

# RESUMEN DE IMPACTO 2023



## Resumen ejecutivo

2-3, 2-4, 2-22, 207-4



Con mucha alegría presentamos nuestro resumen de impacto de la gestión 2023.

El mismo fue elaborado con referencia a los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI) 2021, en su última actualización. Al inicio de cada apartado se indica el estándar al cual se está dando respuesta.

Toda la información sobre los estándares reportados se encuentra en la sección Índice de Contenidos GRI al final de este documento.

La información detallada abarca el periodo 1 de enero al 31 de diciembre de 2023.

Se trata de nuestro tercer reporte, (el primero referenciado a GRI) elaborado de forma anual en cumplimiento de la ley BIC (N°19.969) y decretos reglamentarios.









El contenido incluye la gestión y avances de los temas que son materiales a nuestro modelo de negocio de impacto, dando cuenta de la gestión económica, social y ambiental de nuestra operación y compartiendo resultados y avances de los compromisos que asumimos como empresa.

Publicar esta información y hacerla disponible, refuerza y expande nuestro propósito, profesionaliza nuestra gestión y procesos, contribuye a la transparencia, nos permite revisar y fortalecer nuestra dirección de viaje y genera puentes y oportunidades con nuestros diferentes grupo de interés, para seguir siendo y haciendo empresa.



Contacto: [comunicacion@gemma.uy](mailto:comunicacion@gemma.uy)

## Índice

 <b>Resumen ejecutivo</b>	2	 <b>Social</b>	31
 <b>Contexto</b>	4	 <b>Ambiente</b>	71
 <b>Nuestro enfoque de solución</b>	6	 <b>Epílogo</b>	82
 <b>Gobernanza</b>	7	 <b>Índice de contenidos GRI</b>	84

# Contexto





## Contexto

2-22

**En Gemma**, dedicamos tiempo a la identificación y conexión de las tensiones y polaridades, buscando enfoques de solución que permitan proyectar próximos pasos en relación con la Vida, acompañando el ritmo de los equipos y promoviendo espacios de trabajo creativos, con un enfoque centrado en las personas, que impulse a despertar su mejor versión.

**Buscamos plantear interrogantes** sobre los verdaderos objetivos y necesidades de las organizaciones, que orienten sus acciones y estrategias hacia nuevos lugares de expansión y florecimiento, en conexión con la naturaleza y las comunidades.

Estos estímulos actúan con la intención de desactivar modelos mentales arraigados y liberar la creatividad, para

**pensar y ver maneras de vivir el mundo corporativo guiado por principios éticos que concuerden con la humanización a través de la bondad, la sensibilidad y una mirada sistémica.**

**Somos una empresa que funciona como un organismo vivo.** Nuestro resumen de impacto es una herramienta que nos permite compartir nuestros resultados y, durante el proceso, revisarnos, cuestionar y adoptar una perspectiva integral de lo que hacemos y cómo lo hacemos, en búsqueda permanente de la coherencia con nuestra esencia y nuestro propósito como dirección de viaje.

**Demostramos que existen otras formas de ser empresa en Uruguay y en el mundo.**

Equipo de Gestión de Gemma





## Nuestro enfoque de solución

Buscamos conectar con las personas para despertar su conciencia y alimentar su potencial transformador.

Trabajamos con la convicción de que las próximas generaciones humanas serán parte de un despliegue de creatividad y vitalidad del mundo, acercándose al ritmo de la naturaleza.

Trabajamos con diversidad de clientes, atendiendo contextos y situaciones en diferentes niveles de profundidad, acompañando la evolución de la sostenibilidad e integrando como equipo el paradigma de la regeneración en el modelo de negocio, y también, en las propuestas de intervención y acompañamiento.

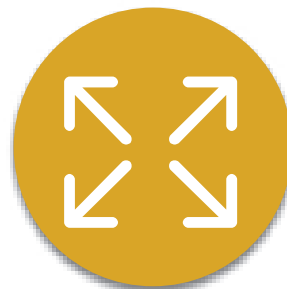
¿Querés ser parte de la Solución?

Te invitamos a:

- 1 Aumentar tu impacto social y medioambiental positivo.
- 2 Fomentar equipos motivados y personas conectadas con su mejor versión.
- 3 Poner a la naturaleza y a las personas en el centro para la generación de soluciones.
- 4 Contribuir en la reducción de desigualdades.
- 5 Inspirar en sostenibilidad, triple impacto y nuevos paradigmas.
- 6 Tener encuentros de sensibilización y formación sobre desarrollo sostenible.



# Gobernanza



- Propósito
- Estructura de gobernanza
- Nuestros valores
- Compromisos
- Servicios
- Desempeño económico
- Grupos de interés y canales de comunicación
- Materialidad
- Ética y transparencia
- Vínculo con alianzas y organizaciones alineadas al propósito



## Propósito

2-1, 2-23



**Sembrar un futuro cada vez más sustentable incentivando el desarrollo empresarial humano y sostenible.**

Nos mueve el deseo de humanizar el mundo corporativo, generando espacios y herramientas para estimular a las personas a conectar con su mejor versión.

**Humanizar las organizaciones requiere recordar quiénes somos, qué hacemos y cómo lo hacemos, generando nuevas narrativas que coloquen en el centro el respeto a la Vida en todas sus dimensiones.**





## Nuestros valores

2-23, 2-24



INTEGRIDAD

CONFIANZA

SENSIBILIDAD

COHERENCIA

PASIÓN

VALENTÍA

HUMILDAD

COMPROMISO

GRATITUD

ESPIRITUALIDAD

RESPETO

TRANSPARENCIA



## Gobernanza

2-1, 2-9

### Gemma SAS BIC

Desde marzo 2022 en Gemma nos consolidamos como una Sociedad de Acciones Simplificadas (SAS) y adoptamos de forma voluntaria el régimen de las Sociedades de Beneficio de Interés Colectivo (BIC), una forma jurídica innovadora, que integra en su acto constitutivo el propósito del triple impacto, la ampliación de los deberes fiduciarios de quienes administran y dirigen, considerando los diferentes stakeholders y la obligación de reportar y publicar su impacto positivo <sup>(1)</sup>.

**A través de la adopción de esta nueva identidad empresarial, en Gemma consolidamos nuestro compromiso público de crear valor integral mediante nuestros servicios, con la obligación legal de cumplir con dicho cometido mediante la adopción del régimen legal de Sociedad de Beneficio de Interés Colectivo (BIC) (Ley 19.969).**

La consolidación de Gemma como Empresa BIC es una evolución orgánica de cómo nuestra organización viene trabajando en la integración y mejora continua de la gestión basada en triple impacto, optando por avanzar hacia la adopción de un régimen jurídico, con mayores exigencias legales y que valida la gestión a través de un organismo público.

Las sociedades BIC están conformadas por cinco (5) dimensiones: el modelo de negocio, el gobierno corporativo, las prácticas laborales, las prácticas ambientales y las prácticas con la comunidad. Cada una de estas dimensiones busca que las organizaciones contribuyan al desarrollo sostenible, aportando a la sociedad y al medio ambiente.

(1) El informe de gestión deberá contener cómo mínimo (Decreto <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/136-2022>): i) una descripción narrativa de la metodología utilizada para medir el impacto, ii) las acciones específicas desarrolladas a tales efectos, iii) cualquier circunstancia que haya potenciado u obstaculizado su propósito en el período abarcado y iv) agregar una medición de impacto material social y ambiental. El informe debe demostrar de forma cualitativa y cuantitativa el impacto positivo logrado en el período anual. En función a estos resultados sentar las bases para el próximo plan estratégico, y así asegurar un alineamiento entre la gestión y los valores de la organización.

## Gobernanza

2-9



En noviembre de 2023 nuestro grupo de accionistas se amplió bajo esta forma jurídica, estando actualmente integrado por: Tamara Farré, Ximena Varón, Carolina Canil, Damián Farré, Federico Baraibar, María del Carmen Crapelli.

# 86%

de mujeres en participación accionaria

(2)



Nos moviliza el bienestar del ecosistema natural y humano, para habitar una sociedad más resiliente, inclusiva y consciente. Al momento de tomar decisiones, elegimos y nos comprometemos a contemplar el impacto económico, social y ambiental.

(2) Formalización de accionistas sobre propiedad de la empresa habiendo creado una empresa con propiedad mayoritaria de mujeres de acuerdo a la definición de ONU Mujeres.

## Gobernanza

2-24, 2-27



### Reconocimiento de Gemma por Innovación en Gobernanza

En noviembre 2023, recibimos un reconocimiento por nuestra práctica de Innovación en Gobernanza en los reconocimientos del Programa IDEAR (DERES y LSQA).

Link a publicación



Link historia y  
reconocimientos Gemma



En junio de 2023, presentamos el informe de impacto de la gestión 2022 a la Auditoría Interna de la Nación, junto con la declaración jurada correspondiente, siendo la primera Empresa uruguaya en implementar esta práctica.

Link a publicación oficial





## Gobernanza

2-1, 2-6, 2-23, 2-24, 201-1

### Empresa B Certificada

Desde 2016 somos una Empresa B certificada. Cada 3 años somos auditados por BLab (organismo certificador con base en Estados Unidos), lo que implica que trabajamos internamente en un proceso de mejora continua y preparación de evidencia para la certificación.

**El puntaje de Gemma como Empresa B obtenido en la tercera recertificación finalizada en 2023 es de 103.3 puntos. El mismo se distribuye en 5 dimensiones. Presentamos a continuación, el puntaje de cada Dimensión visualizándose de esta forma, las áreas de mayor impacto de nuestro modelo de negocio.**

#### Cientes 18.3

Misión y compromiso, Ética y transparencia.  
Protección de la misión - Modelo de negocio de impacto.

#### Trabajadores 19.5

Seguridad financiera - Salud, bienestar y seguridad - Desarrollo Profesional - Satisfacción y Compromiso.

#### Comunidad 26

Diversidad, equidad e inclusión - Impacto económico - Compromiso cívico y donaciones - Gestión de la cadena de suministro.

#### Medio Ambiente 9.1

Gestión ambiental - Aires y clima - Agua - Tierra y vida.

#### Cientes 30.1

Gestión de clientes - Apoyo a empresas con propósito o desfavorecidas - Mejora de impacto - Modelo de negocio de impacto.



## Gobernanza

2-9

### Equipo de Gestión

#### Dimensiones de gestión de la empresa

La gestión de la empresa se distribuye en 5 dimensiones.

A continuación presentamos las dimensiones y las personas responsables de su liderazgo.

#### Dirección

**Tamara Farré**

#### Comercial

**Ximena Varón**

#### Coordinación de proyectos

**Carolina Canil**  
Equipo de Consultoría

#### Administración

**Damián Farré**

(A partir de Noviembre/23  
responsable de la  
dimensión)  
Asistente: Patrick Mullin

#### Comunicación

**Carolina Canil**

Hasta Octubre /23 y  
**Luciana Veytes** a partir  
de Noviembre/23.

Asistencia: Manuela da  
Silveira (de abril a  
agosto/23, Luciana  
Veytes por licencia  
maternal de Manuela)  
Redes Sociales:  
Marcela Queirolo

**80%**

de los cargos de  
responsabilidad de la  
gestión de la empresa  
están liderados por  
mujeres.

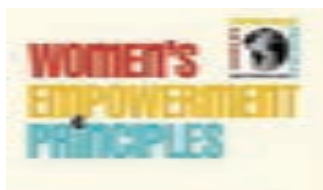


## Compromisos

2-23, 2-24



Nuestro modelo de negocio contribuye a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Desde 2019, adherimos a la iniciativa de ONU Mujeres y Pacto Global, que compromete a las personas con cargos de liderazgo en las organizaciones a asumir el compromiso de alinear sus estrategias empresariales para impulsar la igualdad de género en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.



En agosto de 2022 confirmamos la adhesión de Gemma a los principios del Pacto Global, que convoca a las organizaciones a comprometerse públicamente y rendir cuentas de forma anual, de su gestión, en relación a 10 principios universales para avanzar hacia un mundo más sostenible, centrado en 4 temáticas: Derechos Humanos, Anticorrupción, Derechos Laborales y Medio Ambiente.

Nota: La COP referido al ejercicio 2023, será presentada en la plataforma de la Red Global.

## Compromisos

2-23, 2-24



**FORWARD  
FASTER**

En setiembre de 2023 nos sumamos a la iniciativa del Pacto Global “Moving Forward Faster” como empresa pionera en Uruguay (“Early Movers”). Este Programa nace para facilitar que las empresas aceleren su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, planteando metas audaces y ambiciosas en 5 áreas: igualdad de género, acción climática, trabajo decente, finanzas sostenibles y resiliencia hídrica.

Desde Gemma, alineamos nuestro compromiso a las siguientes áreas y metas:



### Igualdad de género

- Representación, participación y liderazgo igualitarios en todos los niveles de gestión para 2030.
- Igualdad salarial para un trabajo de igual valor para 2030.



### Salario digno

- Garantizar que el 100% de sus personas trabajadoras reciban un salario digno para 2030.
- Establecer planes de acción conjunta con contratistas y entidades socias de la cadena de suministro para lograr salarios e ingresos dignos.



### Finanzas e inversiones sostenibles

- Alinear las inversiones corporativas con políticas y estrategias de los ODS.
- Establecer estrategias de financiación corporativa vinculadas a los ODS.

## Servicios

2-6



Estrategia de Desarrollo Sostenible

Cadena de valor sostenible

Sensibilización y talleres

Reportes y Comunicación de Impacto

Acompañamiento en certificaciones  
y debida diligencia

Co-creación de proyectos de triple impacto

Gestión y mejora de impacto ambiental,  
social y de gobernanza (ASG)

Fortalecimiento de equipos de trabajo

Link de la web donde profundizar

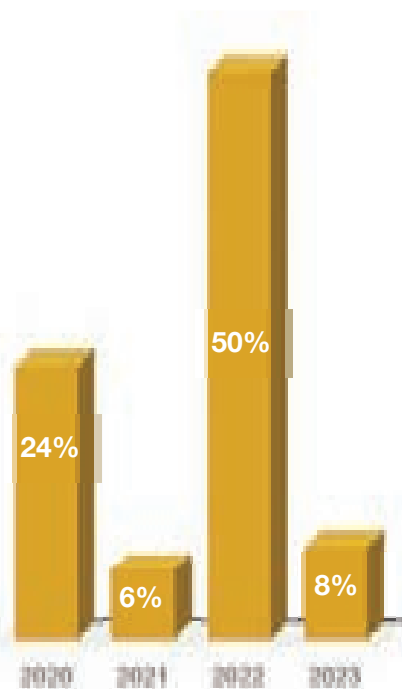




## Desempeño Económico

3-3

### Crecimiento anual de la facturación 2020 - 2023 (en %)



El crecimiento de 2021 respecto a 2020 fue el menor experimentado desde 2015 lo que se relaciona con los desafíos que transitamos a raíz de la pandemia y a los cambios internos que fuimos diseñando para adoptar medidas que permitieran a la empresa adecuarse al contexto local y global.

En 2022 los resultados acompañaron la estrategia definida de crecimiento. En 2023, si bien la tendencia se mantuvo, la relación de crecimiento se redujo, lo que se explica por el surgimiento de nuevos desafíos de contexto, en los cuáles estamos trabajando. Los mismos están vinculados a la innovación de servicios, la profundización del valor diferencial de los mismos y la revisión de estrategias y procesos internos que mantengan activa la propuesta de servicios en función del propósito, y que dicha propuesta vaya acompañada de una estrategia de eficiencia y resiliencia, que va variando en relación al contexto y a nuestra propia evolución.

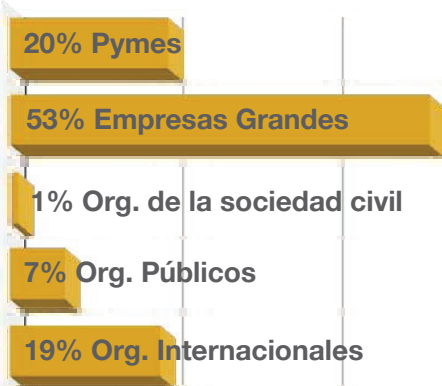




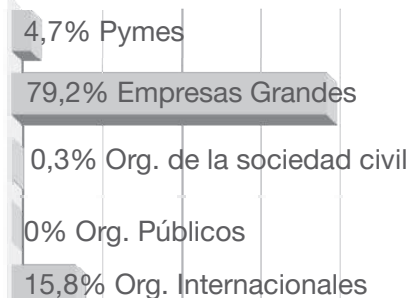
## Desarrollo Económico

201-1, 204-1, 3-3

Distribución de ingresos en base a la facturación 2023



2022



Fuentes

Crecimiento de Facturación - Fuente: Facturación

Distribución de ingresos y egresos - Fuente Ingresos y egresos reales durante el ejercicio fiscal.

### Clientes activos

2022: 20

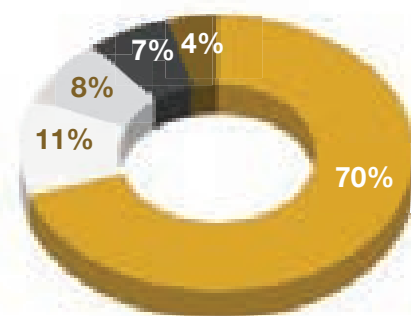
2023: 23

En los últimos años hemos trabajado con el objetivo de aumentar y diversificar nuestra cartera de clientes. Esta estrategia se vio reflejada de manera positiva durante la gestión 2023.

Alineados a nuestro propósito, queremos contribuir y acompañar el proceso de transformación de organizaciones de diferentes tamaños y estructuras, y es en ese cometido que seguiremos profundizando durante los próximos períodos.

### Distribución de egresos 2023

- Honorarios de equipo: Consultoría y Gestión
- Pago Alianzas para implementación de proyectos
- Costos de la operación de Gemma vinculados a pago a empresas proveedoras con impacto, membresías
- Pagos a BPS y DGI
- Otros gastos (todo lo no incluido en puntos anteriores)



## Grupos de interés

2-6, 2-28, 2-29



**La escucha y la interacción con los grupos de interés, es un foco estratégico de la gestión de Gemma.**

Revisamos y actualizamos la Matriz de Partes Interesadas, con el objetivo de integrar en la definición de nuestras líneas de acción estratégicas, aspectos que surjan de la interacción con las diferentes partes interesadas, ya sean fortalezas o desafíos, con el convencimiento de que el crecimiento compartido y colaborativo es la manera que elegimos para desarrollar nuestra organización.

Atender las expectativas de los grupos de interés que hacen posible y dan sentido a nuestro modelo de negocio, es un aspecto relevante y sustantivo de nuestra estrategia, y en ello ponemos energía, recursos, tiempo y escucha.

Como resultado de la revisión de partes interesadas realizada a inicios de 2023, incluimos La Tierra como parte interesada de la organización.

(\*) Gemma es miembro de Sistema B, DERES, ACDE, Red de Pacto Global.



## Grupos de interés y canales de comunicación

2-26, 2-29



Promovemos la cercanía, el contacto, la comunicación y el diálogo con los diferentes grupos de interés, buscando establecer relaciones basadas en el aprendizaje mutuo y la retroalimentación constante.

	Whatsapp	Formularios de retroalimentación	Mail	Resumen de impacto	Redes Sociales	WEB	Boletín	Reuniones	Eventos y actividades
Equipo									
Clientes									
Empresas y org. proveedoras									
Alianzas									
Comunidad Gemma									
Organismos del estado									
Organismos internacionales									



## Grupos de interés y canales de comunicación

2-29

Algunas de las iniciativas generadas en 2023 para fortalecer y enriquecer el intercambio con los grupos de interés:

Contacto con la Naturaleza: Espacios de contacto, escucha y observación con la Tierra en nuestros encuentros de equipo.

Retroalimentación o feedback en los encuentros con clientes, alianzas, proveedores y en reuniones con el equipo de consultoría.

Actividades a la interna de Gemma, participando a nuestras alianzas para potenciar el trabajo conjunto, escuchar las vivencias y expectativas, y explorar oportunidades de expansión conjunta.

Encuentros de conversación y construcción colectiva con clientes, alianzas y/o proveedores.





## Materialidad

3-1, 2-29

En 2023, en base a los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) 2021 en su última actualización, para determinar los principales impactos de la operación, definimos el listado de los temas materiales prioritarios para la empresa y se puso en consulta para los principales grupos de interés (accionistas, equipo de trabajo, clientes, empresas proveedoras, comunidad).

**Orden de prioridad de los temas materiales en base a los resultados de la consulta a grupos de interés:**

1. MODELO DE NEGOCIO DE GEMMA

2. EQUIPO (GESTIÓN Y CONSULTORÍA)

3. RELACIONES CON CLIENTES

4. RELACIÓN CON EMPRESAS PROVEEDORAS

5. PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

6. IMPACTO AMBIENTAL



# Materialidad

3-1

La información presentada en este Resumen toma los aspectos materiales validados en dicha consulta e incluye la vinculación con los indicadores GRI correspondientes a cada tema.

## Modelo de negocio

- 201 | Desempeño Económico
- 205 | Anticorrupción
- 207 | Fiscalidad
- 415 | Contribución a partidos y representantes políticos

## Relaciones con Clientes

- 205 | Anticorrupción
- 418 | Privacidad del cliente

## Equipo de Gemma

- 201 | Desempeño Económico
- 202 | Presencia en el mercado
- 401 | Empleo
- 403 | Salud. y Seguridad en el trabajo
- 404 | Formación y educación
- 405 | Diversidad e igualdad de oportunidades

## Participación en la comunidad

- 413 | Comunidades locales

## Impacto Ambiental

- 302 | Energía
- 305 | Emisiones
- 306 | Efluentes y residuos

## Relaciones con Proveedores

- 204 | Prácticas de abastecimiento





## Materialidad

3-1

Referencia de sub temas de los aspectos materiales y su vinculación con la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

### 1. RESPECTO AL MODELO DE NEGOCIO DE GEMMA

- 1.1 Sea una empresa B Certificada.
- 1.2 Sea una empresa BIC.
- 1.3 Cuento con propósito explícito.
- 1.4 Conducta ética y sea transparente en sus comunicaciones.
- 1.5 Se relacione con empresas y profesionales que brindan servicios similares a Gemma para operar.
- 1.6 Participe de alianzas estratégicas en proyectos de impacto positivo.



### 2. EQUIPO GEMMA (GESTIÓN Y CONSULTORÍA)

- 2.4 El aporte a su desarrollo y formación continua
- 2.1 La estabilidad de los profesionales y el equipo
- 2.2 Su salud, bienestar y seguridad
- 2.5 La diversidad de sus integrantes
- 2.3 El nivel de satisfacción y compromiso
- 2.4 El aporte a su desarrollo y formación continua





### 3. RELACIONES CON LOS CLIENTES

- 3.1 La integridad profesional
- 3.2 La calidad de los servicios
- 3.4 La confianza y fidelidad
- 3.5 El cuidado en la privacidad de datos
- 3.6 Transferencia de información y formación
- 3.3 Valor diferencial: compromiso, transparencia, adaptación



### 5. PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

- 5.1 Su vocación de crecimiento y mayor presencia en el mercado
- 5.2 Que estimule a que haya más empresas comprometidas con el desarrollo sostenible
- 5.3 Que se comprometa con causas cívicas y donaciones.



### 4. RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

- 4.3 Que se establezcan relaciones claras y transparentes
- 4.2 El respeto a plazos de pagos y que se paguen precios justos
- 4.1 El vínculo con proveedores con propósito
- 4.4 La promoción de prácticas sostenibles para desarrollo de proveedores
- 4.3 Que se establezcan relaciones claras y transparentes
- 4.2 El respeto a plazos de pagos y que se paguen precios justos



### 6. IMPACTO AMBIENTAL

- 6.1 Que demuestre la eficiencia ambiental de las instalaciones de Gemma
- 6.2 Que cuide el impacto ambiental de los servicios que presta
- 6.3 La divulgación de buenas prácticas ambientales







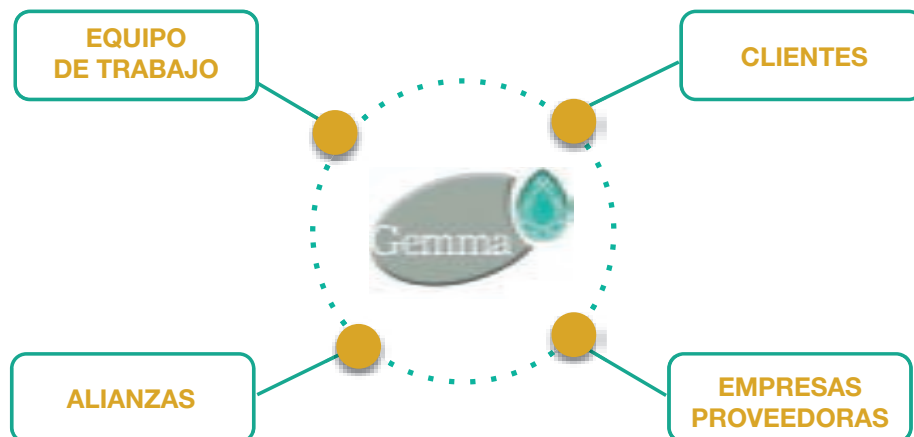
## Ética y transparencia

2-24, 2-25, 2-27, 3-3, 205-2

Nuestro Código de Ética fue elaborado con el foco en fortalecer el vínculo con los grupos de interés, gestionar los riesgos y la institucionalidad de las acciones, y acompañar la estrategia de la empresa vinculada a la transparencia e implementar mejoras que acompañen la innovación en la dimensión Gobernanza.

El Código fue elaborado de forma colectiva a la interna de la organización y contó con asesoramiento externo, para luego publicarse y comunicarse con los grupos de interés estratégicos e involucrados (clientes, alianzas, empresas proveedoras).

### ¿A quiénes está dirigido?



**“El código de ética es una herramienta que establece estándares de comportamiento para quienes trabajan en la empresa o tengan algún tipo de vínculo con la misma. Permite unificar criterios y disminuye posibles desviaciones de conducta. Además, es una manera de cristalizar la cultura organizacional.”**

Código de Ética

**El 100% de personas que forman parte del equipo de gestión y consultoría de Gemma, adhieren y firmaron su consentimiento al Código de Ética.**



## Ética y transparencia

2-24, 2-25, 2-26, 2-27, 2-29, 205-1, 205-3

A su vez, se conformó un Comité de Ética integrado por personas internas y externas al equipo para la atención y resolución de conflictos que pueden atender contra la ética de la organización.

El código cuenta con 5 secciones:

1. Introducción: ¿para qué realizar el código? ¿a quiénes está dirigido?
2. Propósito y valores de Gemma
3. Compromisos
4. ¿Cómo esperamos que se relacione Gemma con sus grupos de interés?
5. Control de cumplimiento

Ver código de Ética

Canal de comunicación de  
denuncias o desvíos éticos:

[etica@gemma.uy](mailto:etica@gemma.uy)

Durante 2023 se recibió una inquietud a través del canal de comunicación por aspectos vinculados en el Código que fue respondida y resuelta de manera exitosa para ambas partes.

Por otro lado, se gestionó una situación vinculada a temas éticos, que no llegó por el canal de comunicación formal, pero que sí recibió tratamiento del Comité de Ética para su resolución, la cual fue exitosa.



## Vínculos con empresas y organizaciones alineadas al propósito

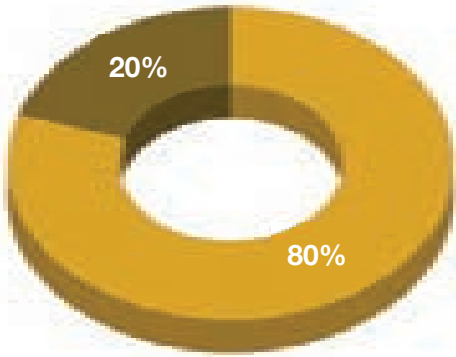
2-6, 2-28

Trabajamos en red con organizaciones de la sociedad civil, empresas públicas y privadas que nutren el aporte que Gemma puede dar desde sus servicios.

Reconocemos que el trabajo con las alianzas pulsa y se intensifica porque nos une un propósito más amplio y está centrado en contribuir a soluciones que hagan florecer el bienestar y la belleza en cada ecosistema.

Valoramos enormemente la colaboración y creemos en el poder de pensar, crear y proyectar oportunidades, reconociendo el potencial que surge cuando se unen esfuerzos colectivos.

De las alianzas con las que trabajamos:



- 20% son regionales
- 80% son locales

67% de los proyectos realizados en 2023 fueron llevados adelante junto con alianzas (*)	 AR Sustentable (Argentina)	 Alejandro Kacevas (Uruguay)
	 YouHub (Uruguay)	 IARSE (Argentina)
	 4D Lab (Uruguay)	 Umuntu(Uruguay)
	 3 Vectores(Uruguay)	 Meta Sustentable(Uruguay)

(\*) Fuente de datos en base a ingresos.

(\*) Fuente de datos en base a pago de honorarios a alianzas.



## Vínculos con empresas y organizaciones alineadas al propósito

2-6, 2-28

### Evaluación de satisfacción de alianzas

8

proyectos trabajados con alianzas en 2023

5\*

encuestas enviadas en 2023

4

respuestas obtenidas

3

Alianzas representadas en las respuestas (YouHub, Meta Sustentable, 4D Lab)

#### ¿El proceso ha sido una experiencia positiva en relación a tu tarea?

Siendo 1 Nada y 5 Totalmente



4,75 Promedio

#### ¿Sientes que se cumplieron las expectativas del cliente?

Siendo 1 Nada y 5 Totalmente



4,75 Promedio

#### Algunos testimonios del trabajo compartido:

- “Feliz de estar realizando estos procesos en colaboración, aprendo mucho con todo el equipo de Gemma”.
- “Potenciar alianzas. Aprender de la diversidad para el trabajo en equipo. Fortalecer la confianza. Seguir aprendiendo”
- “Trabajé por primera vez con este equipo y varias personas ya trabajaban juntas hace tiempo. En todo sentido facilitaron mi integración y participación”.
- “Contenta con el proceso, con lo que se logró de profesionalismo y calidad”.
- “Contenta con el trabajo que fue super poderoso. Creo que logramos el objetivo y superamos las expectativas. me sentí cómoda trabajando con ustedes, generamos un espacio de confianza”

(\*) La evaluación a través de formulario se implementó durante el transcurso del año. en la medida fueron cerrando los proyectos. En algunos casos no se llegó a implementar la evaluación al cierre de este Resumen, por tal razón no todas las alianzas con las que trabajamos están representados en esta evaluación.

# Social



- Equipo
- Clientes
- Comunidad

## EQUIPO

### Presentación

2-7, 2-8



Somos un equipo de profesionales multidisciplinario que trabaja con las necesidades de cada cliente desde una perspectiva integral y sistémica.

Tamara Farré  
Ximena Varón  
Carolina Canil  
Damian Farré  
Federico Baraibar  
María del Carmen Crapelli  
Javier Suárez  
Luciana Vieytes  
Nicolás Gascue  
Julieta Meléndez  
Lorena Muiño  
Patrick Mullin  
Andrea Márquez  
Manuela da Silveira  
Marcela Queirolo  
Andrea Storace  
Magdalena Pereira  
Chiara Fioretto





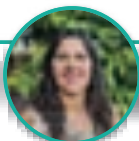


## EQUIPO

### Sobre nosotros

2-7, 2-8, 2-29

#### Tamara Farré



**Socia, Fundadora y Directora Consultora.**

Es la raíz y pasión detrás de la consultora. La mente inquieta y la soñadora que nos impulsa a alcanzar nuevas alturas.

#### Ximena Varón



**Socia, Responsable Comercial. Consultora.**

Mujer apasionada por la Sustentabilidad y militante del poder de las empresas como un actor clave para transformar el mundo.

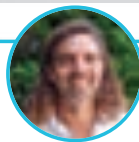
#### Carolina Canil



**Socia, Responsable Coordinación. Consultora.**

Su experiencia como consultora en temas de Sustentabilidad y Comunicación. Convencida del poder de transformación de las personas y de las empresas.

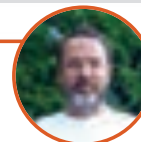
#### Damián Farré



**Socio, Responsable de administración.**

Compromiso con la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente, pasión por crear un mundo más verde y consciente.

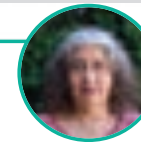
#### Federico Baraibar



**Socio, Consultor.**

Coherencia en sus convicciones y mirada global en los temas ambientales es una de sus grandes fortalezas.

#### María del Carmen Crapelli



**Socia, Consultora.**

Aporta su mirada y experiencia en temas de bienestar y desarrollo personal y grupal. Con visión sistémica en las organizaciones y pasionaria de los ordenes del Amor de Bert Hellinger.



## EQUIPO

### Sobre nosotros

2-7, 2-8, 2-29

#### Javier Suárez



##### Consultor.

Técnico Constructor, especializado en construcción en tierra y un experto en Sistemas Integrados de Gestión. Nos recuerda la importancia de encontrar equilibrio en nuestras vidas.

#### Luciana Vieytes



##### Consultora, Responsable Comunicación.

Consultora y facilitadora de procesos para la evolución de los sistemas vivos. Acompañante en procesos de profundización y sensibilización.

#### Nicolás Gascue



##### Consultor.

Sus conocimientos y dedicación son una fuente constante de su inspiración. Apasionado impulsor con un propósito claro y convicción hacia el triple impacto.

#### Julieta Meléndez



##### Consultora.

Consultora en proyectos de desarrollo de triple impacto.

Apasionada activista por la paz, también lleva en su corazón el espíritu caribeño.

#### Lorena Muíño.



##### Consultora.

Amante de las nuevas economías, los procesos de transformación y la comunicación de impacto. Desde su compromiso con la sustentabilidad y el cambio positivo es inspiración constante.

#### Patrick Mullin



##### Asistente administrativo.

Compromiso que enriquece su participación, excelente compañero siempre brindándose desde el amor y el servicio con gran responsabilidad y sensibilidad.



## EQUIPO

### Sobre nosotros

#### Andrea Márquez

##### Consultora.

Consultora y educadora con experiencia en centros educativos de diversos contextos. Posee conocimientos, habilidades y actitud para trabajar en equipo multidisciplinarios, desde una mirada cálida, empática y alegre.



#### Manuela da Silveira

##### Consultora.

La comunicación y el humor son sus universos de desarrollo personal y profesional. Su mirada sensible ilumina cada rincón.



#### Marcela Queirolo

##### Diseñadora, Consultora.

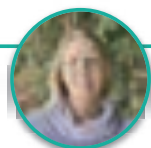
Embellece y suma valor a cada uno de nuestros trabajos. Con una faceta maravillosa de expresión artística.



#### Magdalena Pereira

##### Consultora.

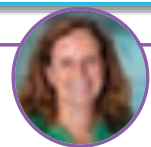
Consultora y facilitadora en temas de mejores prácticas, colaboración, inclusión e integración intercultural e impacto positivo.



#### Andrea Storace

##### Consultora.

Conocedora de proyectos de triple impacto y sus impactos en las comunidades. Metódica en el hacer y comprender la realidad.



#### Chiara Fioretto

##### Consultora.

Consultora con experiencia en gestión ambiental, especializada en la gestión de residuos y economía circular.



## Integración y diversidad

2-7, 2-8, 3-3, 401-1, 405



Seguimos trabajando y desarrollando nuestro modelo de gestión inclusivo, con el objetivo de transversalizar, transformar y expandir nuestros valores, y aportar para la construcción de una sociedad más equitativa y diversa.

*Reconocemos la igualdad de todas las personas que integran Gemma sin discriminar por género, raza, edad, religión, orientación sexual, nacionalidad, discapacidad, condición social, lengua, origen familiar, ideología política, afiliación sindical u otras.  
(Código de Ética)*





## Integración y diversidad

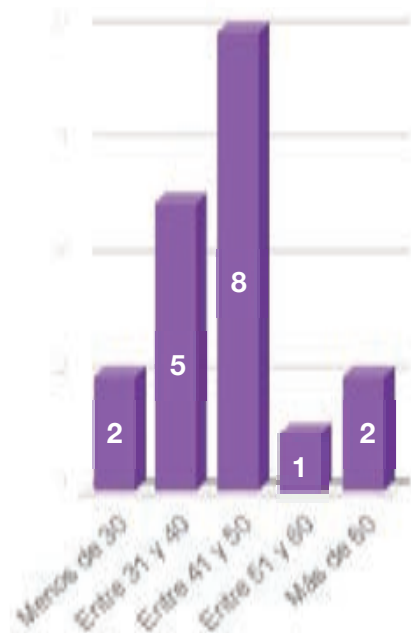
2-7, 2-8, 3-3, 401-1, 405, 413-1

*Desarrollamos un accionar inclusivo y esperamos de todas las personas que integran nuestro equipo comportamientos y prácticas de respeto mutuo e inclusión. (Fuente Código de Ética)*

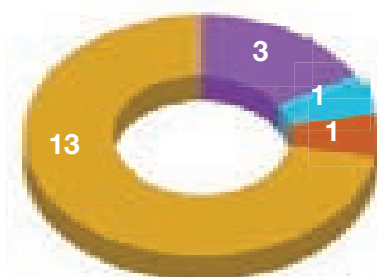
### Característica del equipo

#### Autopercepción de género

13 Femenino 5 Masculino

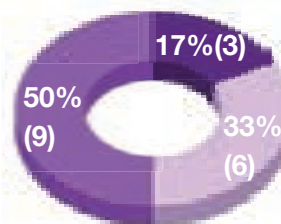


#### Lugar de residencia



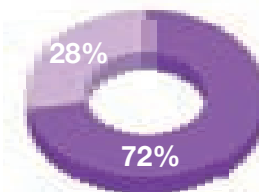
● Canelones  
● Maldonado  
● Colonia  
● Montevideo

#### Dedicación del equipo



● Tiempo completo  
● Tiempo parcial  
● Equipo de consultoría convocado por proyectos

#### Antigüedad como parte del equipo de Gemma



● Más de 5 años que forman parte de la empresa.



## Salud y Bienestar

### Fortalecimiento del equipo

3-3, 202-1, 401-2, 405-2

Las personas que hacen Gemma son el centro de nuestra fortaleza como empresa. Esto lo expresamos en nuestra manera de vincularnos internamente, y de desarrollar y definir procesos que pongan en el centro la vida y el desarrollo de las personas como valor fundamental.

Nuestro objetivo es potenciar el florecimiento que tenemos para generar relaciones sanas y ser parte de la construcción de una comunidad justa, saludable y resiliente.

En la medida vamos siendo y haciendo, fortalecemos nuestras capacidades para abrir oportunidades a las personas de conectar, pertenecer y crecer, conscientes de que estamos transitando una necesaria transformación cultural, que requiere presencia, participación, atención, humildad y disponibilidad para construir nuevos significados e ir haciendo ajustes razonables.

Nuestros pilares para materializar el fortalecimiento de equipo son

- Generar sinergia grupal.
- Sentido de pertenencia.
- Espacios de escucha y feedback.
- Potenciar la creatividad colectiva y dar lugar a las propuestas que emergen.
- Compartir espacios de capacitación colectiva.
- Construir espacios de participación en temas vinculados a la empresa.
- Generar espacios y acciones de bienestar grupal.

**Todas las personas del equipo, que dediquen tiempo parcial o completo a Gemma, son parte de las actividades diseñadas para fomentar el desarrollo y crecimiento personal y profesional en igualdad de condiciones.**

**El 70 % de los egresos de Gemma son de honorarios del equipo Gemma.**

**El 4,01 % corresponde a egresos de honorarios a personas en situación de discapacidad.**

**Los honorarios son fijados por proyecto y por funciones profesionales desempeñadas y son iguales para mujeres y varones.**







## Salud y Bienestar

### Fortalecimiento del equipo

2-7, 2-8, 2-26, 2-29, 3-3, 403-1, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7

#### Encuentros de equipo

En Gemma creemos que la grupalidad expresada en el equipo es la esencia de la construcción consciente de una empresa humana, y los encuentros de equipo se han consolidado en una parte fundamental de nuestro hacer.

En estas instancias, damos lugar al encuentro, a la presencia, diseñamos la agenda contemplando espacios de escucha y conversación, y también llevando temas que hacen al presente organizacional y que son importantes de compartir.

Durante 2023 realizamos 4 encuentros de equipo:



Marzo

Junio

Setiembre

Noviembre

El encuentro de Junio fue realizado junto con personas con quienes trabajamos en alianza para varios de los proyectos con clientes.

Luego de cada encuentro, enviamos una consulta de evaluación general y en muchos casos, una pregunta que nos permita identificar lo que despertó las mejores energías durante el encuentro. También, qué preguntas quedaron resonando, de manera de que podamos seguir también en conjunto vibrando lo compartido, y planificando acciones en base a lo que va emergiendo.

#### ¿Qué te pareció la actividad?

Escala del 1 al 5, siendo 1 no me gusto y 5 excelente.

Nivel satisfacción promedio: 4,75

**Total de respuestas: 42**



## Salud y Bienestar

### Encuentros de equipo

2-7, 2-8, 2-26, 2-29, 3-3, 403-1, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7

**“La cultura en las organizaciones es un patrón emergente, por lo tanto la cultura no se cambia cambiando la cultura sino la forma en la que hacemos las cosas”**

Notas del curso Programa Coherencia Organizacional 2023.

Síntesis de lo que despierta las mejores energías en el equipo en base a las respuestas obtenidas en las evaluaciones luego de los encuentros:

- El encuentro y el contacto con la tierra.
- Ver un equipo sólido. El encuentro en sí. Compartir logros y desafíos.
- La conexión con el ser, la actividad de respiración dinámica, las conversaciones de calidad.
- Disfruté un montón el encuentro. Me fui muy energizada, motivada y feliz de ser parte de un equipo de gente tan nutritiva.
- Compartir colectivamente los avances y próximos hitos para Gemma.





## Salud y Bienestar

### Salud, bienestar y seguridad

3-3, 403-1, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

Atender al bienestar de las personas, es nuestra principal motivación. Por eso nuestros procesos y decisiones empresariales, se estructuran e inspiran con ese objetivo.

Habilitamos espacios en los que podemos ser en calma desde nuestra esencia, potenciar nuestra mejor versión al servicio de un propósito mayor y ser coherentes con los fines que perseguimos.

El trabajar en empresas de impacto positivo, es gratificante, pero a la vez desafiante. Y el poder atender la armonía interna, a nivel emocional, espiritual y también económico son algunos de los principales aspectos que pueden convertirse en un desafío. Desde ese lugar, también alineamos nuestras acciones internas que promuevan el bienestar y el desarrollo.

- Conciliación entre vida familiar y laboral.
- Horario flexible (para el desarrollo de las tareas y también en la consideración de horarios para actividades grupales considerando las personas que tienen dedicación de tiempo parcial).
- Espacio de trabajo adecuado, seguro y en contacto con la naturaleza.
- Posibilidad de utilizar un lugar de trabajo compartido o trabajo a distancia (teletrabajo).
- Espacios de pausas y conexión con la naturaleza.
- Círculos de conversación.
- Apertura de espacios de trabajo con “check in” para dar lugar a como estamos y llegamos al encuentro.
- Meditaciones y prácticas que promuevan salud y bienestar.

**Durante el período de gestión 2023 no se registraron incidentes por temas de seguridad. Los temas de salud que surgieron en el equipo, fueron atendidos y acompañados priorizando el tiempo de descanso y recuperación de la persona, y acompañando a través de espacios de conversación individual.**



## Salud y Bienestar

### Feedback y retroalimentación

3-3, 2-26, 2-29, 404-3

El feedback y la retroalimentación entre las personas que hacemos Gemma es un foco estratégico de la gestión, que hemos ido trabajando a lo largo de los años de ser y hacer empresa.

Si bien el relacionamiento del equipo siempre ha sido muy cercano y al servicio de las personas, fuimos identificando la necesidad y pertinencia de formalizar espacios de feedback para potenciar los espacios de escucha y aprendizaje colectivo.

En ese sentido, se consolidaron varios avances que fortalecieron las dinámicas internas y abrieron el espacio de intercambio.

- Reuniones individuales con diferentes personas del equipo que lo fueron solicitando o que fuimos proponiendo.
- Evaluaciones internas con el equipo de gestión de Dimensiones (Anual)
- Evaluaciones de cierre de proyectos con el equipo de consultoría
- Espacios mensuales de coordinación grupal con el equipo de consultoría para compartir puesta a punto general y también para escuchar y atender inquietudes y desafíos.
- Reuniones con foco en el fortalecimiento del equipo de varias propuestas activas con clientes.
- Espacios de escucha y retroalimentación en los encuentros de equipo (4 al año).

**“Animamos a las personas que integran el equipo a que expresen sus puntos de vista, defiendan sus opiniones y hagan constar comportamientos y reivindicaciones inaceptables”**

Ref. Código de Ética







## Salud y Bienestar

### Hitos

3-3, 404-3

4

Capacitaciones o círculos de conversación.

10

Encuentros mensuales del equipo de consultoría (100% de las personas participó de al menos 3 encuentros).

100%

de profesionales que participan en proyectos con clientes participan en instancias de evaluación y cierre.

1

Beneficio de licencia por maternidad.

1

Ingreso de persona al equipo.

32%

involucramiento del equipo en desarrollo de propuestas (% de las propuestas presentadas a clientes que fueron desarrolladas en conjunto con integrantes del equipo de consultoría).



43



## Satisfacción y Compromiso

2-26, 2-29, 3-3

En Gemma apostamos fuertemente a la construcción conjunta de un espacio de trabajo y desarrollo profesional donde todos los que formamos parte de la organización nos sentimos cómodos con la tarea, realizados profesionalmente y felices de ser parte.

Por eso valoramos muy especialmente la opinión de nuestro equipo, para retroalimentarnos, repensar nuestro hacer individual y colectivo, y seguir creciendo juntos. En 2023 esa actividad se centró en un cuestionario, al que todos los integrantes de Gemma respondieron en un clima de tranquilidad y a su manera.

Se compartió la evaluación a través del correo electrónico y grupo de Whatsapp al 100% de personas que integran el equipo de Gemma.

**Total de preguntas: 16**

**Cantidad de personas consultadas: 18**

**100%**

de personas del equipo respondieron la encuesta.





## Satisfacción y Compromiso



**43,8%**

del equipo siente que está en  
sintonía de lo que desea hacer.

**80%**

cree que fue clara la  
responsabilidad y la tarea  
que se esperaba de él/ella.

**87,5%**

del equipo siente que tiene los  
espacios y canales de  
intercambio para realizar los  
planteos que necesita y recibir las  
devoluciones que espera.

**62,5%**

afirmó que se tuvo en cuenta  
su bienestar en el trabajo  
compartido con Gemma.

**68,8%**

afirmó que su trabajo en  
Gemma promueve su  
desarrollo.



45



## Satisfacción y Compromiso

¿Qué tres conceptos expresan lo que para ti es trabajar siendo parte del equipo Gemma?

**Empatía,**  
Colaboración,  
Cultura.

Flexibilidad,  
Respeto,  
Promoción de **Desarrollo personal.**

Ser una misma.

**Expansión,**  
respeto,  
libertad

Cooperación,  
Apertura,  
Complementariedad.

Fresco, analítico,  
reflexivo.

Tranquilidad,  
Motivación,  
Coordinación.

Profundidad,  
Valores,  
Profesionalismo.

Propósito,  
**Expansión,**  
**Desarrollo.**

Pertenencia,  
Construcción,  
**Aprendizaje.**

Innovación,  
diversión,  
sabiduría  
colectiva.

Compromiso,  
conciencia,  
**empatía.**

**Aprendizaje,**  
Puerta a la diversidad,  
Agradecimiento.

Integración,  
trabajo en  
equipo,  
Sostenibilidad.

Bienestar, empoderamiento y  
valentía.

Diversidad,  
**Empatía,**  
Celebración.



## Satisfacción y Compromiso

### Integridad profesional

3-3, 2-24, 2-27, 402-1

Gemma es una consultora cuyo equipo está formado por consultores/as independientes, que son convocados/as en base a sus conocimientos técnicos y personales. A su vez, trabaja en alianza con otras empresas, con quienes también se vincula por proyecto.

Para Gemma es importante alinear tanto con su equipo de consultores/as, como con las empresas aliadas, las reglas de convivencia personal y profesional sobre las cuales construir la relación comercial. Las mismas se establecen de común acuerdo.

A partir de julio de 2021, contratamos los servicios de asesoramiento jurídico de YOUHUB, consultora legal de impacto, con el objetivo de formalizar los vínculos internos y externos y co diseñar entre Gemma, Equipo de Consultoría y Alianzas un acuerdo marco que rige las relaciones entre sí.

En el proceso, hubo varias instancias de diálogo individuales entre Gemma, el equipo de consultores/as y las empresas aliadas, respecto al alcance, la terminología utilizada y los conceptos jurídicos que finalmente se incorporaron en el texto del contrato de arrendamiento de servicios a suscribir entre las partes, y esta construcción conjunta ha requerido muchas horas de intercambio.





## Satisfacción y Compromiso

### Integridad profesional

El contrato consta de unas 23 cláusulas que definen cómo va a ser el relacionamiento entre las partes, qué obligaciones se compromete cada una, la forma de pago, etc.

Gemma ha tenido gran apertura en este proceso y ha incorporado y adaptado en el acuerdo marco todo aquello que permita la construcción de un vínculo sano, claro y con certeza jurídica a la vez.

También se explicita en los acuerdos, a través de lo definido en nuestro Código de Ética, que “no adherimos a ningún tipo de violencia y acoso psicológico, sexual, laboral u otras situaciones que impliquen la falta de respeto hacia las personas; y creamos espacios de participación e intercambio como forma de actualizar y revisar nuestros comportamientos desde distintas perspectivas, que nos permitan identificar conductas y/o decisiones que puedan consciente o inconscientemente contener principios a los cuales no adherimos.”

100%

de profesionales que participaron en procesos de consultoría completaron el proceso y firma del contrato marco.

(\*) Fuente Código de ética



48

## Desarrollo y formación continua

3-3, 404-1, 404-2



Hitos de fortalecimiento del equipo de  
Gestión

Abordajes sistémicos con  
consultoras externas

Mentoreo por el programa  
Zebras para fortalecimiento  
de modelo de negocio

Apoyo a través del programa  
Pymes Latam.

### Capacitaciones internas

Se realizaron 4 Capacitaciones internas  
facilitada por diferentes personas del  
Team.



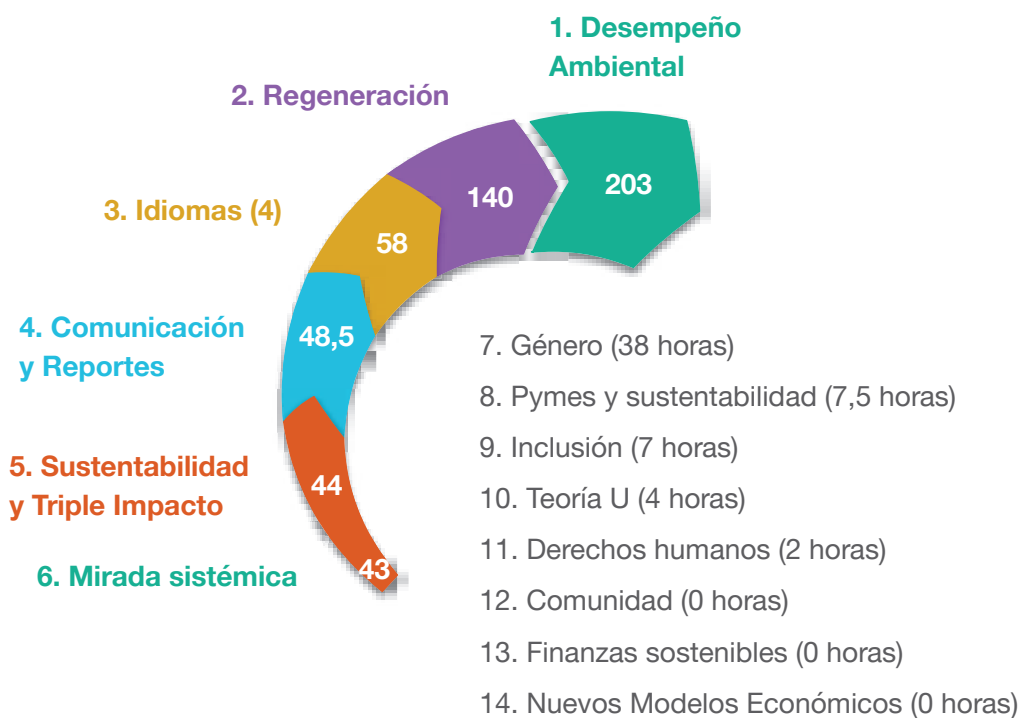




## Desarrollo y formación continua

3-3, 404-1, 404-2

Los temas de más interés del equipo tomando en cuenta las horas de las capacitaciones realizadas fueron:



(4) Las personas que forman parte del equipo de Gemma cuentan con beneficios especiales para formación en idiomas con la empresa 4D.

**595 horas de capacitación realizadas por el equipo.**

**41 capacitaciones realizadas.**

**El 100% del equipo participó de al menos una instancia de capacitación.**

**Grupos internos de estudio y revisión:**  
En 2023 inauguramos como espacio de crecimiento profesional, los grupos de estudio y de innovación interna para revisión de procesos.

Los temas trabajados en estas instancias fueron:

- Nuevos estándares sobre reportes de sostenibilidad.
- Revisión del proceso de trabajo para el acompañamiento de Reportes.
- Producto Desarrollo de Proveedores.



## CLIENTES



Acompañamos a empresas y organizaciones en el camino de la sustentabilidad y en el fortalecimiento de equipos de trabajo.



51

## CLIENTES

2-6, 2-29, 3-3



Brindamos las condiciones para acompañar los procesos organizacionales que impactan en el bienestar y el florecimiento de las personas.

### Servicios

Buscamos conectar con las personas para despertar conciencia y alimentar su potencial transformador.

Trabajamos con la convicción de que las próximas generaciones humanas sean parte del creativo despliegue y vitalidad del mundo, acercándose al ritmo de la naturaleza.



52



## Servicios

### Metodología de trabajo

2-29



#### 1. Escucha y conexión

Hacemos preguntas para que las organizaciones puedan evolucionar en conexión con la comunidad y el planeta.



#### 2. Identificación del presente organizacional y semillas de camino

Respondemos a las necesidades de cada cliente desde una perspectiva integral y sistémica.



#### 3. Definición de dirección de viaje

Reconocemos el momento actual e identificamos de manera conjunta llaves de cambio para la evolución.



#### 4. Ejecución y feedback en tiempo real

Trabajamos de manera personalizada atendiendo a los contextos y necesidades de cada equipo.



#### 5. Evaluación y Celebración

Unimos habilidades, conocimientos y sensibilidades en busca de resultados transversales.





## Impacto en el servicio

2-6, 3-3, 413-1

21 clientes en 2023.

31 proyectos activos.

2023

8 clientes nuevos.

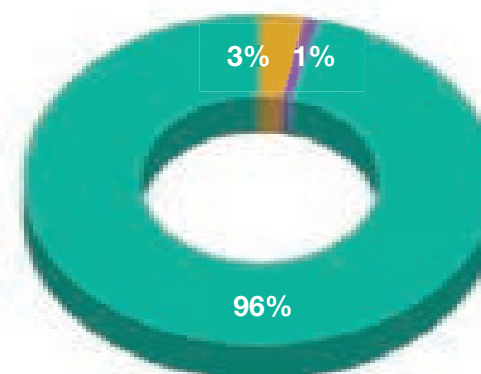
12 clientes con los que venimos trabajando de forma continua.

1 cliente que retomó trabajo con Gemma luego de haber transcurrido más de 1 año de finalizar el último proceso.

100%

de los servicios  
contribuye a generar  
impacto positivo y  
acompañar procesos  
de transformación

Distribución % de proyectos por Impacto de Servicio



- Mejora de impacto
- Sectores Desfavorecidos
- Empresa con propósito

### Nota

Las categorías utilizadas para la diferenciación de los servicios responden a la forma en la que Gemma es evaluada a través de la Evaluación B, y surgen de la identificación del modelo de negocio con impacto.

Mejora de impacto - Refiere a todos los procesos que acompañamos en empresas del sector privado o público, y que supone como resultado de la intervención, la mejora en el impacto social y/o ambiental de las operaciones.

Empresas con propósito - Refiere a todos los procesos que acompañamos para empresas cuyo modelo de negocio se define con un propósito de impacto positivo (Ej. Empresas B).

Sectores desfavorecidos - Refiere a procesos que acompañamos en organizaciones sin fines de lucro.

Durante 2023, trabajamos en resignificar esta categorización y a partir de 2024 incluiremos nuevas categorías en la segmentación de servicios.

Fuente: Distribución en función de ingresos por servicio.

54

## Impacto en el servicio

2-6, 3-3, 403-1



**100**

personas impactadas  
directamente en base a las  
organizaciones clientes con las  
que trabajamos.  
(Personas referentes en el  
seguimiento y ejecución de  
proyectos en curso).

**1805**

personas alcanzadas a través  
de nuestro servicios  
(personas involucradas en  
actividades realizadas).

El servicio brindado a través de los proyectos trabajados en 2023 con los clientes, contribuyó a los siguientes objetivos de desarrollo sostenible.







## Algunos registros de actividades desarrolladas para clientes.

2-29, 3-3

### Círculo de conversación

#### “Comunicación y Sustentabilidad”

Realizamos un encuentro entre integrantes del equipo y clientes para reflexionar sobre cómo dialogan la comunicación y la sustentabilidad.

### Focus Group - “Sembrando futuro sostenible en la cadena de valor”

Organizamos un taller exclusivo para los clientes en alianza con Vanessa Esteban, consultora independiente y socia fundadora de Remarket.

**Taller indicadores de Impacto,**  
en alianza con LATU para el Prog. de reconocimientos IdeaR Sostenibilidad de DERES y LSQA.



Artículo reflexivo sobre  
**Sustentabilidad y  
Comunicación** por  
Manuela Da Silveira.



“La puerta de entrada a la sustentabilidad suele ser la papelera de reciclaje de cualquier espacio de trabajo y el primer paso de un viaje que implica mirar hacia adentro de la cultura organizacional activando cambios y transformaciones más profundas.”

Manuela da Silveira en Sustentabilidad y comunicación, artículo, 2023





## Integridad profesional

2-24, 2-27, 3-3, 418-1

Con el asesoramiento jurídico de YOUHUB comenzamos un trabajo conjunto que nos permitiera transitar a un procedimiento interno de concreción de oportunidades, y formalización de las relaciones comerciales con los clientes.

El proceso implementado para ello define que una vez aprobada la propuesta comercial por el cliente, la misma pasa a YOUHUB, quien en base a un marco de términos y condiciones generales acordado previamente con Gemma, traslada el mismo al cliente. Sobre esta base se construye el acuerdo final que va a regir el servicio contratado.

Este proceso generó un orden interno, tanto a nivel administrativo como con los clientes.

Entre los aspectos que rigen estos acuerdos, se define un acuerdo de confidencialidad que ha impulsado también, la revisión y la profesionalización de los procesos internos vinculados a seguridad de la información, para dar respuesta a los compromisos asumidos.

Entendemos por información confidencial, información no pública que sea propiedad de los clientes, incluso la mención de procesos de trabajo realizados con los clientes, salvo autorización.





## Satisfacción de clientes

2-6, 2-25, 2-29, 3-3

La escucha e intercambio con nuestros clientes, es un aspecto sustantivo de nuestra operación y es algo que nos ocupamos de mantener activo durante todo el proceso de trabajo conjunto. También entendemos pertinente la consulta una vez finalizado el proceso de trabajo. Y es en ese marco que vamos ajustando nuestra práctica para adecuarnos a la formas y canales que mejor respondan a la disponibilidad de las personas con quienes compartimos el servicio.

Al cierre de cada proyecto, realizamos una instancia de evaluación conjunta, que se acompaña en todos los casos de un informe de cierre que brindamos desde Gemma, con foco en los objetivos y resultados del proyecto compartido.

En 2023 se realizaron 2 tipo de evaluaciones: una para los clientes cuyo servicio fue en formato taller o capacitaciones, y otra para los clientes que trabajaron con Gemma en servicio de consultoría.

En ambos casos las/os beneficiarias/os del servicio, evalúan en un rango del 1 al 5 siendo 1 malo y 5 muy buen:

La encuesta consulta sobre los siguientes asuntos:

- Calificación del servicio en términos generales.
- Cumplimiento de expectativas generales con el servicio.
- Experiencia técnica del equipo.
- Metodologías y herramientas brindadas.
- Escucha y feedback.
- Impacto del servicio.
- Impacto desde la perspectiva de ODS.
- Valor de la Inversión realizada respecto al servicio brindado.

## Satisfacción de clientes



A 6 proyectos de 3 clientes no se envió encuesta porque continuaron trabajando

Cantidad de encuestas enviadas a propuestas cerradas: **15 clientes.**

Cantidad de encuestas completadas por propuestas cerradas: **8 clientes.**

**68%**

se les envió encuestas de evaluación y satisfacción (15).

Obtuvimos el 60% de respuestas (9).  
Realizamos reuniones con 2 de las 7 que no respondieron.

### Desafío

Actualmente el índice de respuesta a la encuesta de satisfacción por mail es bajo. Para 2024, hemos rediseñado este proceso de manera de simplificar la consulta e integrar la misma en una única instancia que nos permita a ambas partes seguir enriqueciendo el intercambio y el crecimiento conjunto.





## Satisfacción de clientes

### Testimonios de clientes

#### Respuestas que surgen de la encuesta de satisfacción

¿Cuál fue el impacto y/o valor creado del proyecto o actividad realizada junto con el equipo de Gemma?

“El involucrar nuevos proveedores a la medición y ayudarlos a entender el impacto ambiental de sus actividades”.

“Logramos un buen resultado, con un reporte de alto valor interno y comercial”.

“Considero que los dos encuentros dinamizados por Gemma fueron de un alto impacto y aportaron un gran valor. Las dos personas del equipo de Gemma lograron generar las conversaciones, los climas y la predisposición para analizar los desafíos de circularidad que trajeron algunos de los participantes. Se logró el objetivo de generar espacios para la escucha profunda y sentimos que tanto quienes presentaron caso, como quienes vinieron a "couchear" enriquecieron sus experiencias previas”.

“Nos permitió un primer acercamiento a DEI (Diversidad, Equidad, Inclusión) desde una mirada profesional, muy profunda a nivel diagnóstica y con mucha calidez humana desde el equipo que nos dio el servicio. Esta intervención facilitó comenzar a instalar el tema en los espacios de decisión de la compañía, contando con respaldo técnico y metodológico. El equipo logró leer las características de la organización y acercarnos su mirada desde un lugar constructivo, positivo, respetuoso, y muy claro”.

“Brindaron al equipo de trabajo el tiempo, los conocimientos y los recursos necesarios para poder salir de la vorágine laboral y conectar con este proyecto. El trabajo en conjunto nos permitió delimitar los próximos pasos y las necesidades de la organización para poder alcanzar nuestras metas”.



## COMUNIDAD



Tenemos un rol activo en nuestra comunidad, promoviendo e inspirando sobre el concepto de sustentabilidad, triple impacto y desarrollo humano.



## COMUNIDAD

2-23, 2-29, 3-3, 413-1

### ¿Quién es la Comunidad para Gemma hoy?

Nuestro equipo, clientes, ex clientes, alianzas, proveedores, organizaciones del contexto de impacto positivo en Uruguay y la región, personas con las que nos hemos ido relacionando en red.



**Nuestro objetivo es impactar positivamente en la comunidad y el medio ambiente, y esto lo llevamos adelante a través de distintas líneas estratégicas.**

1. | Garantizamos que el 100% de nuestro servicio está enfocado en estimular procesos de transformación orientados a potenciar el impacto positivo de las organizaciones y empresas.
2. | Promovemos el desarrollo personal y profesional de las personas con las que trabajamos, interna y externamente.
3. | Consideramos el trabajo colaborativo y en alianzas como la forma de operar.
4. | Estimulamos la diversidad, inclusión y equidad desde nuestra gobernanza hasta los diferentes niveles y alcances de nuestra operación.
5. | Desarrollamos alternativas de servicios que faciliten la posibilidad de trabajo con pymes y emprendedores.
6. | Aseguramos que al menos el 65% de nuestras compras sean acorde a los lineamientos definidos en nuestra Guía de Compras con Impacto.
7. | Definimos como objetivo, que el 100% de nuestras comunicaciones estén alineadas al propósito de nuestra empresa.



## COMUNIDAD



**¿Qué actividades impulsamos para potenciar el crecimiento colectivo de Gemma y la comunidad en la que operamos?**

Participamos de grupos de trabajo con foco en impulsar proyectos de impacto positivo.

Promovemos el intercambio con personas que están trabajando y transitando procesos de transformación.

Mantenemos activa la curiosidad y la proactividad para promover y participar en conversaciones e intercambios que aporten al camino de transformación del cual queremos ser parte e impulsores.

Desarrollamos actividades que promueven el encuentro y el intercambio de buenas prácticas entre personas que estén transitando desafíos comunes.

Compartimos y extendemos directamente a nuestros grupos de interés, información relevante del contexto, que promueva espacios de formación e intercambio sobre los temas que trabajamos.





## Prácticas de abastecimiento

### Consumo responsable

2-6, 2-29, 3-3, 413-1

**“La empresa prioriza las decisiones de compra o contratación de productos y servicios, a empresas proveedoras que favorezcan el desarrollo local, y/o que integren el impacto positivo ambiental y/o social desde su modelo de negocio”.**

Código de Ética

# 77%

**de nuestras compras se realizaron a proveedores locales y/o con impacto (5).**

(5) No incluye: honorarios de profesionales que son parte del equipo de Gemma, gastos a entidades de gobierno (BPS, DGI, etc), membresías.

De acuerdo a lo definido en nuestra Guía interna de Compras con Impacto, tomamos medidas proactivas para ampliar las relaciones con empresas que generan valor positivo en la comunidad y el ambiente, definiendo anualmente objetivos vinculados a compras con impacto que prioricen las siguientes características:

- Pymes y/o emprendedores locales (es decir, en la misma zona geográfica que la empresa).
- Proveedores que emplean a personas en situación de vulnerabilidad social y/o económica.
- Empresas con propósito de impacto positivo en aspectos sociales y/o ambientales.
- Proveedores con certificaciones vinculadas al impacto positivo (Ej. Empresa B).
- Diversidad en la participación societaria (mujeres o personas en situación de discapacidad).
- Organizaciones de la sociedad civil enfocadas en brindar soluciones de inclusión económica a personas en contexto de vulnerabilidad.
- Empresas u organizaciones con certificaciones ISO orientadas a procesos de calidad.
- Empresas adherentes al Pacto Global u otras iniciativas globales orientadas a fomentar el desarrollo sostenible.



## Prácticas de abastecimiento

### Consumo responsable

2-6, 2-29, 3-3, 413-1

Las empresas con las que trabajamos son aliadas en el éxito de nuestra operación, y buscamos involucrar y mantener cercanía en la relación a largo plazo.

Nos ocupamos de que las relaciones que vamos concretando, se basen en acuerdos claros y transparentes, respetamos los plazos y acuerdos de pago, atendiendo a precios justos que contemplan el valor de los productos y servicios, alineado a nuestro propósito. A su vez, involucramos a las empresas proveedoras en nuestras actividades e instancias de formación e intercambio, con el objetivo de mejorar el desempeño en las distintas áreas de impacto.



Link Guía de compras  
con impacto



## Feedback y retroalimentación

### Satisfacción empresas

2-29, 3-3



La evaluación, como un espacio formal de intercambio, facilita el fortalecimiento de nuestras relaciones con los grupos de interés, impulsa la mejora continua al identificar tanto fortalezas como desafíos en nuestra interacción, y nos permite recopilar información para sistematizar, medir y gestionar eficazmente. Gemma, a través de sus vínculos, potencia nuestro propósito en cada interacción y diálogo.

#### Evaluaciones a proveedores:

Se obtuvieron 9 respuestas de 16 encuestas enviadas.

56% evalúa la relación con Gemma con 4.9/5

¿Qué es lo que más valoras de trabajar junto a Gemma?

La coherencia, el cuidado, la sensibilidad, el disfrute, la fluidez y la confianza que muestran y comparten en cada acción e intercambio.

Su esencia, el pensar, sentir y actuar en equilibrio.

Las personas con las que interactuamos.

“El modelo de negocio de Gemma.”



## Feedback y retroalimentación

### Encuentro con Alianzas

2-29

Durante el mes de mayo de 2023, convocamos a las personas con quienes trabajamos en alianza, a participar de un encuentro de escucha e intercambio.

La intención de la actividad fue habilitar un espacio de escucha e intercambio y conocer su sentir en cuanto al trabajo junto a Gemma, así como los aspectos a revisar, para potenciar y transformar aquellos que sean necesarios para continuar realizando un trabajo enriquecedor.

Se realizaron dos encuentros, para contemplar las posibilidades de agenda, siendo ambos en formato híbrido de manera de habilitar la participación de las organizaciones aliadas no residentes en Uruguay (AR Sustentable y IARSE).

**86%**  
de participación

AR Sustentable, IARSE, Meta Sustentable, 4D lab, 3Vectores, Alejandro Kacevas.

Resonancias de lo conversado:





## Comunicación con propósito

2-6, 2-29, 3-3

Nuestra comunicación está alineada al propósito y lo hacemos amplificando contenidos que inspiren a otras organizaciones, que generen nuevas preguntas, compartiendo qué hacemos y cómo lo hacemos.

Durante el 2023 éstas fueron las temáticas de nuestras comunicaciones.

Género      Transparencia y Reportes      Diálogo con Grupos de Interés

Cultura organizacional      Código de ética      Regeneración

Equidad e inclusión      Comunicación con impacto

Medio Ambiente      Cadena de valor      ODS      Compras con impacto

*“La cultura de la organización se construye por las conversaciones que estamos generando”*

Manuela Da Silveira







## Comunicación con propósito

2-6, 2-29, 3-3

La comunicación institucional brinda la oportunidad de generar impacto y promover los cambios sociales y ambientales que forman parte de nuestro propósito.

**100%** de los contenidos generados por el equipo.

[Enlace a la web](#)

### Artículos y reflexiones

Temáticas que compartimos en diferentes formatos:

- Cultura y bienestar organizacional.
- Reportes y comunicación.
- Sustentabilidad y comunicación.
- Artículos aplicativos de la Teoría U.
- Competitividad y Negocios (podcast).
- Regeneración Organizacional ( vivo).

### Artículos

Publicados en revista de Audea  
Compañías de Seguro y desarrollo sostenible.

1 De la RSE en la Sostenibilidad.

1 Reporte de sostenibilidad.

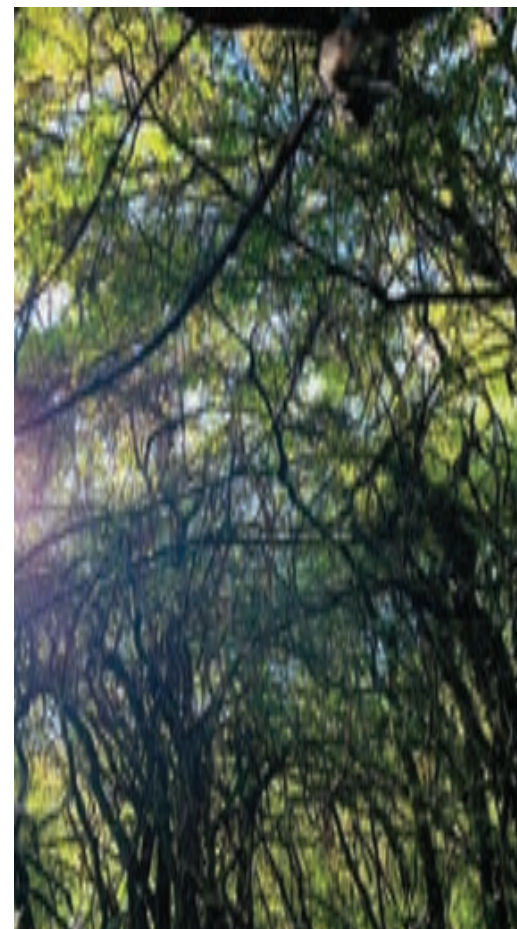
### Colaboramos con eventos

Pacto Global, Cámara Nacional Comercio y Servicios, 4DLab, Flumarketing, plataforma de innovación económica Nodo.

### Organizaciones al ritmo de la naturaleza.

Realizamos boletines mensuales incluyendo la voz de la naturaleza y de la comunidad.

Incluimos comunicaciones en los cambios de estación para explicar el comienzo de un ciclo natural.



## Comunicación con propósito

### La mirada hacia el uso de las Redes Sociales

Inspirar a otros a unirse y sumarse al cambio positivo para nuestro planeta.

Construir una comunidad en línea que comparta nuestros valores y se sume a nuestro propósito común más responsable para las próximas generaciones, conectando con personas que vinculan nuestros servicios con una posible mejora en su lugar de trabajo.

Incorporamos criterios de accesibilidad e inclusión a los contenidos que generamos.





## Renovación de la web

**Lo planificado no es tan lineal como lo proyectaste.**

**¿Cómo quiere Gemma ser presentada al mundo?**

Es mucho más que lanzar una nueva web. Implica repensarse, volver a definir cómo presentarse.

### El proceso

Partimos de la página web. desactualizada que tenía finalidad de ser depositario de contenidos de Gemma. No reflejaba lo que es la empresa actualmente ni era atractiva para la navegabilidad.



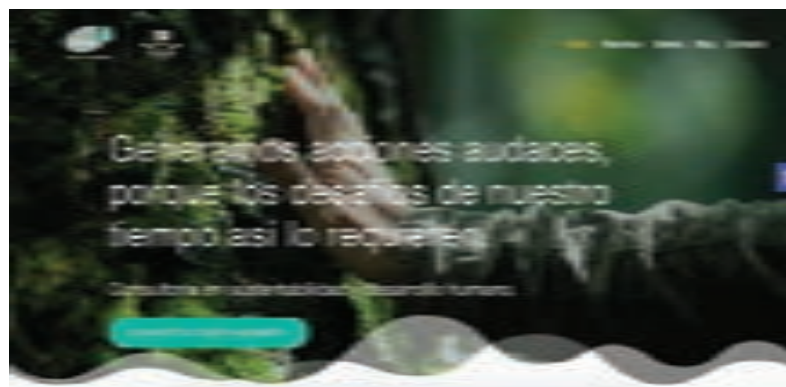
Instancias significativas:

Se designó un equipo interno de renovación de la web que tuvo 4 instancias colectivas.

Durante el proceso se realizaron 10 instancias online más 4 revisiones web.

Además tuvimos espacios de intercambio con el Programa Pyme al mundo y como parte del proceso de mentoreo del Programa Zebras, dos reuniones con una asesora de marketing y comunicación.

Como parte de la gestión de los emergentes, se tuvo que cambiar de empresa proveedora en la mitad del proceso, lo cual implicó reiterar etapas y volver a definir algunos acuerdos y expectativas.



# Ambiente



- Ambiente
- Enfoque ambiental de los servicios
- Enfoque ambiental de la operación
- Emisiones



## Ambiente



Nos reconocemos en adaptación y aprendizaje constante.

Nos inspira la certeza de que un mundo diferente es posible, con la convicción de que las empresas tienen el poder de crear soluciones. Por eso, cada día nos esforzamos en impulsar y contribuir al cambio desde nuestro espacio.



## Ambiente

3-3

Buscamos que nuestra operación, nuestros servicios y nuestra comunicación contribuyan a que las personas restablezcan el vínculo con la naturaleza y tomen conciencia del impacto ambiental de las actividades humanas.

Promovemos acciones para inspirar respeto y armonía en el uso de los recursos naturales, y buscamos fortalecer la capacidad de las organizaciones de dar respuesta a los desafíos ambientales de manera efectiva.

### El foco de nuestros procesos está orientado a:

- Generar conciencia ambiental como parte del proceso de transformación que acompañamos, incentivando a las personas a conectar con su ser naturaleza.
- Promover espacios de contacto y cercanía con la Naturaleza.
- Impulsar cambios para favorecer el desarrollo de personas racionales y sensibles.
- Fortalecer la capacidad de medir y analizar el impacto de las actividades humanas desde la perspectiva ambiental, e impulsar a rendir cuentas y transparentar los avances, con el fin de profundizar el compromiso y ampliar las perspectivas para el diseño de estrategias.
- Facilitar herramientas e información para integrar la dimensión ambiental en la toma de decisiones de las organizaciones, orientadas a la definición de estrategias que impulsen mejorar el desempeño y el posicionamiento ambiental.

La empresa define como eje estratégico la integración de la perspectiva ambiental en la toma de decisiones, siendo más consciente de los impactos que genera a causa de su actividad.

**Supervisión de emisiones.  
Capacitación y generación de  
contenido sobre uso responsable  
de recursos.**





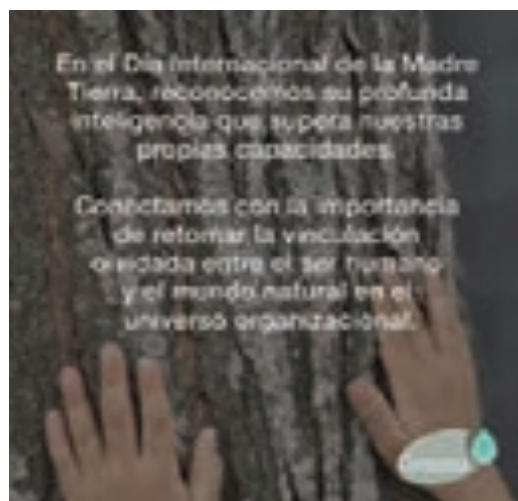
## Enfoque ambiental de los servicios

### ¿Qué hicimos en 2023?

2-29, 3-3

Desde la perspectiva de servicios, generamos contenido y realizamos talleres de sensibilización y profundización vinculados al desempeño ambiental de las organizaciones; asimismo, acompañamos la implementación de prácticas y políticas que consideran y gestionan de manera responsable los impactos en el medio ambiente, en la sociedad y en su propia estructura de gobernanza.

También a nivel de comunicación, desarrollamos contenidos en redes sociales para la sensibilización y reflexión de distintos temas vinculados al Ambiente y la Naturaleza.



# 33%

de los ingresos correspondientes a proyectos trabajados en 2023, corresponden con servicios vinculados a mejorar el desempeño ambiental de nuestros clientes.

Los procesos contemplados en este cálculo incluyen:

Identificación, gestión y publicación de indicadores vinculados al uso de recursos naturales (rendición de cuentas).

Identificación de aspectos ambientales.

Medición de huella de carbono.

Planes de reducción y compensación.

Capacitaciones.



## Enfoque ambiental de la operación


2-29, 3-3

Definimos como objetivo mejorar el desempeño ambiental de la operación de la empresa y el equipo de trabajo.

Para ello, hacemos foco en mantener activa la curiosidad y la acción positiva. Entendemos que la riqueza que va surgiendo de ese proceso, tiene un impacto directo en las personas que hacemos Gemma, y como consecuencia, un impacto directo también en los procesos que acompañamos de nuestros clientes.



### Encuentros de conversación y reflexión con el equipo:

- Relevamiento de consumo en hogares y/o espacios de trabajo fuera de la oficina (febrero).
- Resultados del relevamiento y espacio de reflexión conjunta para identificar prácticas de reducción en el consumo de recursos naturales (abril).
- Encuentro de conversación y capacitación sobre Economía Circular con el equipo de Gemma y Alianzas activas en proyectos de trabajo (noviembre).
- Participamos de actividades de sensibilización y exposición de buenas prácticas empresariales (Ej. Expo Sostenible)
- Diseñamos encuentros de trabajo en conexión con la Naturaleza.
- Participamos de una mesa de trabajo con Pymes de LATAM facilitada por la Red de Pacto Global, en la que elegimos como proyecto de la empresa, validar el enfoque ambiental de nuestra operación, determinando acciones y una estrategia específicamente sobre el objetivo “Mejorar el desempeño ambiental de la operación de la empresa y el equipo de trabajo”. Como resultado, pudimos incorporar nuevas perspectivas que surgieron de los espacios de intercambio de este proceso, las que fueron integradas en la estrategia y en las actividades realizadas.
- Comenzamos a integrar prácticas vinculadas a nuestra Gestión que buscan alinear la operación cotidiana a los Ciclos de la Naturaleza. Ej: En diciembre junto con el ritmo de la naturaleza celebramos con Clientes, Alianzas Proveedores y Comunidad bajo este lema: Somos Naturaleza. 



## Enfoque ambiental de la operación

3-3

### Emergente

En relación a la **crisis del agua** que vivimos en 2023, y en base a la escucha y empatía que eso fue generando en las personas del equipo, habilitamos espacios de conversación y reflexión, le dimos lugar en varios espacios internos de encuentros de trabajo, nos permitimos conectar con las emociones y sensaciones que toda esa situación nos despertaba, intercambiamos buenas prácticas vinculadas a cómo dar respuesta a lo que el contexto nos iba pidiendo, generamos contenido para replicar en nuestros canales, diseñamos un producto para facilitar conversaciones vinculadas a la crisis hídrica en zona metropolitana para empresas sobre este tema, y fuimos dando respuesta de la forma en que lo íbamos identificando posible.

Entendemos que es sustantivo para nuestro desarrollo, sentir la conexión y la cercanía con estas situaciones, y estamos convencidos que es dándoles lugar y permiso para expresarse, que podemos encontrar las formas de atender y dar respuesta.





## Emisiones

3-3, 305-1, 305-2, 305-3

Desde hace 2 años, en Gemma medimos nuestras emisiones con el objetivo de dar seguimiento al impacto ambiental de nuestras operaciones y profundizar e identificar oportunidades y buenas prácticas que nos permitan mejorar nuestro desempeño ambiental, priorizando la reducción en el consumo y buscando identificar alternativas en aquellas prácticas de consumo que pueden ser mejoradas.

Para este objetivo, trabajamos con el asesoramiento y acompañamiento de la empresa Meta Sustentable, que anualmente realiza el informe de emisiones.

### Informe Medición Huella de Carbono Gemma - Gestión 2023

“Un informe de inventario de Huella de Carbono es un documento que reúne y describe las emisiones de estos gases en las actividades realizadas dentro de los límites e instalaciones de una organización”.

Empresa ejecutora del estudio: Meta Sustentable

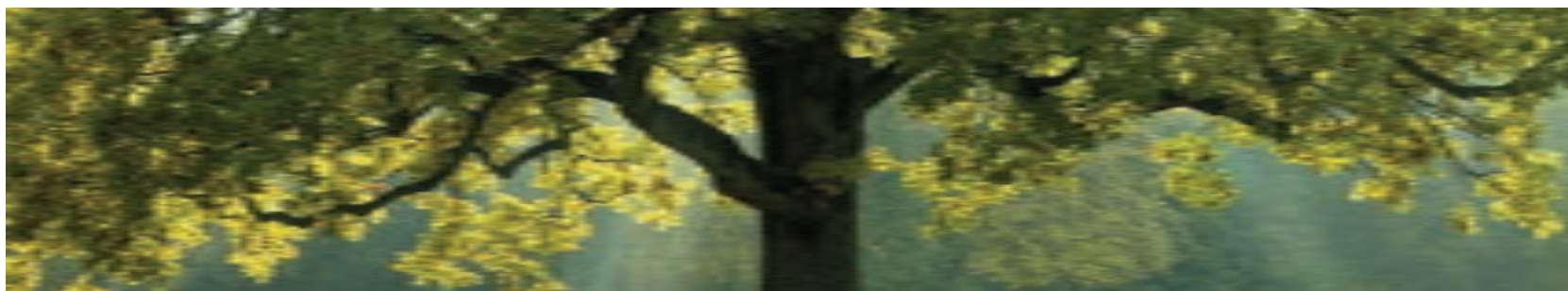


Inventario de Emisiones de CO2 Gemma:

Período: 1 de enero a 31 de diciembre de 2023

Límites Organizacionales: Consultora Gemma (Sede Montevideo, en Motus Cowork)

Operacionales: Alcance 1, 2 y 3





## Emisiones

3-3, 305-1, 305-2, 305-3

### Alcance 1

Emisiones directas de GEI - Las emisiones directas ocurren de fuentes que son propiedad de la empresa o están controladas por la Consultora Gemma. Por ejemplo, emisiones provenientes de la combustión fija de generadores u otros equipo. Emisiones provenientes de la liberación de gases fugitivos en equipos de procesos propios o controlados como los extintores y artefactos de aire acondicionado.

### Alcance 2

Emisiones indirectas de GEI - Incluye las emisiones originadas por la generación y distribución de la electricidad adquirida y consumida por la empresa.

### Alcance 3

Es una componente opcional de reporte que permite incluir el restante de las emisiones indirectas. En 2023 se incluyeron en el Alcance 3 para 2023 el transporte del equipo de gestión de la empresa, el transporte de los participantes de las reuniones y eventos organizados por la empresa,



### Resultados por alcance

Emisiones por alcance	tCO2e	Porcentaje
Alcance 1	0,000	0
Alcance 2	0,150	3,96
Alcance 3	3,652	96,04
Total de Emisiones	3,802	100,0



## Emisiones

3-3, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-1

### Resultados

#### Alcance 1

No tuvimos datos de actividad para el cálculo de emisiones.

#### Alcance 2

Existió un pequeño aumento en el consumo registrado en comparación con 2022. Al mismo tiempo hubo una reducción en el Factor de Emisión de la red pública, lo que ocasionó una sensible reducción de las emisiones.

#### Alcance 3

Este alcance tuvo una reorganización en su medición.  
En lo relativo a la combustión móvil se distinguen tres categorías.

- Movilidad de los participantes en eventos y reuniones.
- Transporte de personas del Equipo de Gestión, midiendo las emisiones de los trayectos de ida y vuelta al trabajo.
- Emisiones generadas por el transporte vinculadas al servicio (relacionadas con las personas del que forman parte del equipo de gestión y también brindan servicio a clientes).

### Total de eventos/actividades: 9

(incluye encuentros de equipo, con alianzas, conversatorios y brindis fin de año).

### Transporte del equipo de gestión:

este alcance fue ampliado, abarcando el transporte de ida y vuelta a la oficina de la totalidad de personas que realizaron tareas de gestión (incluyendo aquellos que solamente ocuparon cargos de modo temporario).

**Gestión de residuos sólidos:** nos propusimos incluir la categoría residuos sólidos en el alcance 3 del inventario.

Es significativo destacar que Gemma, por intermedio de Motus, promueve un proceso de valorización de los residuos liderado por la empresa Compost Ciudadano en el que se generan múltiples beneficios ambientales, sociales y económicos.



## Emisiones



Para comenzar a compensar nuestras emisiones definimos realizar una actividad con los y las integrantes del equipo y plantar árboles nativos.

Esta acción está planificada para ejecutarse durante 2024, e incluirá la compensación de las emisiones generadas en 2022 y 2023.

Una acción que nos conecta con nuestro propósito, con nuestro entorno originario y, fundamentalmente, con lo más profundo de nuestro ser.



# Epílogo



## Epílogo



Gemma es un sistema dinámico que evoluciona junto con las personas y el contexto. En este camino estamos en permanente revisión y atención a nuestros procesos, y en virtud del contexto y de la evolución de las personas que somos parte, cerrando el 2023 y ya adentrándonos en 2024, nos abrimos a un proceso de revisión y posible resignificación de los pilares que guían nuestro ser y hacer empresa, atent@s a la posibilidad, que a casi 10 años de existir como empresa, haya nuevas narrativas que reflejen con mayor precisión el camino que venimos haciendo en Gemma y el cual queremos impulsar a construir.

En esta misma línea y en nuestra búsqueda de coherencia organizacional y al amplificar el enfoque en el paradigma de la regeneración, estamos adoptando la observación de los ciclos naturales en la mirada estratégica y de gestión.

**Este enfoque está permeando nuestra cultura y nos irá guiando en la forma de comunicarlo, de manera que refleje el cambio interno que se está solidificando en nuestro equipo.**

Equipo de Gestión.



## Equipo de trabajo del Resumen de Impacto:

### **Coordinación, contenido, y redacción:**

Tamara Farré  
Luciana Vieytes  
Damián Farré  
Carolina Canil  
Ximena Varón

### **Asesoramiento técnico**

Alicia Rolando

### **Corrección de estilo**

Alejandro Kacevas

### **Diseño**

Marcela Queirolo

### **Créditos Fotográficos**

Fotos internas  
Banco de imágenes

### **Este informe contempla criterios de accesibilidad**

- El texto de las páginas es el estrictamente necesario para favorecer su legibilidad.
- Se evita usar los textos justificados: generan espacios blancos entre las palabras que dificultan la lectura.
- Se utilizan anclas visuales: colores, negrita, tamaño, etcétera, para resaltar las ideas principales.
- Los colores utilizados tienen contrastes para una mejor legibilidad.
- Los elementos en las páginas se pueden leer en el orden sugerido.
- Las imágenes contienen un texto alternativo, que describe un elemento no textual por las herramientas asistivas de accesibilidad. El texto alternativo o Alt Text es un metadato de vital importancia para la accesibilidad. Consiste en describir en palabras el contenido de un elemento no textual. Es leído por las herramientas asistivas de accesibilidad.

## Índice GRI



<b>Declaración de uso</b>	GEMMA SAS BIC ha elaborado el informe de referencia a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023.		
<b>GRI 1 usado</b>	Fundamentos 2021		
<b>Estándares Sectoriales GRI aplicables</b>	No disponible para el sector servicios		
<b>Declaración de uso</b>		Gemma SAS BIC ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 1 de enero de y el 31 de diciembre de 2023 utilizando como referencia los Estándares GRI.	
		GRI 1: Fundamentos 2021	
<b>Estándar GRI</b>	<b>Contenido</b>	<b>Página</b>	<b>Explicación de la omisión</b>
<b>GRI 2: Contenidos generales</b>	2-1 Detalles organizacionales (Empresa BIC y B)	8, 10, 13	
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2	
	2-4 Actualización de la información	2	
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras (Empresas y profesionales que brindan servicios similares a Gemma - ver enfoque alianzas)	13, 17, 20, 29, 30, 52, 54, 55, 58, 64, 65, 68	
	2-7 Empleados (descripción por género, edad, tipo de vínculo).	32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40	

## Índice GRI



<b>GRI 2: Contenidos generales</b>	2-8 Trabajadores que no son empleados.	32, 33, 34,35, 36, 37, 39, 40	
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	10, 11,14	
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	2,5	
	2-23 Compromisos y políticas	8, 9, 13, 15, 16, 62	
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	9,12, 13, 15, 16, 27, 47. 57	
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	27, 28, 58	
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	21, 28, 39, 40, 42, 44	
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas (Conducta ética y transparencia en comunicaciones, reporte BIC)	12, 27, 47, 57	
	2-28 Afiliación a asociaciones	20, 29, 30	
<b>GRI3: Temas materiales</b>	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	20, 21, 22, 23, 28, 33, 34,35, 39, 40, 42, 44, 52, 53, 56, 58, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 74, 75	
	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	23, 24, 25, 26	
	3-2 Lista de temas materiales		
	3-3 Gestión de los temas materiales	18	



## Índice GRI



CONTENIDOS TEMÁTICOS			
<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales		
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	13, 19	
<b>GRI 202: Presencia en el mercado 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	38	
	202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local.	38	
<b>GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales - Proveedores	19, 62, 64, 65, 66	
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	19	
<b>GRI 205: Anticorrupción 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	27, 28	
	205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	28	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	27	
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	28	
<b>GRI 207: Enfoque fiscal</b>	207-4 Presentación de informes país por país	2	
<b>GRI 302: Energía 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	74, 75, 76	
	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	2501,2 kw (20% del consumo del Cowork)	
	302-3 Intensidad energética		No se cuenta con la información.
	302-4 Reducción del consumo energético		No se cuenta con la información.

## Índice GRI



<b>GRI 305: Emisiones 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	74, 75, 76, 77, 78, 79, 80	
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	78, 79, 80, 81	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (Alcance 2)	78, 79, 80, 81	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	78, 79, 80, 81	
	305-4 Intensidad emisiones de GEI	80	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	80	
<b>GRI 306: Residuos 2020</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	74, 75, 76, 77, 80	
	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	80	
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	64, 65	
	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales.	En 2023 no hubo nuevas contrataciones a empresas proveedoras seleccionadas de acuerdo con criterios ambientales.	
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	No se identificaron impactos negativos de la cadena de suministro en el período.	
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>	3-3 - Gestión tema material	36, 37, 38, 42	
	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal.	36, 37	
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.	38	

## Índice GRI



<b>GRI 402: Relaciones trabajador-empr esa 2016</b>	3-3 - Gestión tema material - Satisfacción y compromiso Equipo.	39, 40, 41, 42, 44, 47	
	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales .	47	
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018</b>	3.3 Gestión de los temas materiales	39, 40, 41	
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	39, 40, 41	
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.	39, 40, 41	
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	39, 40, 41	
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores.	39, 40, 41	
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales.	39, 40, 41	
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	39, 40, 41	
	403-9 Lesiones por accidente laboral.	41	
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales.	41	

## Índice GRI



<b>GRI 404: Formación y educación 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	42,43, 49, 50	
	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado.	49, 50	
	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición.	49, 50	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera.	42,43	
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	36, 37, 38	
	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	11, 14, 36, 37	
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres.	38	
<b>GRI 413: Comunidades locales 2016</b>	3.3 - Gestión tema material - Comunidad.	37, 54, 55, 62, 64, 65, 68, 69	
	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo.	37, 54, 55, 62, 64, 65	
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	64, 65	
	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales.	64. En 2023 contratamos a 2 nuevas empresas proveedoras seleccionadas de acuerdo con criterios sociales	
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	No se registraron impactos sociales negativos en la cadena de suministro durante el período.	

## Índice GRI



<b>GRI 415: Contribución a partidos políticos 2016</b>	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	No se realizan aportes a partidos o representantes políticos.	
<b>GRI 418: Privacidad del cliente 2016</b>	3.3 - Gestión tema material - Confianza y fidelidad. 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	52, 54, 55, 56, 57, 58  57	

