESADE con el fin de actualizar la cifra de activos bajo gestión de impacto en España (estudio en el que colabora ASCRI) y estudiar distintas metodologías de segmentos de inversión de impacto. En paralelo se está creando también un Grupo de Trabajo con Corporaciones en el que, de la mano de SERES, se busca promover el sector entre las grandes empresas españolas.

Creas ha seguido trabajando en el fortalecimiento del sector a nivel europeo a través del European Venture Philanthropy Association (EVPA) donde hemos participado en la iniciativa Impact Funds Initiative (IFI) que busca estrechar los lazos entre los fondos europeos mejorando la transferencia de conocimiento, la coinversión entre fondos y el crecimiento de las empresas sociales a nivel europeo.

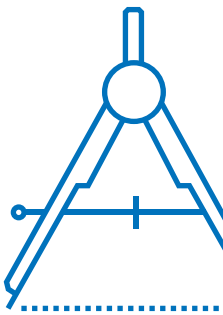
FONDO CREAS DESARROLLA

En cuanto al fondo Creas Desarrolla, el 2019 ha sido un año de crecimiento para las participadas de Creas, en las que destaca sobre todo el crecimiento en términos de impacto de Sadako, que ha crecido un 290% con respecto al 2018, en Koiki que incrementaba el más de un 50% el número de Koikis y en Smileat que crecía significativamente en su penetración en familias y municipios.

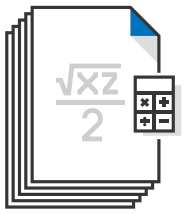
En el 2019, Creas además ha salido de Sadako y Koiki, manteniendo así su participación en 4 de las 8 empresas que componían el portafolio inicial (incluyendo las desinversiones de Bluemove y UpSocial en 2016).

Creas desinvirtió de Sadako en junio de 2019, fecha en la que finalizaba el plazo de su nota convertible y tras 3 años de relación. En este momento se decidió que la empresa ya había alcanzado los objetivos de impacto y crecimiento que nos habíamos propuesto desde el fondo y que por lo tanto era el momento de dejar paso a que siguieran el crecimiento con otros socios. En este periodo Sadako a incorporado su tecnología en 51 robots, generando así, según cáluclos de mercado, un ahorro de 7.754 toneladas de materia prima y 90.270 Kwh de energía en las plantas de tratamiento de residuos así como reduciendo en 14.044 toneladas las emisiones de Co2 y en 14.940 las toneladas de material enviado a vertederos.

En noviembre 2019, Creas vendió su participación en Koiki a la Fundación Repsol, quién ha lanzado un fondo de impacto de 50M€ y que eligió a Koiki como su primera inversión. Confiamos en que la capilaridad regional y las sinergias con la Fundación Repsol van a permitir a Koiki multiplicar su impacto a una velocidad mucho mayor. Desde la inversión de Creas en 2016, Koiki ha creado empleo para 125 personas con dificultades para el empleo, ha formado a 460 personas en exclusión y ha permitido ahorrar 24.700 toneladas de emisiones de Co2 en las ciudades.



Por último, este 2019 hemos seguido aprendiendo en cuando a medición, gestión y maximización de impacto. Hemos adoptado las directrices del Impact Management Project (IMP) e incorporado las 5 dimensiones del impacto que ellos recomiendan: qué, quién, cuanto, la contribución relativa y el riesgo. En este 2019, hemos comenzado también la certificación de Creas como entidad B Corp, un proceso que nos permitirá mejorar en nuestros procesos y actuaciones y que además nos ha permitido conocer de cerca la herramienta para apoyar a todas las empresas de nuestro portafolio a mejorar en su gestión en las áreas de impacto medioambiental, laboral y gobierno corporativo (ASG) a través de su certificación B Corp.

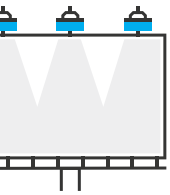


JUMP MATH

Ha formado a 830 docentes nuevos y ha incrementado el número de alumnos de su programa en 2.000.

SADAKO

La tecnologiá Sadako está ya en 51 robots (casi triplicando los del 2018), reduciendo en 10.500 las toneladas las emisiones de CO2 emitidas y en 11.200 las toneladas de basura enviadas a vertederos solo en este 2019

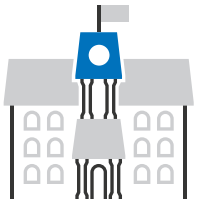


WHATSCINE

Ha dado acceso 33.700 usuarios su contenido de cine adaptado.

KOIKI

Cuenta ya con 125 Koikis activos y ha evitado casi 15.00 toneladas de emisiones de Co2.



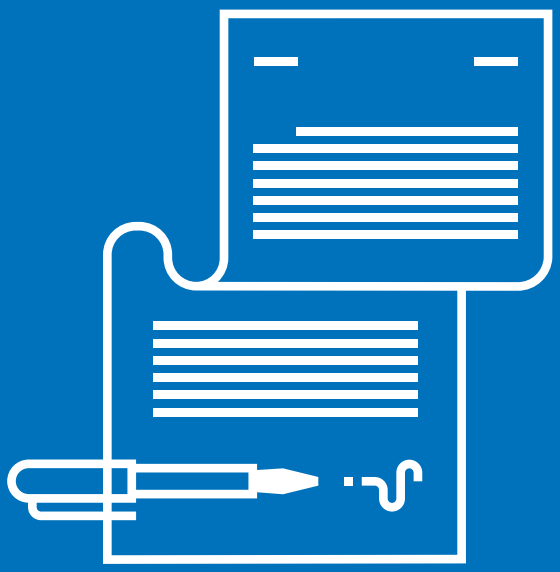
EMZINGO

Ha conseguido que 2 nuevas universidades incorporen la clase de innovación social y ha mejorado en 2 puntos el porcentaje de alumnos que transforma su carrera.

SMILEAT

Ha llegado a 21.600 familias y está presente en má s del 36% de los municipios españ oles (3 veces más que el año anterior).

Metodología de medición de impacto



En línea con la metodología de medición de impacto establecida por EVPA y otros organismos, la medición de impacto de Creas comienza con un análisis de la Teoría de Cambio de cada una de las empresas participadas que consiste en un análisis e los siguientes puntos:

- ***Problema/s social/es o medioambiental/es*** que se buscan solucionar, entendiendo la relevancia e importancia de incidir en este problema en particular y no otro

- ***Solución*** propuesta para resolver, mejorar o paliar este problema.

Esta reflexión nos permite entonces establecer de manera lógica los:

- ***Stakeholders*** o grupos de interés implicados o influidos por este problema

- ***Indicadores*** que estén claramente correlacionados con el problema y la solución propuestas

Dado que nuestra intención es reflejar el cambio generado, la mayoría de los indicadores corresponden a lo que, siguiendo la terminología de EVPA, definimos como outcomes:

- ***Outputs*** productos y servicios tangibles que resultan de la actividad de la entidad.

- ***Outcomes*** cambios, beneficios, aprendizajes y otros efectos (en el corto y largo plazo) que resultan de la actividad de la entidad.

- ***Impacto atribuible**** toma en cuenta cuánto del cambio observado es resultado de la actividad de la entidad y cuánto es resultado de acciones realizadas simultáneamente por otros.

  ** este análisis no se ha llevado a cabo.*

Los indicadores se ordenan en función de los grupos de interés, poniendo en primer lugar el indicador para el grupo con mayor alcance y a continuación los de menor alcance. Como la medición del impacto es en sí misma un proceso de aprendizaje, los indicadores recogidos en este informe pueden verse modificados en el futuro. Si bien constituyen la base para hacer un seguimiento de resultados, los iremos afinando a medida que los proyectos evolucionen.

Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

Con el objetivo de alinear la medición de impacto de Creas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, cada una de las empresas se enmarca dentro del ODS que busca solucionar. En el cuadro mostrado, vemos un análisis de la situación actual de los ODS en España, lo que nos ayuda a identificar aquellos sobre los que hace falta incidir en mayor medida. Con este enfoque, hemos podido constatar que las empresas de Creas Desarrolla están trabajando sobre muchos de los ODS más prioritarios (aquellos en naranja y rojo) siendo estos los ODS 4, 8, 10, 11, 12, 15 y 17.

Estado de los ODS en España. Fuente: Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G. (2018): SDG Index and Dashboards Report 2018

Creas Desarrolla mediciones 2019

Emzingo

Emzingo es una compañía que proporciona programas de formación en liderazgo responsable y desarrollo personal, que se llevan a cabo actualmente en Perú, Sudáfrica Brasil, España y EE. UU., e incluyen experiencias reales de trabajo con emprendedores sociales y organizaciones sociales.

TEORÍA DEL CAMBIO

Problema

La orientación de las universidades y escuelas de negocio fomentan un foco por el retorno económico y dejan de lado al ámbito social.

Solución

Emzingo promueve programas en liderazgo y emprendimiento social que cambien la orientación profesional de los alumnos.

Influir en la sociedad través de cambiar la mentalidad de las personas y su capacidad de influir en su ecosistema.

MEDICIÓN DE IMPACTO 2019

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2015	2016	2017	2018	2019	2020 OBJETIVO
Universidades	Fomento de la innovación social en la educación	Univ. incorporan la asignatura de innovación social	1	3	4	5	7	***7***
		Univ. subvencionan parte del programa Emzingo	2	11	13	15	15	***20***
Usuarios	Desarrollo personal	% estudiantes que reorientan su carrera profesional	8%	0%	5%	5%	7%	*10%*
Entidades Sociales	Mejora del funcionamiento operativo de la ONG	% que señala haber mejorado su funcionamiento	100%	100%	100%	100%	100%	*100%*
		% que afirma haber cumplido su misión o proyecto	100%	100%	100%	100%	100%	*100%*
		Organizaciones Sociales apoyadas con proyectos	8	10	12	16	18	*22*
		Proyectos realizados con organizaciones sociales	12	15	17	25	32	*40*

GESTIÓN DE IMPACTO

- En el análisis de este año se añaden dos indicadores que ayudan a captar mejor el impacto de la organización en términos de escala: el numero de organizaciones sociales con las que colaboran y el número de proyectos que sus participantes realizan con ellos.

- En el 2019 la empresa ha abierto relación con dos nuevas universidades que incoporarán la asignatura de innovación social: Bentley University y Cornell University, ambas en Estados Unidos.

- El porcentaje de estudiantes que reorientan su carrera ha incrementado en 2 puntos lo cual habla sobre el creciente interés sobre cambiar hacia una carrera movida por el propósito.

- En línea con el objetivo que se marcó el año pasado de llevar el liderazgo social a otros ámbitos de la sociedad más allá de los estudiantes, Emzingo ha llevado a cabo, a lo largo de 2019 varios proyectos con el gobierno de Inglaterra para formar a funcionarios públicos así como con el Aspen Institute que también forma a trabajadores de gobiernos.

- En el 2020, el covid ha hecho crecer el interés en los programas de innovación social porque aunque las escuelas de negocio están sufriendo, también tienen la necesidad de reinventarse para captar nuevos alumnos y nuevo talento de profesores. Por esta razón, su estimación es que en el 2020 no abrirán ninguna universidad nueva pero si serán capaces de ampliar la penetración en aquellas universidades donde ya están, creando nuevos programas universitarios o nuevas asignaturas y mayor subvención de sus programas.

GESTIÓN DE IMPACTO

- Además, en este 2020, la empresa está creando nuevos contenidos sobre el mundo post covid con el objetivo de que esto provoque un mayor cambio en los alumnos.

- En el futuro quieren incrementar el apoyo a los alumnos para poder cambiar du carrera y fortalecer las redes dentro de la comunidad de alumni para que ellos también ayuden a otros a cambiar de carrera. La empresa quiere además trabajar con escuelas de otros ámbitos como son las escuelas de ingeniería, de derecho o de relaciones internacionales.

- En paralelo, la empresa también está buscando medir indicadores de impacto o de “Outcomes”, pudiendo estimar como el programa ayuda a los alumnos a manejarse en entornos inciertos. Uno de los alumnos de Emzingo está realizando un estudio longitudinal sobre si programas como el de emzingo modifican o inciden sobre este tipo de habilidades blandas.

emzingo
Preparing leaders. Empowering communities.

Jump Math

Jump Math es un programa de enseñanza que transforma la manera de aprender matemáticas en el ámbito escolar y actualmente cubre los seis cursos de primaria y el ciclo inicial de la ESO.

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

TEORÍA DEL CAMBIO

Problema

El abandono escolar en España está en un 18%, un 80% más que la media europea. El fracaso en matemáticas muchas veces constituye un detonante de este abandono.

Solución

El método de jump math busca mejorar los resultados de matemáticas y reducir la tase de suspensos a 0 máximizando rendimiento de docentes y estudiantes

MEDICIÓN DE IMPACTO 2019

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2015	2016	2017	2018	2019	2020 OBJETIVO
Usuarios, familiares, docentes y sociedad	Mejora de los resultados en las clases y autoconfianza de estudiantes en matemáticas	Puntos de mejora en la nota media de la asignatura de Matemáticas	+2,1	+2,1[1]	+2,1[1]	+2,1[1]	+2,1[1]	*2*
		% de docentes que perciben un impacto positivo en el rendimiento	94%	94%	83%	84%	73%	*85%*
		% familiar que perciben que sus hijos/as son más capaces (bastante muy de acuerdo con la afirmación)	67%	67%[1]	67%[1]	67%[1]	67%[1]	*80%*
		Centros educativos participantes	85	85	119	215	203[2]	*300*
		Centros educativos públicos participantes	n.d.	n.d.	68	145	149	*190*
		Docentes formados	225	750	1.400	2.156	2.985	*3.000*
		Alumnos de primaria y secundaria participantes	4.000	11.000	25.000	35.000	37.000[3]	*56.000*
		Comunidades autónomas participantes	5	6	6	8	12	9

1. Resultados extrapolados del estudio anterior, ya que no se cuenta con información precisa más reciente. Aún con todo, los datos recogidos en distintas encuestas confirman esta tendencia.

2. 140 Centros en España, 60 en Chile, 2 en Colombia y 1 en Ecuador.

3. 32.000 en España y 5.000 en Chile, Colombia y Ecuador.

GESTIÓN DE IMPACTO

- En el 2019, ha disminuido la percepción de los docentes en cuanto al impacto positivo del programa. Esto se debe a que han variado el objetivo, el formato y el alcance de la muestra, aumentando significativamente la muestra de docentes y pasando a medir todas las clases que implementan el programa (y no solo aquellas que lo hace por primera vez). La encuesta por tanto se ha enfocado en medir si se ha detectado un impacto positivo en el rendimiento del alumno y en recabar información sobre las mejoras que los usuarios necesitaban con el objetivo de implementar los cambios necesarios.

- Esto les ha llevado a la conclusión de la necesidad de mejorar el programa. A lo largo de 2019, el equipo de JumpMath España ha realizado un intenso proceso de rediseño de los materiales del programa creados por la matriz en Canadá. El equipo español ha reunido el feedback de expertos y de docentes de escuelas usuarias de JUMP Math para mejorar los recursos para docentes y alumnos y mejorar la adaptación curricular a la realidad española. El objetivo es que con esta adaptación el método pueda generar mayor impacto en las escuelas de habla hispana.

- Este último año se ha creado también una nueva edición en Euskera del primer curso de educación primaria. Asimismo, se ha creado otra nueva edición del programa para Chile con adaptación al curriculo nacional y con el lenguaje adaptado a la realidad lingüística local.

- Por último, JumpMath ha producido un curso junto con la Fundación Profuturo para hacer accesibles de forma abierta algunos conceptos clave de JUMP Math y que cualquier docente pueda integrarlos en sus clases.

JUMP Math

Sadako

Compañía de inteligencia artificial cuyo objetivo es conseguir la implantación de robots en las plantas de tratamiento y reciclaje de residuos. Su tecnología permite optimizar la cantidad de producto valorizable. Además, busca mejorar el funcionamiento de las plantas identificando de forma más ágil y eficiente el producto que circula por ellas, evitando interrupciones y facilitando la separación en diferentes puntos.

TEORÍA DEL CAMBIO

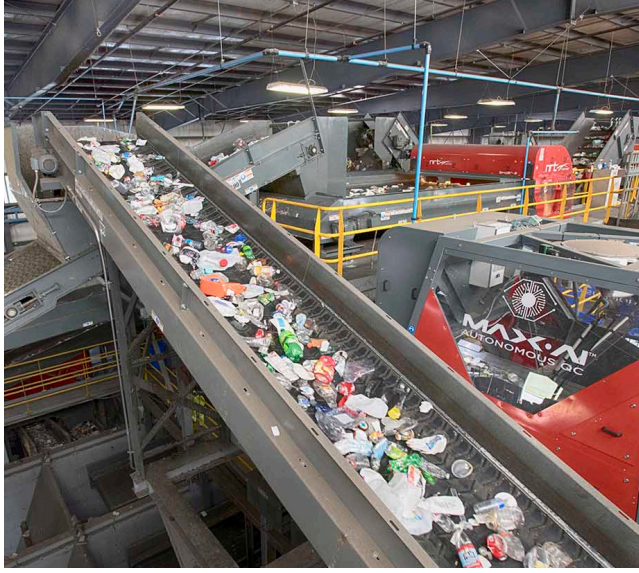
Problema — La diversidad de materiales impide un funcionamiento eficiente de las plantas de reciclaje y una baja tasa de recuperación del residuo.

Solución — *Introducir Inteligencia Artificial en los robots de reciclaje para incrementar sustancialmente las tasas de recuperación.*

MEDICIÓN DE IMPACTO 2019

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2015	2016	2017	2018	2019	2020 OBJETIVO
Plantas de tratamientos de residuos	Menor consumo de recursos.	Ahorro de Materia Primas (Tn)	284	302	146	1.432	5.590	*7.754*
	Menor consumo de energia.	Ahorro de energía (Kwh)	3.285	3.493	1.683	16.684	65.125	*90.270*
	Mayor consumo de tecnología	Robots con tecnologia Sadako	n.d.	n.d.	3	18	51	*51*
Medio Ambiente	Menor emisión de CO2.	Reducción de CO2 (en Tn) *	0	569	274	2.692	10.509	*14.044*
	Menor contaminación por basura	Volumen (Tn) de material no enviado a vertederos *	0	605	291	2.864	11.180	*14.940*

**Gracias al material recuperado*



GESTIÓN DE IMPACTO

- A pesar de la falta de datos concretos de las plantas de reciclaje, el incremento en la adopción de los robots apunta a que es indudable que las plantas van apreciando las ventajas de la Inteligencia Artificial. La empresa cuenta ya con clientes que repiten pedidos y los grandes operadores de residuos del mundo están apostando claramente por la Inteligencia Artificial como vía de automatización y de hacer que las plantas funcionen de forma inteligente, como lo hacen las industrias de manufactura.

- La crisis del COVID ha puesto de manifiesto la necesidad de que las plantas puedan funcionar sin personal en contacto directo con la basura, para minimizar riesgos sanitarios y al mismo tiempo no dejar de procesar y reciclar los residuos, que es una actividad considerada esencial.

IMPACTO DEL APOYO NO-FINANCIERO DE CREAS

- En junio de 2019 y tras 5 años de relación, Creas recuperó el préstamo convertible que mantenía con la compañía dando paso a una nueva etapa de crecimiento para la empresa con nuevos socios. Esta salida nos ha llevado a reflexionar con los fundadores sobre el impacto de nuestra inversión y el equipo nos comenta lo siguiente:

- “Más allá de lo que la inversión de Creas significó financieramente (que es mucho ya que sin ese dinero seguro que no hubiéramos llegado donde estamos), la presencia a nivel de Consejo ha sido siempre una ayuda y un contrapeso para inversores de carácter más financiero / industrial. Al final, el hecho de tener un inversor con foco en el impacto social nos ha empujado al equipo fundador a mantener la reflexión sobre el impacto más viva y más presente. A través también de encuentros más informales que los de Consejo hemos contado con el soporte “moral” y un punto de vista y unas recomendaciones siempre diferentes y valiosas, que hemos apreciado mucho.”

SADAKO TECHNOLOGIES

Whatscine

La tecnología desarrollada por Whatscine pone a disposición de las personas con discapacidad visual y auditiva, contenidos audiovisuales en cine y televisión. Se trata no solo de subtitular películas o series y traducirlas a lenguas de signos, sino de incorporar la accesibilidad de forma habitual y generalizada.

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

TEORÍA DEL CAMBIO

Problema — Las personas con discapacidad audiovisual no tienen acceso adaptado a la oferta cultural de cine y televisión.

Solución — *No tienen acceso adaptado a la oferta cultural de cine y televisión Reducir esa brecha mediante tres sistemas de accesibilidad: Audiodescripción, Subtitulado adaptado y Lengua de Signos Española.*

MEDICIÓN DE IMPACTO 2019

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2016	2017	2018	2019	2020 OBJETIVO
Personas con discapacidad visual y/o auditiva	Aumento de la inclusión gracias al hecho de acceder a contenidos televisados.	Nuevos usuarios* que han tenido acceso a contenidos de tv	20.000	22.600	0	0	*0*
		Tipo de discapacidad: Visual / Auditiva	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	*n.d.*
	Aumento de la inclusión gracias al hecho de acceder a contenidos en salas de cine	Nuevos usuarios** que han tenido acceso a contenidos de cine	17.600	21.500	26.400	33.709	**15.000*
		Tipo de discapacidad: Visual / Auditiva	49-51%	47-53%	52-48%	54-46%	*54-46%*
Colaboradores: personas con discapacidad	Crecimiento del empleo en otras empresas gracias a Whatscine	No de nuevos trabajadores (FTE)	40	n.d.	n.d.	n.d.	*n.d.*

** Incluye los usuarios que utilizan la aplicación de contenidos de TV obtenida de Google Analytics. Dato sujeto al avance del coronavirus.*

*** Incluye los usuarios que utilizan la aplicación de contenidos de cin obtenida de los servidores instalados en cada complejo de cine.*

Koiki

Una solución innovadora al actual modelo de reparto de paquetes haciendo más eficiente la logística de mensajería de "ultima milla". A través de una red de centros sociales, presta un servicio domiciliario de proximidad para entrega y recogida. Su modelo genera ingresos para las entidades sociales; emplea a colectivos vulnerables reduciendo el desempleo en este sector; y contribuye a disminuir el impacto medioambiental al reducir la contaminación, el ruido y el trafico asociado a este servicio.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

TEORÍA DEL CAMBIO

Problema

La tasa de paro para las personas con discapacidad intelectual es del 38%, un 20% más de la tasa general. En España 18 ciudades superan los niveles de contaminación atmosférica legales, una de las principales causas es el transporte de mercancías.

Solución

Koiki genera una oportunidad laboral apta para estas personas que incluso pueda potenciar sus altas capacidades (como la memoria, la concentración o el perfeccionismo). El transporte de última milla en bicicleta o a pie liberará gran parte de la contaminación causada por el transporte de mercancía en vehículos motorizados.

MEDICIÓN DE IMPACTO 2019

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2016	2017	2018	2019
Personas desfavorecidas o en riesgo de exclusión	Aumento de la inserción laboral	N# de trabajadores nuevos (FTEs Koikis)	1,3	11.76	28,25	44
	Mejora de la empleabilidad y del autoestima	N# de personas formadas	138	352	419	460
		N# Koikis activos	39	74	112	125
Medio Ambiente	Menor emisión de CO2	Reducción de Toneladas (Tn) de CO2	5,5	15,3	97,18	123,78
Entidades Sociales	Crecimiento de la economia social y colaborativa	Ingresos MEDIO MENSUAL percibido por las entidades asociadas (€)	372,5	413	645	850

La reducción de toneladas de CO es estimada en 0,43 (Kg) por cada reparto a pie o en bici.

GESTIÓN DE IMPACTO

- En este 2019 Koiki ya ha sido capaz de ofrecer empleo a 125 personas con discapacidad, lo que se trasladaría en 44 puestos a tiempo completo. Koiki además ha conseguido incrementar el ingreso medio que perciben las entidades sociales a 850€ (y que a su vez usan para pagar proporcionalmente a los koikis).

- El incremento de su actividad de reparto de ultima milla a pie o en transporte público, permite sustituirlo por reparto en vehículos de motor lo que genera una reducción de casi 15.000 toneladas de CO2.

IMPACTO DEL APOYO NO-FINANCIERO DE CREAS

- En noviembre de 2019, Creas vendió su participación en la empresa al nuevo fondo de impacto de la Fundación Repsol. Esta salida nos ha llevado a reflexionar con los fundadores sobre el impacto de nuestra inversión y su fundador, Aitor Ojanguren menciona lo siguiente con respecto a la relación con Creas:

- “Creas co-lideró desde el inicio la entrada de capital de impacto social en Koiki. Se incorporó al Consejo de Administracion donde aportó durante tres años su visión del mundo empresarial de las start-up así como sus conocimientos de la inversión de impacto. Durante este tiempo facilitó la visibilidad de nuestra compañía generando valiosas oportunidades empresariales que nos beneficiaron en nuestro desarrollo. Desde Koiki les quedamos muy agradecidos por su acompañamiento durante este estos tres años juntos”.

koiki
cuando tú quieras

Smileat

Una marca de alimentación infantil que solo usa productos 100% ecológicos y produce de manera artesanal recetas saludables (sin azucares, ni sales añadidas). La materia prima se compra localmente a pequeños productores minimizando la cadena de transporte. Gracias a su proceso de producción crea un impacto directo en el fomento del consumo ecológico y saludable, la mejora medioambiental y la calidad de la comida.

TEORÍA DEL CAMBIO

Problema

El efecto de los pesticidas, químicos y antibióticos en los alimentos está demostrando tener un claro impacto en la salud, en particular en la de los niños. Además la mayoría de productos infantiles contienen productos no saludables como sal o azúcar.
El acceso a la alimentación ecológica en España es limitado siendo las principales barreras de entrada la cercanía y el precio.
La huella medioambiental del sector agroalimentario es enorme debido a las prácticas de cultivo y al transporte de materia prima y alimentos.

Solución

Crear una marca de alimentación con productos 100% ecológicos y recetas saludables que no contengan sales ni azucares añadidos.
Asegurar que esta marca es accesible al mayor número de personas y mantiene un posicionamiento precio accesible.
Comprar la materia prima mayoritariamente a agricultores de cercanía y reducir el transporte al máximo.

MEDICIÓN DE IMPACTO 2019

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2017	2018	2019	2020 OBJETIVO
Consumidores de alimentación infantil	Incrementar el consumo de alimentación ecológica infantil en Espanã . Conversión a nuevos consumidores	N# nuevos consumidores a Smileat	10.639	17.602	21.657	25.301
		% de los cuáles no consumían ecológico antes.	14	20	22	25
	Promover que la alimentación ecológica sea accesible.	% de penetración nacional en número de municipios > 70%	7,3%	12,1%	36,2%	45%
Medioambiente	Reducir el impacto medioambiental en la cadena de valor de los productos	% agricultores de cercanía vs total proveedores de materia prima* > 70%	23,53%	17.6%	87,5%	90%

** Agricultores de Navarra.*

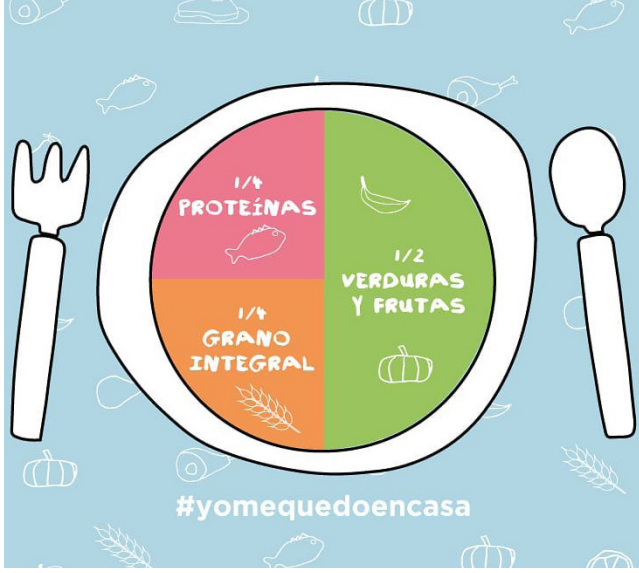
GESTIÓN DE IMPACTO

- Resulta difícil calcular la penetración exacta de Smileat en cuanto a número exacto de municipalidades ya que a través de las grandes superficies llegan a muchos puntos del país de los cuales no tienen datos. El cálculo de municipios se hace por tanto en base a una estimación por facturación y penetración promedio aunque su estimación es que la penetración será mayor. A pesar de esto, hay un claro avance en la penetración de los productos de Smileat en el mercado, que se ha triplicado con respecto al 2018 y que seguirá creciendo con rapidez.

- La empresa ha abierto nuevos canales de distribución que les permiten llevar la alimentación ecológica a más personas como son las farmacias y las tiendas de conveniencia (gasolineras, tierras de barrio, etc).

- En 2019 la empresa lanzó varios nuevos productos, entre ellos potitos de melocotón y frambuesa, una edición exclusiva para su web de Yogurt con Arándanos y nuevas papillas una con gluten y otra sin gluten que son las que menos azúcar tienen del mercado.

- Dado el crecimiento de la empresa y su diversificación de productos y geográfica, se ha decidido cambiar el criterio de proximidad de proveedores de Navarra a España. De cara al futuro, se medirá el porcentaje de proveedores Españoles versus los extranjeros (de ahí el fuerte crecimiento de la cifra para este año).



GESTIÓN DE IMPACTO

- En este último año, Smileat lanzó la campaña La Candidata, un documental sobre la maternidad en el mundo laboral. Con este proyecto, Smileat busca ayudar a construir un mundo en el que maternidad y paternidad sean sinónimo de fuerza y tesón en las empresas y en el que nadie tenga que elegir entre formar una familia y su desarrollo profesional. Con la campaña, la empresa consiguió una gran repercusión mediática con 56 apariciones en medios, 30.000 visitas a la web en una semana, un mailing a 10.000 personas y 25.000 impresiones en productos.

- Todas estas acciones llevaron a que Smileat duplicase su notoriedad de marca sugerida: pasaron de un 21% en 2018, a un 41% en 2019.

SMILEAT
- Eat & Smile -

Creas Desarrolla

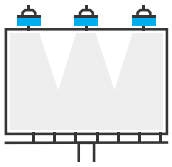
Adicionalmente a los indicadores de impacto individuales de cada una de las empresas, existen dos indicadores transversales a todos los proyectos y que ilustran el impacto de Creas Desarrolla como fondo.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Koiki

	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	0	n.a
2016	2,64	n.a
2017	4,72	n.a
2018	12	n.a
2019	16	n.a



Whatscine

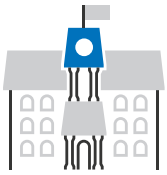
	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	5	n.a
2016	1	95%
2017	0	95%
2018	0	95%
2019	2	95%

Sadako

	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	0	0
2016	7	0
2017	9	0
2018	11	0
2019	19	n.a

Jump Math

	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	1	95%
2016	4	97%
2017	6	93%
2018	9	60%
2019	11	40%



Emzingo

	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	2	50%
2016	0	50%
2017	0	50%
2018	3	55%
2019	3	60%

Smileat

	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	-	-
2016	-	-
2017	9	8%
2018	14	12%
2019	16	12%

Total

	Empleados contratados	% contratos como proveedores
2015	8	73%
2016	15	81%
2017	20	79%
2018	35	70%
2019	39	75%

Por último, a continuación, describimos la propia Teoría de Cambio de Creas como organización, en el conjunto de actividades que desarrolla y los Indicadores de Impacto que nos ayudan a evaluar si estamos consiguiendo el cambio que nos proponemos.

TEORÍA DEL CAMBIO

Problema

Las empresas sociales no cuentan con fuentes de financiación alineadas con sus objetivos de impacto y capaces de acompañarlas en su crecimiento.

Muchas empresas sociales no miden su impacto o no lo hacen de manera estructurada y hacerlo les ayudaría a mejorar su estrategia y generar más impacto.

Los inversores en España solo tienen en cuenta la rentabilidad y el riesgo en la toma de sus decisiones y no incorporan una visión de impacto a la hora de invertir.

Solución

Canalizar el máximo capital posible hacia empresas con impacto social.

Apoyar a las empresas en la definición de su teoría de cambio y sus métricas de impacto.

Promover el conocimiento del sector en la sociedad, con un foco particular entre los círculos de inversores.

GRUPO DE INTERÉS	IMPACTO SOCIAL	INDICADOR	2015	2016	2017	2018	2019*
Sociedad	Promover la inversión de impacto	Volumen de capital de impacto invertido (K€)	30	500	0	230	1.000
		Volumen de capital de impacto invertido a través de coinversores de Creas o terceros, (K€)	275	140	0	320	275
		Emprendimientos que han sido apoyados para acceder a la financiación	2	4	0	1	1
	Resolver retos sociales	Nuevos retos sociales que se están resolviendo a través de los proyectos participados por Creas	6	8	0	2	2
	Crear indicadores de seguimiento del impacto	Indicadores sociales o medioambientales medidos cada año	62	73	73	77	81
Sociedad	Fomento del conocimiento y del ecosistema de la inversión de impacto	Charlas y conferencias sobre el sector	14	23	18	25	20
		Personas que han participado en acciones de difusión y sensibilización	1.000	1.540	600	1.500	1.840
		Publicaciones, editoriales, articulos o entrevistas	6	5	3	53	6
Colaboradores	Fomento del trabajo en red y del ecosistema de la inversión de impacto	Horas de probono y horas voluntarias realizadas por profesionales.	319	414	476	N/A	28
		Emprendedores sociales que han participado en acciones de asesoramiento y formación	30	35	15	8	15
	Crecimiento del empleo	Número de nuevos trabajadores (FTE)	0,4	0,8	0	2	1
	Gobierno social	Personas que intervienen en las decisiones estratégicas de Creas	37	43	48	50	40
Proveedores	Crecimiento de la economía social	% contrataciones en proveedores de org. sociales	82%	43%	48%	52%	52%
	Crecimiento de economía local	% contrataciones localidades del entorno	n.a	n.a	n.a	n.a	100%

** Los datos de inversión de 2019 son desde el vehículo Creas Impacto.*

Youth Business Spain es una fundación de ámbito nacional perteneciente a la red Youth Business International. Contribuye a difundir, promover, apoyar y consolidar el emprendimiento y el autoempleo con especial atención hacia aquellos jóvenes con mayores dificultades. En España, YBS presta sus servicios de apoyo a los emprendedores a través de una red de entidades sin ánimo de lucro e independientes: Fundación Tomillo, Gaztenpresa, Autoocupació, Fundación Secretariado Gitano, Fundación Ronsel, Fundación Maimona, Asociación Arrabal, Asociación Aprofem, Creas y Treball Solidari. CREAS es el socio local en Aragón, y el programa está liderado por Ana Hernández Serena, la coordinadora local y Training Manager de la red de YBS y Ana Ambros, la Mentoring Manager en Aragón.

INDICADOR	2016	2017	2018	2019
N# de jóvenes que han participado en acciones de asesoramiento y/o formación	711	626	528	293
N# de proyectos de autoempleo o negocios que han participado en acciones de asesoramiento y/o formación	246	93	49	89
N# de proyectos de autoempleo o negocios que han conseguido financiación	7	2	711	0
N# de nuevos jóvenes asignados a un mentor	40	49	40	9
N# de nuevas relaciones de mentoring	30	30	23	7
N# de nuevos negocios creados	15	25	63	64
N# de puestos de trabajo creados	66	51	98	101

Youth Business Spain

Contratos de impacto social

Con la ambición de seguir fomentando el impacto social y la innovación en las finanzas, Creas ha seguido empujando en este 2019 el desarrollo de los Contratos de Impacto Social (CIS), también conocidos como Bonos de Impacto Social, con las administraciones públicas españolas. Creas ha creado una alianza para tal efecto con las organizaciones nacionales UpSocial y Inuit y la organización inglesa Social Finance (promotores de estos contratos a nivel global).

En el 2019 el equipo de Creas, mantuvo varias reuniones con las administraciones de Andalucía, Castilla y León, Navarra y País Vasco para familiarizarles con este innovador concepto y promover proyectos centrados principalmente en los ámbitos de desempleo, formación e infancia tutelada. Fruto de estos esfuerzos, se han realizado estudios de viabilidad para Contratos de Impacto Social en Castilla y León País Vasco para desempleo y Navarra para Infancia Tutelada. Esperamos que en el 2020 estos estudios dan frutos y se consiga aprobar el primer CIS en España.

Creas
Un mundo con sentido

UpSocial
Innovation and Scaling

inuit
inuitfundacion.org

SOCIAL FINANCE

CONTACTO
Lara Viada
+ 34 669 87 23 04
lara.viada@creas.org.es

Luis Berruete
+ 34 619 78 00 49
luis.berruete@creas.org.es

MADRID
C/ Velázquez 31, planta 2º
28001 Madrid

ZARAGOZA
C/ Joaquín Costa 8, 4º izq.
50001 Zaragoza

Creas
Un mundo
con
sentido