



Hacemos
Medimos
Contamos

socialab

con apoyo de

ANDE
Agencia
Nacional de
Desarrollo
el desarrollo entre todos

Marzo, 2020

Coordinación y redacción general del documento

Alejandra Rossi
Carolina Machado
Mercedes Caro
Victoria Fraschini

La presente publicación fue realizada por Socialab Uruguay en el marco del apoyo de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) a actividades de Fomento de la Cultura del Emprendimiento.

Diseño y producción gráfica

Yamila Martínez

Consultora de medición de impacto

Mercedes Caro

Corrección de estilo

Araceli Acosta

Por consultas y comentarios

Socialab Uruguay
Maldonado 1868, 11200, Montevideo, Uruguay
Teléfono: +598 99 804 912
uruguay@socialab.com
www.socialab.com/uy



ÍNDICE

Introducción	2
Empresas sociales	4
Metodología	5
Métricas IRIS+	7
Resultados	8
1. Modelo operacional	9
2. Categoría de impacto	9
3. Porcentaje de propiedad femenina	10
4. Ubicación de clientes	11
5. Política de reciclaje	12
6. Modelo de clientes	13
7. Tipo de clientes	13
8. Comunidades atendidas	14
9. Grupos demográficos de interés	14
10. Configuración geográfica de partes interesadas	15
11. Objetivos ambientales de impacto	15
Objetivos de Desarrollo Sostenible	16
Resultados	17
¿Dónde tienen foco las empresas sociales?	18
Apdif	19
Aprendia	20
Arcoíris 21	21
Calmo	23
Cívico	24
DescentralizaTIC	25
Edilabs	25
Geduca	26
Hemisferio Lúdico	26
Ikusi	28
Inoa	29
Lombriz Urbana	30
Orbitic	31
Panda.uy	32
Sabio	33
Sellin	34
Sobre Ruedas	35
Una Escuela Sustentable	37
UYRobot	39
Vitanna	41
Impacto económico	42
Reflexión	43
Anexo	46
Bibliografía	49

INTRODUCCIÓN

En Socialab trabajamos para impulsar un modelo de desarrollo socio-económico centrado en ideas innovadoras y sostenibles que atiendan a los principales problemas de la sociedad. Surge en Chile y se expande en el territorio latinoamericano, abriendo oficinas en Argentina, Colombia, México, Guatemala y Uruguay. En este último, es la organización pionera dedicada 100% a la identificación y acompañamiento de emprendedores sociales.

En el tiempo de trabajo de la institución en nuestro país, realizamos 23 convocatorias en búsqueda de ideas con impacto social, tanto para Uruguay como América Latina y el Caribe. En total recibimos más de 2800 propuestas, de las cuales a 137 les brindamos apoyo en primeras instancias. Son 51 las que recibieron acompañamiento para convertir su idea en una empresa social y en total entregamos US\$ 102 200 en capital semilla.

A propósito del quinto aniversario de la oficina en nuestro país es que nos propusimos evaluar el impacto de las empresas sociales apoyadas durante este recorrido, tanto a nivel social como económico y ambiental. Gracias a la oportunidad brindada por la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), que promueve el desarrollo y competitividad de los emprendedores uruguayos, y a la inspiración de María Laura Tinelli, Directora y Cofundadora de Acrux Partners, quien estuvo introduciendo el tema a diferentes actores en el 2019 es que se concreta este informe.

Desde el inicio de actividades y hasta diciembre 2019 trabajamos con 51 proyectos que resuelven problemas existentes en la sociedad a través de la formación de empresas sociales. El apoyo que la organización brinda se da en etapas tempranas, es decir, cuando los emprendedores están dando sus primeros pasos; validando sus propuestas técnicas y comerciales. Del total de los apoyados, 25 continúan en marcha, consolidando su trabajo por y para la resolución de estas problemáticas.

Es a partir de esta última muestra que realizamos la medición de impacto con el propósito de observar y contar el gran trabajo que están haciendo en territorio, donde están dejando una huella en la vida de niños, niñas, adolescentes y adultos uruguayos en situación de vulnerabilidad; así como también en el ambiente.

¿Cuántas personas están siendo impactadas?, ¿qué temáticas abordan los proyectos en mayor medida?, ¿cuáles son los ingresos económicos que perciben por su trabajo?, ¿cómo se ubican demográficamente?, y ¿cuál es la participación femenina en las empresas sociales?, son algunas de las preguntas que guiaron la medición.

Esperamos que con esta contribución se visualice el robustecimiento de un sector que viene trabajando hace años -y continuará haciéndolo- por la reducción de desigualdades, así como que también sirva de inspiración a que más mentes innovadoras dediquen su tiempo y pasión a cambiar el mundo.

MÉRITOS

CARÁTULA

INTRO
Palabras SL.
MEDIR IMPACTO

METODOLOGÍA
COMO LO
HICIMOS

IRIS+

INTRO | Que es.
Que elegimos.
Porque
con cuantos.

ODS

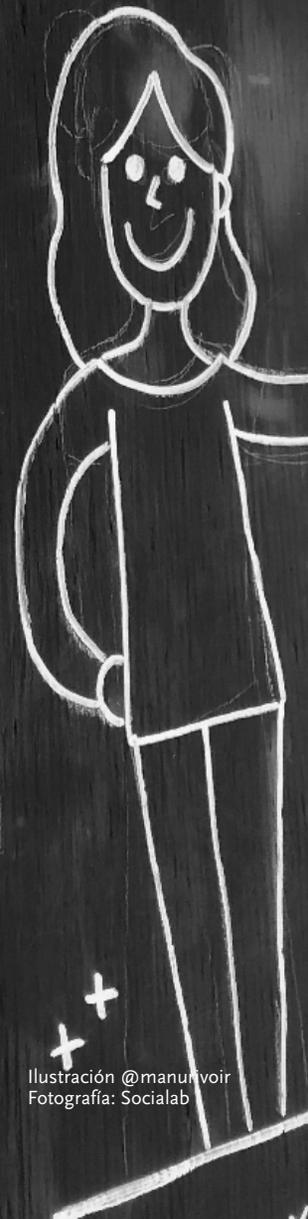
- Introducción xq import.
- Falta ODS

REFLEXIÓN

FUENTES
BIBLIOGRAFÍA



VALOR
EN LO
HUMANO



EMPRESAS SOCIALES

Las empresas sociales son aquellas que surgen con el propósito de resolver una problemática social existente y para ello crean un modelo de negocio donde la sostenibilidad económica es crucial, precisamente para que la empresa logre sostenerse en el tiempo y siga resolviendo el problema social que le da razón de ser.

Estas empresas -también llamadas “empresas de impacto”- buscan solucionar problemas sociales y/o ambientales mediante un modelo económico viable, que genere retornos económicos mientras impactan positivamente en el ambiente y la sociedad. El negocio -en numerosas ocasiones- es tan solo la herramienta y es subsidiaria del fin social o medioambiental que persiguen.

Las empresas sociales se caracterizan por compartir el objetivo del “bien común”, coinciden en el principio de la reinversión de los beneficios obtenidos por el desarrollo de sus actividades en el proyecto -para que el mismo siga creciendo- y sus acciones reflejan de manera fiel la misión empresarial, la cual se enfoca en contribuir con la justicia social¹.

¹ Definición de la Comisión Europea.

Para la realización de este informe, en primer lugar se analizaron las 25 empresas² que continúan en marcha. Se contactó a cada una de ellas y se mantuvieron reuniones presenciales y telefónicas con 24 organizaciones³, visitando personalmente a las que se encuentran radicadas en el interior del país, así como también a algunas que tienen oficinas en la capital de país.

El trabajo de campo consistió en reuniones de una hora con cada equipo y las mismas constaron de tres bloques. El primero para explicar la metodología, el segundo para aplicar las métricas IRIS+ (Impact Reporting and Investment Standard) y el último para medir el impacto con los indicadores diseñados en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Por un lado, se tomaron las métricas IRIS+ del GIIN (Global Impact Investing Network) y se seleccionó un bloque común de 31 indicadores para evaluar a todas las empresas, así como también algunos indicadores puntuales según

las características específicas de cada proyecto. Cabe señalar que en este informe solo se reflejarán 11 de las 31 métricas por motivos que serán explicados a continuación. Por otro lado, se tomaron los ODS de la ONU (Organización de Naciones Unidas) y se clasificó a las empresas según el Objetivo en que han estado impactando con su actividad. Se detectó que algunas iniciativas estaban aportando directamente al logro de algunos Objetivos y secundariamente a otros, y se expuso de esta manera en el informe. Para los ODS, se aplicaron indicadores específicos según las particularidades de cada proyecto.

Por último, la etapa final de la investigación consistió en la recopilación de toda la información relevada y la redacción del “Informe de medición de impacto 2014-2019”, en donde se seleccionaron los indicadores y las métricas cuantitativas más relevantes y se expusieron con el objetivo de mostrar de manera concisa y agregada el impacto que están generando las empresas apoyadas por Socialab en las distintas áreas en las que trabajan.

² a. Empresas en marcha: Apdíf, Aprendia, Arcoiris 21, Calmo, Camino Verde, Cívico, Croma, DescentralizaTIC, Edilabs, Geduca, Gen-T, Hemisferio Lúdico, Ikusi, Inoa, Lombriz Urbana, Orbitic, Panda.uy, Prestapos, Sabio, Sellin, Sobre Ruedas, Una Escuela Sustentable, Ukudala, UYRobot, Vitanna.

b. Cívico y Una Escuela Sustentable son emprendimientos sociales relevados pero no se consideran “empresa social”. A lo largo del informe a modo de simplificación se utilizará únicamente el término “empresa social”.

³ La única empresa social que sigue en funcionamiento y no fue relevada es Camino Verde.

Hacemos Medimos Contamos

1

SELECCIÓN DE
MÉTRICAS IRIS+

2

CLASIFICACIÓN
Y DISEÑO DE
INDICADORES
ODS

3

MEDICIÓN
DEL IMPACTO

4

RECOPIACIÓN
Y REDACCIÓN

Una de las dificultades más grandes que se ha encontrado al momento de llevar a cabo este trabajo ha sido hallar métricas, definiciones y parámetros universales. Es por esto que se seleccionaron las IRIS+, ya que se entiende que son una buena aproximación a la estandarización en la medición de impacto que se desea alcanzar para poder “hablar en el mismo idioma”. Si bien aún están en proceso de revisión y construcción, forman parte de un primer gran acuerdo entre diferentes actores claves.

Las métricas IRIS+ fueron diseñadas y lanzadas por el GIIN y consisten en un sistema para medir, gestionar y optimizar el impacto de las organizaciones. Este sistema ofrece un conjunto de medidas de rendimiento que se utilizan para describir el desempeño social, ambiental y financiero de una organización y busca ser globalmente aceptado para lograr la comparación de las mismas a nivel mundial. También permite mejorar la credibilidad, la transparencia y la responsabilidad en la industria de inversión de impacto.

El criterio de selección de las métricas IRIS+ se basó puntualmente en una condición, debían ser métricas con respuestas “cerradas”, es decir, con opciones de contestación previamente establecidas, lo cual permitió poder agregarlas y exponer los resultados de manera visualmente clara y concisa.

Métricas seleccionadas:

- 1- Modelo operacional (OD6306)*
- 2- Categoría de impacto⁴
- 3- Porcentaje de propiedad femenina (OI2840)*
- 4- Ubicación de clientes (PD6424)*
- 5- Política de reciclaje (OI6286)*
- 6- Modelo de clientes (OD8350)*
- 7- Tipo de clientes (PD7993)*
- 8- Comunidades atendidas (PI2476)*
- 9- Grupos demográficos de interés (PD5752)*
- 10- Configuración geográfica de partes interesadas (PD6384)*
- 11- Objetivos ambientales de impacto (OD4108)*

(*El código corresponde a la referencia de las métricas, se pueden consultar en: <https://iris.thegiin.org>)

⁴ Ex métrica “Sector de influencia (PD8808)”. Esta métrica fue discontinuada en abril del 2019 por lo cual se tomaron las “categorías de impacto” establecidas por IRIS+.

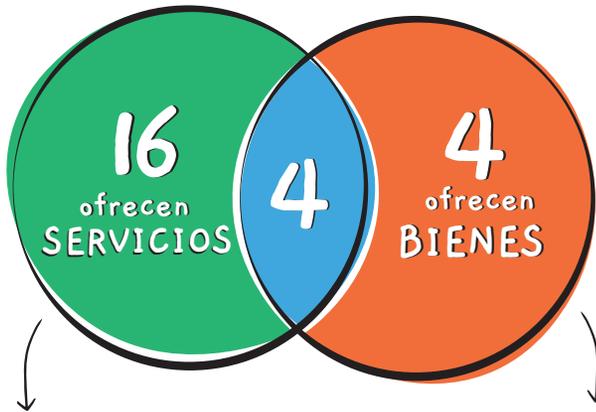


Fotografía: Socialab

RESULTADOS

1. MODELO OPERACIONAL

Es la manera en la cual opera la empresa.



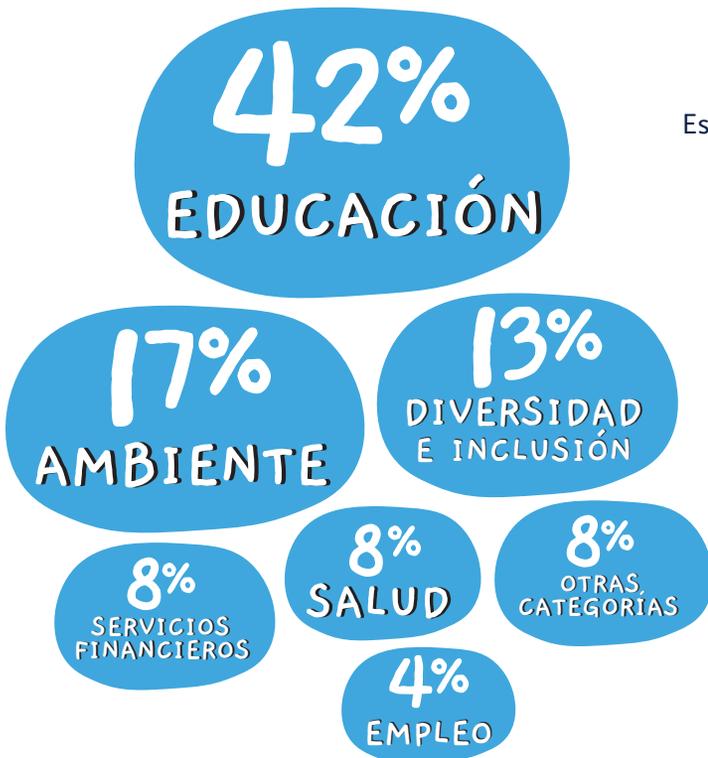
- 50% EDUCACIÓN
- 20% SERVICIOS VARIOS
- 10% FINANCIEROS
- 10% INCLUSIÓN
- 5% SALUD
- 5% LAVANDERÍA

PRODUCCIÓN	PROCESAMIENTO	DISTRIBUCIÓN	MINORISTA ⁴	
x	x	x		62,5%
x	x	x	x	12,5%
x	x			12,5%
x				12,5%

⁴ Las empresas minoristas compran y venden bienes.

2. CATEGORÍA DE IMPACTO

Es aquella en la cual las empresas buscan influir.





Pitch Desafío Educación 2019
Fotografía: Socialab

3. PORCENTAJE DE PROPIEDAD FEMENINA

71%
DE LAS EMPRESAS
FUERON FUNDADAS POR AL MENOS
una mujer



Y EN PROMEDIO ⁵
la mitad
DE LOS EMPRENDEDORES
APOYADOS SON
MUJERES

Distribución de la propiedad de la empresa por género.

* Ver Anexo 1.

⁵ El cálculo del promedio se realizó sumando los porcentajes de propiedad femenina de cada empresa y dividiéndolo entre las 24 empresas relevadas. Para este análisis se tomaron los socios que integran las empresas al momento de su fundación.

ESTADOS
UNI DOS
MÉ
XICO

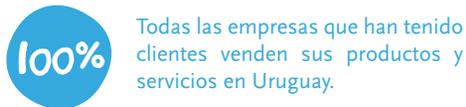
HONRA
DUR
NICAR
AGUA
COSTA
RICA

CO
LOM
BIA
EC
UA
DO
R
PER
RÚ
C
AR
GL
HEN
TI
IN
LA
E

BR
A
S
I
UR
U
GUAY

4. UBICACIÓN DE CLIENTES

Refiere a dónde están ubicados en el mundo los clientes de las organizaciones.
De las empresas relevadas, 17 ya han tenido clientes.



6 de estas 17 empresas han concretado al menos una venta en el exterior:



*Los porcentajes no suman 100% dado que una empresa puede tener clientes en más de una región.
**Este indicador no aplica para Una Escuela Sustentable.
*** Ver Anexo 2.



Tejido de junco
Fotografía: Panda.uy

5. POLÍTICA DE RECICLAJE

Refiere a la correcta gestión de los residuos generados por la empresa.

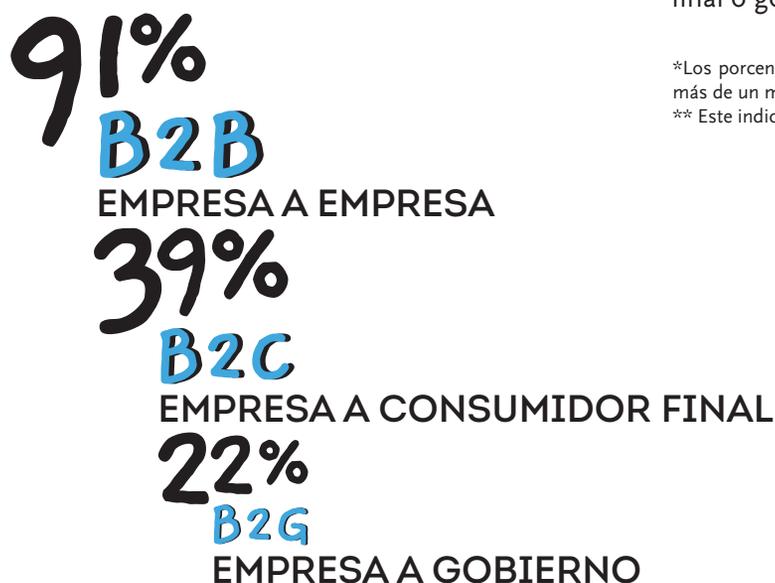


6. MODELO DE CLIENTES

Refiere al tipo de cliente que busca captar la organización, pudiendo ser empresa, consumidor final o gobierno.

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

** Este indicador no aplica para Una Escuela Sustentable.

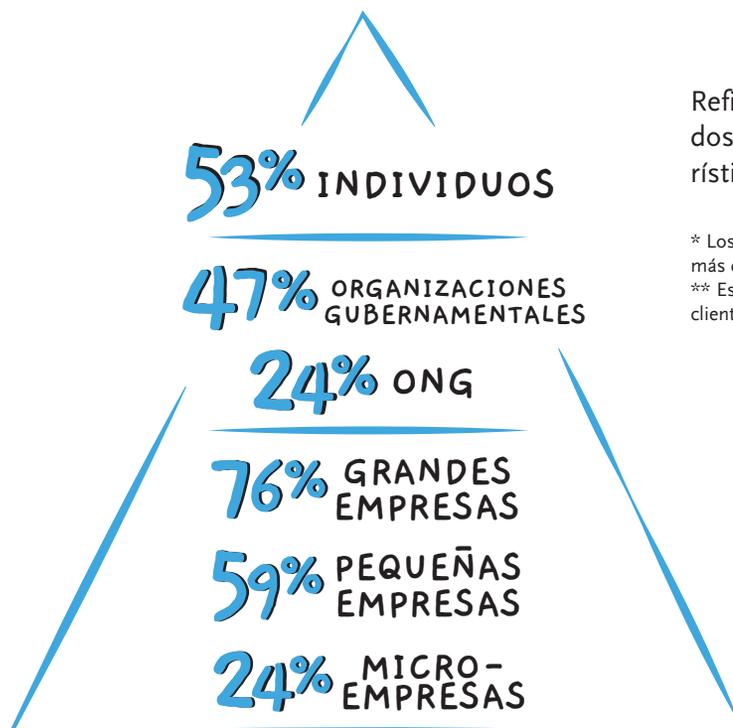


7. TIPO DE CLIENTES

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

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

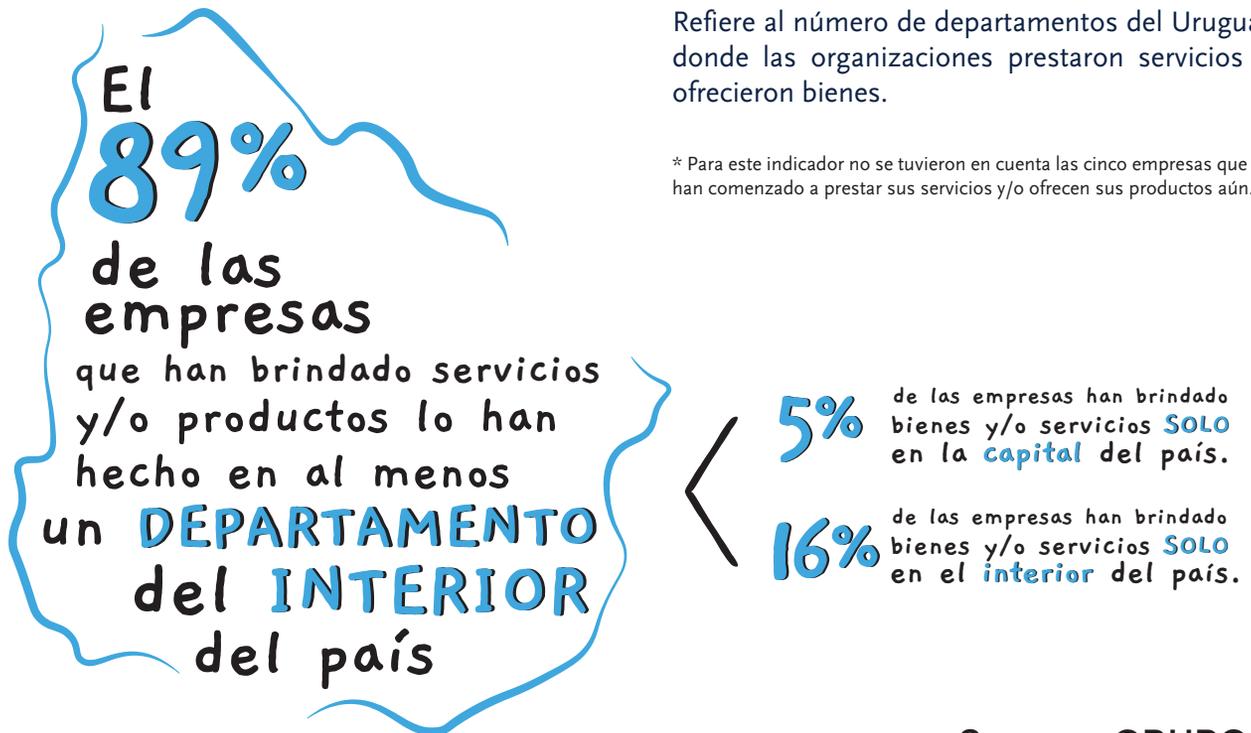
** Este indicador aplica únicamente para las empresas que han tenido clientes.



8. COMUNIDADES ATENDIDAS

Refiere al número de departamentos del Uruguay donde las organizaciones prestaron servicios u ofrecieron bienes.

* Para este indicador no se tuvieron en cuenta las cinco empresas que no han comenzado a prestar sus servicios y/o ofrecen sus productos aún.



9. GRUPOS DEMOGRÁFICOS DE INTERÉS

Son aquellos grupos de personas donde la empresa busca influir.

* Los porcentajes no suman 100% dado que cada empresa puede buscar influir en más de un grupo demográfico.

SEGÚN EDADES:



SEGÚN CATEGORÍAS ESPECÍFICAS:

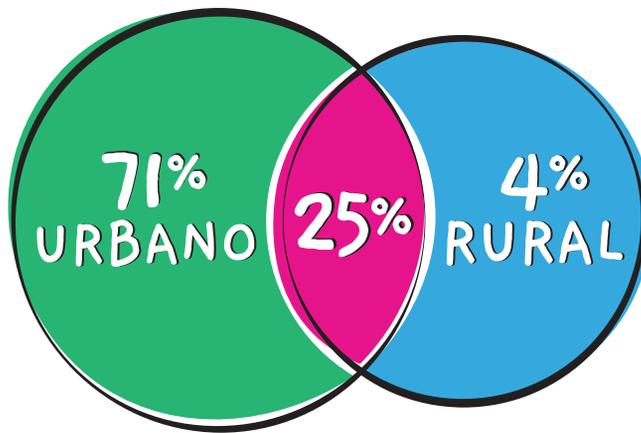


⁶ Niños y niñas (menores de 10 años).

⁷ Adolescentes (de 11 a 18 años).

10. CONFIGURACIÓN GEOGRÁFICA DE PARTES INTERESADAS

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



11. OBJETIVOS AMBIENTALES

Son metas propuestas por las empresas para contribuir a impactar positivamente en el ambiente.

* Los porcentajes no suman 100% dado que cada empresa puede tener más de un objetivo medioambiental de impacto.

OBJETIVOS:

25%

PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

17%

CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES Y ENERGÍA SOSTENIBLE

8%

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y DE COMBUSTIBLE

4%

GESTIÓN DE RECURSOS HÍDRICOS

13%

CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD Y USO SOSTENIBLE DE LA TIERRA

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los ODS fueron aprobados en 2015 por la Asamblea General de Naciones Unidas como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible a cumplir para el año 2030. Son 17 objetivos con 169 metas asociadas que buscan responder a los principales retos que enfrenta la sociedad en torno a tres dimensiones del desarrollo sostenible que resultan claves para el futuro del planeta: la económica, la social y la ambiental.

Los ODS, que son transversales y están interrelacionados, no son solo una agenda de gobierno, sino que requieren de la participación activa y el involucramiento de todos los actores de la sociedad para su logro. Desde Socialab se entiende que las 24 empresas sociales relevadas en este informe realizan un aporte significativo para el cumplimiento de los Objetivos. Por esta razón, en esta sección se muestra el impacto y aporte que las mismas han hecho para lograr “que nadie se quede atrás”.

Para recabar estos datos se definió, junto a los emprendedores, a qué ODS contribuyen las empresas sociales con su actividad. Luego, se diseñaron las métricas e indicadores a medida para cuantificar su aporte en el cumplimiento de los mismos.

Se muestra a continuación el impacto de cada empresa desagregado por Objetivo.

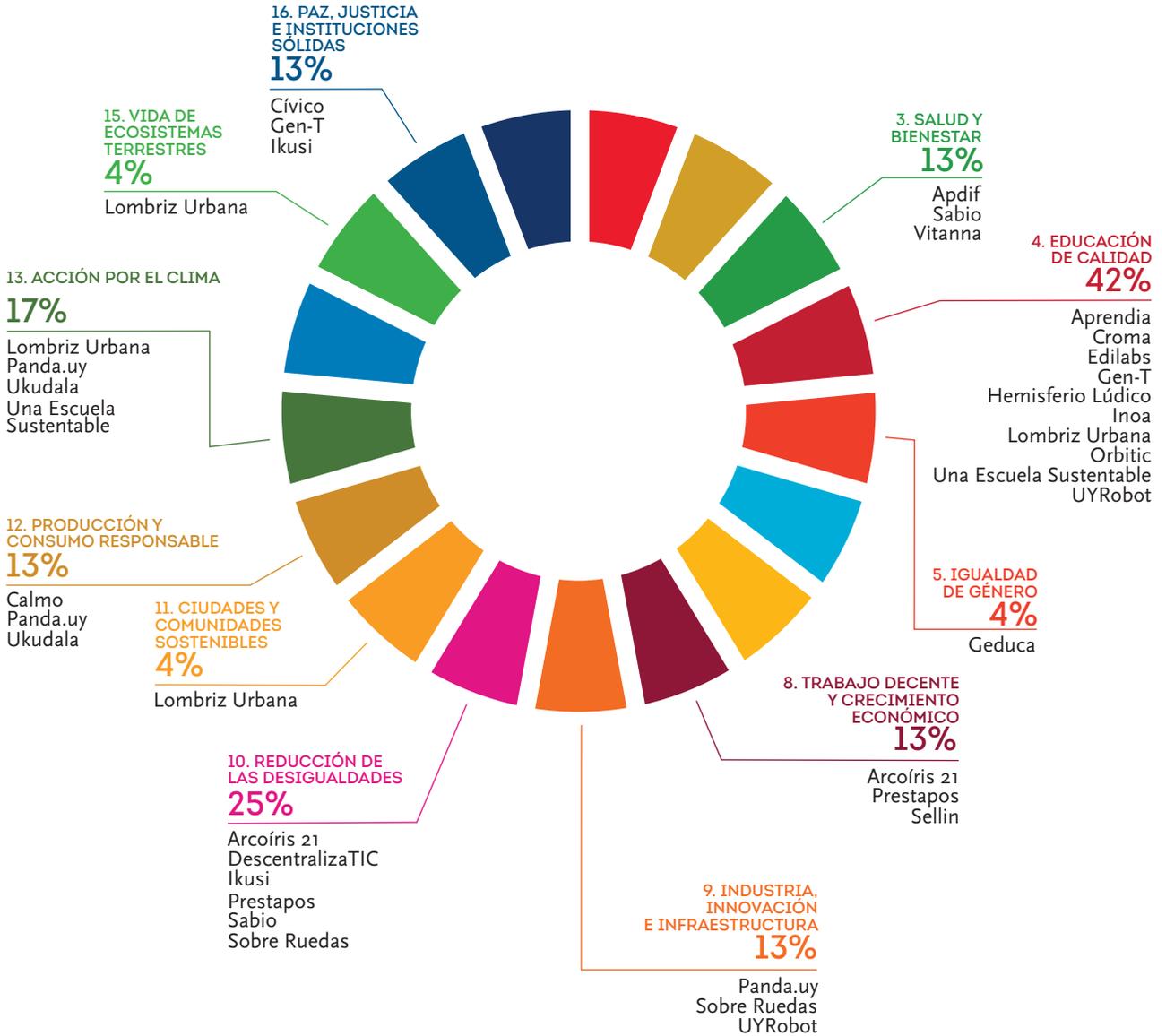


Lavadero Arcofiris 21
Fotografía: Socialab

RESULTADOS

¿DÓNDE TIENEN FOCO LAS EMPRESAS SOCIALES?

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



APDIF

Desarrollo de aplicaciones que generen inclusión para personas con TEA⁸ 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

3 SALUD
Y BIENESTAR



4921
DESCARGAS



930 PERSONAS
UTILIZARON LAS APPS

10

CAPACITACIONES
EN TEA

CON UN TOTAL DE 200
participantes

⁸ Trastornos del espectro autista.



APRENDIA

Videojuegos educativos.

"Buscamos generar nuevas experiencias en las aulas que motiven a los estudiantes a progresar en su viaje de crecimiento".

Gabriel Berenstein

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



FUERON CAPACITADOS Y RECIBIERON ASISTENCIA TÉCNICA PARA EJECUTAR EL VIDEOJUEGO EDUCATIVO:

4 INSTITUCIONES EDUCATIVAS
15 PROFESORES
700⁹ ESTUDIANTES

100%
QUE UTILIZÓ APRENDIA EN SUS AULAS VOLVERÍA A HACERLO

200¹⁰
estudiantes JUGARON

2 JUEGOS
ADAPTADOS Y VENDIDOS A CEIBAL PARA TODAS LAS LAS TABLETS DE CICLO BÁSICO
EN EDUCACIÓN PÚBLICA

⁹ Los 700 estudiantes jugaron al menos una vez a un juego de la plataforma y dieron feedback al respecto.

¹⁰ Los 200 estudiantes probaron en profundidad al menos dos juegos y el liceo virtual.

Servicio de lavandería atendido por jóvenes con síndrome de Down.

"Queremos derribar barreras, derribar mitos, mostrarle a las sociedad que las personas con capacidades diferentes también pueden trabajar y hacer bien su trabajo. También queremos emplear a todas las personas con capacidades distintas que podamos y a personas de bajos recursos, para poder darles una oportunidad de ingreso y trabajo digno".

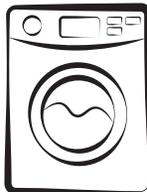
Cecilia Bassine

3 SALUD Y BIENESTAR



INCREMENTO DEL
200%
EN LA SOCIALIZACIÓN
DE LOS EMPLEADOS
EN SITUACIÓN DE
DISCAPACIDAD

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



+1500
SERVICIOS DE
lavandería
REALIZADOS

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



4 PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD **CONTRATADAS**



2 DE ELLOS TUVIERON SU **PRIMERA** EXPERIENCIA LABORAR EN ARCOÍRIS 21

Marca de indumentaria y decoración que produce de forma artesanal, local y sostenible.

"Queremos brindar trabajo digno a distintos grupos excluidos y minorías. Buscamos capacitar a más mujeres artesanas del interior del país, para continuar generando oportunidades laborales. Más adelante, nos gustaría tener impacto en personas con discapacidad. Siempre cuidando al ambiente, reduciendo el impacto negativo y generando conciencia de la producción responsable y el trabajo digno".

Alice Otegui



+90% DE LOS PRODUCTOS SON DESTINADOS A:



75% DE LOS PROVEEDORES SON:



2 TALLERES PROVEEDORES DONDE EL 90% DE LOS EMPLEADOS SON:



MUJERES



0% INDUSTRIALIZACIÓN¹¹

8 ARTESANOS Y ARTESANAS PROVEEDORES

50% DE LA MATERIA PRIMA UTILIZADA ES URUGUAYA



DE LOS MATERIALES UTILIZADOS SON:

DE LOS EMPAQUETADOS SON:

BIODEGRADABLES

¹¹ Se entiende industrialización como procesos industriales en los cuales las máquinas hacen el 100% del trabajo, sin necesidad de ser asistidas por personas. El 0% refiere al proceso de confección del producto, sin tener en cuenta la confección de las materias primas.



CÍVICO

Organización que busca promover y profundizar la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana en Uruguay.

"Queremos mejorar la calidad de la discusión poniendo a disposición de la población información chequeada".

Eliana Álvarez



 **205 000**
VISITAS A SUS PÁGINAS WEB

 **308** FRASES
PÚBLICAS CHEQUEADAS

220 PROMESAS CHEQUEADAS
DURANTE CADA AÑO DE
GOBIERNO (2015- 2019)

60 INDICADORES
RELEVADOS EN



36
CÁRCELES DE
4
PAÍSES

20 mitos¹²
derribados



475 392 PROCESOS DE COMPRAS ESTATALES
ANALIZADAS EN 70 UNIDADES
EJECUTORAS (2015 - 2018)

¹² Se entiende mito como una idea establecida en la sociedad sobre una población específica, que no necesariamente está basada en evidencia.

DescentralizaTIC

Talleres presenciales para que pobladores rurales adquieran conocimientos sobre pago de servicios no presenciales, trámites de gobierno electrónico y herramientas de gestión.

"Queremos que las minorías excluidas puedan incorporarse al sistema financiero y contagiar a otros los conocimientos adquiridos en los talleres".

Matías Campanella

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



4 CICLOS DE TALLERES DE DIGITALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA DICTADOS EN:



Pueblo de Barro Paso de los Toros
TACUAREMBÓ

Varela
TREINTA Y TRES



Centenario
DURAZNO

EDILABS

Análisis de datos aplicado a la educación.

"Queremos que se tomen decisiones en el ámbito educativo, basadas en evidencia, que esto repercuta en mejores decisiones y por lo tanto mejor desempeño de los centros educativos y mejor desempeño de los alumnos".

Juan Gadola

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



150 JÓVENES FUERON BENEFICIARIOS DE LA HERRAMIENTA EN LA VALIDACIÓN DEL PROYECTO

GEDUCA

Talleres de género y diversidad dirigidos a niños, niñas, adolescentes, educadores y familias.

"Queremos intervenir e impactar en la disminución de la desigualdad de género, sensibilizando a través del sistema educativo".

Victoria Fontes

5 IGUALDAD DE GÉNERO



71 TALLERES DE GÉNERO Y DIVERSIDAD DICTADOS DE LOS CUALES EL 10% FUERON EN EL INTERIOR DEL URUGUAY

4700 ASISTENCIAS

8 DE CADA 10 PARTICIPANTES

NO POSEÍAN CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SEXO, IDENTIDAD DE GÉNERO Y ORIENTACIÓN SEXUAL

HEMISFERIO LÚDICO

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

"Queremos incorporar la dimensión lúdica dentro del sistema educativo tradicional. Buscamos que el juego sea el puntapié inicial para motivar a los alumnos a aprender, cambiando así los preconceptos de los docentes. Queremos que vean que a través del juego se puede aprender".

Alejandro Terkiel

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



12 RECURSOS LÚDICOS VENDIDOS A 9 EDUCADORES

la mitad

SE VENDIERON EN EL INTERIOR DEL DEL URUGUAY



Productora audiovisual social.

"Buscamos incidir en la cultura y cambiar la forma en que las personas ven a los problemas sociales. Vemos cómo las organizaciones con las que trabajamos también crecen y así tienen más impacto".

Valentina Quagliotti

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



17 HISTORIAS GRABADAS Y CONTADAS EN TELEVISIÓN NACIONAL EN EL PROGRAMA **Destacados**

\$1 200 000
ENTREGADOS A LOS 4 GANADORES DEL PROGRAMA EN TOTAL

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



EL PROGRAMA RECIBIÓ:

1650

HISTORIAS DE PERSONAS DESTACADAS

Y

15

HISTORIAS DE JÓVENES DESTACADOS

55 HISTORIAS FUERON SELECCIONADAS PARA SER EVALUADAS POR EL JURADO DE HONOR DEL PROGRAMA

8

VIDEOS / SPOTS GRABADOS Y EDITADOS GRATIS O CON DESCUENTO A ORGANIZACIONES SOCIALES



2

TALLERES DE CINE GRATUITOS DICTADOS EN 2 LICEOS



Rodaje Destacados
Fotografía: Ikusi

INOA

Aplicación para centros educativos que permite dar seguimiento a la información no académica de los alumnos.

“Buscamos que todos los centros educativos den la importancia y tengan las herramientas necesarias para hacer un seguimiento de las necesidades socio-emocionales de cada alumno, así como se realiza con las asistencias y calificaciones.”

Juan Puig

4 EDUCACIÓN
DE CALIDAD



+60
instituciones
EDUCATIVAS
HAN CONTRATADO INOA



+3 200
docentes
UTILIZAN LA
PLATAFORMA



+13 000
estudiantes
SON BENEFICIARIOS
DE INOA

LOMBRIZ URBANA

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

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



18 000

NIÑOS, NIÑAS Y JÓVENES

Y

40

CENTROS EDUCATIVOS

ASISTIERON / CONTRATARON TALLERES SOBRE:

HUERTA ORGÁNICA
COMPOSTAJE
RECICLAJE



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



DE LOS MATERIALES UTILIZADOS SON BIODEGRADABLES

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



72 TONELADAS

DE RESIDUOS COMPOSTABLES QUE NO FUERON A LA BASURA

+43 TONELADAS

DE HUMUS¹³ SÓLIDO GENERADO

+600 LITROS

DE HUMUS¹³ LÍQUIDO GENERADO

¹³ Según la Real Academia Española, el humus corresponde al conjunto de compuestos orgánicos presentes en la capa superficial del suelo, procedente de la descomposición de animales y vegetales.



Compostera Lombriz Urbana
Fotografía: Socialab

ORBITIC

Alquiler de recursos tecnológicos a centros educativos, acompañados de dinámicas y asesoramiento para su uso.

"Queremos democratizar el acceso a la tecnología y la aplicación de metodologías activas, centradas en el estudiante y en su entorno".

Nicolás Duarte

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

500
JÓVENES

390
NIÑOS Y NIÑAS

6
CENTROS EDUCATIVOS



HAN UTILIZADO RECURSOS DE ORBITIC:

- PLACAS DE PROGRAMACIÓN
- CÁMARAS
- ROBOTS
- IMPRESORAS 3D

32%
RADICAN EN EL INTERIOR

Estudio de creativos especializados en bambú y su transformación consciente. Revalorizan la tacuara y promueven su uso con valor agregado, creatividad y desarrollo local.

"Queremos crear la Economía Bambú: regenerativa por definición, una industria a escala humana que promueva la salud de los ecosistemas naturales y sociales. Demostrar que un Uruguay productivo y natural es posible".

Analaura Antúnez

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



75 PRODUCTOS VENDIDOS



20 PRODUCTOS ALQUILADOS



14 SERVICIOS DE DISEÑO Y ASESORÍAS BRINDADOS

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



90%

DE LOS MATERIALES UTILIZADOS SON BIODEGRADABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



25 CHARLAS Y TALLERES DICTADOS SOBRE BAMBÚ EN URUGUAY

300 LIBROS INFANTILES VENDIDOS

2 105 ASISTENTES

Aplicación web y app Android que detecta y alerta situaciones de retraso y riesgo en el desarrollo de niños de 0 a 7 años de edad, facilita el seguimiento y relevamiento de datos, ofreciendo estadísticas inmediatas de medición de impacto y estado de situación de la población objetivo.

“Beneficiamos a niños, familias, su entorno de cuidado, y centros de atención a la infancia, ya que pueden corregir los factores de retraso o riesgo a tiempo, generando mejores acciones de prevención y corrección de la problemática para que los niños puedan desarrollarse en su plenitud y tener mejores oportunidades en su vida futura.”

Aparicio Piñeyrúa



3 SALUD Y BIENESTAR

2 339

EVALUACIONES DE DESARROLLO PSICOMOTRIZ A:

638 NIÑOS Y NIÑAS DE 0-7 AÑOS

RESULTADOS:



34

ALERTAS DE RETRASO¹⁴

174

ALERTAS DE RIESGO¹⁴

2

INSTITUCIONES CONTRARARON LOS SERVICIOS DE SABIO

¹⁴ Por retraso o riesgo se entiende que el niño no cumple con determinados hitos en relación a su edad y su correcto desarrollo.

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

5 IGUALDAD DE GÉNERO



80% DE LOS PROVEEDORES **son mujeres**

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



+400 ARTESANOS Y ARTESANAS PROVEEDORES 80% DE LA MATERIA PRIMA ES URUGUAYA

+70%

ESTÁN RADICADOS EN EL INTERIOR DE **Uruguay**
DISTRIBUIDOS EN TODOS **LOS DEPARTAMENTOS**

+60%

PERTENECEN A MINORÍAS O POBLACIONES PREVIAMENTE **excluidas**

65%

PERTENECEN AL ÁMBITO **RURAL**

+12 500 PRODUCTOS VENDIDOS

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



+1150
EMPRENDEDORES
VISITADOS

+670
EMPRENDIMIENTOS
VISITADOS

+70
LOCALIDADES VISITADAS

+55 000
KILÓMETROS
RECORRIDOS

SOBRE RUEDAS

Alquiler de bicicletas y préstamo de sillas anfibias¹⁵ para el mar.

"Buscamos brindar accesibilidad real, ayudar realmente a la persona en situación de discapacidad, brindando una solución a medida y pensada para él o ella en primer lugar y en segundo lugar para su acompañante".

Andrea Cerdeña y Diego Caraballo

9 INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



98% DE LOS
USUARIOS
AFIRMARON LA
comodidad
DE LA SILLA ANFIBIA

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



+100 SERVICIOS DE
PRÉSTAMOS GRATUITOS
DE SILLAS ANFIBIAS

11 CIUDADES Y
COMUNIDADES
SOSTENIBLES



3
SILLAS ANFIBIAS
DISEÑADAS
Y FABRICADAS EN
URUGUAY

¹⁵ Las sillas anfibias son sillas de ruedas aptas para playa. Están diseñadas no solo para entrar en el agua, sino para desplazarse por la arena. Sus ruedas grandes permiten utilizarlas en terrenos difíciles de arena seca y mojada. Son sumergibles y resistentes al mar.



Una Escuela Sustentable
Fotografía: Socialab

UNA ESCUELA SUSTENTABLE

Escuela sustentable rural y pública.

"Buscamos concientizar a la mayor cantidad de personas del Uruguay y del exterior sobre el desarrollo sostenible, sobre cómo vivir de una forma diferente, más armónica con el ambiente pero a su vez con confort, gracias a las tecnologías y el conocimiento de los expertos".

Alicia Álvarez



2 ESCUELAS SUSTENTABLES
CONSTRUIDAS Y EN FUNCIONAMIENTO
EN LATAM:



ESCUELA SUSTENTABLE
MAR CHIQUITA
ARGENTINA

ESCUELA SUSTENTABLE 294
JAUREGUIBERRY
URUGUAY

EN URUGUAY:

+700

HORAS DE TALLERES
PARA ESTUDIANTES SOBRE:
huerta orgánica
reciclaje
desarrollo sostenible

+30 000
PERSONAS DE
URUGUAY Y DEL
MUNDO VISITARON
LA ESCUELA

+70%

DE LAS FAMILIAS CUYOS HIJOS
ASISTEN A LA ESCUELA TIENEN AL
MENOS UN CULTIVO EN SUS CASAS

4 MAESTRAS CAPACITADAS
EN SUSTENTABILIDAD

EN PROMEDIO HAY 25
ESTUDIANTES POR MAESTRA

+70
NIÑOS
Y NIÑAS
ASISTEN
A LA ESCUELA

0%
ABANDONO
ESTUDIANTIL

97%
DE LOS ESTUDIANTES
APRUEBAN
EL AÑO
ESCOLAR

80%
TASA DE
ASISTENCIA

9 INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



60% DE LA ESCUELA FUE CONSTRUIDA CON **materiales reciclados**

100% DEL AGUA RECOLECTADA **es tratada**

13 ACCIÓN
POR EL CLIMA



CREACIÓN DEL **PROGRAMA EDUCATIVO SUSTENTABLE**
DONDE SE EXPONEN LOS PRINCIPIOS DE LA ESCUELA
Y CÓMO VINCULARLOS CON EL PROGRAMA EDUCATIVO
TRADICIONAL DE ANEP¹⁶

+60 docentes > CAPACITADOS EN EDUCACIÓN AMBIENTAL
COMO EJE TRANSVERSAL A LA CURRÍCULA OFICIAL DE ANEP¹⁶

¹⁶ Administración Nacional de Educación Pública.



Taller a docentes UYRobot
Fotografía: Socialab

UYROBOT

Cursos y talleres de robótica para niños, niñas, adolescentes (NNA) y adultos. Desarrollo y venta de robots.

"Sensibilizamos en robótica y STEAM¹⁷, generamos contenido y desarrollo de productos que estén pensados para la realidad de Uruguay y América Latina, ya que si bien en internet y en el mundo hay muchísimo material sobre robótica, el 80% está en inglés y en Uruguay se consiguen muy pocos de los elementos de los que se hablan en la bibliografía que hay disponible".

Rodrigo Dearmas



EN URUGUAY:

370 TALLERES DE ROBÓTICA DICTADOS

+10 000
**NIÑOS
Y NIÑAS**
ASISTIERON



ASISTENCIA A
56 CURSOS:

740
NNA

190
ADULTOS

DE LOS CUALES
160
SON DOCENTES

+45%
DE LOS TALLERES
Y CURSOS FUERON
DICTADOS EN EL INTERIOR

95%
DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS
QUE RECIBIERON TALLERES Y CURSOS
SON INSTITUCIONES PÚBLICAS



430
KITS DE ROBÓTICA
VENDIDOS EN
Uruguay

¹⁷ STEAM son las siglas que identifican a las disciplinas Science, Technology, Engineering, Art y Mathematics, es decir, Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas.

EN COSTA RICA:

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



12 TALLERES DE ROBÓTICA DICTADOS

→ 160

NIÑOS Y NIÑAS ASISTIERON

ASISTENCIA A 80 CURSOS:

484

NNA

51

ADULTOS

DE LOS CUALES

38

SON DOCENTES

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



273 KITS DE ROBÓTICA VENDIDOS EN Costa Rica

4 DESARROLLOS DE ROBOTS REALIZADOS



Harina de orujo de Tannat
Fotografía: Socialab

VITANNA

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



MUESTRAS DE
HARINA DE
VINO¹⁸
ENTREGADAS

¹⁸ La harina de vino proporciona grandes beneficios para la salud. Es un súper antioxidante natural, por lo que retrasa el envejecimiento celular. Contiene muchas proteínas y minerales y 49% de fibras.

IMPACTO ECONÓMICO

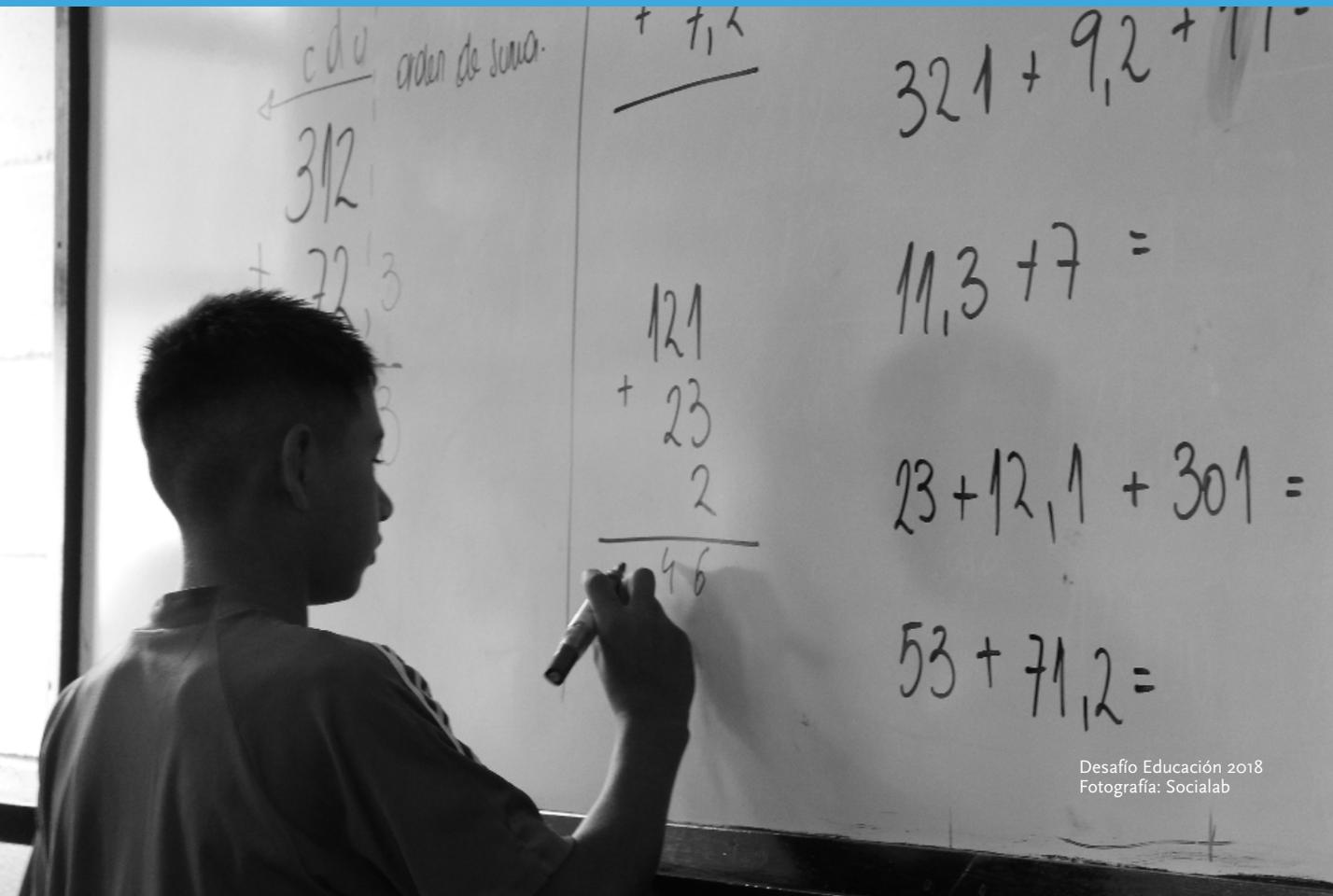
* Para este análisis Una Escuela Sustentable no fue tomada en cuenta ya que es el único emprendimiento que no pretende cobrar por los servicios prestados.

87% DE LAS EMPRESAS SOCIALES
HAN RECIBIDO FONDOS
NO REEMBOLSABLES

+US\$ 370 000
RECIBIDOS EN CALIDAD
DE FONDOS NO REEMBOLSABLES
BRINDADOS POR MÁS DE
13 instituciones¹⁹

74% DE LOS EMPRENDIMIENTOS
HAN TENIDO
INGRESOS POR VENTA

¹⁹ Algunas de las instituciones que han emitido fondos no reembolsables por diversos conceptos: ANDE, ANII, Coca-Cola, Fundación FES, Fundación UPM, Gobierno Alemán, Iglesia Católica de Maldonado, IM, MIDES, Municipio Piriápolis, OEA, Socialab y UNI3.



Algunas consideraciones sobre el modelo de negocio

A modo de conclusión se quiere destacar que este trabajo ha sido muy enriquecedor, útil y beneficioso tanto para la organización como para sus emprendedores. También se espera que este trabajo sea útil para el ecosistema emprendedor del Uruguay y particularmente para el nicho de empresas sociales, el cual ya muestra signos de crecimiento y consolidación. Es preciso señalar que la mitad de las empresas que han sido acompañadas por la organización aún siguen en marcha.

Durante el trabajo se identificó que muchas empresas aún no poseen un registro en tiempo real de la venta de sus productos y/o servicios, lo cual en muchos casos dificultó la medición. Sin embargo, este aspecto fue considerado como una oportunidad de mejora por parte de los emprendedores, ya que con el ejercicio realizado percibieron la trascendencia de revisar sus métodos organizativos y visualizaron la relevancia de llevar un control estricto de sus actividades que refleje de manera fiel el impacto generado.

Con relación al análisis económico se deduce que 8 de cada 10 empresas sociales han recibido fondos no reembolsables, los cuales totalizan más de US\$ 370 000. Estos fondos permiten la subsistencia de los proyectos en sus etapas más tempranas o incluso en etapas intermedias donde las empresas no han logrado aún concre-

tar sus primeras ventas. Es preciso mencionar que estos fondos han sido entregados por más de 13 instituciones²⁰ -tanto públicas como privadas- a lo largo de estos cinco años.

Estas inyecciones de dinero han sido clave en los distintos procesos por los cuales han pasado las empresas ya que los fondos fueron brindados por diversos conceptos tales como capital semilla, validación de la idea de negocio, prototipado y puesta en marcha, expansión del negocio, internacionalización, premios, menciones, donaciones varias, entre otros.

De las 24 empresas relevadas, 19 han brindado servicios y/o entregado productos y 17 de estas han cobrado por los servicios prestados y/o los productos vendidos.

El 74%²¹ de las empresas ha tenido ingresos por venta, lo cual también indica la aprobación por parte de los consumidores de los productos y servicios ofrecidos por las organizaciones.

El 26% restante no ha tenido ingresos por venta aún dado que en la mayoría de los casos se encuentran en etapas tempranas del proyecto tales como la validación de la idea de negocio, prototipado y puesta en marcha.

²⁰ Algunas de las instituciones que han emitido fondos no reembolsables por diversos conceptos: ANDE, ANII, Coca-Cola, Fundación FES, Fundación UPM, Gobierno Alemán, Iglesia Católica de Maldonado, IM, MIDES, Municipio Piriápolis, OEA, Socialab y UN13.

²¹ Para este análisis Una Escuela Sustentable no fue tomada en cuenta ya que es el único emprendimiento que no pretende cobrar por los servicios prestados.

¿Dónde están impactando las empresas sociales?

En primer lugar es importante indicar que por impacto se refiere a “los efectos materiales, positivos o negativos, experimentados por las personas y el ambiente a partir de una actividad o acción determinada.”²²

Por un lado, en relación a las comunidades atendidas, se observó que el 89% de las empresas que ha brindado servicios y/o productos lo ha hecho en al menos un departamento del interior del país. Por otro lado, considerando los resultados obtenidos de la medición de los indicadores diseñados en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se halló que el 42% de los empre-

dimientos se encuentra enfocado en contribuir al logro del ODS N°4 “Educación de calidad”, el 25% impacta en el ODS N°10 “Reducción de las desigualdades” y un 17% de las empresas tienen impacto en el ODS N°13 “Acción por el clima”.²³

Cabe señalar que las empresas también han impactado -aunque en menor medida- en los ODS N°3 “Salud y bienestar”, ODS N°5 “Igualdad de género”, ODS N°8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, ODS N°9 “Industria, innovación e infraestructura”, ODS N°11 “Ciudades y comunidades sostenibles”, ODS N°12 “Producción y consumo responsable”, ODS N°15 “Vida de ecosistemas terrestres” y en el ODS N°16 “Paz, justicia e instituciones sólidas.

Respecto a los resultados arrojados por las métri-

²² Manual de métricas e indicadores para emprendimientos sustentables PROESUS, p40.

²³ Para este análisis únicamente se tomaron en cuenta los ODS en los cuales las empresas tienen foco.

cas IRIS+ -en concordancia con los ODS- el 42% de las empresas busca influir en el sector de la educación, mientras que el 17% lo hace en el ambiente, el 13% en diversidad e inclusión, 8% en salud, 8% en servicios financieros, 8% en otras categorías y por último, un 4% en empleo.

Como últimos datos destacados se constató que el 71% de las empresas relevadas fueron fundadas por al menos una mujer y, en promedio, la mitad de los emprendedores apoyados son mujeres. También se pudo apreciar que tan solo el 21% de las empresas relevadas fueron fundadas por una sola persona, sin cofundadores.

Se pudo observar, luego de haber realizado este proceso de medición, que existe un esfuerzo por impactar positivamente en las comunidades y

hay un compromiso social de las empresas acompañadas por Socialab. Aún queda mucho trabajo por realizar, pero sin lugar a dudas la consistencia y persistencia de esta medición seguirá aportando credibilidad al sector, ayudando a que cada vez más actores se sumen al ecosistema de las empresas sociales.

A modo de reflexión final, es necesario comunicar que dados los destacados resultados obtenidos en este primer trabajo de medición de impacto realizado por Socialab, desde la organización se apunta a realizarlo de forma anual, extendiéndose a toda la comunidad de empresas sociales de Uruguay. Este informe ayudará a percibir de manera más clara y precisa la evolución de las empresas sociales en el país, que son la razón de ser y el propósito de Socialab.



Pitch Comprometidos 2019
Fotografía: Socialab

ANEXOS

ANEXO 1

En referencia a la métrica IRIS+ OI2840- Porcentaje de propiedad femenina, en este anexo se detallan los porcentajes de propiedad femenina de cada empresa así como también se señala cuáles han sido fundadas por al menos una mujer.

Empresa	POCENTAJE DE propiedad femenina	FUNDADA POR AL MENOS una mujer
Apdif	25%	X
Aprendia	0%	
Arcoíris 21	100%	X
Calmo	100%	X
Cívico	33%	X
Croma	50%	X
DescentralizaTIC	33%	X
Edilabs	0%	
Geduca	100%	X
Gen-T	100%	X
Hemisferio Lúdico	33%	X
Ikusi	100%	X
Inoa	0%	
Lombriz Urbana	100%	X
Orbitic	0%	
Panda.uy	100%	X
Prestapos	0%	
Sabio	0%	
Sellin	50%	X
Sobre Ruedas	50%	X
Ukudala	100%	X
Una Escuela Sustentable	40%	X
UYRobot	0%	
Vitanna	33%	X

ANEXO 2

En referencia a la métrica IRIS+ PD6424- Ubicaciones de clientes, en este Anexo se detallan los países en los cuales las empresas han tenido clientes. Este indicador no aplica para "Una Escuela Sustentable" ya que este emprendimiento no busca tener clientes.

Empresa	Países
Apdif	Uruguay, Brasil
Aprendia	Uruguay
Arcoíris 21	Uruguay
Calmo	Uruguay, Argentina, Colombia, Ecuador, Estados Unidos
Cívico	Uruguay
Croma	No ha tenido clientes aún
DescentralizaTIC	No ha tenido clientes aún
Edilabs	No ha tenido clientes aún
Geduca	Uruguay
Gen-T	No ha tenido clientes aún
Hemisferio Lúdico	Uruguay
Ikusi	Uruguay, Argentina, Colombia, Estados Unidos
Inoa	Uruguay, Chile, México, Perú
Lombriz Urbana	Uruguay
Orbitic	Uruguay
Panda.uy	Uruguay, Costa Rica, Reino Unido
Prestapos	No ha tenido clientes aún
Sabio	Uruguay
Sellin	Uruguay
Sobre Ruedas	Uruguay
Ukudala	No ha tenido clientes aún
Una Escuela Sustentable	N/A
UYRobot	Uruguay, Costa Rica, Honduras, Nicaragua
Vitanna	Uruguay



Tejido teñido por Calmo
Fotografía: Socialab

BIBLIOGRAFÍA

Bosma, N., y Kelley, D. (2018). Global Entrepreneurship Monitor. 2018/2019 Global Report. Chile: Gráfica Andes. Recuperado de <https://www.gem-consortium.org/file/open?fileId=50213> - Cita de artículo online (p 17).

Comisión Europea. (26 de diciembre de 2019). Social enterprises [Mensaje en un blog]. Recuperado de https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en - Cita de un blg.

Efecto colibrí. (26 de diciembre de 2019). IRIS + La herramienta que hace fácil la medición, la gestión y la optimización de impacto [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://efectocolibri.com/iris-la-herramienta-que-hace-facil-la-medicion-y-gestion-de-impacto/>.

Organización de las Naciones Unidas. (17 de diciembre de 2019). Objetivos de Desarrollo Sustentable [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>.

Rogers, P. (2014). La teoría del cambio. Síntesis metodológicas: evaluación del impacto n°. 2. Florencia, Italia: Centro de Investigaciones de UNICEF. Recuperado de https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/Brief%202%20Theory%20of%20Change_ES.pdf -Cita de artículo online (p 17).

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable. (2019). Manual de métricas e indicadores para emprendimientos sustentables. Recuperado de <http://inversiondeimpacto.net/wp-content/uploads/2019/06/Manual-de-M%C3%Agtricas-e-indicadores-PROESUS.pdf> -Cita de artículo online (p 17).

Social Enterprise. (20 de diciembre de 2019). ¿Qué es una empresa social? [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://socialenterprise.es/que-es-una-empresa-social/>.

Global Impact Investing Network (GIIN) (30 de octubre de 2019). IRIS Catalog of Metrics. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://iris.thegiin.org/metrics/>.

InspiraTICs. (29 de enero de 2020). Proyectos STEAM: Crear para aprender [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://kaldevi.es/sillas-anfibias/>.

Kaldevi. (30 de enero de 2020). Sillas anfibia [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.inspiratics.org/es/proyectos-steam-crear-para-aprender>.

socialab
URUGUAY