



EUROPEAN SOCIAL ECONOMY REGIONS 2019

foro de emprendimiento social



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



Ecosistema transfronterizo
para el fomento del emprendimiento
y economía social con impacto
en la Región Euroace



AUARA

agua para
cambiar el mundo

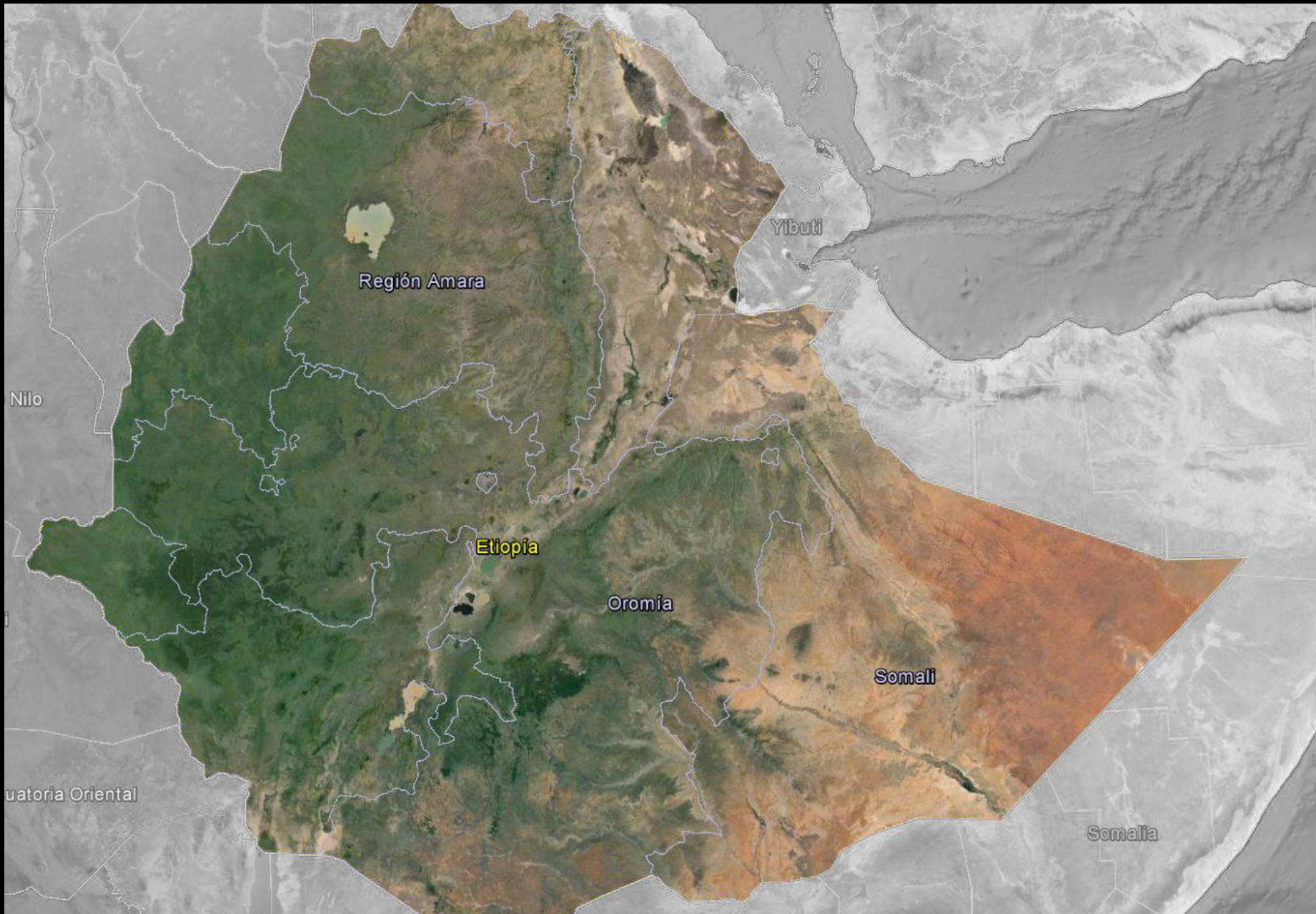
(en amhárico, idioma etíope)

*"Tormenta de arena que se produce en
desiertos como el de Afar, el lugar más
cálido y seco del planeta"*



ΕΤΙΟΠΙΑ







Región Amara

Yibuti

Nilo

Etiopía

Oromía

Somali

• GODE

Guatemala Oriental

Somalia























**ABDU EMPLEA 6
HORAS CADA
DÍA PARA
CONSEGUIR
AGUA**







= 25 KG









**TODO PARA
CONSEGUIR
AGUA**



UN PROBLEMA GLOBAL

CHINA

108 MILLONES





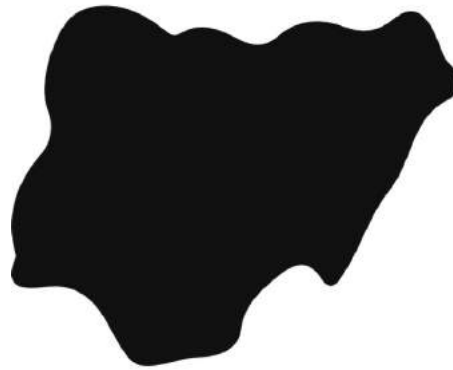
INDIA
99 MILLONES





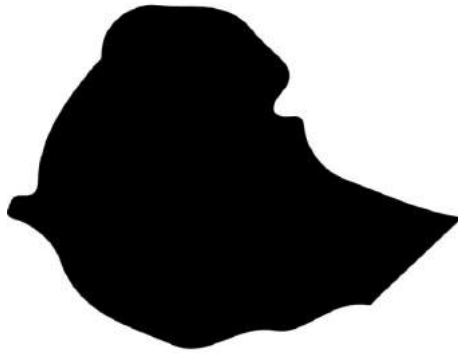
NIGERIA

63 MILLONES



ETIOPÍA

43 MILLONES



A photograph showing a woman in a blue dress and a young child in a green shirt standing in a muddy, shallow water source. The woman is on the left, looking away from the camera. The child is on the right, looking directly at the camera while holding a dark, shallow bowl. The water is murky and brown, and the surrounding ground is muddy with some sparse grass. The text is overlaid in the center of the image.

700 MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO
NO TIENEN ACCESO A AGUA POTABLE

QUEREMOS CAMBIAR EL MUNDO

Creemos que juntos podemos acabar con la mayor de las pobreza, la falta de agua potable en el mundo.

700 MILLONES

de personas no tienen acceso a agua potable.
1 de cada 10 personas.

500 MILLONES

de niños y mujeres dedican al año

40.000 MILLONES

de horas en ir a por agua



¿Por qué agua?

SOMOS UNA EMPRESA SOCIAL

AUARA es una empresa social.

Dedicamos el **100% de nuestros dividendos** a desarrollar proyectos de acceso a agua potable para quienes más lo necesitan, vendiendo productos únicos por su diseño y su sostenibilidad.

Como empresa social, AUARA toma lo mejor de las empresas y su forma de operar, y lo mejor de las ONG que existen por un fin social.



Primera Empresa en España certificada por **Social Enterprise Mark**. Organismo regulador de Empresas Sociales.

¿Cómo empezó todo?



100% PROYECTOS BASADOS EN AGUA

No hacemos donaciones genéricas a ONG
Nos comprometemos con proyectos concretos
Co-financiamos, Co-gestionamos, nos implicamos.

Conoce cómo seleccionamos a
nuestros socios y ONG.





100% PROYECTOS BASADOS EN AGUA

- Acceso a agua: pozos y tanques de almacenamiento de agua de lluvia
- Saneamiento: baños y letrinas
- Agricultura



TENEMOS QUE CAUSAR EL MÍNIMO IMPACTO MEDIOAMBIENTAL



AUARA ha sido la primera marca de bebidas en Europa en fabricar sus botellas con material 100% reciclado.

En lugar de fabricar más plástico, le damos una segunda vida al que ya existe.

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR EL PET 100% RECICLADO?

- **NO FABRICAMOS PLASTICO NUEVO:** sino que utilizamos el que ya existe, ahorrando petróleo.
- **EVITAMOS QUE LOS RESIDUOS ACABEN DONDE NO QUEREMOS,** dándoles una segunda vida y reciclándolos.
- **REDUCIMOS LA HUELLA DE CO2** desde fabricación hasta la entrega con respecto al *PET estándar (-16%) y durante el proceso de fabricación respecto al **vidrio (-84%).
- **ENVASE 100% RECICLABLE.** Al contrario que los envases multicapa con cartón, aluminio y plástico, se puede volver a reciclar y convertir en nuevas botella.

**Estudio "Comparative life cycle assessment of PET and RPET bottles" para AUARA. Instituto Tecnológico de la Energía (ITE) Valencia, 2016*

***Estudio de ADEME, agencia pública francesa, para APPE Iberia, sobre las emisiones de huella de CO2 en envases de vidrio, PET y R-PET*

SOMOS TRANSPARENTES, COMO EL AGUA



- Dar a conocer las tripas de esta empresa social. Nos parece fundamental que quienes quieran, sepan cómo funcionamos, cómo son nuestras cuentas, nuestros códigos éticos, nuestros compromisos sociales...
- A través del código QR de las botellas conoce los proyectos con los que estás colaborando.

AUARA ES UNA FORMA DE VIDA



MULTICANALIDAD



Deutsche Bank



IBERDROLA



THE ART AND SCIENCE OF PURE FLOWER AND PLANT ESSENCES



grupo nomo



SOMOS UNA TENDENCIA GLOBAL QUE EL CONSUMIDOR DEMANDA



16.500
SEGUIDORES



100% DIGITALES

Marca de agua mineral natural sin gas con más seguidores en Instagram



EN BOCA DE TODOS

A través de potentes y virales acciones de marketing.
La marca cuenta con embajadores anónimos y reconocidos.

Objetivo Auara: facilitar el acceso a agua potable para erradicar la pobreza

19 DICIEMBRE 2018

¡Comparte este contenido en redes!



En el segundo videoblog de Auara, que se difunde a través de Diario Responsable, la marca de agua social muestra a sus consumidores cómo seleccionan a los socios y a las ONG que colaboran en sus proyectos.



"Auara nació con una vocación social: vendemos agua mineral embotellada con el propósito de conseguir recursos económicos para financiar proyectos de agua potable, pero no los implementamos. Para ello, buscamos a los que mejor lo saben hacer, que son las ONG que están en cada país y conocen mejor que nadie las necesidades de las comunidades", explica Luis de Sandoz, cofundador y CEO de Auara.

La RSE Global
diario_responsable



Auara supera los 13.2 millones de litros de agua potable generada en países en desarrollo



Publicado 09/12/2018 11:24:12 CET

MADRID, 9 Dic. (EUROPA PRESS).

Auara ha conseguido suministrar más de 13,2 millones de litros de agua potable, que han beneficiado de forma directa a cerca de 20.000 personas en países en vías de desarrollo de África, Asia y América Central, según ha informado la compañía.

Además, cerca de 2.000 personas se han beneficiado de la instalación de sistemas de saneamiento, como baños y duchas. Todo ello ha sido posible gracias a la construcción por parte de Auara de pozos y tanques de recogida de agua de lluvia a través de un total de 37 proyectos en instalaciones en situación de pobreza extrema pertenecientes a 15 países desde el año 2016.

Por otro lado, la venta de botellas Auara ha representado también un impacto positivo para el medio ambiente, ya que fabrica la totalidad de sus botellas con plástico 100% reciclado, evitando así el consumo de petróleo y contribuyendo a la sostenibilidad del planeta.

Solo en 2018 la empresa social ha conseguido recibir cerca de 95.000 kilos de plástico de lo que representa un incremento del 61,7% con respecto a 2017, o lo que es lo mismo, ha conseguido el equivalente a cerca de 4 millones de botellas de plástico para fabricar las que esta utiliza para comercializar su agua mineral.

'Auara, la botella de agua que quiere cambiar el mundo

« Los directores de la empresa se involucran en afrontar con agua potable a quienes necesitan en la pobreza »



Antonio Espinosa, cofundador Auara

En España se siempre más para experimentarse se hacen. Algunas empresas trabajan para poder llevar a cabo proyectos similares que ayuden a cambiar el mundo. En el caso de Auara, una start up española que pretende el 100% de sus directores en llevar agua potable a personas que no la tienen», según sus fundadores.

Comenzado en 2016, vende botellas de agua mineral, las primeras fabricadas con material reciclado en su totalidad, para "sustentabilidad" su labor socialista, dice Antonio Espinosa, cofundador.

Así, Auara ya ha implementado proyectos diferentes en cinco países: África, Asia y América Central. En estos países, como Mali, Camerún o Sierra Leona, "algunos personas necesitan del mundo ya han sido directamente beneficiados con agua potable", apunta Espinosa.

Auara: el agua más solidaria

Los beneficios de la venta están dedicados a facilitar el acceso a partir la sed en el...



De izquierda a derecha, Antonio Espinosa, Pablo Urbano y Luis de Sandoz, los fundadores de Auara / EL PERIÓDICO

Después de casi dos años, un grupo de emprendedores españoles decidió lo que es un poco más allá en su vocación humanitaria: se unieron con el objetivo de facilitar el acceso al agua potable en el mundo subdesarrollado. Para conseguirlo, crearon Auara, una empresa social, lo que es lo mismo, una compañía que no reparte beneficios, sino que los dedica de manera íntegra a financiar proyectos humanitarios. Ni los trabajadores ni los fundadores...

Una empresa social para ayudar a África

« Hemos entendido y vemos que el momento es este los beneficios sociales generados en países pobres »



De izquierda a derecha, Luis de Sandoz, Antonio Espinosa y Pablo Urbano, cofundadores de Auara. JANE VELAZQUEZ

En el momento de lo que podría ser un punto de inflexión en una industria bien establecida, se perfilan en parte. La idea es que cuando el mundo sigue siendo agua para beber más allá de África, en una de las partes del mundo. El momento de que estamos en Auara es un punto de inflexión en el momento de que estamos en Auara. La compañía, fundada en 2016 en Madrid, vende agua de mineral en botellas de plástico 100% reciclado y embotellado en países en vías de desarrollo.

En 2016, sacaron al mercado 250.000 botellas, distribuidas en los países de "subsistencia", según el ingeniero Pablo Urbano, uno de los socios. Han sido la primera empresa española con el sello europeo "Social Enterprise". "Embotellamos agua en plástico reciclado, fuimos los primeros en Europa". Sus botellas se fabrican en Francia, "porque creemos que su forma de trabajar el plástico reciclado es mejor que nuestro producto y su plástico no tiene marcas o manchas", añade. Existen otras empresas con el mismo fin, por ejemplo, la alemana "Viva con agua", nacida en el barrio de Saint Pauli de Hamburgo o la australiana "Tharinyu Water", ambas destinan el 100% de sus beneficios a proyectos relacionados con el agua en países subdesarrollados.

Alberto Espinosa es la otra mitad del proyecto. Antes de montar Auara, este arquitecto había trabajado en proyectos de cooperación en países en vías de desarrollo. "Fui consciente de que el agua era el foco de muchos problemas", apunta. "Respecto en la educación, en el sistema sanitario, en la higiene y la nutrición... en la vida de la gente a todos los niveles y que con la crisis las donaciones cayeron", añade. En ese punto encuentran que el agua podía vertebrar un proyecto empresarial social, con su formación en ingeniería y arquitectura. "Primero pusimos énfasis en la innovación respecto al envase", cuenta Urbano, "pero también de los procesos de distribución, reciclaje y generación de residuos... todo está cuidado al milímetro". Son una sociedad limitada registrada como empresa social, no son una ONG, ni tampoco una fundación, pero trabajan con ellas. "El trabajo de las organizaciones debería ser hacer proyectos, no conseguir financiación y ahí podemos colaborar con ellas".

Hay tres personas dedicadas a la gestión de los proyectos en la startup. Este equipo, que trabaja como una fundación, es el encargado de evaluar la viabilidad de las propuestas y aprobar las partidas, que salen de la venta de las botellas de agua. "A las ONG y fundaciones les exigimos experiencia, profesionalidad y precisión de permanencia y cuentas claras", apunta Pablo Urbano. En estos momentos, trabajan...

Los dos españoles que quieren dar de beber al mundo

« Buscamos el momento de que estamos en Auara es un punto de inflexión en el momento de que estamos en Auara »



Una niña transporta agua en Etiopía - AUARA

ISABEL MIRANDA
@isabelmiranda
Madrid - Actualizado: 25/09/2017 10:15h

En Etiopía hay toda una geografía de pozos estropeados. Lo han constatado dos jóvenes españoles, Antonio Espinosa y Pablo Urbano. Son poseedores de una construcción cuenta unos 20.000 euros cada uno, pero cuyo arreglo apenas supone unos 1.000. El problema, dicen, es que tras instalarlos muchas ONGs no hacen el seguimiento de estos proyectos. No queda nada allí. Y poco a poco se van deteriorando, hasta que las infraestructuras hay que ser inservibles. Y pasa en Camerún, en Kenia, en República Centroafricana...

Espinosa y Urbano tienen experiencia como cooperantes y como trabajadores en el mundo empresarial. Hace dos años decidieron crear una empresa social basada en el agua: Auara será la marca con la que comercialicen desde marzo sus botellas, pero la diferencia de ésta con otras empresas es que sus directores integran irán a parar a proyectos sociales, además de fijar una cuota proporcional (y pública) entre el sueldo más alto y más bajo.

En cuanto tengan beneficios —hay días si siquiera cobran— comenzará la repartición de esos pocos que han quedado abandonados en regiones en las que beber agua limpia es un lujo. "Cada día se mueren 2.000 niños por consumir agua en mal estado", dice Espinosa. Su objetivo no es reducir el acceso al agua potable. También se enfocarán en proyectos de canalización, filtración, saneamiento y agricultura "porque si no hay agua, hay...

SOMOS TENDENCIA

CAMPAÑAS DE IMPACTO
150 inserciones de prensa mensuales.

SOMOS UNA TENDENCIA GLOBAL

Aguas solidarias en el mundo:



Los buenos planetas son difíciles de encontrar



187.887

KILOS

De plástico reciclado



307.665

LITROS

De petróleo ahorrados



8.243.833

BOTELLAS

De plástico recicladas

Cambiamos el mundo todos los días



28.411

PERSONAS

Tienen acceso a agua potable y saneamiento



21.666.388

LITROS DE AGUA

Aportados en países en vía de desarrollo



50

PROYECTOS

Desarrollados en 15 países



50 PROYECTOS 15 PAÍSES

- BENÍN
- CAMERÚN
- RD CONGO
- UGANDA
- ETIOPIA
- MARRUECOS
- HAITÍ
- MALAWI
- MOZAMBIQUE
- SIERRA LEONA
- SUDÁN DEL SUR
- CAMBOYA
- INDIA
- KENIA
- PERÚ

Pozo en Taken, Camboya



Tanques en Tharaka, Kenia



Pozo en Sansi Gandó, Benín



Él es Ly Hong



Ella es Mary Mwende



Ella es Guouissa Tanko



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

EMPREDIMIENTO

Emprendedores

1º PREMIO REVISTA
EMPRENDEDORES
CATEGORÍA RSC 2017

Deloitte.

ACCESIT V PREMIO
GENERACIÓN
2017

BBVA

BBVA MOMENTUM
PROGRAMA 2017

UnLtd

UNLTD
PROGRAMA CRECE
2016

Cátedra ETSAM-hna

1º PREMIO CATEGORÍA
EMPRESA 2016

IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL



Pacto Mundial Red Española

PREMIO GOODS 6
PACTO MUNDIAL Y FUN
RAFAEL DEL PINO 2018

Forbes

30 UNDER 30
FORBES 2017



PREMIO ÁNGEL
HERRERA
SOLIDARIDAD 2017



CLIMATE-KIC
ACCELERATOR 2016



PYME SOLIDARIA
2018



IPA SELECCIÓN 2016
DISEÑO SOSTENIBLE



PRIMERA EMPRESA
ESPAÑOLA CERTIFICADA

TRANSPARENCIA



PREMIO TRANSPARENCIA
Y BUEN GOBIERNO 2016

MARKETING Y COMUNICACIÓN



1º PREMIO NACIONAL DE
MARKETING CATEGORÍA
MARKETING SOCIAL 2019



2º PREMIO NACIONAL DE
MARKETING CATEGORÍA
INSTITUCIÓN 2017



MEJOR CAMPAÑA
DICIEMBRE 2016

INCIDIMOS EN 13 DE LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU



DATOS

1%

0,1%

¿TE UNES?

El mundo no cambia con
nuestra opinión, sino con
nuestros actos.

