

# HACEMOS MEDIMOS CONTAMOS

INFORME DE MEDICIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS  
EDICIÓN 2021 - URUGUAY

socialab

**Junio, 2022**

**Coordinación y redacción general del documento**

Mercedes Caro  
Victoria Fraschini  
Carolina Machado

**Diseño y producción gráfica**

Yamila Martínez

**Coordinación de medición de impacto**

Mercedes Caro

**Por consultas y comentarios**

Teléfono: +598 99 804 912  
[uruguay@socialab.com](mailto:uruguay@socialab.com)  
[www.socialaburuguay.com](http://www.socialaburuguay.com)



## INDICE

<b>Introducción</b>	4	<b>Empresas sociales</b>	17
<b>Metodología</b>	5	Hemisferio Lúdico	18
<b>Socialab Uruguay en 2021</b>	6	Pichón.uy	19
<b>Caracterización del portafolio Socialab 2021</b>	8	Tagma	20
<b>Métricas Iris+</b>	9	Compost Ciudadano	22
Métricas Iris+ seleccionadas	9	Ecotire	24
Modelo operacional	10	Ecoplan 12 - Liceo Verde	25
Año de fundación	10	Lombriz Urbana	27
Número total de fundadores	11	Apdif	29
Porcentaje de propiedad femenina	11	Binaural	30
Número total de empleados y número de empleadas mujeres	11	Fusión	31
Sector de influencia	12	Nada Crece a la Sombra	33
Ubicaciones de clientes	12	NexosUy	34
Modelo de cliente	12	Biofuego	35
Sistema de comentarios para clientes	12	ReCumple	36
Clientes activos	13	Sellin	38
Ingresos netos	13	Vitanna	39
Tipos de clientes	13	<b>Conclusiones finales</b>	40
Configuración geográfica de partes interesadas	13	Sobre el proceso	40
Comunidades atendidas	14	Sobre la composición del portafolio	41
Grupo de demográfico de interés	14	Sobre el impacto alcanzado	42
<b>Objetivos de Desarrollo Sostenible</b>	15		
Los 17 objetivos de desarrollo sostenible	15		
¿Dónde tienen su foco las empresas sociales?	16		

## INTRODUCCIÓN

Hacemos, medimos contamos es producto de la convicción genuina de Socialab sobre la importancia de la medición de impacto y resultados en cada intervención, programa, proyecto, emprendimiento y empresa. Por tercer año consecutivo apostamos a medir y dar a conocer todos los impactos y resultados que han obtenido a lo largo del 2021 las empresas que conforman la Comunidad de emprendedores y emprendedoras de nuestra organización.

En Socialab promovemos, identificamos e impulsamos soluciones innovadoras de impacto social. Creemos que las empresas de impacto brindan soluciones y oportunidades a problemas sociales que enfrentan personas en situación de vulnerabilidad y/o desigualdad social.

Día a día apoyamos a emprendedores y emprendedoras que tengan el propósito de dar respuesta a los principales desafíos de la sociedad, buscan resolver una problemática social existente y para ello crean un modelo de negocio, que les permite ser sostenibles para seguir resolviendo el problema social por el cual la misma se creó.

El 2021 ha sido un año igual o más

desafiante que el 2020 ya que para muchas personas las dificultades económicas y sociales se agudizaron, razón por la cual las empresas sociales y muchas otras organizaciones tuvieron que estar a la altura de las circunstancias.

En el marco de la tercera edición de Hacemos, medimos, contamos, mostraremos no solo el impacto del arduo trabajo de los emprendedores y las emprendedoras sino que también intentaremos resumir los resultados y el impacto de Socialab.

## METODOLOGÍA

### **1** Evaluación del proceso y elaboración del segundo informe.

Como principal conclusión, observamos la necesidad de simplificar los procedimientos y los resultados en la tercera edición; además del impacto.

### **2** Revisión y relevamiento de todas las empresas sociales que fueron apoyadas por Socialab.

Determinación de la situación de actividad o inactividad de cada una, así como también la recepción de su adhesión al presente informe.

### **3** Contacto con todas las empresas en actividad de la Comunidad Socialab

con la propuesta de participar en la tercera edición del informe y envío de información del proceso y sus etapas a las que confirmaban.

### **4** Seteo de tres indicadores de impacto para cada empresa.

Para todas se establecieron métricas IRIS+ y a su vez Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los cuales busca impactar la empresa. Para los equipos de trabajo que ya habían realizado el proceso el año anterior, los indicadores a relevar ya estaban establecidos, y en algunos casos se hicieron ajustes. Para las que se incorporaron este año se realizó el proceso previo de establecimiento de métricas IRIS+, objetivos de impacto e indicadores de impacto alineados con dichos objetivos.

### **5** Reuniones virtuales con las 16 empresas que participan del presente informe.

### **6** Depuración de datos y sistematización de la información.

### **7** Diseño y diagramación del informe.

## socialab URUGUAY EN 2021

A continuación se exponen los principales resultados e impactos obtenidos por Socialab en 2021.

**SENSIBILIZAMOS A**  
 **+ 1.700**  
**PERSONAS**

Logramos  
presencia  
en los



departamentos,  
en más de  
**80 localidades**

**ENCUENTROS  
VIRTUALES  
EN 3 IDIOMAS**  
(español, inglés y portugués)

para jóvenes de  
**+ de 20 países**

Trabajamos con:

**Gobierno**

**ORGANISMOS  
INTERNACIONALES**

**ORGANIZACIONES  
NACIONALES Y  
DEL MUNDO**

con el foco en impulsar la

 **INNOVACIÓN  
SOCIAL**

Trabajamos con + de  
**600 JÓVENES**  
de toda  
**América Latina  
y el Caribe\***



\* Incluyendo el Caribe inglés.

**47**

**PARTICIPANTES  
EN EL CURSO DE  
FORMACIÓN ONLINE  
SOBRE EMPRESAS  
SOCIALES**

**socialab** URUGUAY EN 2021

**14**

**nuevos**  
**EMPRENDIMIENTOS**  
acompañados en su  
**VALIDACIÓN Y**  
**FORTALECIMIENTO**

**+ DE US\$ 70.000**  
entregados como



**CAPITAL**  
**SEMILLA**  
**Y PREMIOS**

Contamos con  
una **red** de  
**+30 MENTORES**  
**Y MENTORAS**  
para nuestros  
**emprendimientos**

Altas y bajas de la Comunidad:

**2020**

**28** EMPRENDIMIENTOS  
EN LA COMUNIDAD

**21** INCLUIDOS  
EN EL INFORME

**2021**

**+4** EMPRENDIMIENTOS NUEVOS  
EN LA COMUNIDAD

**-5** EMPRENDIMIENTOS  
DEJARON DE FUNCIONAR

**16** INCLUIDOS  
EN EL INFORME

Caracterización del  
**portafolio**  
**socialab**  
-2021-



Persona lanzando globo terráqueo  
Fotografía: Valentín Antonucci





Impact Reporting and Investment Standard (IRIS) es una metodología enfocada a medir el impacto social.

Concretamente es un sistema que ofrece un conjunto de métricas de rendimiento que buscan ser globalmente aceptadas que se aplican para describir el desempeño social, ambiental y financiero de una organización.

El gran valor de esta metodología es lograr que los/as inversores/as puedan comparar empresas a través de los resultados que arrojan sus métricas.

IRIS surge como iniciativa de la Global Impact Investing Network (GIIN), organización sin ánimo de lucro dedicada a incrementar la escala y la eficacia de la inversión de impacto

## MÉTRICAS IRIS+ SELECCIONADAS

1. Modelo Operacional (OD6306)\*
2. Año de fundación (OD3520)\*
3. Número total de fundadores (OI2209)\*
4. Porcentaje de propiedad femenina (OI2840)\*
5. Número total de empleados\*\* (OI3160) y número de empleadas\*\* mujeres (OI6213)\*
6. Sector de influencia (PD8808)\*
7. Ubicaciones de clientes (PD2587)\*
8. Modelo de cliente (OD8350)\*
9. Sistema de comentarios para clientes (OI5049)\*
10. Clientes activos (PI9327)\*
11. Ingresos netos (FP1301)\*
12. Tipo de clientes (PD7993)\*
13. Comunidades atendidas (PI2476)\*
14. Grupo demográfico de interés (PD5752)\*
15. Configuración geográfica de partes interesadas (PD6384)\*

\* El código corresponde a la referencia de las métricas, se pueden consultar en [iris.thegiin.org](http://iris.thegiin.org).

\*\*Para esta métrica se aceptaron respuestas con empleados sin tener en cuenta el horario de trabajo.

## MODELO OPERACIONAL

El modelo operacional es la manera en la cual opera la empresa.

De las 16 empresas relevadas:



### SERVICIOS:

INCLUSIÓN — **50%**

EDUCACIÓN — **16.67%**

RECLUTAMIENTO — **16.67%**

ARTICULACIÓN ENTRE ACTORES DEL MERCADO — **16.67%**

### BIENES:

PRODUCCIÓN	PROCESAMIENTO	DISTRIBUCIÓN	MINORISTA	%
X	X	X		70%
X				30%

## AÑO DE FUNDACIÓN

El 50% de las empresas relevadas fueron fundadas entre 2018 y 2019.

2013	LOMBRIZ URBANA
2014	NADA CRECE A LA SOMBRA
2016	APRENDIZAJE DIFERENTE TAGMA
2017	SELLIN
2018	ECOPLAN 12 - LICEO VERDE HEMISFERIO LÚDICO VITANNA RECUMPLE BIOFUEGO
2019	COMPOST CIUDADANO NEXOS UY ECOTIRE
2020	PICHÓN.UY FUSIÓN
2021	BINAURAL

## NÚMERO TOTAL DE FUNDADORES/AS

En promedio las  
**EMPRESAS RELEVADAS**  
fueron fundadas por  
**3 PERSONAS**

## NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS Y NÚMERO DE EMPLEADAS MUJERES

Las 16 empresas  
relevadas tuvieron

**177 PERSONAS**

**EMPLEADAS**  
en el 2021 siendo

**95**

**MUJERES**

## PORCENTAJE DE PROPIEDAD FEMENINA

Distribución de la propiedad de la empresa por género.



fueron fundadas por  
**AL MENOS**  
**UNA MUJER**

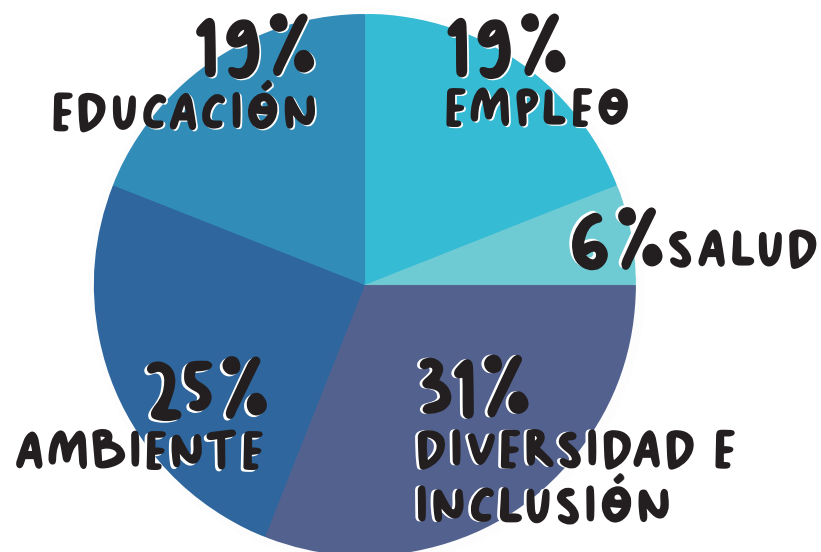


En promedio,  
**EL 60%**  
de los emprendedores  
apoyados son **MUJERES\***

\* El cálculo del promedio se realizó sumando los porcentajes de propiedad femenina de cada empresa y dividiéndolo entre las 16 empresas relevadas. Para este análisis se tomaron los socios que integraban las empresas al momento de su fundación.

## SECTOR DE INFLUENCIA

El sector de influencia refiere al área en la cual las empresas buscan influir.



## MODELO DE CLIENTE

El modelo de cliente refiere a qué tipo de relación mantienen las empresas con sus clientes\*.

**81% B2B | 56% B2C | 19% B2G\*\***

\* Los porcentajes no suman 100% dado que una empresa puede tener más de un modelo de cliente.

\*\* Definiciones: B2B significa Empresa a Empresa, B2C significa Empresa a Consumidor final, B2G significa Empresa a Gobierno.

## UBICACIONES DE CLIENTES

De las 16 empresas relevadas, 15 de ellas tuvieron clientes en 2021, los cuales estuvieron distribuidos por el mundo de la siguiente manera\*:

URUGUAY — 100%

ARGENTINA — 20%

CHILE — 13%

MÉXICO — 13%

ESPAÑA — 13%

ECUADOR — 13%

BRASIL — 7%

USA — 7%

COLOMBIA — 7%

PERÚ — 7%

\*El resultado de la suma de porcentajes suma más de 100% dado que los clientes han estado distribuidos en más de un país por empresa.

## SISTEMA DE COMENTARIOS PARA CLIENTES

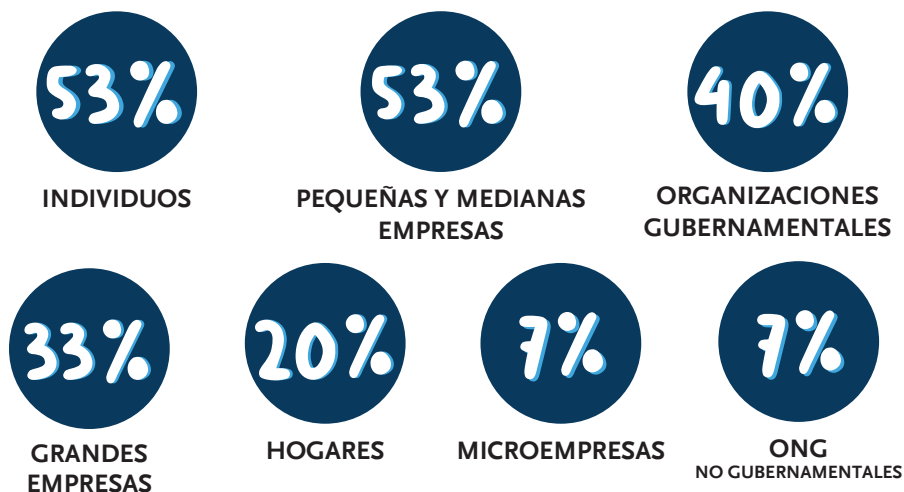
**56% de las**  
empresas relevadas posee un  
**SISTEMA DE COMENTARIOS**  
para que los clientes puedan dejar  
**SU OPINIÓN**  
sobre el producto/servicio vendido.

## CLIENTES ACTIVOS

**+ DE 9.000**  
**personas y organizaciones**  
compraron los productos y servicios  
ofrecidos por las **empresas relevadas**

## TIPOS DE CLIENTES

Refiere a los clientes de las organizaciones, clasificados en determinados grupos según sus características.



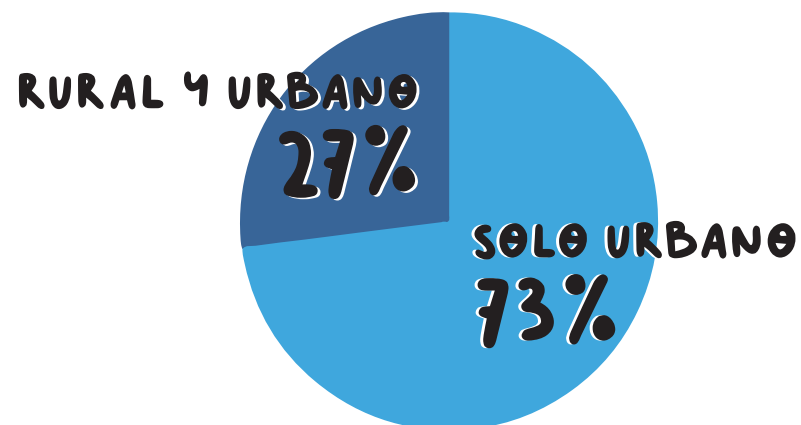
## INGRESOS NETOS



\* Ingresos deducidos los gastos.

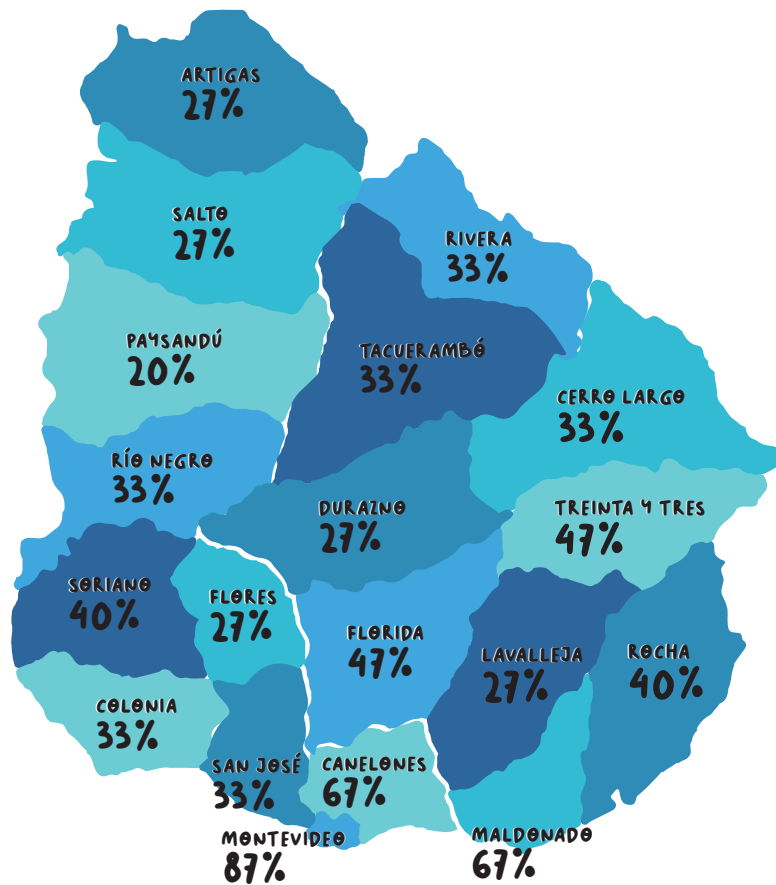
## CONFIGURACIÓN GEOGRÁFICA DE PARTES INTERESADAS

Refiere a los sectores del país a los que se dirigen las organizaciones.



## COMUNIDADES ATENDIDAS

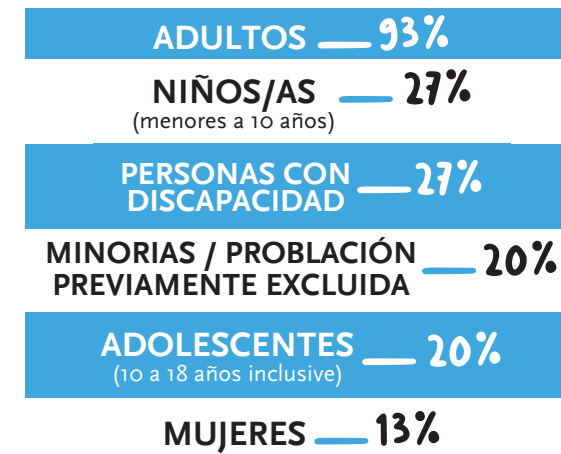
Las comunidades atendidas refieren a los departamentos en los cuales se ubican los clientes\*.



\*Los porcentajes no suman 100% dado que una empresa puede tener más de un grupo donde busca influir.

## GRUPO DEMOGRÁFICO DE INTERES

Los grupos demográficos de interés son aquellos grupos de personas donde la organización busca influir\*.



\*Los porcentajes no suman 100% dado que una empresa puede tener más de un grupo donde busca influir.



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron aprobados por las Naciones Unidas en el año 2015 como un llamado global para proteger el planeta y asegurar que todas las personas tengan paz y prosperidad para 2030.

Los objetivos son 17 y se propusieron para solventar las principales problemáticas del mundo actual, desde la pobreza y la desigualdad hasta el cambio climático. Son una hoja de ruta para llegar a un mundo sostenible para todas las personas que lo habitan.

Algunas de las ventajas que podemos encontrar al utilizarlos son la facilidad y practicidad a la hora de aplicarlos así como también lo reconocidos que son, ya que han tenido un alcance y una difusión realmente masiva.

## LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

### OBJETIVO 1

Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

### OBJETIVO 2

Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

### OBJETIVO 3

Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

### OBJETIVO 4

Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

### OBJETIVO 5

Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

### OBJETIVO 6

Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

### OBJETIVO 7

Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.

### OBJETIVO 8

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

### OBJETIVO 9

Promover el desarrollo de industria, innovación e infraestructuras.

### OBJETIVO 10

Reducir la desigualdad en y entre los países.

### OBJETIVO 11

Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

### OBJETIVO 12

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

### OBJETIVO 13

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

### OBJETIVO 14

Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

### OBJETIVO 15

Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

### OBJETIVO 16

Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

### OBJETIVO 17

Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

## ¿DÓNDE TIENEN SU FOCO LAS EMPRESAS SOCIALES?

\* Los porcentajes no suman 100% dado que algunas empresas tienen foco en más de un ODS.



**3 SALUD Y BIENESTAR 13%** Apdif  
Vitanna

**4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 38%** Hemisferio Lúdico TAGMA  
Lombriz Urbana Pichón.uy  
Nada Crece a la Sombra Fusión

**5 IGUALDAD DE GÉNERO 13%** ReCumple  
Sellin

**8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 31%** Ecoplan 12 ReCumple  
NexosUY Sellin  
Biofuego

**9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 6%** TAGMA

**10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 44%** Nada Crece a la Sombra Pichón.uy  
NexosUY Sonido Binaural  
Sellin Fusión  
Biofuego

**11 CIUDADES Y COMUNIDADES DESIGUALDADES 19%** TAGMA  
Compost Ciudadano  
Ecotire

**12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE 25%** Ecotire Biofuego  
Ecoplan 12  
ReCumple

**13 ACCIÓN POR EL CLIMA 25%** Lombriz Urbana Compost Ciudadano  
Ecoplan 12  
TAGMA

**16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SOCLIDAS 6%** Nada Crece a la Sombra



Empresas  
sociales

Juegos de mesa con fines educativos para ser utilizados en el contexto del aula.

*“Queremos que las instituciones educativas incorporen la lúdica en el aula para que los y las estudiantes a través de nuestros juegos logren mantener la motivación y que se fortalezca el vínculo con el sistema educativo.”*

Equipo de Hemisferio Lúdico



📅 Año de fundación: 2018

🌐 [hemisferioludico.com](http://hemisferioludico.com)



Juego de mesa Caos Atómico  
Fotografía: Hemisferio Lúdico

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Hemisferio Lúdico estableció un criterio que unifica materiales y proveedores, permitiéndoles realizar la producción en serie de sus juegos. **Salieron al mercado cinco juegos, con contenidos curriculares referentes a matemática, idioma español, participación y convivencia y química.** Se lanzó la página web con e-commerce, con la posibilidad de llegar a más personas y departamentos.

En el año **vendió 250 juegos y alcanzó a 150 clientes llegando a 11 departamentos del Uruguay.** Al día de hoy sus productos pueden encontrarse en 10 puntos de venta.

Realizó alianzas con distintos actores del ámbito educativo y participaron en una feria en Canelones, invitados por la Comuna Joven del Gobierno de Canelones.

También efectuó una alianza con PICA, proyecto de investigación en convivencia de centros educativos, que forma parte de la Universidad Católica del Uruguay y es financiado por Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII). El resultado de esto fue el juego sobre la participación y la convivencia en los centros educativos.



Cartas del juego de mesa Kamayana  
Fotografía: Hemisferio Lúdico



# pichón.uy

Cocreación de diseños y espacios que acompañen aprendizajes significativos que habiliten a desplegar los talentos de cada persona.

*“Buscamos crear espacios y diseños de aprendizajes codiseñados, garantes de derechos para el desarrollo integral de las personas.”*

María Favaro y Caryl Guimaraes  
Fundadores



 Año de fundación: 2020

 [pichon.uy](http://pichon.uy)

Plantilla de letras  
Fotografía: Pichón.uy



## IMPACTO GENERADO EN EL 2021



## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Pichón.uy tuvo **41 juegos en catálogo** y vendió **3.990 unidades**. Respecto a los espacios cocreados, la empresa trabajó en conjunto con **4 instituciones** para cocrear sus propios espacios.

Tanto en el diseño de espacios como en la producción de juegos, llegó a **involucrar a 15 docentes** en los procesos de cocreación.

Otro hito en las actividades del 2021 se dio durante la zafra, cuando tuvo **2 operarios** colaborando y en total llegó a incorporar a **10 proveedores uruguayos** en la cadena de producción.

En el presente año Pichón.uy alcanzó los **11.700 seguidores en redes sociales**.

**Todas las instituciones declararon que los espacios y diseños de Pichón.uy mejoraron el acompañamiento de aprendizajes significativos que habilitan a desplegar los talentos de las personas que los habitan.**

\* Niños, niñas y adolescentes.

Desarrollo de proyectos innovadores con eje en educación y sustentabilidad en Latinoamérica, para concientizar e impactar en comunidades, en empresas, gobierno y público en general.

*“Buscamos instalar a nivel regional la sustentabilidad y la regeneración como temas claves de la agenda pública, a partir de acciones concretas en torno a la educación ambiental y la construcción sustentable, demostrando que se puede trabajar en red, convocando a todos los actores de la sociedad: gobiernos, empresas, academia y organizaciones de la sociedad civil”.*

Ana Kondakjian  
Coordinadora de Educación

 Año de fundación: 2016

 [somostagma.com](http://somostagma.com)

## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

85 DOCENTES  
Y 2.700 NNA\*  
FORMADOS EN  
EDUCACIÓN  
AMBIENTAL



\* Niños, niñas y adolescentes.

3 CONSTRUCCIONES  
SUSTENTABLES UBICADAS  
EN COLOMBIA, PERÚ Y ECUADOR

41 INSTITUCIONES  
CONVOCADAS  
(ONG, EMPRESAS, EMPRENDIMIENTOS,  
GOBIERNO Y ACADEMIA)

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

El 2021 TAGMA tuvo un gran crecimiento y desarrollo ya que **sostuvo una estructura fija de equipo de entre 8 y 10 personas durante todo el año**. Consolidó su personería como Asociación Civil y SAS (Sociedad de Acciones Simplificadas).

En el presente año abordó un proceso de rediseño del programa Aula Escuela para la Educación Ambiental junto a DirecTV y también realizó un **rediseño de su imagen principal como TAGMA**. La web se reestructuró para presentar los programas principales y

las acciones que la organización lleva adelante como Asociación Civil.

Amplió sus operaciones a **3 países nuevos: Colombia, Perú y Ecuador**, donde construyeron 3 edificios y diseñó un cuarto proyecto que se implementará en 2022.

En cuanto a su Red de Escuelas y Aulas, trabajó en acompañarlas, apoyando jornadas comunitarias y su vuelta a la presencialidad. Desarrollaron una nueva propuesta para sostener la Red en 2022 y comenzaron a

diseñar su Metodología Educativa.

Por último, en el plano educativo, siguió desarrollando contenidos pedagógicos y consolidó el área de dispositivos educativos; para ello trabajó junto a las comunidades educativas para codiseñarlos acorde a sus necesidades.



Escuela Sustentable de Colombia, San Jerónimo, Antioquia  
Fotografía: TAGMA



Balde recolector de residuos  
Fotografía: Compost Ciudadano

# **Compost Ciudadano**

Recolección de residuos orgánicos domiciliarios e institucionales de Montevideo y venta de productos relacionados al compostaje y huerta.

*“Buscamos revalorizar los residuos orgánicos de Montevideo en compost y disminuir su impacto en el ambiente y sociedad, así como también generar acciones vinculadas al contacto con la naturaleza que generan bienestar en la sociedad.”*

Andrea Alba  
Cofundadora



 Año de fundación: 2019

 [compostciudadano.uy](http://compostciudadano.uy)



## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**265.000 Kg DE RESIDUOS** dieron origen a **88.000 Kg DE COMPOST**



**527**  
**HOGARES CLIENTES**



**160**  
**HOGARES COMPRARON COMPOSTERA**

Realizaron  
**7 ACCIONES**  
vinculadas al contacto con la naturaleza que generan bienestar en la sociedad.

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Compost Ciudadano formalizó una **alianza con TRESOR**, planta de compostaje industrial, que les permite expandir su gestión y fomentar en conjunto la educación ambiental.

Alcanzó más de **500 hogares clasificadores** e integró al equipo 3 nuevos colaboradores. Generó **9 acciones de impacto social**, entre las que se encuentran visitas a la planta de estudiantes, talleres y donaciones de compost a: Plantatón, Centro Educativo Providencia y Ceprodih.

**Desarrolló una nueva línea de negocios** con la gestión de residuos orgánicos comerciales, realizando acciones junto a empresas para gestionar residuos de sus oficinas como de los hogares que realizan teletrabajo.

Además, trabajó en un proceso de retroalimentación junto a los usuarios, que tuvo como resultado el lanzamiento de una nueva línea de composteras que se ajusta a la necesidad de cada hogar.

**Tuvo el reconocimiento del Premio Uruguay Circular y Emprendo Sustentable**, organizado por El Observador y

ReAcción. Recibió el apoyo de los programas Empresario Emprendedor (CIU) y Sembrando. Fue convocado por el Ministerio de Ambiente para su programa "Promotores Ambientales" donde dio a conocer su experiencia mediante una conferencia en la Torre de Telecomunicaciones Antel.

Por último, en lo que respecta a medios de prensa, estuvo en TV CIUDAD, Radio En Perspectiva, y en el programa De la Tierra al plato junto a Hugo Soca.



Bolsa de compost  
Fotografía: Compost Ciudadano

Fabricación nacional de baldosas podotáctiles de caucho de neumático fuera de uso que facilitan el traslado de personas con baja o nula visión.

*“Queremos bajar la contaminación ambiental y generar confianza a las personas en situación de discapacidad visual para que puedan movilizarse de manera segura e independiente.”*

Lucía Otazú  
Cofundadora

Año de fundación: 2019

@ecotireuruguay

## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**260 KILOS DE CAUCHO RECICLADO**

**92 BALDOSAS FABRICADAS**

**30 BALDOSAS** instaladas para un congreso de personas con discapacidad visual y en un evento de personas ciegas y sordas.

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Ecotire se postuló y ganó la **Validación de Idea de Negocio (VIN)** de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), lo que dio la oportunidad de seguir trabajando e investigando la fabricación de otros productos además de las baldosas señalizadas.

En los meses de validación, **logró mejorar la resistencia y calidad de las baldosas** y además inició un proceso en el cual obtendrá un certificado de calidad del producto emitido por la Facultad de Ingeniería de la Universidad de la República.

Otro objetivo que se esperaba cumplir a lo largo de la validación era aumentar la capacidad productiva. Dicha meta se cumplió logrando **pasar de producir 2 baldosas por día en 2021, a**

**proyectar una producción de 12 baldosas diarias para 2022.**

El fondo ganado permitió dedicarse exclusivamente a la validación, realizar mejoras del producto y contar con todas las herramientas para salir al mercado. Por esta razón solo efectuó 3 ventas en el correr del año, de un total de 26 baldosas (72,8 kilos de caucho reciclado).

Las nuevas baldosas producidas se validaron en un gimnasio, donde se utilizaron 12 baldosas (33,6 kilos de caucho reciclado).

También realizó la instalación temporal de 30 baldosas (84 kilos de caucho reciclado) para un evento y un congreso de personas con discapacidad visual y auditiva que se efectuó en la

ciudad de Mercedes. Para el congreso las baldosas fueron colocadas por el equipo para que las personas ciegas pudieran identificar lugares o espacios, como guías al baño e indicadores de escaleras. Para Lucía, cofundadora de Ecotire, se podía observar que se sentían seguros y confiados al circular gracias a las baldosas.

Respecto al evento de sensibilización en la temática de la discapacidad visual, el equipo de Ecotire tuvo un rol activo dado que se involucró desde la organización del mismo y formó parte de un stand en el cual tanto personas no videntes como personas videntes con los ojos vendados probaban la experiencia de las baldosas podotáctiles.





Preparación de tierra  
Fotografía: Juntando Yerba



Proyecto nacido en el Liceo de Pan de Azúcar “Álvaro Figueredo” que busca impulsar procesos de clasificado y reciclado de residuos, aprovechamiento de energía solar pasiva, y generadores alternativos de energía, así como también formaciones en producción ecológica de alimentos, rediseño ecológico de espacios verdes y bioconstrucción, entre otros.

*“Buscamos crear puestos de trabajo basados en un modelo circular, sustentable y cooperativo, así como también reducir la contaminación ambiental.”*

Pamela Pérez  
Docente del liceo Álvaro Figueredo

 Año de fundación: 2018

 @liceoverde12



## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**9**  
PUESTOS DE  
TRABAJO  
CREADOS

**250 KILOS**  
de residuos  
orgánicos

dieron  
origen a

**120 KILOS**  
de compost

**65 KILOS DE**  
COMPOST  
VENDIDOS



## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Ecoplan 12 - Liceo Verde tuvo un gran impacto en diferentes áreas, entre ellas la implementación de los procesos que se llevan a cabo, la gestión de colaboradores y voluntarios, la producción, el impacto educativo, entre otras.

En cuanto al funcionamiento e implementación del proyecto, se logró internalizar con gran naturalidad tanto en la rutina de los voluntarios como de los beneficiarios. Esto permitió que los docentes tuvieran que intervenir de forma mínima en el ciclo de recolección de residuos orgánicos y en la gestión y limpieza de recipientes.

Debido al crecimiento de la variedad de productos elaborados (compost, plantines, fertilizantes, ecoladrillos) comenzó a organizarse en comisiones autogestionadas por estudiantes con el acompañamiento de docentes. **El gran salto del 2021 también se visualiza en la elaboración y venta de nuevos productos como los MEN\* y los plantines.**

Por otro lado, se está poniendo un gran énfasis en el impacto educativo y

en que los beneficios del proyecto se distribuyan entre los estudiantes. En el presente año más de 60 estudiantes están replicando los proyectos en sus hogares, realizando todo el proceso de clasificación de residuos, compostaje y plantación.

Debido a que la producción ha crecido, los estudiantes pueden vender los productos en ferias de productores; **en el 2021 participó en 5 ferias en la ciudad de Pan de Azúcar.** Los estudiantes fueron los encargados de organizar el stand, los productos a comercializar, el registro, la logística y la contabilidad. Desde el proyecto se entiende que esta oportunidad les brinda herramientas para gestionar pequeños proyectos productivos. Para organizar y distribuir las tareas y actividades realizaron asambleas cada 15 días, instancias donde debatieron y tomaron las decisiones, tanto docentes como estudiantes.

\* Microorganismos eficientes nativos.



Armado de plantines  
Fotografía: Juntando Yerba



Educación y gestión de residuos a través del reciclaje y compostaje tradicional o con lombrices.

*"Buscamos que todas las personas tomen conciencia de la real importancia del compostaje y reciclaje y que lo manejen como una opción de vida a seguir."*

Lucía Curti  
Fundadora



 Año de fundación: 2013

 @lombrizurbana.uy

Lombrices para compostaje  
Fotografía: Lombriz Urbana

## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

De todas las personas que estuvieron en contacto con Lombriz Urbana:

**EL 70%**  
empezó a compostar.

**EL 50%**  
empezó a compostar  
y lo continuó haciendo  
(al cabo de un año del contacto)

**EL 80%**  
tomó distintos hábitos  
de vida alineados con la  
filosofía del reciclaje,  
compostaje, residuo cero,  
entre otros, ya que lo  
entienden como un  
deber ciudadano.



## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Lombriz Urbana logró cumplir un hito importante en la vida de la empresa ya que en coordinación con la Intendencia de Canelones pusieron en marcha el proyecto Hogar Sustentable, donde en seis meses entregaron 172.000 lombrices y capacitaron a las 260 familias del barrio Rincón del Pinar.

También continuó afianzando el trabajo que venían realizando en las Escuelas N° 150 y N° 307, de Paso de la Arena y cerraron el año con actividades con las familias y asistieron 75 personas en total.

Por último, triplicó la capacidad de su criadero gracias a las obras de ampliación y mejora de las instalaciones de Lombriz Urbana.



Taller de compostaje en escuela  
Fotografía: Lombriz Urbana



Niño usando el celular  
Fotografía: Pixabay



Desarrollo de aplicaciones que generen inclusión para personas con TEA\* y otros trastornos.

*"Queremos que cada persona pueda valerse por sí misma y tenga la máxima independencia, ayudando así a tener una sociedad inclusiva, sensible y solidaria."*

Daniela Sniadower  
Cofundadora

 Año de fundación: 2016

 [apdif.com](http://apdif.com)

\* Trastorno del espectro autista.



## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

100%

de las terapeutas capacitadas por Apdif utilizan alguna de las Apps para sus pacientes.

80%

de quienes participan en las actividades entiende que la utilización de las Apps puede mejorar la vida de las personas con TEA.

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Apdif obtuvo más de 1600 descargas de las Apps y el equipo siguió generando contenido en las redes sociales para concientizar y educar sobre TEA.

Sumando las diversas actividades virtuales que realizaron en el correr del año para Uruguay, Brasil y México, alcanzó a más de 300 profesionales y respecto a las actividades virtuales realizadas específicamente para profesiones de Uruguay y Brasil logró convocar a más de 600 participantes.

También fue finalista del programa de aceleración MassChallenge México donde estuvieron entre las 37 startups

seleccionadas de 629 participantes del mundo.

Participó como invitado por la embajada de Chile del "Encuentro Uruguay-Chile: Protagonistas de la innovación con impacto global".

Por último, creó una nueva App con foco en acompañar a las terapeutas en el tratamiento de los pacientes con TEA y otros trastornos que consiguió captar la atención de tres clientes con quienes comenzaron a trabajar en diciembre.



Creación de espectáculos y/o contenidos pensados desde el comienzo como inclusivos e inmersivos a través del uso de la tecnología del sonido binaural\*.

*“Queremos que personas ciegas, con baja visión o baja audición puedan disfrutar de forma plena la cultura y el entretenimiento y que otras productoras puedan conocer la tecnología binaural y crear más propuestas inclusivas para poder así, expandir el impacto.”*

Gustavo Fernández  
Cofundador

 Año de fundación: 2021

 [binaural.com.uy](http://binaural.com.uy)

## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**10 PERSONAS**  
ciegas, con baja visión y/o  
baja audición disfrutaron  
de un espectáculo  
en forma plena.

**1 PRODUCTORA**  
replicó la tecnología  
utilizada por Binaural  
en sus obras.

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 **Binaural** estrenó su primera obra: **“Bette Davis ¿estás ahí?”**, obteniendo una muy buena recepción por todos los actores involucrados, lo cual representó un gran hito para la empresa.

**Las funciones se llevaron a cabo en el Teatro Solís**, institución que le brindó todo el apoyo para realizar 10 funciones. Las entradas fueron vendidas en su totalidad y con anterioridad: a falta de 3 presentaciones la sala estaba agotada. El soporte de la institución teatral también consistió en una activa participación en redes donde destacó que eran los primeros en usar el sonido binaural en Uruguay.

La obra tuvo muy buena devolución de la crítica; tanto en radio, como prensa escrita, redes y en televisión hubo una cobertura muy grande del proyecto Sonido Binaural y la obra en sí misma. “Al finalizar la primera

temporada, las repercusiones fueron muy positivas” -asegura el equipo-, lo que llevó a tener una segunda temporada pasados los dos meses de la primera.

Integrantes de la Unión Nacional de Ciegos del Uruguay (UNCU) - con quienes Sonido Binaural había tenido contacto previo a la realización de la obra - comentaron que personas allegadas a ellos habían asistido al teatro a disfrutar de la obra. Las experiencias las definieron como únicas, completamente innovadoras, generadoras de nuevas sensaciones.

**Por último, también tuvo devoluciones de primera mano de varias personas con dificultades auditivas quienes quedaron gratamente sorprendidas**, ya que con el dispositivo no se perdían de ningún detalle sonoro y disfrutaban a pleno de la experiencia”, -comentó el equipo-.

\* El sonido binaural es una forma de grabar o reproducir el sonido que refleja la forma en que los seres humanos escuchamos. Este tipo de sonido imita las señales auditivas naturales creadas por el cerebro y el oído, producto de la interacción acústica entre nuestros cuerpos y el entorno que nos rodea.



Equipo de sonido binaural  
Fotografía: Binaural



Productora audiovisual de contenidos de entretenimiento y aprendizaje que incluyen entre su público a las personas con TEA\*.

*“Que las personas con TEA puedan consumir entretenimiento sin riesgos y que la sociedad tenga información sobre las personas con TEA y pueda vincularse con ellas.”*

Nicolas Kronfeld y Pablo Banchemo  
Fundadores

 Año de fundación: 2020

 [holafusion.com](http://holafusion.com)

\* Trastorno del espectro autista.

\*\* El formato es un documento explicativo en el que se detallan las especificaciones técnicas de un contenido, de modo tal que se pueda replicar en diferentes contextos y con distintos equipos, pero que mantenga un mismo estilo. El formato oficia de biblia para poder llevar adelante el producto sin tener que valerse del mismo personal, lo cual facilita la internacionalización de los productos.

\*\*\* El piloto es un episodio que se filma con el objetivo de que los realizadores puedan mostrar lo que son capaces de materializar y se utiliza para que los compradores puedan valorar el potencial de un contenido. En algunos casos, el piloto se incluye como uno de los episodios de la serie.

\*\*\*\* Dado que en 2021 Fusión no tuvo clientes, en las métricas Iris+ que refieren a estos, no fue incluido.



## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Fusión realizó el manual de producción de contenidos TEA, el formato\*\* y el piloto\*\*\* de forma exitosa. A su vez, generó vínculos de suma importancia para el proyecto (realizadores, técnicos en TEA, doctores, familiares y personas dentro del espectro) y se vinculó aún más con la temática, lo que permitió aprender lo necesario para avanzar con seguridad en cada paso que dan como emprendimiento, con la ayuda de un equipo técnico.

Consiguió capacitar a técnicos y científicos para que dispusieran su conocimiento con foco en los objetivos del manual de producción de contenidos TEA, lo cual permitió la recopilación de material para la elaboración del manual y la formación de una mesa de trabajo científico-audiovisual para la selección del material adecuado para la formulación del mismo, que se consiguió elaborar.

Mientras, se realizaron actividades de difusión con técnicos de diversas clínicas, doctores especializados en TEA, familiares y otras empresas sociales con las que se podría realizar sinergias para potenciar mutuamente los

emprendimientos. A su vez, esas actividades generaron la sensación de comunidad que la productora necesita para abrir puertas en un universo específico como es el de las personas con TEA.

**Creció el equipo:** se conformó un equipo audiovisual, se contrató a un consultor de formatos y un director especializado en realizaciones sobre fauna para avanzar en los tonos, guiones, archivos, casos y estilos del formato Bichero, que fue ofrecido a potenciales clientes. Se recorrió el camino de la producción del piloto, el rodaje del episodio, su edición y postproducción.

Comenzó la búsqueda de distribución del piloto, con ofertas en mercados y encuentros uno a uno con compañías distribuidoras de material, canales y plataformas de series. En el 2021 comenzó a visitar potenciales clientes de la serie y continúan en este 2022 con la elaboración del curso de enseñanza de la guía orientativa para comercializarlo.



Antonio Ripoll grabando  
Fotografía: Fusión



Escena de grabación  
Fotografía: Fusión







Talleres socioeducativos, intervenciones en salud, plan de urbanismo, asesoramiento a familiares, en centros penitenciarios.

*"Queremos transformar el sistema penitenciario a fin de que garantice los derechos humanos, la generación de oportunidades y fomente las formas no violentas de vincularse."*

María José Miles  
Cofundadora


 Año de fundación: 2014  
 [nadacrecealasombra.com](http://nadacrecealasombra.com)

## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**10 PPL\***  
**RECIBIERON**  
**ATENCIÓN**  
**DE SALUD**  
GRACIAS A LA  
GESTIÓN DE NCS\*\*



LUEGO DE 1 AÑO,  
**45% DE**  
**LAS PPL**  
**SOSTUVO EL**  
**ESPACIO**  
**EDUCATIVO**  
PROPORCIONADO  
POR NCS\*\*



Se brindó  
asesoramiento  
a familias y  
150 conflictos  
**FUERON RESUELTOS.**

\* Personas privadas de libertad.

\*\* Nada Crece a la Sombra.



## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Nada crece a la sombra realizó talleres socioeducativos en la Unidad 4 "Santiago Vázquez" de INR\*\*\*. Se trabajó con una metodología de bloques temáticos abordados con diferentes herramientas de reflexión y expresión personal (escritura, música, retratos, creación de imagen, collage, teatro, espacios lúdicos). El primer bloque temático que se abordó fue la "Rutina Carcelaria", donde se hizo énfasis en problemas de convivencia, resolución de conflictos, consumo y hábitos.

El producto final fue un videoclip de música Rap, donde las PPL escribieron la letra, colaboraron con el ritmo e idearon y desarrollaron el material audiovisual. El segundo bloque temático fue sobre Violencia, donde se trabajó modelos de masculinidades, paternidad y resolución de conflictos. **En total se desarrollaron 45 talleres socioeducativos. Participaron un total de 43 personas en los talleres, cubriendo siempre el máximo cupo permitido por INR: 10 participantes.** 15 de esas personas tuvieron continuidad a lo largo de todo el proceso.

Los talleres no funcionaron de manera continua dado que a causa de la emergencia sanitaria en marzo de 2021 se volvieron a suspender las actividades. En el tiempo en que las actividades socioeducativas estuvieron suspendidas, se entregaron donaciones de canastas de alimentos y productos de higiene en el Módulo 3.

**Se brindó asesoramiento continuo a las familias de las personas privadas de libertad.** Se recibieron aproximadamente 3 mensajes semanales a las redes sociales de la organización con dudas o situaciones problemáticas.

Por último, en el presente año hubo en promedio 2 situaciones urgentes de riesgo de salud por mes. En dichas ocasiones, se coordinaron acciones con el Director de la unidad para que las mismas fueran abordadas y en caso de ser necesario se coordinó con el centro de salud para que pudieran ser atendidas.

\*\*\* Instituto Nacional de Rehabilitación.

NexosUY es el primer portal de empleo uruguayo adaptado a las distintas discapacidades. Brinda servicios de publicación de ofertas laborales dirigidas a personas en situación de discapacidad, acompañamiento en proceso de selección, y diseño y testeo de plataformas web accesibles.

*“Queremos naturalizar la discapacidad, a través de la accesibilidad y la inclusión (física y/o digital), con la eliminación de las distancias territoriales y con la reducción del desempleo de personas en situación de discapacidad”.*

Natalia Doglio  
Fundadora



📅 Año de fundación: 2019

🌐 [nexosuruguay.com.uy](http://nexosuruguay.com.uy)

Mujer trabajando  
Fotografía: Marcus Aurelius

IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**33 PERSONAS**  
ATRAVESARON PROCESOS  
DE BÚSQUDA DE EMPLEO.

**8**  
CONSIGUIERON  
EL TRABAJO



Una web accesible  
desarrollada para  
**UN CLIENTE**

**20**  
AVISOS PUBLICADOS  
POR EMPRESAS EN NEXOS.UY



Empresa social de triple impacto que se desarrolla junto a personas privadas de libertad y sus familias, donde transforman desechos de poda en pellets de madera que pueden ser utilizados como combustible, o como base de camas sanitarias veterinarias.

*"Impactar positivamente en la reinserción social de las personas privadas de libertad (PPL) a través de oportunidades laborales dentro de los centros penitenciarios."*

Analfía Reclade  
Fundadora



 Año de fundación: 2019

 [biofuego.uy](http://biofuego.uy)

Pellets  
Fotografía: Biofuego



## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**10.000 kg DE PODA** dieron origen a **4.800 kg DE PELLETS**

**2 PPL EMPLEADAS**

Cooperativa formada por **15 MUJERES** empleadas por Biofuego. Las mismas tienen vínculos estrechos con las PPL.

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Biofuego no pudo trabajar más en la cárcel, por lo que tuvo que establecerse fuera de ella empleando mujeres que tuvieran algún vínculo estrecho con los privados de libertad. De esta forma, seguían ayudándolos a mejorar su calidad de vida no directamente a ellos pero si a sus familias

En cuanto al producto que ofrecen -pellet de madera-, priorizaron su venta como pellet sanitario dando lugar a un mayor margen de ganancia. Para ello han estado trabajando en una nueva marca con su identidad propia.



mujeres creando segundas oportunidades

Producción nacional de artículos de decoración para fiestas y regalos empresariales basados en la economía circular, el impacto ambiental, social y económico.

“Queremos fomentar la independencia económica con la generación de oportunidades de ingresos sostenidos en ReCumple y la producción artesanal de artículos lúdicos sustentables basados en el reciclaje, reutilización y cocreación en comunidad hechos por mujeres creativas en situación de vulnerabilidad.”

Ana Cardozo Fundadora



📅 Año de fundación: 2019

🌐 [recumple.com.uy](http://recumple.com.uy)

### IMPACTO GENERADO EN EL 2021

Luego de haber trabajado en ReCumple

3

MUJERES

afirman haber adquirido habilidades técnicas y blandas.

10

MUJERES

tuvieron ingresos sostenidos en ReCumple.

100 KILOS DE MATERIAL REUTILIZADOS (TELAS, BOTONES, CARTÓN, ETC)

11.000 SORPRESITAS VENDIDAS



QUE SUSTITUYERON LA COMPRA DE SORPRESITAS DE PLÁSTICO



### ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 el crecimiento logrado por el emprendimiento fue muy grande, mejorando de manera notoria la web (la sección de second hand está en proceso de validación).

En el proceso de formación de equipo y crecimiento pasaron 3 diseñadoras con enfoques diferentes hasta octubre 2021 que ingresó una diseñadora que pudo lanzar los productos en tiempo y forma, enfocados en el propósito de ReCumple. En diciembre de 2021 fue seleccionadas para usufructuar la garita del Ministerio del Interior Municipio CH cambiando por completo los planes y sumando más desafíos en recursos, producción y gestión. En este punto de venta se integrarán dos mujeres en la atención del cliente el próximo año.

Por último, en el presente año se trabajó muchísimo en equipo para lograr una correcta división de tareas y responsabilidades y en el equipo de gestión se separaron cuatro áreas lideradas por cuatro mujeres: back office, diseño, producción y logística.



LAS **Re** EMOCIONES

LAS **Re** EMOCIONES

ENHEBRÁ  
LAS LANAS  
Y ARMA  
UN PELO  
DIVERTIDO

¿Cómo te sentís hoy?  
emociones es un juego  
diferentes gestos,  
niños

Juego Las Re emociones  
Fotografía: ReCumple



Carretera asfaltada  
Fotografía: Josh Sorenson



Diseño y desarrollo de soluciones para potenciar las compras con impacto de empresas y personas, generando oportunidades a microproductores, para que no sufran el desarraigo territorial.

*"Queremos tener impacto en el trabajo decente y el desarrollo económico. Que todas las personas puedan elegir lo que quieren ser, que no sean presos de sus circunstancias, sin importar dónde se encuentren. El foco está en las personas y los microemprendimientos. Queremos que tengan una vida digna y la dignidad pasa por la capacidad de elección."*



Mariana Chilibroste  
Fundadora

 Año de fundación: 2017

 [sellin.uy](http://sellin.uy)



## IMPACTO GENERADO EN EL 2021

**200 NUEVOS  
EMPREENDEDORES  
PASARON POR  
CAPACITACIONES**



**+ DE 80.000  
PRODUCTOS VENDIDOS  
EN LOS 19  
DEPARTAMENTOS**

**Se sumaron  
85 EMPRESAS  
como socios estratégicos con impacto.**

## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 **Sellin consolidó su red a través de los 19 departamentos**, tendiendo puentes entre emprendedores/as de todo el país. Se vincula con nuevos socios estratégicos, alcanzaron a más de 120 empresas y organizaciones, siendo sus referentes en el camino hacia la sostenibilidad y las compras con impacto.

**El equipo creció un 80% respecto al año anterior y de ese crecimiento el 90% fueron incorporaciones femeninas.** A su vez, levantó capital al incor-

porar una inversora a la sociedad con un fuerte enfoque en la inversión de impacto.

**Desarrolló y lanzó DINAMO, un programa que instala capacidades para acelerar el desarrollo de habilidades clave que permitan abrir nuevas oportunidades para los emprendimientos.** El programa utiliza herramientas y metodologías digitales para facilitar el aprendizaje y lograr un mayor alcance.



Harina de vino a partir de orujo de Tannat.

*“Queremos aportar nuestro granito en concientizar acerca del consumo de alimentos realmente naturales, que sean parte de la organización de un estilo de vida saludable”.*

Andreína Machado  
Cofundadora

 Año de fundación: 2018

 [vitanna.com.uy](http://vitanna.com.uy)

Harina de orujo de Tannat  
Fotografía: Socialab

## IMPACTO GENERADO EN EL 2021



## ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En 2021 Vitanna llevó a cabo una remodelación parcial de la planta donde se procesa el orujo de vino tannat para convertirse en harina de vino y también **firmó un contrato de distribución del producto en todo el país.**

Un hito que marcó el año fue la **presencia del producto en las góndolas del Programa Sembrando Emprendedores en la cadena Disco, Devoto y Geant así como también en Farmashop.**

El 2021 cerró con más de **300 puntos de venta en los 19 departamentos del Uruguay** y tuvieron los primeros contactos para lograr exportar el producto.

Por último, fue ganadores del Premio Mipyme Pionera del año 2021 y buscó concientizar a sus seguidores a través de las redes sociales sobre el consumo de alimentos naturales.

# Conclusiones FINALES

## SOBRE EL PROCESO

Desde Socialab destacamos la realización del informe de medición de impacto y resultados por tercer año consecutivo, reafirmando que esta es una buena práctica organizacional. Creemos pertinente valorar los esfuerzos que todas las partes han realizado a lo largo de los años, los cuales han sido muy valiosos e indispensables para que Hacemos - Medimos - Contamos sea una realidad.

Cabe señalar que en el 2021 el foco de los equipos emprendedores estuvo nuevamente en el “hacer” y no en el “registrar”, lo que, al igual que años anteriores, complejiza y enlentece el proceso de recolección de información. Sin embargo, gracias a los ajustes realizados en la forma de recolección de la información para que las empresas pudieran realizar su medición de forma sencilla, la sistematización de los datos fue más simple.

También es importante señalar que a lo largo del proceso de planificación y ejecución de este informe, se hizo un especial hincapié en mostrar de forma clara y separada por un lado, lo que se entiende como resultados y por otro lado, lo que se considera impacto.

Nuestra experiencia sugiere que la fortaleza de las empresas sociales se encuentra focalizada en la entrega de sus productos y/o servicios, existiendo una gran oportunidad aún para fortalecer el registro de la información y los resultados e impactos generados.

Desde Socialab somos conscientes del gran camino que queda por recorrer para que se visualice la importancia de la medición de actividades, resultados e impactos por parte de los y las emprendedoras, pero destacamos que se aprecia en ellos una mejora en el conocimiento de la temática y los procesos.



## SOBRE LA COMPOSICIÓN DEL PORTAFOLIO

En primer lugar, cabe destacar la incorporación de 4 empresas sociales que por primera vez forman parte de este informe: Pichón.uy, Sonido Binaural, Fusión y Recumple.

Analizando el portafolio en su totalidad, se observan dos datos que vale la pena destacar. Por un lado, que el 50% de las empresas fueron fundadas entre 2018 y 2019; y por otro lado, que el 94% fueron fundadas por al menos una mujer.

Si comparamos este último porcentaje (porcentaje de propiedad femenina) con el obtenido en el informe del año 2020, notamos un aumento del 12%, lo cual demuestra que la presencia femenina en los emprendimientos de la Comunidad sigue creciendo.

Otro dato interesante es el número de personas empleadas: a lo largo del 2021 las empresas relevadas emplearon a 177 personas, de las cuales 95 fueron mujeres.

Si evaluamos los sectores donde buscan influir las empresas vemos que el 31% de ellas impacta en el área de diversidad e inclusión, el 25% en

ambiente, el 19% en educación, el 19% en empleo, y el 6% en salud.

Al compararlo con la composición en 2020 de estos mismos sectores, se aprecia un incremento de 13.3% en el sector diversidad e inclusión, una baja de 3.6% en el sector ambiente, un aumento de 8% en el sector empleo, y casi un 3% en el sector salud. Estos incrementos o disminuciones en los porcentajes se ven afectados -entre otros motivos- por la variación de la muestra de un año a otro.

De las 16 empresas relevadas, 15 tuvieron clientes en el 2021, los cuales estuvieron distribuidos en Uruguay, Argentina, Chile, México, España, Ecuador, Brasil, EEUU, Colombia y Perú.

En cuanto a la relación que tienen estas empresas con sus clientes, cabe resaltar que la mayoría 81% se relaciona de empresa a empresa, el 56% de empresa a cliente final y un 19% lo hace de empresa a gobierno. Es importante aclarar que estos porcentajes no suman 100% dado que una empresa puede tener más de una

forma de relacionarse con sus clientes.

Si comparamos estas cifras con las del año anterior vemos que en 2020 la relación empresa a empresa ascendía a 74% por lo cual notamos un aumento del 7%, mientras que las relaciones de empresa a cliente y empresa a gobierno se mantuvieron estables en 56% y 19% respectivamente.

La mayoría de los clientes de las empresas estuvieron ubicados en los departamentos de Montevideo, Maldonado y Canelones y el 27% se encuentra en zonas rurales y urbanas, mientras que el 73% se encuentra únicamente en zonas urbanas.

## SOBRE EL IMPACTO ALCANZADO

Si analizamos dónde están buscando impactar las empresas relevadas, notamos que hay un 44% de ellas que impactan en el ODS número 10 (reducir la desigualdad en y entre los países), el 38% en el ODS número 4 (garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos), y el 31% en el ODS 8 (promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos).

Si comparamos las cifras anteriormente mencionadas con el informe emitido en el 2020, podemos apreciar un aumento de 12% en el ODS número 10, una disminución de un 1% en el ODS número 4 y un aumento de 6% para el ODS número 8.

En términos generales, el impacto de los emprendedores y emprendedoras de la Comunidad en este 2021 puede ser resumido a que más de 9.000 clientes confiaron y creyeron en estas empresas sociales en las áreas de educación, ambiente,

empleo, inclusión y salud. Esta cifra representa un gran incremento al ser comparada con la del informe del año 2020 donde fueron más de 100 los clientes y 4.000 los beneficiarios alcanzados. Cabe señalar que los ingresos netos de las 16 empresas relevadas en 2021 totalizaron más de US\$ 450.000.

Sin embargo, como se detalló anteriormente, aún queda mucho camino por recorrer para que la medición de resultados e impactos se torne una prioridad para las empresas sociales, lo que entendemos es un elemento importante a la hora de dimensionar su impacto y escalarlo.

Desde Socialab mantenemos la convicción de la relevancia sobre la medición de impacto y resultados. Es por esto que seguiremos redoblando la apuesta y simplificando procesos para que cada vez sea más sencillo y accesible para los equipos medir sus resultados e impactos, así como también comunicar al mundo los mismos. Creemos que el valor no solo está en el hacer sino también en

el contar lo que se hace, ya que muchas veces la visibilidad de los logros inspira y atrae a nuevos actores a seguir sumando a las causas.

Por último, como creemos que lo que no se mide no se puede cambiar, gran parte del trabajo que hay detrás de este documento tiene que ver con nuestro objetivo de transmitir a las y los emprendedores la importancia de documentar la información y revisarla periódicamente, así como también provocar en los lectores un interés genuino por las empresas sociales y el impacto que las mismas están generando en nuestra sociedad.

socialab  
Uruguay



[socialaburuguay.com](http://socialaburuguay.com)



[@socialabuy](https://www.instagram.com/socialabuy)