

ESOLIDAR: DONDE LA TECNOLOGÍA SE ENCUENTRA CON UN FIN NO LUCRATIVO

Ana Lanero Carrizo
María Purificación García Miguélez
Universidad de León (España)

Gema Crespo Ferrero
Ana Llamazares Rodríguez
Paula López Calvo

Resumen:

La responsabilidad social y la innovación se unen para dar lugar a eSolidar, una empresa que crea canales de intermediación entre organizaciones sin ánimo de lucro y consumidores, donde ambas partes salgan beneficiadas en una transacción. Aparte de su actividad principal, también llevan a cabo crowdfunding y ofrecen a las empresas mejorar a nivel de impacto o responsabilidad social. Todo ello dando lugar a la creación de un negocio próspero económicamente, y que se caracteriza por darle gran importancia a conseguir unos bajos costes a la vez que se considera en gran medida al capital humano que se encuentra detrás de esta idea

Abstract:

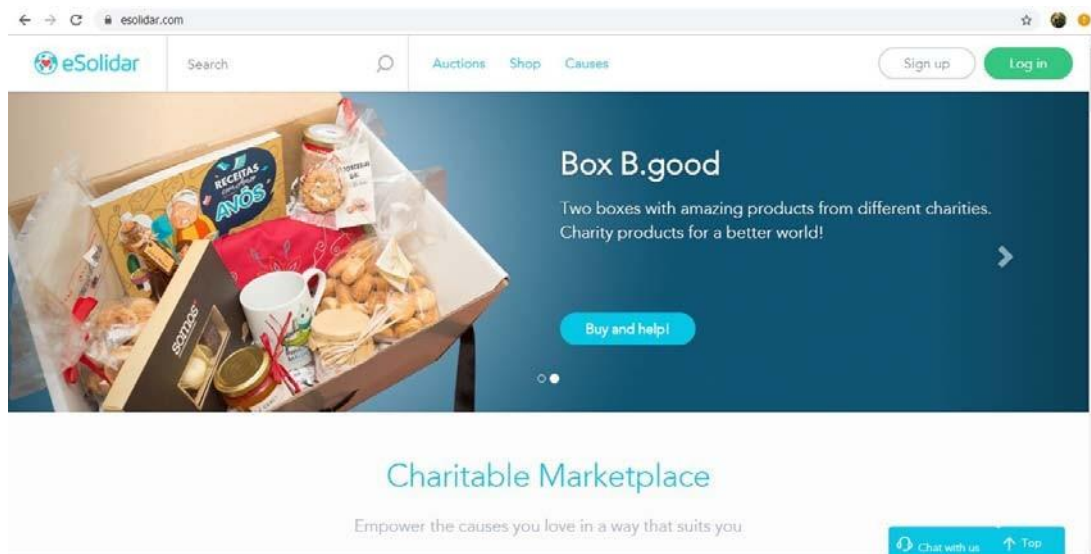
Social responsibility and innovation get together to give place to eSolidar, a company that creates intermediation channels between nonprofit organizations and consumers, where both sides obtain benefits in case of a transaction. Besides their principal business activity they also carry out crowdfunding and they offer other companies the possibility to improve in fields such as social impact or social responsibility. All of that meanwhile they created a economically successful business and which it's characterised by achieving low costs at the same time that they consider human capital like a fundamental part of the idea.

1. Introducción

El camino de esta compañía comienza como Bewarket, un mercado de comercio online dentro de la plataforma de Facebook. A partir de entonces el proyecto es llevado al *Plug and Play Tech Center* en Silicon Valley donde se lleva a cabo la búsqueda para encontrar inversores. Como dijo en una entrevista Marcos Barbosa, uno de los futuros fundadores de eSolidar: “Estábamos buscando un inversor que entendiera nuestra visión y tuviera contactos en la industria en la que estábamos tratando de entrar”. Tres meses después, los Busy Angels (una compañía portuguesa dedicada a la inversión en empresas digitales e industriales) deciden proporcionar su apoyo a esta propuesta tanto de manera económica como estructural, es decir, ayudaron a moldear la idea que, finalmente, se convertiría en eSolidar. En ese punto comenzaron con *brainstormings* y reuniones en las que averiguaron que aún no había muchas empresas que utilizaran el concepto de *e-commerce* para causas benéficas y sociales, por lo que decidieron implantar esa idea en una nueva compañía.

Es entonces cuando, en mayo de 2014, la *start-up* eSolidar es creada por Marco Barbosa, Miguel Vieira y Rui Ramos. Esta compañía, establecida en Braga (Portugal), nace con el objetivo de conectar de una manera rápida y sencilla a particulares con causas de todo tipo, benéficas la mayoría de ellas, aunque también otras, actuando también como intermediarios para *crowdfundings* o para cualquier propuesta con un objetivo que sea atractivo al público. De esta manera, opera a través de una página web como herramienta para apoyar este sistema, que permite crear conexiones para que más causas sean escuchadas y, además, para que los colaboradores puedan recibir recompensas por cooperar y ayudar. Algunas de las causas que esta *start-up* ha apoyado incluyen: bienestar social, medio ambiente, bienestar animal, apoyo a las víctimas, artes, cultura y humanidades, desarrollo internacional y derechos humanos, discapacidades, educación, apoyo a personas mayores y muchos más.

Figura 1: Página de inicio de la web de eSolidar



Fuente: <https://www.esolidar.com> a 24/10/2019

A día de hoy, eSolidar está situada como una de las *start-up* de origen portugués que más éxito está teniendo, lo cual se debe a numerosos factores. Uno de ellos es la filosofía con la que han llevado la empresa sus fundadores desde el inicio, basada en lograr unos bajos costes (lo cual es bastante sencillo debido a que su actividad principal la llevan a cabo en internet) y el mejor capital humano, es decir, que le prestan tanta atención al equipo que tienen detrás del proyecto como a la actividad en sí. Otra característica importante es que es una empresa que ha conseguido llevar a cabo una idea novedosa a la vez que comprometida socialmente, haciendo énfasis en dar un servicio a un tipo de cliente actual, que es aquel que valora más los productos que tienen detrás una causa. Por último, pero no menos importante, es que decidieron que el negocio fuera completamente digital, es decir, todas las subastas, proyectos caritativos o benéficos y recaudaciones se llevan a cabo a través de su página web.

Desde su fundación, eSolidar consiguió establecerse en el mercado portugués y consiguió sus principales dentro de ese mercado meta, motivo por el cual en 2015 dieron el salto a Gran Bretaña y, poco después, a Brasil. Hasta el momento, continúa su actividad en los tres países y sus cifras son muy positivas. A fecha

de septiembre de 2019 se imputa a la empresa unos 50.000 usuarios registrados, 800 organizaciones benéficas que confían en ellos, 220 tiendas vinculadas a ONGs y más de 2.300 productos disponibles.

2. Desarrollo del Caso

Hoy en día, muchas empresas ya no cuentan con el único objetivo de maximizar beneficios, sino que también proponen realizar acciones que tengan impactos positivos en sus *stakeholders* y en su propia imagen. Así, la finalidad de la mayoría de organizaciones es la realización de acciones sociales que no repercutan tan directamente en sus beneficios, pero sí indirectamente potenciando su imagen y la confianza de los grupos de interés.

Por lo tanto, las campañas de responsabilidad social corporativa tienen tanto beneficios internos como externos para la empresa. Uno de los instrumentos que más se utilizan hoy en día en este campo son las redes sociales, que resultan muy útiles para publicitar a la empresa, los valores que esta defiende y las acciones que se están realizando. Todas las acciones de responsabilidad social realizadas no tendrían ni la mitad del impacto deseado de no ser por la buena publicidad que se haga de ellas. Igualmente, que estas acciones sean conocidas por los *stakeholders* también repercute positivamente sobre los beneficios de la empresa, ya que genera una buena reputación de la empresa y transmite confianza a la hora de colaborar con ella.

Actualmente, la *start-up* eSolidar, consciente con el compromiso de la responsabilidad social corporativa, cuenta con muchos eventos y actividades para crear conciencia en el mundo ayudando a una serie de organizaciones benéficas. Para poder lanzar sus iniciativas y demás eventos, tienen activa una cuenta de Twitter para permitir que las organizaciones benéficas puedan comunicarse con la audiencia y, así, aumentar la recaudación de fondos. Una de las estrategias que ha llevado a cabo es el emprendimiento social y la innovación, dándose a conocer con una política que muy pocas empresas han podido sacar a la luz. Esta *start-up* proporciona apoyo a organizaciones benéficas y demás usuarios mediante simples hechos de caridad.

Entre las distintas actividades que realizan, se encuentran las llamadas 'Subastas de la Caridad'. Se trata de un intercambio en el que los clientes pujan vía online, ya sea por un bien específico, como una guitarra firmada por Bon Jovi, o por disfrutar de una inolvidable experiencia. Para ello, tanto las empresas como las instituciones pueden proporcionar la información necesaria para que los clientes sepan cuál es el uso de la financiación que estos les aportan y cómo va progresando el proyecto. Lógicamente, el equipo que organice la subasta será quien la apruebe. Así, la persona que consiga realizar la oferta más alta logrará adjudicarse el premio. El dinero recaudado irá destinado a la asociación situada con una etiqueta al lado de la puja. Otra de las campañas organizadas es la compra de artículos benéficos. Su finalidad es la venta tanto de productos de caridad que son hechos a mano por las propias asociaciones como de un amplio catálogo de objetos de valor que puedan interesar al público. Abarca desde bisutería hasta viajes para dos personas, por ejemplo. De los beneficios adquiridos, las instituciones sin ánimo de lucro reciben un 10% si el producto procede de ellos mismos; no obstante, eSolidar aclara que 'si obtiene un artículo en nombre de la organización benéfica, ésta recibirá el 80% de los ingresos de la subasta'. Además, existe la opción de elegir a qué tipo de organización quieres que se destine el dinero de tu compra. Por otra parte, también dan visibilidad a las diferentes organizaciones a las que se pueden realizar las donaciones, proporcionando una lista con todas las organizaciones benéficas y a lo que se dedica cada una, con el fin de poder hacer una buena elección en base a sus características.

En este caso de Emprendimiento Social, son muy importantes tener medios por los que hacerse oír. Por eso, eSolidar cuenta con una plataforma web mediante la que se pone en contacto con sus usuarios y organizaciones benéficas con el fin de poder aprobar todos los movimientos realizados. Como ya hemos comentado, realizan eventos de responsabilidad corporativa con la idea de poder ayudar a gente con pocos recursos y concienciar al mayor público posible de lo importante que es esto para el futuro. Uno de los eventos más representativos para eSolidar fue la participación en la primera edición del Ecosistema Global de Caridad, celebrado en el Consulado General de Portugal en São Paulo; en él se ponían en común distintas versiones sobre cómo interactuar con los empleados. Este evento se realizó en asociación con el World Trade Center Lisboa y contó con la presencia de varios profesores de Universidad, así como jefes de otras empresas relacionadas con el Marketing Social. En la sesión realizada se trataron temas como la innovación en la responsabilidad social corporativa y las razones por las que se relacionan con sus empleados; así Luiz Eduardo Machado, gerente de SocialCorp afirmó lo siguiente: "Tener responsabilidad

social es muy importante no solo para beneficio propio sino también para el beneficio de la sociedad." Por otra parte, Ilma Barros, de la Universidad Case Western, agregó: "Cuando el poder público y el sector privado se unen más, aumenta las oportunidades de intervención en las comunidades porque confían entre sí". Al finalizar la sesión se intercambiaron algunas ideas con el público asistente y se procedió a la subasta de algunos productos en colaboración con una agencia de Marketing Deportivo. Tales ingresos fueron donados a la Asociación Cruz Verde la cual se implica en niños, jóvenes y adultos con parálisis cerebral. Con esta campaña se consiguió entrar en el mercado brasileño y así promover la responsabilidad social en Brasil, aumentando el poco compromiso existente en ese país. Así, este podría ser un nuevo comienzo para que las empresas brasileñas se involucren un poco más con las causas sociales.

Otro de los eventos significativos fue la participación de eSolidar en el festival 'Rock in Rio' celebrado en 2015 en la ciudad de Río de Janeiro. Se realizaron distintas subastas de caridad por medio de la *start-up*, siendo la subasta más exitosa la guitarra tributo para celebrar los 30 años de Rock in Rio, fabricada por Jhon Cruz. La guitarra terminó recaudando más de 5.000 libras. Además de este famoso diseñador, también contribuyeron otras celebridades como Elton John, Katy Perry, John Legend o Maroon 5. Con los ingresos de estas subastas se quería conseguir la plantación de 1 millón de árboles en la selva tropical más grande del mundo: el Amazonas. Así surgió la idea de 'Amazonia Live'.

Con el objetivo de apoyar un gran número de causas solidarias, la plataforma portuguesa lanzó una moneda digital en una Oferta de Moneda Inicial (ICO ó *ImpactCoin*), permitiendo que su valor aumente cada vez que se usase. Con esta propuesta eSolidar quiere utilizar la tecnología *blockchain*, que es la iniciativa emprendedora que impulsó el sistema de las criptomonedas. Gracias a esta innovación se garantiza que se apoyan de manera adecuada las donaciones y se fomenta un mayor impacto social. Lo que se quiere conseguir es poder convertir a la *start-up* en un sistema caritativo más fuerte y conectar así a toda la comunidad sin ánimo de lucro. Con ello, tanto los donantes como las organizaciones benéficas han podido aprovecharse de los servicios disponibles a través de este libro de contabilidad electrónico.

Figura 2: Evento en São Paulo



Fuente: <https://blog.esolidar.com/esolidar-promove-evento-em-sao-paulo-sobre-responsabilidade-social/>, a fecha 22/10/2019

Esta tecnología proporciona numerosas ventajas; entre ellas, eSolidar se beneficia de las siguientes:

- **Transparencia:** si se produce cualquier perturbación en la contabilidad de la empresa, al ser público, el consumidor puede detectar si se da algún fallo o existen datos que no transmiten la realidad. De esta forma, el proceso es sincero y honesto con el cliente.
- **Elimina al intermediario:** gracias a la característica anterior es posible la transferencia de datos sin ningún tipo de añadido, casi al instante.
- **Reduce los costes operativos:** al no haber mediadores de por medio en este método el coste se ve reducido significativamente, lo cual es una ventaja para cualquier corporación.
- **Descentralización:** los datos no son almacenados en un solo dispositivo, sino que se reproduce una copia en una red de servidores disponible a nivel mundial. Esto permite que el procedimiento sea más seguro e infalible, por lo que los piratas informáticos no podrán dañarlo fácilmente.

De esta manera, es posible mejorar los servicios benéficos gracias a estos libros contables, ya que como hemos mencionado anteriormente permite reconocer desde el inicio hasta el beneficiario final cuál es el camino de la donación. La primera ventaja es, por ende, la más significativa ya que connota una mejoría en las relaciones entre donantes e instituciones sin ánimo de lucro, además de reconstruir la confianza respecto a la asistencia individual que se ofrece vía online.

A esto se une el bajo coste que supone el no tener intermediarios a la hora de realizar las transacciones. De esta forma, las organizaciones poseen una tesorería mayor que les permitirá mejorar su estructura y socorrer mayormente a los más vulnerables. Otras medidas que aconseja la web son: “la asignación de recursos para crear fondos de emergencia para catástrofes naturales o patrocinar la construcción de infraestructuras esenciales a nivel local o global”. *Blockchain* es una herramienta básica para la posible expansión a nivel internacional de las asociaciones benéficas y eSolidar lo ha tenido en cuenta. Asimismo, permite una mejoría de las funciones vitales de una empresa y posibilita el encuentro de errores de cálculo o de insuficiencias en los proyectos; de este modo se pueden resolver estos problemas o, al menos, una parte, por lo que las pérdidas serán menores.

Figura 3: La tecnología *blockchain*



Fuente: <http://blog.esolidar.com/can-blockchain-improve-social-impact-and-increase-charitable-giving/> a fecha 25/10/2019

Si a todo esto se le suma la confianza que aporta tener un nivel tan notable de seguridad, se convierte en una de las mejores tecnologías para almacenar la información (datos personales o propiedades).

Un breve resumen de la aportación de *Blockchain* a las instituciones sin ánimo de lucro sería la siguiente, mencionada en el blog de eSolidar: “esta tecnología ayudará a democratizar las donaciones, aumentar la responsabilidad y proporcionar mejores bases para que las organizaciones benéficas recauden dinero y resuelvan problemas”.

Es por ello que su actividad no termina en crear conexiones, sino que se ha involucrado aún más creando otra página web, vinculada a su espacio principal, llamado eSolidar Business. En ella se enfocan en ayudar a las empresas a crear planes de sostenibilidad y de filantropía corporativa, aludiendo a la relación directa que esto tiene con la implicación de los empleados en el negocio, la productividad y la rotación de los mismos. Con esta idea buscan salirse de la figura del intermediario y crear un espacio al que las empresas puedan acudir para crear un impacto positivo en la sociedad y en el planeta.

3. Preguntas para la discusión

Pregunta 1. *¿Cómo se podría mejorar esta campaña para que pudiera llegar a otros países como España o, incluso, a nivel global?*

En la actualidad, eSolidar se encuentra únicamente en Portugal, Brasil y Gran Bretaña. El siguiente paso en la evolución territorial de la empresa podría ser llegar al mercado español, en el cual no tendría mucha competencia puesto que existen muy pocas o ninguna empresa que ofrezcan algo similar. Para ello quizá su primer paso podría ser conectar con algunas de las ONGs más populares en España y ofrecerles una alianza en la que las organizaciones no lucrativas puedan ofertar ciertos productos en eSolidar, acción de marketing que es común pero que no se suele llevar a cabo a través de internet, como sería este caso. Por otro lado, podrían hacer un sondeo sobre cuáles son las causas con las que los españoles empatizan más y, a partir de ahí, buscar empresas que quieran colaborar para ayudar a fundaciones o ONGs que se dediquen

a dichos proyectos. A partir de ahí, el siguiente paso que se podría considerar es hacer un estudio de mercado para considerar cuál es el mercado objetivo o target al que dirigirse en nuestro país y moldear una estrategia de marketing en la que se establezca cuáles serán los métodos a utilizar para llegar a darse a conocer. Probablemente su mercado meta sea, tanto a nivel nacional como internacional, un público joven, en el que se incluyan la generación *millennial* y las posteriores, puesto que son aquellas que están comenzando a tener una mayor preocupación por las causas sociales y el medioambiente. Partiendo de esa base, se podría llevar a cabo una campaña a través de internet, de manera que se pusieran anuncios en páginas frecuentadas por este tipo de público y ofreciendo colaboraciones a *influencers* cuya audiencia encaje con el perfil. A nivel global se seguiría, en esencia, el mismo proceso.

Pregunta 2. *¿Hasta qué punto es ético que se utilicen ONGs con la excusa de repercutir en la sociedad parte de su rentabilidad, lucrándose al mismo tiempo?*

En general se piensa que las empresas deberían elegir un único objetivo: el apoyo a causas solidarias o maximizar el beneficio. En eSolidar el bien social no debe ser una actividad de nicho, sino que lo ideal es poder integrarse en todos los aspectos de la vida de un individuo. Se intenta cambiar el modo de pensar de las personas: a la vez que obtener rentabilidad también se puede generar un impacto social. Se pretende conseguir concienciar de que el impacto social y la rentabilidad son dos caras de la misma moneda.

Por ello, se trabaja para desarrollar la innovación en que tanto la comunidad como las celebridades se involucran colaborando con buenas causas, fortaleciéndose mutuamente. Así, conectando las empresas con fines de lucro y aquellas sin fines de lucro se podría cerrar esta brecha, fortaleciendo ambos ‘mundos’.

Pregunta 3. *¿Cómo podría evolucionar la empresa en un futuro?*

Actualmente, eSolidar es uno de los intermediarios entre los clientes y las asociaciones benéficas más utilizado en países, tanto de habla portuguesa como los angloparlantes, a la hora de intercambiar bienes y servicios o donaciones. Su alta comodidad para buscar información acerca de la institución sin ánimo de lucro provoca que cada vez más gente realice las transacciones a través de ella. Es por esta razón que la empresa quiere seguir innovando y dar a conocer nuevos métodos para facilitar la labor a la caridad y a sus contribuyentes. En este trabajo se ha explicado desde sus comienzos hasta su desarrollo a día de hoy. No obstante, ¿qué posibles planes pueden tener en el futuro?

Esta empresa, al ubicarse en Portugal, estaba más centrada en prestar ayudas tanto monetarias como no monetarias en su región. Más tarde, centró su atención en otro país cuyo idioma era el portugués: Brasil. Allí fue uno de los precursores de la Responsabilidad Social introduciéndola a través de charlas y reuniones entre numerosos colectivos. Probablemente en un futuro no muy lejano, sociedades extranjeras colaboren con ellos para la aportación de capital a sus causas. Por ejemplo, la Asociación Española del Cáncer o incluso Unicef. Si su público aumenta en gran medida, eSolidar podría desarrollar aún más los ICOs y volver a propulsar las monedas electrónicas. Es más, los clientes podrían colaborar fácilmente desde su domicilio particular, ya que la empresa les proporcionaría tareas de traducción, redacción, edición, etc. logrando así un mayor aporte, por ejemplo, a niños desfavorecidos que no tienen recursos para obtener una educación adecuada. Por último, otra buena forma de prestar ayuda sería a través de voluntariados, poniendo en contacto (ya sea a través de sus redes sociales o en la propia página web situar un servicio) a personas dependientes como los ancianos con los voluntarios, entre otros.

4. Conclusiones

Actualmente, las empresas socialmente responsables están creciendo en el mercado globalizado que se ha formado. Tal y como se establecen ahora las necesidades y exigencias de los consumidores, es fundamental que todas las empresas posean un trasfondo sostenible detrás. En el caso de la empresa de este trabajo, eSolidar, se ha demostrado que ellos llevan estas consideraciones sociales a un nivel donde se encuentren con el éxito empresarial. Han formado una corporación en la que todas las partes pueden salir beneficiadas de las transacciones que se producen a través de su web; el consumidor está contribuyendo a una buena causa a la vez que recibe productos con características diferenciadas y, el oferente, obteniendo una financiación para su actividad.

A través de las redes sociales y con ayuda de las nuevas tecnologías, han conseguido darse a conocer colaborando con numerosas celebridades y realizando eventos en distintos puntos del mundo. Esto les ha permitido aumentar su nicho de mercado ampliando el número de eventos en los que los consumidores han

podido apoyar incluso las causas más infravaloradas. Han creado de esta manera una red mundial a través de la cual ofrecer su característico servicio en el que ONGs y consumidores participan, sino que también hacen crowdfunding y otros productos de manera excepcional. Todo ello les ha catapultado a tener éxito y convertirse en una de las empresas innovadoras más importantes, tanto a nivel nacional en Portugal como internacionalmente, especialmente en los otros países hacia donde se ha expandido. Aprovechando al momento, han querido expandir el negocio y crear eSolidar Business para ayudar a otras empresas a alcanzar la mejor posición posible en cuanto a responsabilidad social y desarrollo sostenible se trata.

Con toda la información que se ha recopilado para realizar este trabajo, la conclusión que se ha extraído es que eSolidar es una empresa pionera e innovadora en su campo, pues ha sacado adelante un proyecto que no se le había ocurrido a nadie más y ha conseguido que sea un negocio próspero y con vistas a expandirse cada vez más. Además de todo esto, no sólo han conseguido que sea exitoso, si no que lo están haciendo a través de una iniciativa que genera un beneficio social, algo que los consumidores valoran mucho actualmente.

El motivo de la elección de este caso fue debido a la incertidumbre que rodea a una empresa como es eSolidar, que no es muy conocida aún en España, y que tiene un modelo de negocio bastante peculiar. Dentro del tema en sí, el objetivo principal que suscitaba la empresa era conocer sus fortalezas, pero también sus debilidades. Así, hemos visto que tienen un buen sistema de intercambio de bienes y/o servicios en el que aplican un pequeño porcentaje para que los trabajadores puedan obtener una retribución. Este método es totalmente transparente y ha ayudado a que la empresa sea innovadora en cuanto a nuevos compromisos con el cliente y formas de pago se refiere.

Es por ello que Marcos Barbosa es un modelo a seguir si estamos pensando en ayudar a los más desfavorecidos y obtener beneficios a partes iguales, junto a la finalidad de conseguir un bien social mayor a nivel mundial. Además, ha conseguido crear mecanismos innovadores de recaudación de fondos con el menor coste posible incluido.

Bibliografía

- Abdalla, S. (2019, Enero 10). El servicio de Brasil conecta a los donantes con las ONG que necesitan ayuda. Retrieved from Gazeta do povo: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/esolidar-chega-brasil-conectar-ongs-empresas/>
- Almeida, A. (2015, Mayo 20). Nonprofits meet e-commerce: This is eSolidar. Retrieved from Portugal Startups: <https://portugalstartups.com/2015/05/nonprofits-meet-e-commerce-this-is-esolidar/>
- Carella, M. C. (2018, Octubre 10). 10 European startups fostering social change. Retrieved from EU Startups: <https://www.eu-startups.com/2018/10/10-european-startups-fostering-social-change/>
- eSolidar. (2014). eSolidar - E-commerce powered Crowdfunding for Charities. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=9egxtXSlgo8>
- eSolidar. (2016, Abril 22). eSolidar concept. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=lQqcCoxY2J8>
- eSolidar. (2019, Octubre). eSolidar Business. Retrieved from <https://business.esolidar.com/home>
- eSolidar. Empresa portuguesa lanzará moneda digital para apoyar causas solidarias. (2018, Enero 19). Retrieved from Observador: <https://observador.pt/2018/01/19/esolidar-empresa-portuguesa-vai-lancar-moeda-digital-para-apoiar-causas-solidarias/>
- European Youth Awards. (2014). E-commerce powered Fundraising for Nonprofits. Retrieved from European Youth Awards: <https://eu-youthaward.org/winning-project/esolidar-e-commerce-powered-fundraising-for-nonprofits/>
- Expert Impact. (2015, Diciembre 2). Introducing eSolidar: Meet Marco Barbosa. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=xk8lBGxJtGs>
- Ferreira Nunes, D. (2017, Abril 11). eSolidar. Apuesta del norte de Europa antes que EE. UU. Retrieved from Dinheiro vivo: <https://www.dinheirovivo.pt/fazedores/esolidar-aposta-no-norte-da-europa-antes-dos-eua/>
- HR Portugal. (2017, Agosto 22). eSolidar lanza solución empresarial. Retrieved from HR Portugal: <https://hrportugal.sapo.pt/esolidar-lanca-solucao-empresas/>

- Link to Leaders. (2017, Marzo 22). Portugal se está convirtiendo en el mejor lugar para lanzar una empresa tecnológica. Retrieved from Link to Leaders: <https://linktoleaders.com/portugal-esta-tornar-no-melhor-local-lancar-empresa-tecnologica/>
- Maquina do Esporte. (2019, Septiembre 30). Balón final de Río 2019 va a subasta social. Retrieved from Maquina do Esporte: https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/bola-da-final-do-estadual-do-rio-2019-vai-leilao-social_38323.html
- Medium. (2016, Marzo 7). eSolidar partners with Rock in Rio, Brazil to raise crucial funds with the help of worldwide celebrities. Retrieved from Medium: <https://medium.com/esolidar/esolidar-partners-with-rock-in-rio-brazil-to-raise-crucial-funds-with-the-help-of-worldwide-4fda6ec466c2>
- Oliveira, A. (2019, Septiembre 5). "Tinder solidario": Startup portuguesa conecta empresas con ONGs que precisan de apoyo. Retrieved from Pequeñas empresas & Grandes negocios: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2019/09/tinder-solidario-startup-portuguesa-conecta-empresas-ons-que-precisam-de-apoio.html>
- Polly, A. (2019, Octubre 14). Cómo la falta de participación de los empleados afecta su negocio. Retrieved from eSolidar Blog: <http://blog.esolidar.com/en/como-a-falta-de-envolvimento-dos-funcionarios-afeta-a-sua-empresa/>
- Polly, A. (2019, Octubre 15). Cómo la responsabilidad social corporativa puede beneficiar a su negocio. Retrieved from eSolidar Blog: <http://blog.esolidar.com/en/como-a-responsabilidade-social-corporativa-pode-beneficiar-o-seu-negocio/>