

INFORME DE PROGRESO DE RSC



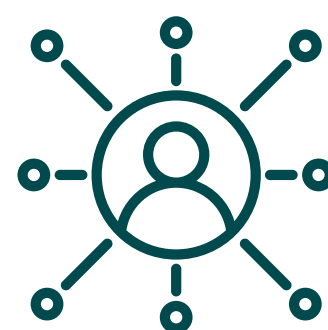
EL IMPACTO DE NUESTRO TRABAJO DE RSC EN EL 2024

US\$ 118.570,00

fue el monto de donaciones
a ONGs en Latinoamérica

15,000

personas fueron
directamente
beneficiadas.



45,000

personas fueron directa
e indirectamente
impactadas.

de las ONG usaron los fondos
para asegurar la continuidad
de su operación y seguir
impactando positivamente
a sus comunidades.

80%

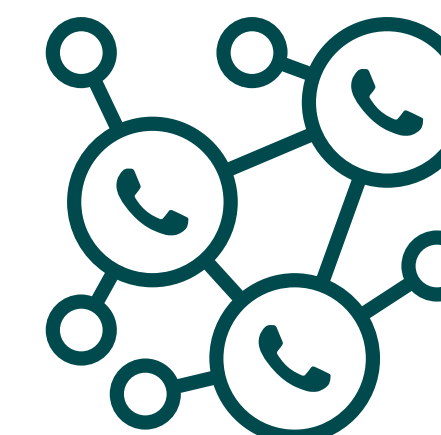


**2 ebooks lanzados con más de 1000
descargas,** con énfasis en la capacitación
para el trabajo de ONGs y proyectos sociales.

50

**líderes y
lideresas**

comunitarias de São
Paulo y Río de Janeiro
participaron en dos
encuentros presenciales
organizados por Sherlock
Comms con talleres
hechos a la medida de
sus prioridades.



**Se creó una red
de WhatsApp**

para establecer un
intercambio continuo entre
100 ONGs y proyectos sociales
de toda Latinoamérica.



LUPA DO BEM



fue galardonado con 3 premios — uno de ellos
internacional— por su impacto social.

Alianzas con 3 reconocidos sitios web de noticias
de impacto social (1 en Brasil y 2 en Argentina),
potenciando la visibilidad de los proyectos de Lupa
do Bem para millones de personas mensualmente.

CONTENIDO

- INTRODUCCIÓN 4
- CARTA DE NUESTRO SOCIO DIRECTOR 5
- ESTRUCTURACIÓN DE UN ÁREA DE RSC..... 6
- VERTICAL..... 7
 - Lupa do Bem..... 7
 - Dominó do Bem20
 - Campañas Pro-Bono y RSC22
 - Campañas relacionadas con la RSC para clientes 31
- COMITÉ DE DIVERSIDAD, EQUIDAD Y INCLUSIÓN (DEI)33
 - Analizando nuestra estructura interna: censo DEI 2024.....36
- RSC EN ACCIÓN (ACTIVIDADES INTERNAS Y EXTERNAS) 41
 - Gestión interna de residuos48
 - Programa de voluntariado corporativo.....50
- CONCLUSIONES Y METAS PARA 2025 51

INTRODUCCIÓN

NUESTRAS CREENCIAS Y COMPROMISOS DE RSC

Reafirmamos nuestro compromiso de construir un futuro más sostenible, ético e inclusivo. Al convertirnos en signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas tanto en Brasil como en el Reino Unido en 2024, llevamos nuestra responsabilidad al siguiente nivel, alineando nuestras acciones con los Diez Principios de la iniciativa, que incluyen derechos humanos, estándares laborales, protección ambiental y anticorrupción.

Como signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas – la iniciativa de sostenibilidad corporativa más grande del mundo, que une a empresas y organizaciones comprometidas con prácticas empresariales responsables y desarrollo sostenible– fortalecemos nuestro compromiso de integrar estos principios en nuestra estrategia, cultura y operaciones diarias, asegurando que nuestras decisiones comerciales contribuyan a un cambio positivo duradero.

Creemos que las empresas son una fuerza fundamental para el desarrollo sostenible y social. Por eso seguimos

dedicados a colaborar con socios, clientes y partes interesadas y fomentar un cambio significativo. Este hito marca otro paso adelante en nuestra trayectoria para abordar los desafíos globales y promover impactos positivos.



Circo da Lua



Instituto de Monitoramento Mirim Costeiro



Um Passo a Mais Capoeira

CARTA DE NUESTRO SOCIO DIRECTOR

En Sherlock Communications, consideramos la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) un compromiso a largo plazo que va más allá de los cambios operativos: se trata de crear un impacto tangible en las comunidades donde trabajamos, con nuestros clientes y consultores. En 2024, dimos pasos significativos para asegurar que nuestras iniciativas no solo sean efectivas, sino que también estén alineadas con las necesidades de las personas y de los entornos con los que nos relacionamos.

Ahora, con un sector de RSC en funciones, hemos podido priorizar acciones prácticas y medibles que impulsan un cambio real. Nuestro objetivo es fortalecer la RSC como un pilar fundamental de nuestras operaciones, integrándose en las decisiones cotidianas e incentivando a nuestros

equipos a contribuir activamente en estos esfuerzos. Nos esforzamos por aplicar estas prácticas no solo internamente –con nuestros equipos y clientes– sino también externamente, apoyando organizaciones sociales, especialmente aquellas basadas en iniciativas comunitarias, y brindando soporte especializado desde la real comprensión de sus necesidades.

Mientras avanzamos, seguimos con el compromiso de expandir nuestro impacto, perfeccionar nuestras estrategias y trabajar estrechamente con socios que comparten nuestra visión. Siempre hay espacio para mejorar, pero caminamos en la dirección correcta.

Patrick O'Neill

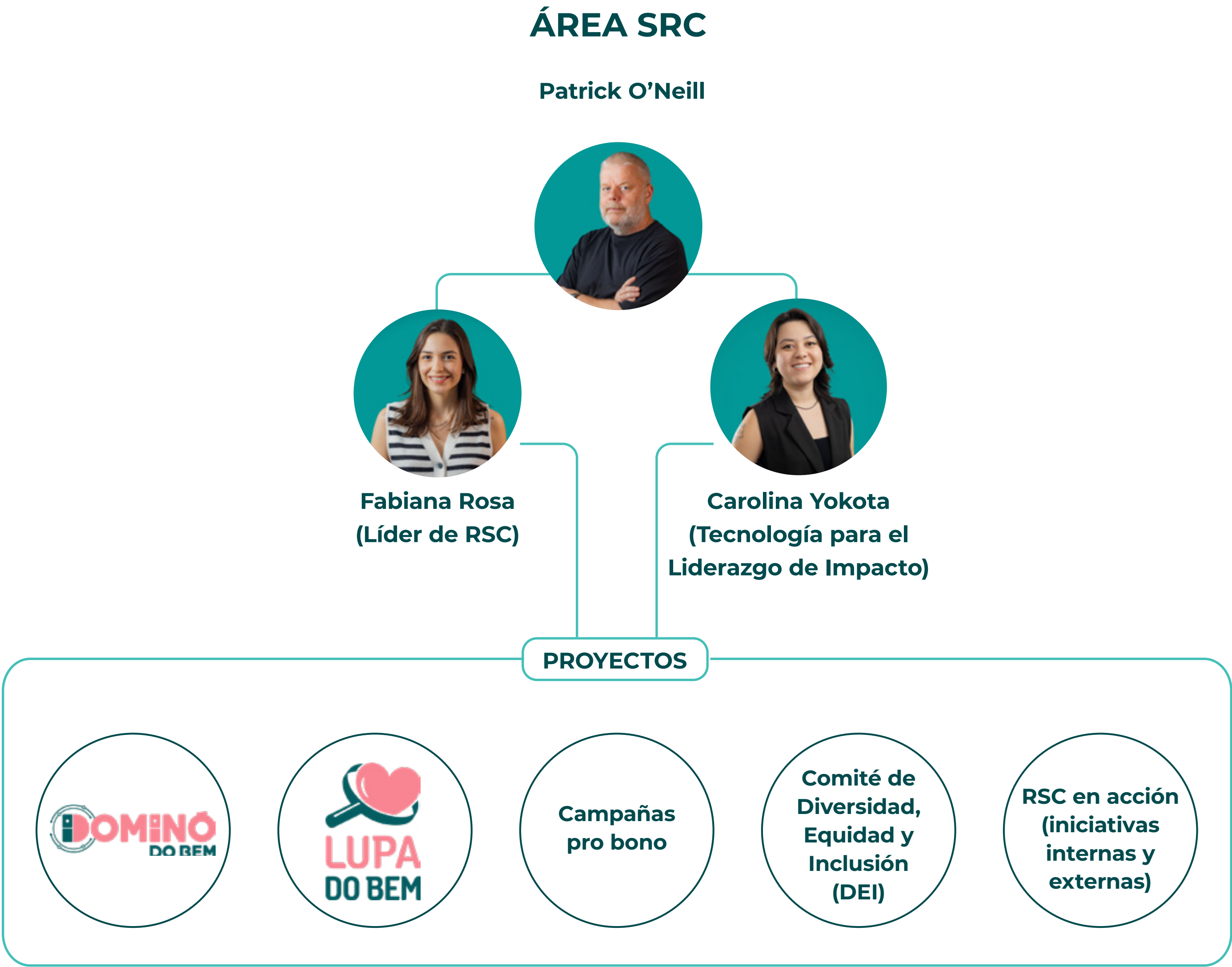


LA ESTRUCTURACIÓN DE UN ÁREA DE RSC

En 2024, optimizamos exitosamente la estructura del área de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), estableciéndose bajo un paraguas que integra y organiza las iniciativas clave de la agencia. Este marco estratégico posiciona la RSC como una piedra angular de nuestra misión, reflejando su creciente importancia en todos los aspectos de nuestras operaciones.

El área de RSC ahora abarca cinco pilares estratégicos: Diversidad, Equidad e Inclusión; RSC en Acción (acciones prácticas, tanto internas como externas); Lupa do Bem; Dominó do Bem; Campañas Pro Bono y Desarrollo de Proyectos de RSC para Clientes. Cada pilar posee una persona líder asignada, como se puede ver en el infográfico a continuación.

El área está co-coordinada por Carolina Yokota y Fabiana Rosa, con supervisión del Socio Director Patrick O'Neill, asegurando la alineación del liderazgo y un mayor compromiso en las decisiones relacionadas con la RSC. Esta estructura sólida refuerza nuestro compromiso con iniciativas de impacto y socialmente responsables.



VERTICALES



LUPA DO BEM



ATIVIDADES Y IMPACTOS

La expansión de Lupa do Bem para otros países de Latinoamérica

Expandimos significativamente el alcance de Lupa do Bem este año, siendo una de nuestras principales conquistas el mapeo de ONGs y proyectos sociales en toda América Latina, más allá de Brasil. Esta expansión ha mejorado con creces nuestra visibilidad territorial. Para implementar dicha iniciativa, se formó un equipo dedicado de 10

consultores de Sherlock Communications de varios países de LATAM (Argentina, Perú, América Central, Colombia y México), que en conjunto aportaron aproximadamente 105 horas al mes.

En solo un año, integramos exitosamente 24 nuevas ONGs y proyectos sociales de estas geografías a la red de Lupa do Bem. Estas organizaciones no solo han tenido sus historias compartidas en nuestro sitio web, sino que también se han convertido en miembros activos de una red colaborativa donde se intercambian conocimientos valiosos y contenido relevante.

Para maximizar el impacto y alcance de nuestro trabajo, todo el contenido publicado—tal como hacemos para las ONG y proyectos sociales brasileños—fue traducido tanto al portugués como al inglés, permitiendo una mayor interacción global y acercando potenciales personas que pueden ayudar de todo el mundo. A continuación está la lista de ONGs y proyectos sociales de países de habla hispana que se sumaron a la red:

“Creemos que la comunicación puede ser un poderoso motor de cambio. Al mostrar estas iniciativas y oportunidades del tercer sector en Brasil, potenciamos las voces de pequeños proyectos sociales que a menudo pasan desapercibidos para el público en general, ayudamos a aumentar las posibilidades de donaciones y trabajo voluntario, expandiendo esta red de apoyo y estableciendo la plataforma como una referencia para aquellos que buscan apoyar una causa.”



Destaca
Fabiana Rosa,
Líder de RSC
en Sherlock
Communications y
fundadora de
Lupa do Bem.

ARGENTINA

- ▢ [Asociación Civil Mocha Celis](#)
- ▢ [Acceso Ya](#)
- ▢ [Banco de Alimentos de Buenos Aires](#)
- ▢ [Doná Cabello Argentina](#)
- ▢ [El Arca](#)
- ▢ [Fundación Comparlante](#)
- ▢ [Fundación Rewilding Argentina](#)
- ▢ [Mujeres que no fueron tapa](#)
- ▢ [Mujeres Valientes](#)
- ▢ [Observatorio “Ahora que sí nos ven”](#)

COLOMBIA

- ▢ [Activistas Construtivos](#)
- ▢ [Asociación Transmujer](#)
- ▢ [Fundación del Quemado](#)
- ▢ [Fundación Ecopazífico](#)
- ▢ [Fundación Match Tennis](#)
- ▢ [ICAL](#)
- ▢ [Patrulla Aérea Civil Colombiana](#)

COSTA RICA

- ▢ [FIMRC](#)
- ▢ [Izcande](#)

GUATEMALA

- ▢ [Asociación Rescate y Conservación de Vida Silvestre \(ARCAS\)](#)

MEXICO

- ▢ [La Cana](#)

PANAMA

- ▢ [Ni Uno Más](#)

PERU

- ▢ [Foccadi](#)
- ▢ [JOABE](#)
- ▢ [INFANT](#)
- ▢ [Movimiento Peruanos Sin Agua](#)
- ▢ [PAN](#)
- ▢ [Sinkumunchis](#)
- ▢ [Tierra Nuestra](#)



DONACIONES E IMPACTO DIRECTO

Como parte de nuestro compromiso de impulsar el tercer sector, Sherlock Communications hizo aportes financieros a ONGs en Brasil y en toda América Latina, permitiéndoles adquirir insumos esenciales, contratar más miembros de sus equipos y cubrir otras necesidades operativas.

En 2024 apoyamos aproximadamente a 100 ONGs, con donaciones que totalizaron BRL 205.000.00. Estos fondos se distribuyeron entre 82 ONGs en Brasil y 12 en los demás países de América Latina (México, Colombia, Argentina, Costa Rica, Panamá, Perú y Guatemala).

Para evaluar el impacto real de estos aportes, realizamos una encuesta entre las organizaciones receptoras. Los resultados revelaron que más del 80% de las ONG utilizaron los fondos para asistencia social, pagos de alquiler y compra de alimentos e insumos esenciales para sus beneficiarios, asegurando la continuidad de su operación y la entrega sostenida de impacto positivo a sus comunidades.

Además, facilitamos contribuciones adicionales en nuestro rol de enlace entre las ONG y nuestros socios corporativos. Como parte de este esfuerzo, tres organizaciones de la red Lupa do Bem—Abraço Campeão (RJ), Esporte Mais (CE) y Associação Acorde (SP)— recibieron cada una una donación de £10.000 de la empresa Betfair, uno de los clientes de nuestra agencia. Este apoyo fue parte de la campaña Esporte Futuro, que se detalla más adelante en este informe. Facilitar y fomentar la filantropía es parte de nuestro compromiso con el desarrollo social y con el empoderamiento de las ONG brasileñas para expandir su trabajo transformador.

“La donación de Lupa do Bem a Casa das Pretas representó un impacto significativo en las vidas de las mujeres que viven en casas okupa del centro de Río de Janeiro. Esta iniciativa, impulsada por la solidaridad y el empoderamiento, proporcionó no solo recursos materiales sino también una oportunidad de transformación social y personal. Las donaciones aseguraron el acceso a alimentos, ropa y productos de cuidado personal, esenciales para garantizar la dignidad en la vida diaria.” - **Casa das Pretas**

“El aporte financiero fue increíblemente beneficioso, permitiéndonos apoyar a 83 infantes y adolescentes a través de nuestro Proyecto Pedagógico con grupos en la mañana y la tarde. Además, pudimos comprar materiales para las próximas actividades educativas.”
- **Associação Beneficiante AMAR**

“Con su apoyo, pudimos impactar a más de 1.000 personas sin hogar y familias vulnerables. Distribuimos comidas a quienes las necesitaban y canastas de alimentos a las familias, creando un impacto social significativo aquí en Goiânia. ¡Gracias por ser parte de esta iniciativa!” - **Paulo Brasil, Caminhos do Bem Goiás**

“La donación fue crucial para nosotros, ayudándonos a cubrir nuestros gastos esenciales y seguir con nuestras actividades. Con la contribución de 2024, pudimos pagar el alquiler de nuestra sede administrativa y seguir ayudando a 350 niños y mujeres.”
- **Jessyca Rodrigues, Instituto Esporte Mais**

Estos testimonios resaltan el impacto tangible de nuestras donaciones, reforzando nuestra misión de empoderar las ONG e impulsar un cambio social significativo en toda la región.

ESTIMACIÓN DEL IMPACTO DIRECTO E INDIRECTO

Considerando que cada ONG posee 150 personas beneficiarias en promedio, y que estos beneficiarios forman familias con alrededor de 3 personas cada una, podemos estimar el impacto más amplio de nuestras donaciones de la siguiente manera:

100 ONG × 150 personas beneficiarias por ONG = 15.000 personas directamente impactadas

15.000 personas beneficiarias × 3 (personas en la familia) = 45.000 personas directa y indirectamente impactadas

Por lo tanto, nuestras iniciativas han tenido un impacto positivo en aproximadamente 45.000 personas directa e indirectamente, reforzando nuestra misión de empoderar a las ONG e impulsar un cambio social significativo en toda América Latina.

INVERSIÓN EN PERSONAS PARA EL EQUIPO

Sherlock Communications cuenta con un equipo dedicado de cinco consultores, con una inversión total de R\$ 26.000 en estos profesionales. Además, el proyecto se beneficia del apoyo de otros consultores de la agencia que contribuyen con horas asignadas. En total, Sherlock Communications asigna

aproximadamente 140 horas mensuales de seis profesionales adicionales para apoyar estas iniciativas.

EL DESARROLLO DE ALIANZAS COMUNITARIASS

En 2024 reafirmamos nuestro compromiso de fortalecer las conexiones comunitarias a través de interacciones presenciales. Reconociendo la importancia de crear espacios para el diálogo directo con líderes comunitarios, nos enfocamos en colocarlos en el centro del debate para compartir perspectivas, identificar desafíos y desarrollar colaborativamente soluciones diseñadas a la medida de sus necesidades. Con un entendimiento más integral de Lupa do Bem no solo como una plataforma periodística sino como una red dinámica de ONGs y proyectos sociales, identificamos la necesidad de crear lazos más fuertes entre las organizaciones, alentando el intercambio de conocimientos y mejores prácticas.

Con este fin, organizamos dos eventos presenciales estratégicamente ubicados en Río de Janeiro y São Paulo, donde está la mayoría de las organizaciones de la red de Lupa do Bem. Se diseñaron estos eventos para facilitar el intercambio de experiencias, reflexiones sobre desafíos clave, presentaciones de casos de éxito y talleres prácticos dirigidos por el equipo de Lupa do Bem sobre temas de mayor relevancia para los participantes.



Instituto Esporte Mais/Divulgação

PRIMER ENCUENTRO DE LÍDERES Y LIDERESAS COMUNITARIOS DE LUPA DO BEM - RÍO DE JANEIRO

Fecha y Lugar: 27 de junio de 2024, en la oficina de Sherlock Communications, barrio de Glória, Río de Janeiro.

Participantes: 35 líderes y lideresas comunitarios de Río de Janeiro involucrados en el debate y actividades.

■ Temas Relevantes:

- Retos y casos de éxito de las organizaciones
- Recaudación de recursos para organizaciones pequeñas y medianas del tercer sector
- Estudio de Caso: Água Camelo y sus iniciativas de impacto –la construcción de un discurso persuasivo para la inversión corporativa
- Desarrollo de estrategias de redes sociales para fundaciones



PRIMER ENCUENTRO DE LÍDERES Y LIDERESAS COMUNITARIOS DE LUPA DO BEM - SÃO PAULO

Fecha y Lugar: 28 de noviembre de 2024, en la oficina de Sherlock Communications en Pinheiros, São Paulo.

Participantes: 15 líderes y lideresas comunitarios de São Paulo compartieron en debates de colaboración y actividades.

■ Temas Relevantes:

- Retos y casos de éxito de las organizaciones
- Recaudación de recursos para organizaciones pequeñas y medianas del tercer sector – la búsqueda de oportunidades de financiación en programas de fomento y con el uso de comunicación efectiva con grandes inversionistas corporativos.
- Programas de voluntariado y el lanzamiento del nuevo e-book de Lupa do Bem: Voluntariado en las Organizaciones.
- Presentación de Dominó do Bem como una herramienta de impacto social y participación - descubre más de la plataforma en el próximo capítulo.



Estos eventos fueron fundamentales para fortalecer la red Lupa do Bem y reforzar nuestro compromiso con los líderes y lideresas comunitarios, asegurando una mayor alineación con sus necesidades y objetivos. Los debates, las enseñanzas y conexiones creadas durante estas reuniones forjaron una base sólida para futuras iniciativas, reforzando el compromiso de Lupa do Bem con el fomento del crecimiento sostenible y colaborativo dentro del tercer sector.



CANALES OFICIALES CON LAS ONG

Según la investigación TIC Domicilios 2023, 90,5 millones de brasileños acceden a internet exclusivamente desde sus celulares. Este comportamiento es más prevalente entre las mujeres (61%), personas negras (61%) y mestizas (63%), así como las personas de las clases sociales D y E (87%). Estas cifras destacan el papel primordial de los celulares como la herramienta principal de inclusión digital en Brasil, particularmente entre la población de bajos ingresos.

Además, datos publicados por el centro de investigación Statista en 2022 muestran que 147 millones de brasileños—aproximadamente el 70% de la población—usan WhatsApp regularmente. Además de Brasil, la aplicación también es muy popular en países como Sudáfrica, India y en toda América Latina.

Dada la importancia de estos canales de comunicación, especialmente en el trabajo con líderes y lideresas comunitarios que provienen predominantemente de áreas desfavorecidas que enfrentan desigualdad socioeconómica, concluimos que un canal de WhatsApp sería la manera más efectiva de establecer comunicación directa con las ONG y proyectos sociales que forman parte de Lupa do Bem.

Así, creamos un grupo oficial de WhatsApp para ONGs en Brasil, que actualmente cuenta con 74 participantes, y otro grupo para ONGs de países de habla hispana, con 24 participantes. Estos grupos sirven como canales esenciales para compartir publicaciones recientes, materiales y anuncios, al mismo tiempo que fomentan las conexiones entre proyectos, permitiéndoles colaborar y crear nuevas iniciativas juntos.

CAPACITACIONES

Taller de Recaudación de Fondos

Tras realizar una encuesta con ONG y proyectos sociales en Brasil, identificamos que la mayoría de sus responsables querían conocer más sobre la recaudación de fondos. Por ello, el equipo de Lupa do Bem preparó un taller intensivo de 3 días para 20 miembros de ONGs en Brasil, con invitados especiales, especializados en el área y dispuestos a compartir su conocimiento en una sesión de 2 horas.



DÍA 1

Invitada: Flávia Lang Revkolevsky, presidente del consejo de la Asociación Brasileña de Recaudadores de Recursos y experta en recaudación presencial.

Tema: Planificación de recaudación de fondos, herramientas y técnicas esenciales para explorar las posibilidades de las organizaciones, y conceptos fundamentales para ayudar a las ONG a construir sus estrategias iniciales.



DÍA 2

Invitada: Joanna Sultanum Calazans, gerente de filantropía de SOS Children's Villages.

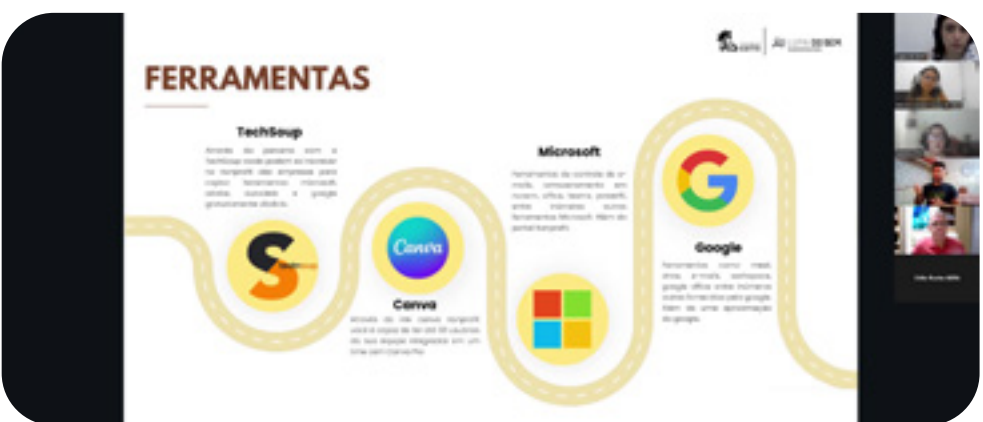
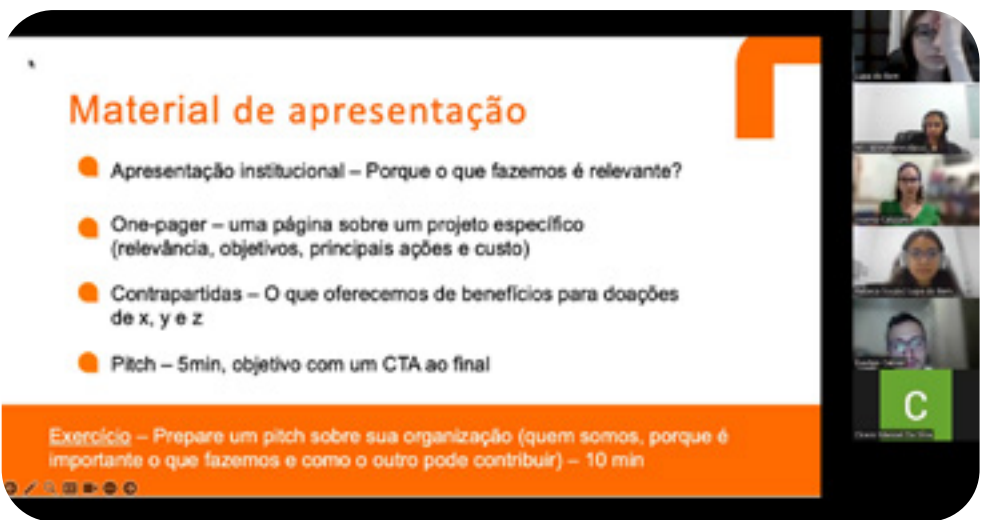
Tema: Introducción a la recaudación de fondos con empresas, cómo estructurar las ONG para las presentaciones, y cómo construir una propuesta convincente.



DÍA 3

Invitado: Vinícius Guedes França, gerente de procesos de Instituto Guetto, responsable por recaudación de fondos y alianzas.

Tema: Compartir experiencias en recaudación de fondos, cómo organizar un departamento de recaudación de fondos, y herramientas para apoyar cada paso del proceso.



“En el evento conocí nuevas perspectivas de la recaudación de fondos, considerando que carezco de experiencia, y mi realidad hoy es diferente de aquellos que ya dirigen una ONG y están familiarizados con las operaciones diarias de recaudación. Estos momentos de aprendizaje solo refuerzan que estoy en el camino correcto. Gracias por cada experiencia compartida.”

- **Paula Timoteo Dias, Psicopedagoga Educativa y Conferencista.**

“Fue el mejor contenido sobre recaudación de fondos que he estudiado. He participado en otros talleres en los que el material no resultó tan valioso. Un 10 perfecto. El equipo y el conferencista también se merecen un 10.” - **Alberis Santos, Centro Cultural Sol Brilhante.**

Serie de Videos “Desmitificando la Recaudación de Fondos”

Dado que la recaudación de fondos a veces puede parecer compleja, inaccesible y llena de jerga específica del sector que puede resultar desalentadora, hemos decidido crear contenido de video corto y atractivo para desglosar y desmitificar conceptos importantes. En solo dos minutos, estos videos ofrecen ideas valiosas de forma clara y asequible.

El contenido fue publicado como reels de Instagram en el perfil de Lupa do Bem, con temas como:

- **Recaudación de fondos con empresas**
- **Leyes de incentivos fiscales en Brasil**
- **Comunicación digital para la atracción de personas**
- **Participación en presentaciones de propuestas**
- **Uso de inteligencia artificial en la recaudación de fondos**
- **¿Cómo presentar tu proyecto?**

La serie de 10 videos alcanzó a 76 mil personas y tuvo 43 mil vistas en total.

Serie de Videos “Lupa Tips”

Dominar el inglés es una habilidad de nicho en Brasil, con solo aproximadamente un 1% de la población hablando el idioma con fluidez. Esta limitación impacta directamente el acceso a mejores oportunidades laborales, fuentes de financiamiento, solicitudes de subvenciones y asociaciones internacionales — especialmente para las ONG.

Con esto en mente, hemos desarrollado una serie de lecciones en video cortas, prácticas y gratuitas con consejos fáciles de implementar para ayudar a los profesionales de las ONG a comenzar a involucrarse más con el idioma inglés en sus vidas diarias.

Este contenido fue diseñado especialmente para expandir las oportunidades para aquellos que hablan otro idioma, permitiéndoles postularse a convocatorias internacionales, crear presentaciones y desarrollar materiales para grandes empresas.

Los nueve videos se publicaron como YouTube Shorts, con los siguientes temas:

- **Practicar inglés hablando contigo mismo**
- **Recomendaciones de libros fáciles para acelerar el aprendizaje**
- **Aplicaciones sugeridas para aprender idiomas**

Mira la serie completa de vídeos aquí:

<https://youtu.be/GpbvpwbyoV8?si=vnUfMhZzx-2Favte>



- **Cómo usar diccionarios para mejorar las habilidades en inglés**
- **Películas y series para ver y mejorar el inglés**
- **Entrenando pronunciación: grábate hablando**
- **Recomendaciones musicales para apoyar el aprendizaje de idiomas**
- **Herramientas impulsadas por IA para aprender inglés**

Esta iniciativa busca proporcionar estrategias de aprendizaje de inglés asequibles, empoderando a personas y organizaciones para romper las barreras del idioma y expandir sus oportunidades.



E-book sobre las políticas de voluntariado:

En Brasil, más de 57 millones de personas hacen alguna clase de trabajo voluntario, lo que representa al 34% de la población de 16 años o más, según la encuesta Voluntariado en Brasil 2021. Reconociendo la importancia de fortalecer esa comunidad y apoyar las organizaciones en la estructuración de sus programas de voluntariado, Lupa do Bem se unió a la experta Silvia Naccache para lanzar el libro electrónico “Voluntariado en Organizaciones”.

Disponible de forma gratuita en portugués, el e-book presenta conceptos importantes, datos actualizados sobre los perfiles de voluntarios y lineamientos esenciales para la gestión legal y contable de organizaciones sin fines de lucro. Cubre temas críticos como la formalización de servicios voluntarios, y proporciona un modelo de Acuerdo de Servicio Voluntario, que las organizaciones pueden adaptar fácilmente para asegurar la conformidad con la legislación brasileña de servicio voluntario. Este proceso de formalización no solo protege tanto a los voluntarios como a las organizaciones, sino que también hace que las operaciones sean más estructuradas y seguras.

Son explorados los siguientes temas:

- **Conceptos y cifras sobre voluntariado**
- **Organización y planificación para recibir voluntarios**
- **Aspectos legales y contables, derechos y responsabilidades**
- **Gestión de programas de voluntariado: temas importantes**
- **Oportunidades para la acción voluntaria**
- **Ciclo de gestión de voluntarios**
- **Voluntariado único, recurrente, presencial y remoto**
- **Programas de voluntariado: internacionales, juveniles o educativos, corporativos**
- **Comunicación en programas de voluntariado**
- **Voluntariado y sus beneficios**
- **Referencias de sitios web, plantillas de documentos sugeridas**

Sobre Silvia Naccache: Silvia Maria Louzã Naccache es una emprendedora social, conferencista y consultora especializada en Voluntariado, Voluntariado Corporativo, Responsabilidad Social y el Tercer Sector. Forma alianzas, evalúa proyectos y crea contenido sobre filantropía y gestión de organizaciones sin fines de lucro.

Asesora voluntaria en ABRAPS y Vaga Lume, ha coordinado importantes investigaciones sobre voluntariado en Brasil y es coautora de libros sobre voluntariado corporativo. Es miembro activo de redes de voluntariado nacionales e internacionales y anteriormente dirigió el Centro de Voluntarios de São Paulo durante 14 años.

Resultados: El e-book registró aproximadamente 365 descargas en 3 meses y se publicó en asociación con la Escola do Terceiro Setor y Associação Brasileira dos Profissionais pelo Desenvolvimento Sustentável (ABRAPs) para promover el contenido el 05 de diciembre, en el marco del Día Internacional del Voluntario.

Descarga aquí: <https://lupadobem.com/ebooks/ebook-voluntariado-nas-organizacoes/>



E-book sobre cómo empezar una ONG:

Las iniciativas sociales del tercer sector –dedicadas totalmente a causas humanitarias, ambientales, culturales y relacionadas con la salud, entre otras– desempeñan un papel vital en la sociedad. Según datos de la Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), estas organizaciones necesitan de más de seis millones de voluntarios. Sin embargo, persiste una brecha significativa de conocimiento sobre cómo crear organizaciones destinadas a apoyar grupos que a menudo no reciben la debida atención del estado o de instituciones privadas.

Para cerrar esta brecha, el proyecto Lupa do Bem, de Sherlock Communications, lanzó la Guía Lupa do Bem - Cómo Empezar una ONG, un libro electrónico exclusivo desarrollado con la especialista Silvia Rangel, para ayudar a las personas a entender las diferentes terminologías dentro del tercer sector y proporcionar capacitación práctica para fundar una ONG, proyectos sociales y otras entidades sin fines de lucro.

Disponible en la plataforma Lupa do Bem, la guía aclara distinciones clave entre términos como Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), Organizaciones No Gubernamentales (ONG), Organizaciones de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCIPs), Organizaciones Sociales (OS), asociaciones, fundaciones e institutos en el marco legal brasileño, ofreciendo lineamientos esenciales para quienes buscan generar un impacto significativo a través de iniciativas sociales.

El e-book presenta:

- Descripción general de las leyes que regulan el tercer sector
- Fuentes del marco legal para el tercer sector
- ¿Cuál es la diferencia entre OSC, ONG, OSCIP y OS?
- OSC – Organización de la Sociedad Civil
- Caminos para iniciar una OSC
- Aspectos estatutarios
- Registro Nacional de Personas Jurídicas (CNPJ)
- ¿Cómo obtener un CNPJ?
- ¿Cuáles son los costos iniciales de establecer una OSC?
- Plan de acción
- Primeros pasos
- Enlaces adicionales
- Materiales adicionales importantes
- Sitios web de investigación
- Videos sobre el tema

Sobre Silvia Rangel: Gestora social con 20 años de experiencia en desarrollo comunitario, transformación social y responsabilidad social corporativa. Licenciada en Derecho, posee un posgrado en Desarrollo Social (OIT) y una Maestría en Políticas Públicas. Tiene amplia experiencia en legislación del tercer sector, políticas sociales y gestión de proyectos. Como presidenta de AAMAE y gerente social en el Instituto Thadeu José de Moraes, supervisa las iniciativas de apoyo a comunidades vulnerables, que benefician a 4.000 personas mensualmente. Es investigadora en tecnología social y educomunicación, enfocándose en empoderar a líderes comunitarios a través de estrategias de comunicación inclusiva.

Resultados: hemos tenido 635 descargas y un alcance activo para una alianza con la Secretaría Municipal de Ciencia y Tecnología de Recife

Descarga aquí: <https://lupadobem.com/ebooks/ebook-como-comecar-uma-ong/>

Newsletters de ONGs

Lupa do Bem envía un correo mensual a las ONGs y proyectos sociales, presentando contenido esencial hecho a la medida para el tercer sector, como cursos, convocatorias abiertas y eventos importantes para fomentar conexiones y mantenerse al día con las principales tendencias del sector.

El boletín es temático y ha cubierto previamente temas como inteligencia artificial, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y Giving Tuesday, llevando a los lectores contenido relevante y actualizado.

■ Resultados:

- Resultados: 3 newsletters enviadas a una lista de ONGs (Octubre-Diciembre);
- 237 suscriptores a la newsletter;
- 45% de apertura de los correos en tres meses, en promedio.

Premios: el reconocimiento del impacto social de Lupa do Bem

Lupa do Bem ha sido reconocido globalmente por su impacto social positivo. En 2024, el proyecto recibió los siguientes premios importantes:



Positive Impacts Award (Brasil) – Lupa do Bem fue galardonado por PIA, conocido como el Óscar de Quien Hace el Bien, en la categoría Dinamizadores, de los proyectos que promueven cambios reales.



Sello de los Derechos Humanos y de la Diversidad de São Paulo (Brasil) – Es un reconocimiento de iniciativas que promueven la diversidad y la inclusión social hecho por la Municipalidad de São Paulo. Lupa do Bem fue uno de los vencedores en 2024, siendo uno de los seleccionados entre 1.200 proyectos.



Prémios Lusófonos de Criatividade (Portugal) – Un premio reconocido que galardona proyectos de comunicación en los países de habla portuguesa. Lupa do Bem ha recibido la medalla de bronce en la categoría Sostenibilidad - Problemas Sociales.

Estos premios son prueba del esfuerzo de Lupa do Bem en crear una sociedad mejor y más inclusiva.

**Alianzas editoriales estratégicas:
la expansión del alcance del impacto social**

Como parte de su compromiso de para amplificar las voces de las ONGs y fomentar la conciencia sobre las causas sociales, Lupa do Bem ha establecido alianzas editoriales importantes con Catraca Livre (Brasil) y Red/Acción (Argentina). A través de estas colaboraciones, el contenido originalmente publicado por Lupa do Bem ha sido republicado, extendiendo su alcance a una audiencia más amplia y aumentando la visibilidad de iniciativas impactantes.



Catraca Livre (Brasil) – Uno de los medios digitales más influyentes de Brasil, Catraca Livre ha republicado 36 artículos de Lupa do Bem, alcanzando una audiencia combinada de 7,1 millones de personas.



Red/Acción (Argentina) – Una plataforma argentina enfocada en periodismo de soluciones, Red/Acción ha presentado 20 artículos, llegando a una audiencia combinada de 4,1 millones de personas.



Estas alianzas han desempeñado un papel crucial en amplificar el trabajo de las ONGs, asegurando que sus historias de transformación, fortaleza e impacto social lleguen a una red más amplia de lectores en toda América Latina. Al aliarse con estas plataformas de medios, Lupa do Bem continúa fortaleciendo su misión de impulsar el cambio positivo a través de la narración de historias y la construcción de conciencia.



DOMINÓ DO BEM



Una iniciativa pionera de Sherlock Communications. Esta es la primera plataforma basada en blockchain de su tipo, diseñada para facilitar donaciones libres de impuestos a ONGs, asegurando que el 100% del monto donado llegue a la organización destinataria. La plataforma tiene como objetivo romper las barreras geográficas en la filantropía, permitiendo que individuos de cualquier país contribuyan de manera fluida usando criptomonedas.

Más allá de ofrecer una nueva vía para las donaciones, esta iniciativa busca fomentar una cultura de criptomonedas en Brasil, incentivando tanto individuos como empresas del sector a apoyar proyectos sociales. Al usar la tecnología blockchain, la plataforma permite una distribución de recursos más rápida, más segura y más transparente, maximizando el impacto de cada donación. La iniciativa Dominó do Bem refuerza nuestro compromiso de expandir las redes de donantes de las ONG brasileñas y promover la filantropía de una manera accesible y directa.

Además, la plataforma representa una amplia gama de proyectos, asegurando el acercamiento de donantes y proyectos sociales. Estas incluyen iniciativas educativas que crean oportunidades para grupos vulnerables como refugiados, migrantes y grupos juveniles, así como esfuerzos de sostenibilidad ambiental, integración tecnológica, programas de voluntariado y más. La variedad de proyectos lleva a un mayor compromiso de los donantes y amplía el impacto de la iniciativa.

“Combinar una tecnología disruptiva como la blockchain y ayudar a fomentar una cultura de donación es un gran desafío. Pero creemos que poco a poco Brasil madurará en ambos aspectos. Dominó do Bem es un ejemplo de cómo la blockchain va mucho más allá de su uso por el sistema financiero y puede promover un gran impacto social, mejorando iniciativas que hoy día usan otros sistemas. Nuestro próximo objetivo es construir una red nacional de ONGs y alcanzar nuevos donantes transfronterizos.”

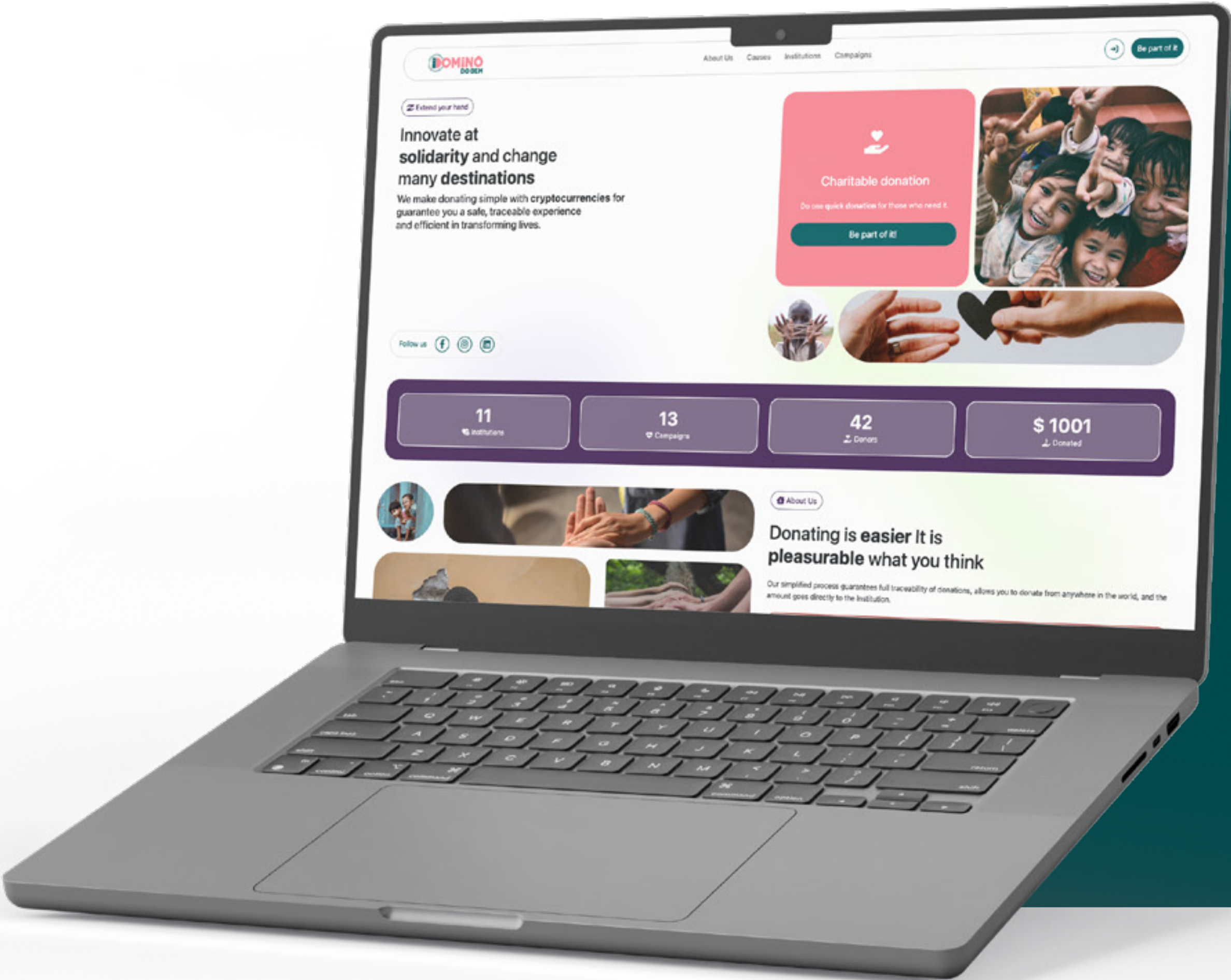


Carolina Yokota,
directora ejecutiva
de Dominó do Bem

VALIDACIÓN DE VIABILIDAD Y LANZAMIENTO DEL SITIO WEB

Llamado a las ONG: 11 ONGs brasileñas se unieron

- **Mais!Code** - São Paulo, Brazil.
- **Educar+** - Rio de Janeiro, Brazil.
- **Casa Favela em Desenvolvimento** - Rio de Janeiro, Brazil.
- **Abraço Cultural** - Rio de Janeiro e São Paulo, Brazil
- **Argilando** - Responsabilidade Social - Rio de Janeiro, Brazil
- **Baixada Lab** - Rio de Janeiro, Brazil
- **Instituto Quimioterapia e Beleza** - São Paulo, Brazil
- **Instituto Guetto** - Rio de Janeiro, Brazil
- **Sim! Eu Sou do Meio** - Rio de Janeiro, Brazil
- **Corpo de Bombeiros Voluntários de Rolante** - Rio Grande do Sul, Brazil
- **Play 4 Change** - Amazonas, Brazil



Aporte inicial:

USD 297 donados por Sherlock Communications en la primera prueba de la campaña

Inversión en Personal:

seis personas consultoras de Sherlock Communications con horas asignadas para el proyecto, con una inversión aproximada equivalente a BRL 255.000

Lanzamiento:

Diciembre 2024

Alianza con clientes de cripto:

contribuciones planificadas para expandir más la iniciativa en 2025





CAMPAÑAS DE RSC Y PRO-BONO



En Sherlock Communications creemos en el poder de la comunicación para impulsar el cambio positivo. Más allá del trabajo con nuestros clientes, dedicamos nuestra experticia y recursos a campañas pro bono que apoyan causas sociales impactantes. Estas iniciativas reflejan nuestro compromiso de usar la comunicación estratégica como una fuerza para el bien, amplificando las voces de organizaciones que promueven la educación, inclusión social, sostenibilidad ambiental y derechos humanos.

Con estos esfuerzos pro bono, brindamos a ONGs y proyectos sociales apoyo profesional en relaciones públicas, visibilidad en los medios, creación de contenido y orientación estratégica, ayudándolas a expandir su alcance, tener nuevos seguidores y maximizar su impacto. Nuestro equipo trabaja junto a estas organizaciones para crear narrativas que cautivan a las personas, asegurando que sus causas reciban la atención que merecen.

Al integrar el trabajo pro bono en la cultura de nuestra agencia, reafirmamos nuestra dedicación a la responsabilidad social corporativa, reforzando nuestro rol de enlace entre iniciativas con propósito y las audiencias que pueden ayudar a impulsar su éxito.

En 2024 desarrollamos las siguientes campañas:

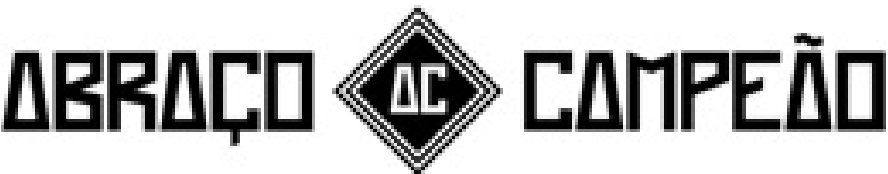
Campaña Esporte Futuro para Betfair

Como parte de nuestro compromiso de fomentar alianzas importantes entre ONGs y clientes corporativos, Sherlock Communications fue clave para conectar la empresa Betfair con organizaciones dedicadas a la inclusión social a través del deporte. A través de la iniciativa Esporte Futuro, Betfair donó £10,000 a seis ONGs en 2024, tres de las cuales formaban parte de la red de Lupa do Bem.

Esta iniciativa ha tenido un impacto tangible, beneficiando directa e indirectamente a más de 2.000 personas de escasos recursos. Solo en 2024, Esporte Futuro asignó BRL 600.000 a proyectos sociales, llevando a una inversión total de BRL 1,4 millón en dos años. Los fondos apoyaron seis proyectos en tres estados brasileños —São Paulo, Río de Janeiro y Ceará— impulsando a jóvenes atletas y promoviendo valores como disciplina, fuerza y trabajo en equipo.

Para celebrar la expansión de la iniciativa, hemos invitado a tres atletas olímpicos de los Juegos de París 2024 a visitar las ONG apoyadas y presenciar su trabajo transformador. Caio Bonfim (medalla de plata en Marcha Atlética), Ana Sátilla (finalista en Canoa Slalom K1 y C1), y Edival Pontes “Netinho” (medalla de bronce en Taekwondo) hicieron charlas con los beneficiarios, inspirando a perseguir sus sueños a través del deporte. Esta iniciativa, combinada con la presencia de atletas olímpicos, mostró a los jóvenes atletas de las ONG que a través del deporte y la educación, es posible tener grandes oportunidades.

RESULTADOS:



Impacto Reportado

La ONG pudo ampliar su atención a la comunidad, pasando de 586 beneficiarios a 856, lo que representa un aumento del 46%.

La donación se destinó a la adquisición de uniformes (camisetas), equipamiento deportivo, en los costos de los entrenamientos y la participación de atletas en torneos, así como expandir los servicios de la sede y establecer una alianza con la Escuela Municipal Vera Saback.

Testimonios

En resumen, la campaña es un ejemplo inspirador de cómo el deporte puede ser un medio poderoso para el desarrollo juvenil, la inclusión social y la construcción de una comunidad más fuerte y resiliente. La dedicación del equipo organizador, el apoyo comunitario y la motivación estudiantil son esenciales para el impacto que el proyecto tendrá en sus vidas.



Gabriela Santana



Impacto Reportado

Los fondos se destinarán principalmente a la adquisición de materiales educativos y la remuneración del personal, con el objetivo de fortalecer la infraestructura educativa y asegurar la continuidad efectiva de las operaciones.

Testimonios

“La donación tendrá un impacto significativo en nuestro equipo y en la forma en que operamos, proporcionando mayor estabilidad y recursos para

mejorar nuestras iniciativas. Con estos fondos, podremos fortalecer nuestra capacidad operativa, invertir en materiales e infraestructura, y ofrecer mejores condiciones para nuestro equipo, lo que se reflejará directamente en la calidad y alcance de nuestros proyectos.

Además, la donación servirá como un incentivo motivacional, reforzando nuestro compromiso con nuestra misión y permitiéndonos expandir acciones que ya están entregando resultados positivos, como los proyectos ARTilheiro y Campeão de Cidadania. Esta contribución no solo permite mejoras prácticas, sino que también inspira a nuestro equipo a seguir innovando y generar un impacto aún mayor en la vida de las personas.”



Impacto Reportado

La donación asegurará que la institución siga organizada y cumpliendo las leyes para las ONG, permitiéndole continuar recaudando fondos y recibiendo a más de 4.000 personas al año. Si la estructura administrativa es irregular, careciendo de recursos para impuestos, alquiler y servicios de agua, la ONG no podrá acceder a leyes de incentivos y otras oportunidades de recaudación de fondos, haciendo imposible llevar a cabo sus proyectos.



Morena Lima

Además, la institución ha podido ampliar su capacidad de atención de 200 personas en octubre para 350 con el aporte de la campaña.

Testimonios

“La visita de Netinho fue increíblemente inspiradora para los niños y sus familias, y la gente todavía habla de ese momento hasta el día de hoy. Además, algunas familias se volvieron más comprometidas en alentar y apoyar a sus hijos después de la visita. Conocer a un atleta olímpico en persona abrió sus mentes a las posibilidades que el deporte puede ofrecer.”



Wander Roberto/Inovafoto



Impacto Reportado

Alrededor de 120 personas fueron impactadas por la iniciativa. Los fondos se utilizarán para costear los proyectos y asegurar la participación de los beneficiarios en eventos y torneos. El proyecto “ha abierto un camino de posibilidades y ha facilitado la participación de nuevos socios”. Siento que recibir este tipo de reconocimiento es casi una lufada de aire en medio del caos de las rutinas diarias.”

Testimonios

“Después de este reconocimiento, varias personas nos contactaron para saber más

sobre Acorde y el proyecto. Uno de estos contactos planteó la posibilidad de hacer un aporte financiero, aunque todavía estamos en el proceso de evaluación. Otro contacto fue una agencia llamada SoulSports, que nos visitó y le encantó Acorde. Quieren organizar un evento importante este año enfocado en Salud Mental y los beneficios del deporte.

Nuestro sitio web recibió alrededor de 300 visitas de otros países durante el mes de la campaña, por lo que este reconocimiento ha generado muchas oportunidades nuevas. Además, ¡los niños, adolescentes y nuestro equipo todavía recuerdan la visita de Caio! Fue verdaderamente una experiencia transformadora para todos los involucrados.”



Impacto Reportado

Alrededor de 800 personas fueron impactadas, desde aquellas que asistieron a las clases que se hicieron posibles gracias a la donación, hasta beneficiarios de las actividades y eventos de la institución. Los fondos también aseguraron que las actividades continuarán durante las vacaciones escolares.

Además, la ONG pudo implementar un nuevo proyecto deportivo en la cancha de una escuela comunitaria, ofreciendo actividades en la tarde y los fines de semana. La donación también ayudó a facilitar discusiones con el Departamento Municipal de Educación para expandir las actividades a otra escuela.

Testimonios

“La donación se está utilizando según lo planeado, cubriendo el sueldo de maestros y monitores adolescentes, gestión de redes sociales y seguimiento de asistencia estudiantil. También financia el combustible de nuestra camioneta, permitiendo que los niños participen en los partidos y torneos con otros equipos, así como el equipamiento deportivo e insumos de limpieza—e incluso la compra de los plátanos que los niños comen en cada práctica.

Más allá del interés en su trayectoria como persona y atleta, sentimos que su visita validó la importancia de nuestro trabajo en la comunidad. Para los niños, fue una oportunidad de experimentar algo que solo habían visto en televisión.”



Impacto Reportado

Alrededor de 1.740 personas en São Paulo y Río de Janeiro fueron impactadas, incluyendo beneficiarios, sus familias, profesionales de la institución y comunidades.

La visita del atleta Caio Bonfim dio vida a la campaña dentro de los proyectos tanto para los beneficiarios como para el equipo. Incluso aquellos que no asistieron a la visita sintieron su impacto a través del revuelo interno y el efecto dominó que creó ese día.

Testimonios

“La principal influencia fue asegurar la sostenibilidad financiera de la organización. Independientemente del monto, tuvo un impacto muy importante a la luz de los costos reales que enfrentábamos, que no podían ser cubiertos por otras fuentes. El equipo de la Fundación, tanto aquellos directamente involucrados en el apoyo a los beneficiarios como el personal administrativo, sintió el impacto de la campaña en su motivación, especialmente a través del compromiso durante la visita de Caio Bonfim.”



Educar+

Para fortalecer los vínculos con socios externos, el equipo de Digital desarrolló una campaña pro bono para el Instituto Educar+, que incluyó el rediseño de su sitio web y estrategia de redes sociales. Esta alianza incluyó la creación del personaje Educadinho y la optimización del sitio para mayor accesibilidad. Además, el equipo de SEO desarrolló un plan de contenido basado en pilares de contenido para el instituto con el objetivo de aumentar su autoridad y presencia en los resultados de los principales motores de búsqueda como Google, Bing y otros.



RESULTADOS:

En comparación entre **los meses de marzo de 2025 y diciembre de 2024, cuando se inició el proyecto**, llegamos a estos excelentes resultados:

- **197% más visitas orgánicas;**
- **152% más sesiones que generaron participación.**

Observando los resultados previos a la visita, el instituto tuvo:

- **400% más clicks;**
- **560% más impresiones** (número de veces que salió en los resultados de búsqueda);
- **369% más clicks de consultas (CTR) y;**
- **62% mejor posicionamiento medio** de las palabras clave vinculadas al sitio web del instituto.

A continuación algunos de los contenidos del sitio web del Instituto Educar+ que tuvieron mejor rendimiento:

1. [Tecnologia na educação: ferramentas para inclusão digital em comunidades carentes](#)
2. [Voluntariado na educação: como fazer a diferença na sua comunidade](#)
3. [Por que a leitura é fundamental na formação de crianças e jovens?](#)



Abraço Cultural

Fundada en 2015, Abraço Cultural es una organización sin fines de lucro que promueve la integración social, cultural y económica de refugiados o personas en procesos de inmigración vulnerable en Brasil. Utiliza la educación para transformar la diversidad cultural en oportunidades tanto para los recién llegados como para la comunidad local.

Consolidando todas las áreas principales (SEO, Medios de Pago, Relaciones Públicas y Marketing de Influencers), la campaña de Sherlock Communications con Abraço Cultural se dividió en dos objetivos principales:

- Aumentar la adquisición de nuevos estudiantes — Generar un aumento consistente en la base de estudiantes a través de estrategias de conversión directa e interacción.
- Impulsar el reconocimiento y visibilidad de la ONG — Posicionar a Abraço Cultural como referencia en educación inclusiva y promover su propuesta de valor que va más allá de los cursos de idiomas, enfatizando la valoración de las culturas del Sur Global.

En 2024, Abraço Cultural recibió a 2.500 personas en acciones presenciales y en línea, en clases de idiomas y otras actividades culturales. Ese mismo año, generó aproximadamente BRL 1.300.000 en ingresos directos para maestros refugiados e inmigrantes.

Los resultados de la campaña fueron:

- **Alcance:** 1,4 millón de cuentas.
- **Interacción:** 25.000 clicks.
- **Impresiones:** 6,4 millones.
- 1.734 estudiantes se inscribieron en cursos tras 2.970 conversiones, lo que corresponde a una tasa de conversión de un 58%.



Politize

Politize! es una organización de la sociedad civil sin fines de lucro dedicada a crear mayor conciencia política y aumentar la participación cívica en los espacios de toma de decisiones que impactan a todos los brasileños. Su misión es crear una generación de ciudadanos informados y comprometidos con la democracia, ofreciendo educación política asequible, plural y apartidaria para todos, en cualquier lugar.

Nuestro objetivo principal fue mejorar la visibilidad de Politize!, impulsar la conciencia y fomentar el compromiso entre los jóvenes votantes en Brasil, particularmente en un año electoral. También buscamos consolidar Politize! como un referente en educación política. Para lograr esto, implementamos una campaña integral, que combinó estrategias de relaciones públicas, redes sociales y marketing de influencers.



Campanha Umbora - Politize! Divulgação

Los resultados de la campaña fueron:

- Interacción en el sitio web: 7 millones de vistas de página del portal de la campaña Guía del Votante.
- Guía Educacional: 2.000 descargas de la Guía del Votante.
- Impacto en Audiencia: un alcance total de 6.780 millones.
- Cobertura de los Medios: un promedio de 1,12 millón de vistas de los artículos publicados.
- Visibilidad en la Prensa: 91 artículos publicados en distintos medios.
- La iniciativa tuvo un rol crucial en ofrecer a los votantes conocimiento esencial, reforzando valores democráticos y fortaleciendo la participación cívica en Brasil.

Testimonio

“Como organización sin fines de lucro, estamos inmensamente agradecidos por el apoyo del equipo de Sherlock Communications. Su trabajo pro bono, realizado con precisión y profesionalismo ha asegurado numerosas apariciones para Politize! tanto en medios digitales como tradicionales, expandiendo significativamente el alcance de la educación cívica a miles de brasileños. Esperamos que esta alianza siga fortaleciendo nuestra misión en los próximos años y que más organizaciones, como Politize!, puedan tener el alcance de su trabajo amplificado.” — Luiza Wosgrau, Directora de Comunicaciones



Politize! Divulgação

#STOPWORKINGFORACHANGE MOVEMENT

En 2024, Sherlock Communications se unió con orgullo al movimiento #StopWorkingForAChange iniciado por la agencia de comunicación Canela, que aboga por los derechos laborales de las mujeres, con énfasis en el sector de las comunicaciones. El movimiento busca crear un impacto social tangible al abordar esta cuestión crítica. En apoyo a esta causa, la agencia no ofreció atención pública en la tarde del 8 de marzo y dedicó esas horas a crear campañas pro bono para las ONG cuya misión son los derechos de las mujeres.

Con la iniciativa hemos aportado un total de 200 horas de servicios de la agencia al desarrollo de campañas de impacto, reforzando nuestro compromiso de incentivar la igualdad de género y el cambio social.

ONGS AUSPICIADAS:

Todas Para o Mar (Brazil)

Hemos auspiciado a este grupo feminista y antirracista con sede en Ipojuca, Pernambuco, en la creación de un nuevo sitio web que reflejara mejor su identidad. TPM utiliza el surf para promover el desarrollo personal y social de mujeres, niños y adolescentes vulnerables. Sherlock Communications diseñó una interfaz limpia y fácil de usar alineada con su identidad visual para impulsar la presencia en línea de TPM, facilitando la gestión a largo plazo del proyecto por parte de su equipo.

Durante seis meses, el equipo de Relaciones Públicas diseñó una estrategia de comunicación integral con la intención de crear conciencia no

solo sobre los programas deportivos de la ONG, sino también sobre su trabajo en alfabetización racial, conservación ambiental, inclusión social y otros talleres comunitarios realizados en la Bahía de Maracaípe.

Los resultados de la campaña fueron:

- 5 comunicados de prensa, con 65 publicaciones en medios de comunicación relevantes;
- 17.000 impresiones, una tasa de interacción del 4,2% y 7.000 nuevos seguidores en su cuenta de Instagram.
- En tan solo cuatro meses, este abordaje pudo fortalecer la comunidad.



TPM/Divulgação



Publicitarias (Argentina)

Publicitarias es una ONG con sede en Argentina que promueve la igualdad de género y la diversidad dentro de la industria publicitaria. La organización posee una amplia gama de recursos e iniciativas, como cursos en línea, materiales educativos, eventos y talleres. Publicitarias también hace entrevistas, campañas y recursos, en pro de crear conciencia e impulsar el cambio en la representación de mujeres y grupos marginados en la publicidad. Su misión es crear un panorama publicitario más inclusivo y equitativo en Argentina.

En 2024, Sherlock Communications desarrolló estrategias de comunicación y posicionamiento alineadas con los nuevos objetivos de Publicitarias, enfocándose en involucrar marcas, medios corporativos y clientes. Las prioridades clave fueron explorar oportunidades de financiamiento alternativas y preparar a una persona vocera para la organización.

Los resultados de la campaña fueron:

- Coordinación de entrevistas con tres medios de comunicación masivos.
- Un artículo de opinión sobre Infancias publicado en lprofesional.
- Una alianza importante asegurada con Endeavor.

Infant (Peru)

Infant (Perú) es una ONG dedicada a empoderar comunidades vulnerables mediante la promoción de la inclusión social, educación y acceso a recursos básicos, enfatizando las poblaciones indígenas y rurales. La organización también trabaja para empoderar a mujeres y jóvenes, fomentando la independencia económica y el desarrollo sostenible. Además, lidera iniciativas culturales y de bienestar, incluyendo celebraciones comunitarias y programas de apoyo para niños en áreas altamente vulnerables.

Sherlock Communications desarrolló estrategias de relaciones públicas para la ONG dirigidas a fortalecer su posicionamiento e imagen corporativa. Estos esfuerzos destacan las actividades y resultados de la organización a través de narrativas bien construidas, incorporando testimonios de beneficiarios y fotografía documental.

Los resultados de la campaña fueron:

- 39 publicaciones en medios digitales y físicos.
- 76,5 mil vistas estimadas de la cobertura.
- Alcance total de 2,99 millones de personas en la cobertura de los medios.





CAMPAÑAS RELACIONADAS A RSC PARA CLIENTES

En Sherlock Communications reconocemos el rol importante que las empresas pueden desempeñar en abordar los desafíos sociales y promover un cambio positivo. A lo largo del año pasado, nuestros clientes han creado diversas campañas impactantes alineadas con los principios de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), y hemos participado en el desarrollo de estas actividades. A continuación, hemos destacado varias de las campañas relacionadas con RSC en las que hemos trabajado en asociación con nuestros clientes:

mindray™

Desarrollamos una campaña integral 360° en Colombia para crear conciencia sobre la asociación de Mindray con Operación Sonrisa, enfocada en apoyar a niños con labio leporino y paladar hendido y mejorar su calidad de vida. Con historias conmovedoras, destacamos el impacto transformador de las cirugías en más de 70 niños, mientras también mostramos los cambios positivos experimentados por pacientes anteriores. Una sesión fotográfica permitió a los niños expresar sus sueños para el futuro, con la cantante colombiana Martina La Peligrosa uniéndose a la sesión del Coro de las Sonrisas, dando una cara emotiva a la campaña.

Nuestro equipo también promocionó la apertura de una nueva unidad quirúrgica en la clínica CUMI en Montería, una ciudad con altas tasas de pobreza y un número significativo de niños con hendiduras, particularmente en comunidades indígenas vulnerables. La campaña integró estrategias de relaciones públicas, marketing de influencers y redes sociales, involucrando medios locales y regionales, influencers y representantes gubernamentales que asistieron a la donación de equipos médicos avanzados y apoyaron los llamados a intervenciones médicas urgentes en la región.





El Premio Zayed de Sostenibilidad, el galardón pionero de los Emiratos Árabes Unidos para soluciones innovadoras a desafíos globales, venera el legado del jeque Zayed bin Sultan Al Nahyan promoviendo el desarrollo sostenible a nivel mundial. Con el reconocimiento anual de logros en áreas como Salud, Alimentación, Energía, Agua, Acción Climática y Escuelas Secundarias Globales, el Premio ha sido otorgado a 117 ganadores en 16 años, impactando a más de 384 millones de vidas globalmente. Este reconocimiento inspira a personas innovadoras a expandir su impacto y trabajar hacia un futuro sostenible para todos.

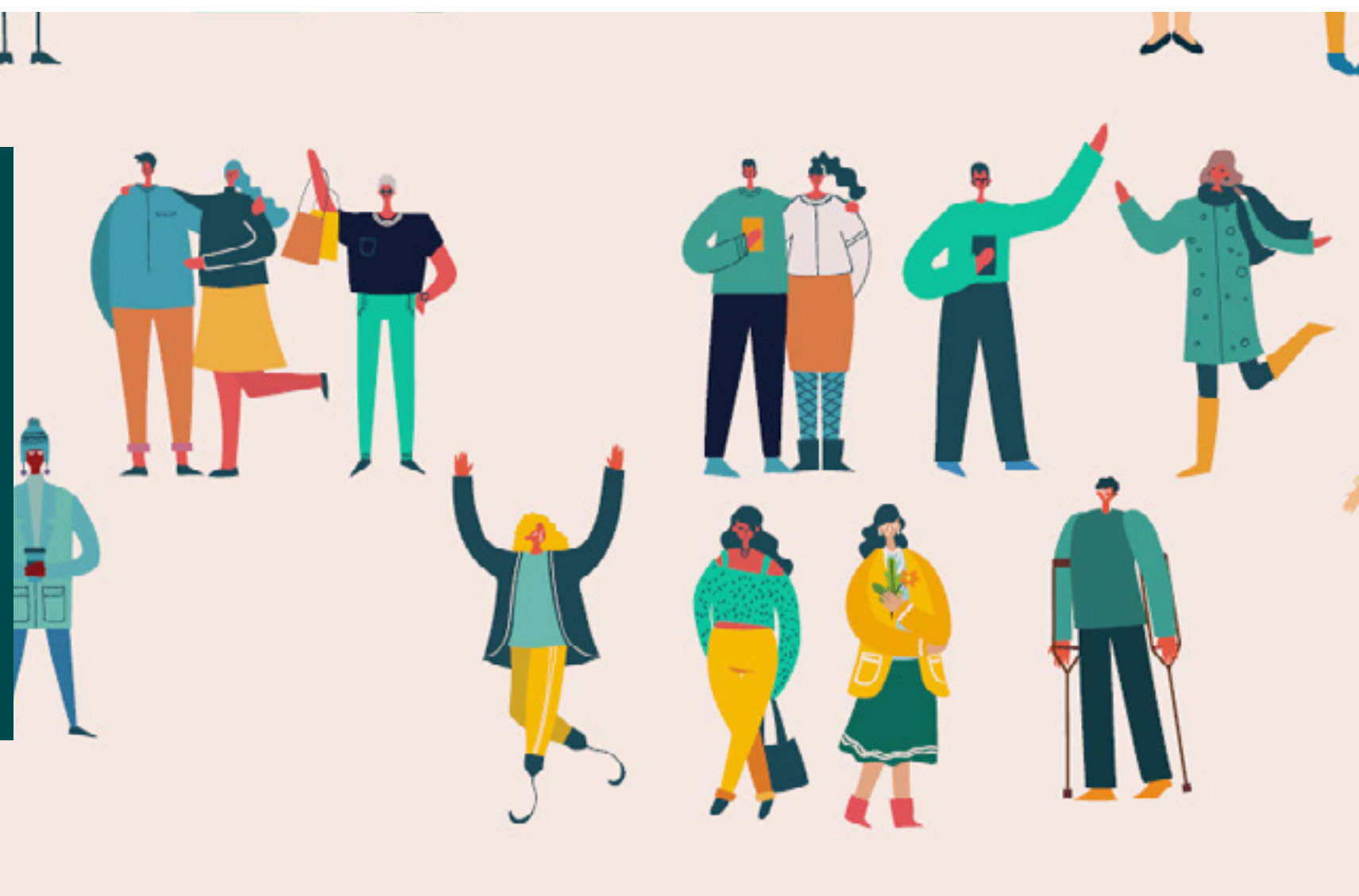
Como socio oficial del Premio en América Latina, Sherlock Communications gestiona esfuerzos en más de 15 países. A cada ciclo, desarrollamos e implementamos estrategias integrales, involucrando campañas tanto en línea como en medios tradicionales para impulsar la promoción y presentaciones para el Premio. Para el ciclo 2024, aseguramos 650 registros en televisión, medios impresos, radio y medios en línea, y logramos un récord de 2.225 inscripciones de empresas, escuelas y ONGs, haciendo de América Latina una de las principales regiones para postulaciones. Además, involucramos a partes interesadas, como embajadas, ministerios, cámaras de comercio, oficinas presidenciales, entes académicos y defensores ambientales, para amplificar la visibilidad del Premio. Solo en México, obtuvimos 20 multiplicadores, 198 postulaciones y aseguramos cobertura mediática de primer nivel en medios como El Economista, Publimetro, Televisa y El Universal.



Con Bumble creamos una estrategia para amplificar el impacto de una iniciativa que apoya a la comunidad LGBTQ+. La empresa asignó USD 25.000 a TODXS, una ONG dedicada a los derechos LGBTQ+, para la creación de contenido educativo y de consumo que promueva relaciones saludables, amables y seguras, mientras también impulsa la representatividad. En diciembre lanzamos el primer proyecto: una guía de citas LGBTQ+. La campaña recibió amplia visibilidad con cobertura en medios especializados como Gay Blog y Dois Terços, así como medios representativos de primer nivel como Veja SP, Metrôpoles y MSN, mostrando tanto el impacto del proyecto como el compromiso de Bumble con la red de aliados de la comunidad y la inclusión.



COMISIÓN DE DIVERSIDAD, EQUIDAD Y INCLUSIÓN (DEI)



El Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) se creó a principios de 2024. Su misión es generar un espacio seguro, libre de cualquier tipo de discriminación, donde los consultores se sientan seguros siendo ellos mismos y puedan crecer junto con la agencia. A lo largo del año, el comité ha dado pasos significativos para lograr este objetivo a través de acciones, actividades y programas de capacitación alineados con estos principios.

Con un representante por país en el que Sherlock Comms posee operaciones (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México y Perú), nuestro equipo ha desarrollado más de 18 acciones y 10 proyectos basados en un calendario de diversidad, y participado en 3 iniciativas junto con el área de recursos humanos, en menos de 12 meses de trabajo.

Los esfuerzos del comité son en pro de la creación de conciencia, del desarrollo profesional, de la expansión del conocimiento sociopolítico y de la creación de un sentimiento de pertenencia. Uno de sus primeros proyectos, **‘Elementary Reads: Sherlock’s Library’**, sirve como un centro de recursos en línea para el aprendizaje accesible,

ofreciendo más de 15 libros a través de Amazon. Esta iniciativa promueve el crecimiento continuo en torno a temas relacionados con DEI. Basándose en esto, el comité se asoció con un club del libro que ofrece lecturas mensuales de publicaciones sobre equidad e inclusión, fomentando el diálogo en torno a temas y autores diversos, como mujeres, personas de distintas etnias, personas con discapacidades, de la comunidad LGBTQIAP+ e historias latinoamericanas.

La participación en eventos externos también ha sido clave para expandir el alcance de la comisión y crear lazos con talento diverso. Por ejemplo, la **‘Feria de Empleos en Casa 1’** conectó personas vulnerables y oportunidades laborales, resultando en más de 50 candidaturas de personas trans y no binarias, de las cuales una ya forma parte de nuestro equipo. Internamente, la **‘Caja de Sugerencias Creativas’** fue lanzada para impulsar una cultura colaborativa e inclusiva mediante la recolección e implementación de ideas de toda la agencia, que abarca también sesiones de capacitación específicas.

La creación de los Translation and Language Guidelines (Lineamientos de Traducción e Idioma) también nació a partir de estas sugerencias. Tienen como objetivo facilitar el acceso de todos nuestros consultores a la información compartida, especialmente para aquellos que no dominan el inglés. Se requiere que los líderes implementen una serie de directrices que permitan la comunicación clara y la integración de todos nuestros consultores.

El comité también ha trabajado con el departamento de Recursos Humanos (RR.HH.) en varios proyectos para apoyar la cultura corporativa y el bienestar de los empleados. Iniciativas como el **Canal de Denuncias Anónimas** promueven la transparencia y proporcionan un espacio seguro para presentar inquietudes. Mientras tanto, el **‘Sherlock Comms Training Trail 2024’** ofrece cursos de desarrollo personal enfocados en mejorar el desempeño diario de nuestro equipo de consultores.

Comenzamos a desarrollar nuestra Política de Apoyo a la Lactancia Materna, implementando medidas para apoyar a las consultoras que están amamantando, así como mejoras en Accesibilidad de Oficinas y Puestos Laborales Afirmativos dirigidos a aumentar la representación de grupos subrepresentados. Las políticas como licencia de maternidad y paternidad, licencia por duelo, licencia médica y licencia por fuerza mayor continúan siendo implementadas, reforzando el compromiso de la agencia con la inclusión y el bienestar de nuestro equipo.

CALENDARIO DE LA DIVERSIDAD

La Comisión creó un calendario fijo con fechas importantes a lo largo del año que conmemoran la Diversidad, la Equidad y la Inclusión. Con esas fechas, el equipo se mantiene organizado y consciente de la necesidad del debate de los temas sociales.



En el Día Internacional de la Mujer, nuestro equipo implementó una serie de acciones en América Latina, como talleres sobre “Perspectiva de Género y Comunicación” con Publicitarias, que preparó al equipo para abordar el género de manera responsable, y un panel llamado “Educación Mediática y Género: ¿Con qué lentes ves el mundo?” en colaboración con Portal Catarinas, promoviendo el debate sobre estereotipos y representación.

Para arrojar luz sobre el **Día Internacional contra la Discriminación Racial**, distribuimos libros a nuestros consultores de todo el continente, incentivando la reflexión sobre el racismo. El libro “Pequeño Manual Antirracista”, de Djamila Ribeiro, está disponible en las bibliotecas de las oficinas de Río de Janeiro y São Paulo en portugués y en español en nuestras oficinas de Argentina, México, Colombia y Chile. Para amplificar aún más la discusión, disponibilizamos la versión en español en nuestra “Elementary Reads: Sherlock’s Library”, una cuenta compartida de Kindle.

En el Día del Trabajador en Brasil, nuestros consultores participaron en una charla con un experto en contratación independiente, promoviendo la comprensión del fenómeno del emprendimiento.

Junto con el equipo de Redes Sociales, los consultores participaron en una campaña para conmemorar el Día Mundial de la Diversidad Cultural, y se publicó un video para Instagram con el tema “Esta es la cultura LATAM”. También se realizó una Campaña de Donación de Sangre para impulsar el impacto social, en la cual preparamos una campaña de comunicación visual con todo lo que necesitas saber sobre la donación de sangre, como las especificidades de cada país latinoamericano y las pautas generales según las organizaciones de salud. Para involucrar a los consultores, los interesados podían tomar medio día libre entre enero y junio para donar.

SHERLOCK COMMS, INTERCONECTADA

En el **Mes del Orgullo** se hicieron actividades internas, como una agenda cultural compartida en el boletín de la empresa con todos los principales eventos y manifestaciones del mes. El equipo de diseño creó arte con la bandera del Orgullo y el logo de Sherlock Comms para agregar a los lanyards, y preparamos un texto para el blog cubriendo los principales medios de comunicación que debaten temas LGBTQIAP+.

El **Día de la Mujer Negra Latinoamericana y del Caribe** se conmemoró con una publicación en los canales de redes sociales de Sherlock Comms, cubriendo la importancia histórica de la fecha, movimientos importantes para discutir y formas de combatir cualquier tipo de violencia contra las mujeres en América Latina.

En el **Septiembre Amarillo**, abordamos la salud mental con una guía [‘Mental Health Guide for Latin America \(September Awareness\)’](#) –un documento integral e informativo que ofreció contexto sobre el tema en la región, así como líneas telefónicas de ayuda, y señales reveladoras de que un colega necesita atención adicional.

Un **Blog de Sherlock Comms** en colaboración con el equipo DEI cubrió la creación de contenido, compartiendo mejores prácticas e incentivando debates sobre diversidad, según nuestro calendario, como: [“Quick guide to religious visibility”](#) (Día Internacional de la Libertad Religiosa) y [“Yellow September: is mental health a taboo in LATAM?”](#), así como los lineamientos internos de DEI para el blog.

Cerrando el año, nuestro equipo alentó a los consultores a participar en un taller sobre conciencia racial y comunicación antirracista. En Brasil, asistió el 50% de la oficina, con el objetivo de elevar la calidad de las discusiones y alinear el debate con las realidades contextuales del país, en el marco del **Día Nacional de la Conciencia Negra**.



CENSO DEI 2024: ANÁLISIS DE NUESTRA ESTRUCTURA INTERNA

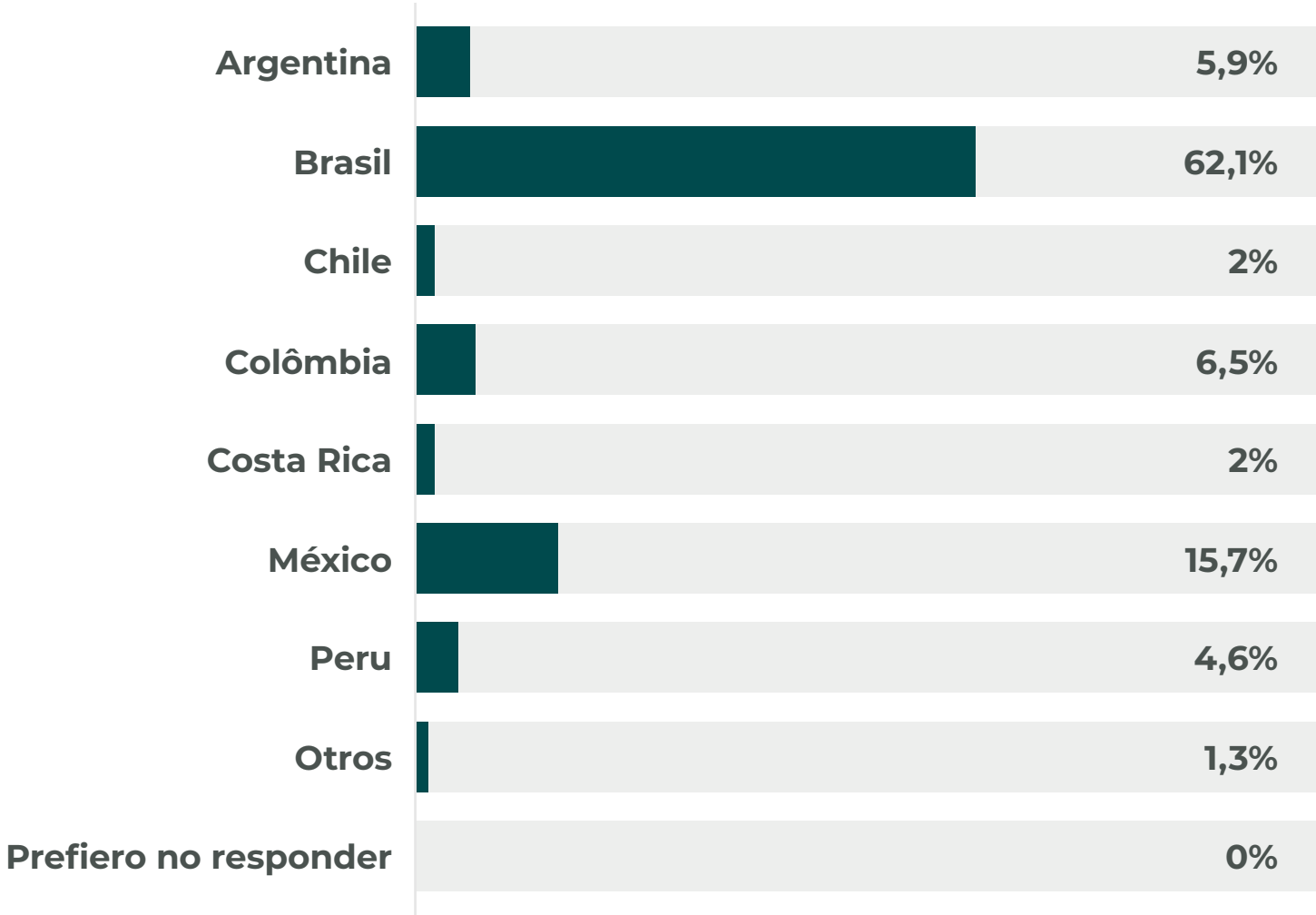
En febrero de 2025 realizamos un censo para analizar la cultura organizacional de Sherlock Comms y, utilizando datos demográficos, identificar grupos subrepresentados en el ambiente laboral.

El cuestionario tuvo una tasa de respuesta de más del 96% –154 consultores de 160– aunque no todos contestaron todas las preguntas. Con los datos recolectados, nuestro Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión pudo evaluar mejor la fuerza laboral de Sherlock Communications e identificar cuestiones importantes por ser abordadas.



Considerando la representación por país dentro de la empresa, más del 60% de nuestros consultores son de Brasil, seguido por 15,7% de México, 6,5% de Colombia y 5,9% de Argentina.

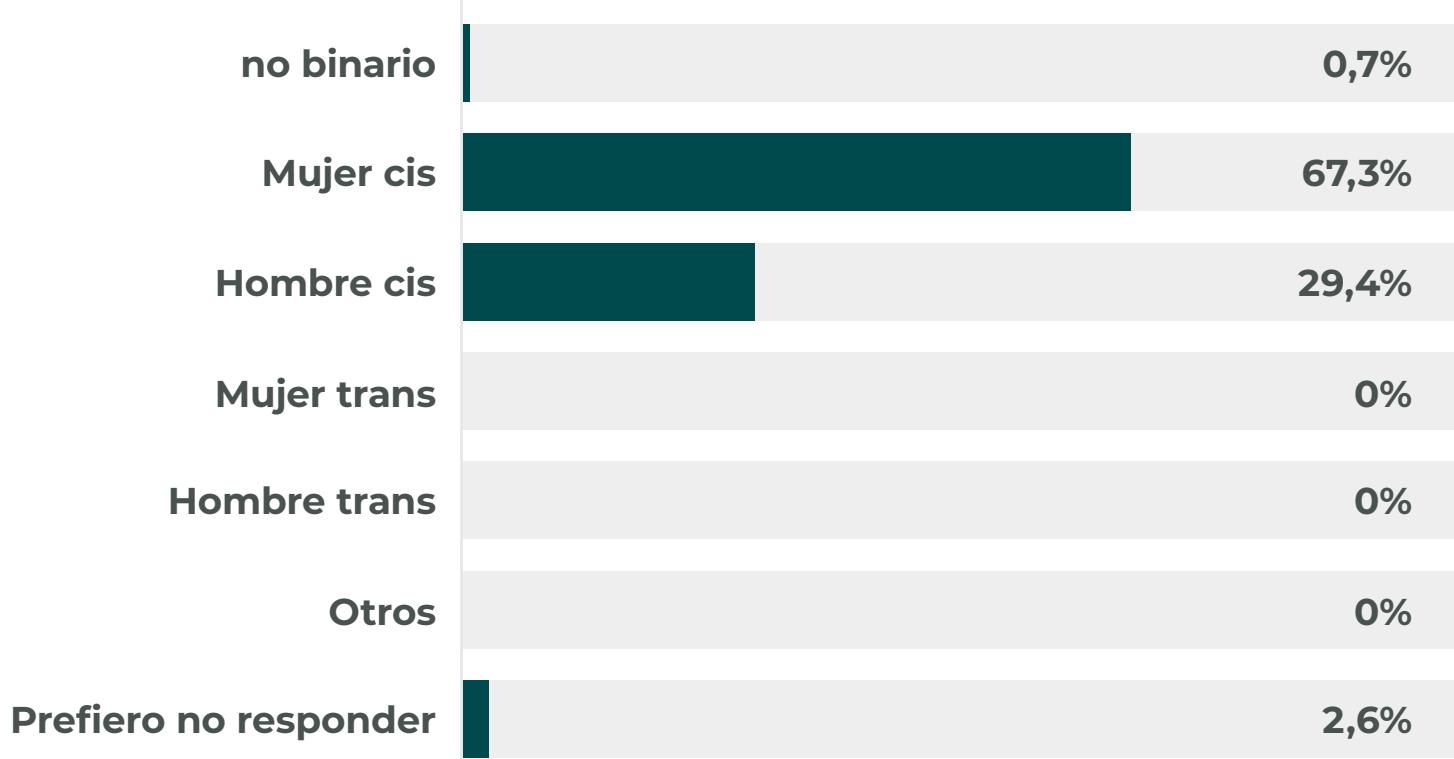
Onde você está localizado?





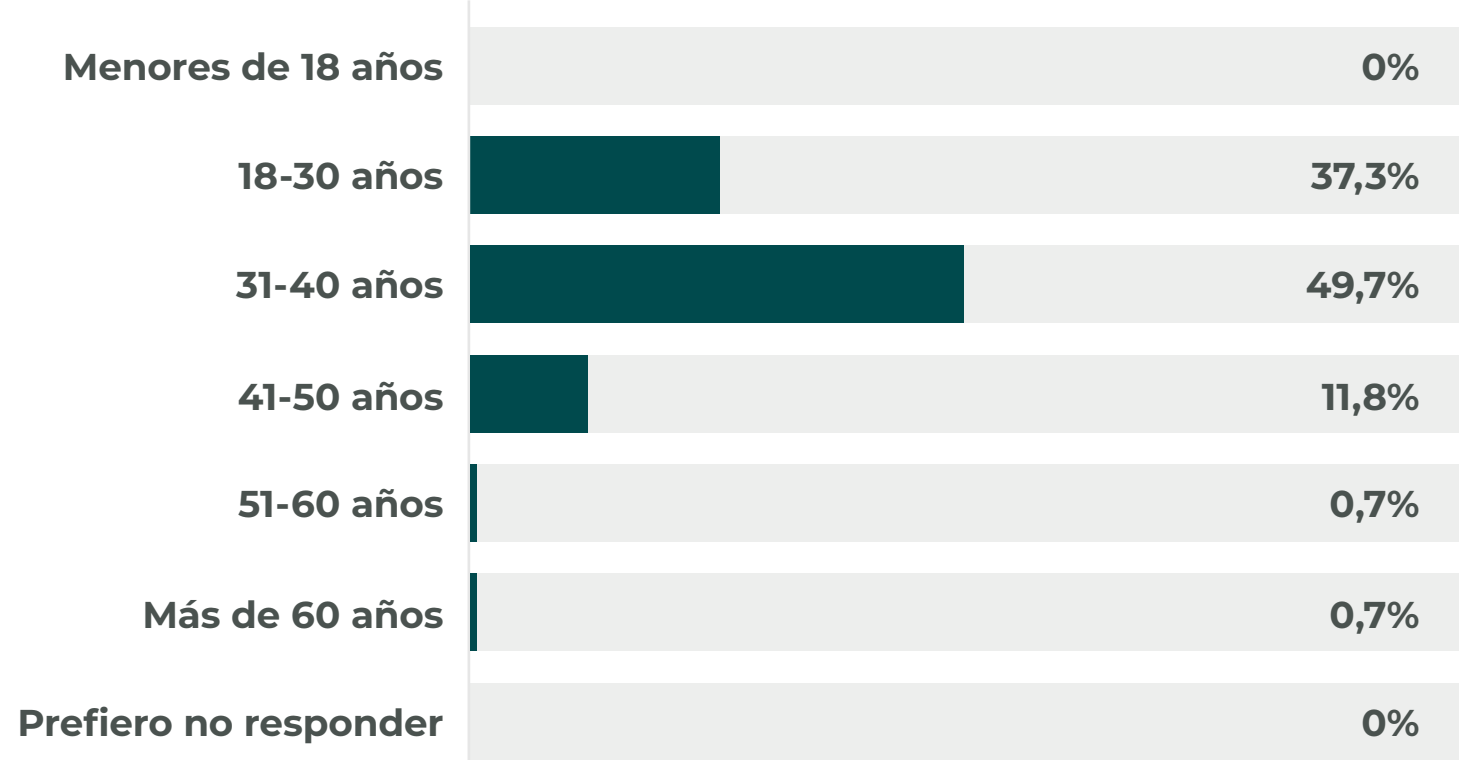
Sherlock Comms se destaca por tener un equipo en el cual más de la mitad de los miembros son mujeres. Según nuestra encuesta interna, el 67,3% de los encuestados se identifica como mujeres cisgénero, mientras que el 29,4% se identifica como hombres cisgénero. Esto refleja nuestro compromiso continuo con la equidad de género y la promoción de las mujeres en todas las áreas de la empresa, incluyendo roles de liderazgo. Dicho esto, reconocemos que la diversidad de género, más allá del binario, sigue siendo limitada. Solo una persona encuestada se identificó como no binaria, y cuatro prefirieron no revelar su identidad de género. Al momento de la encuesta, ningún miembro del equipo se identificó como transgénero.

¿Con qué género te identificas?

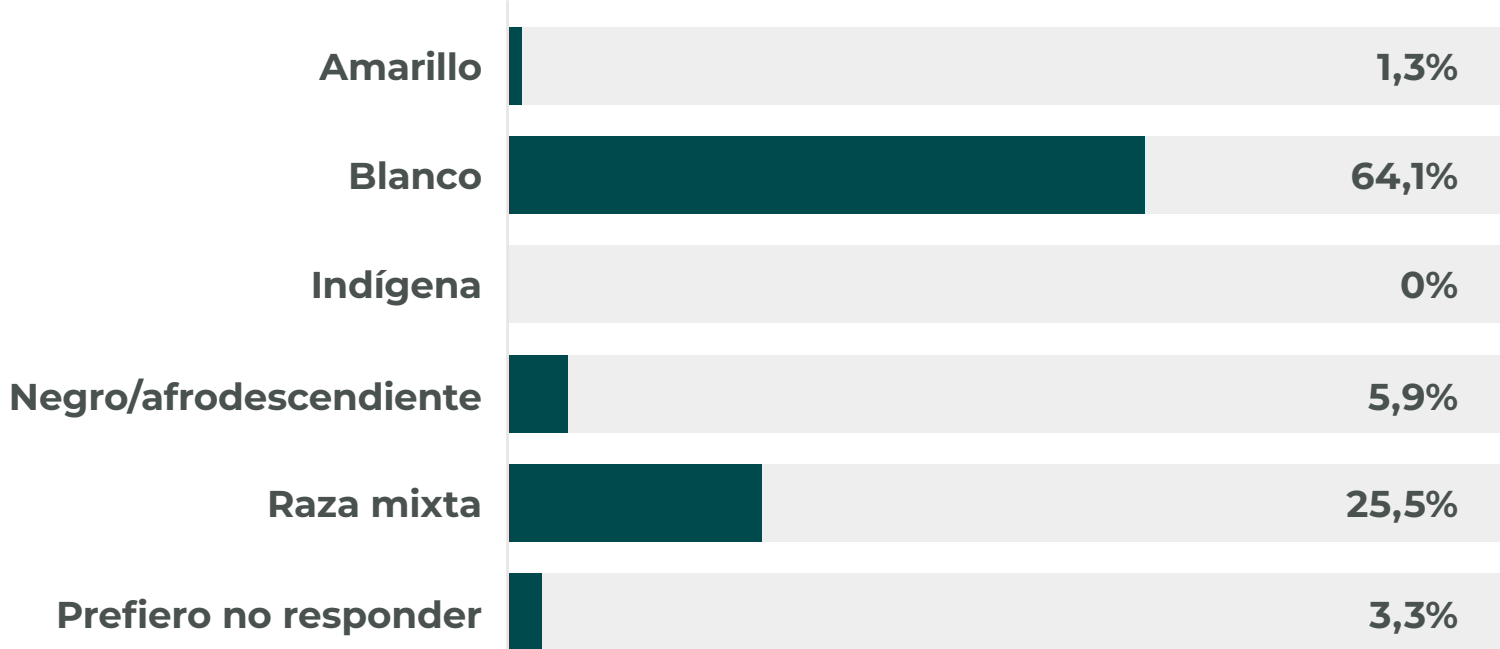


La mayoría del equipo de la agencia tiene menos de 40 años (87%), con solo dos personas mayores de 51 años. Es predominantemente una empresa joven liderada por profesionales jóvenes. En términos de composición racial, el 64,1% de la fuerza laboral se identifica como blanca, seguida por el 25,5% que se identifica como mestiza. Solo nueve se identificaron como personas negras/afrodescendientes y dos como de ascendencia asiática. Entre las 153 respuestas recibidas, cinco personas eligieron no revelar su identidad racial. Actualmente, no hay quienes se autoidentifican como indígenas.

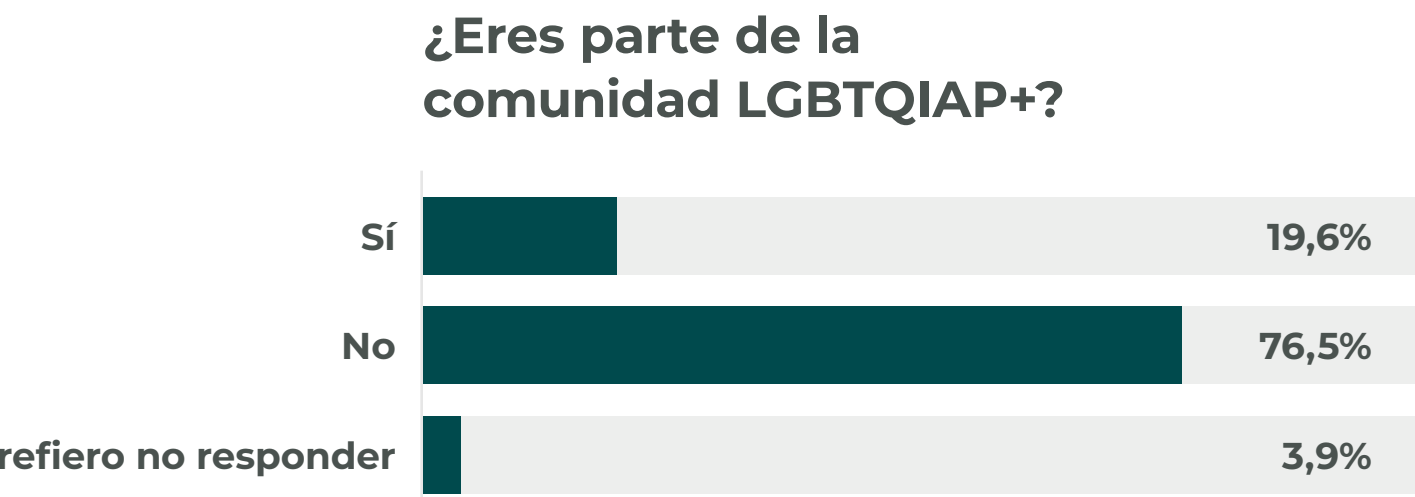
¿Cual es tu rango de edad?



¿Te identificas como:

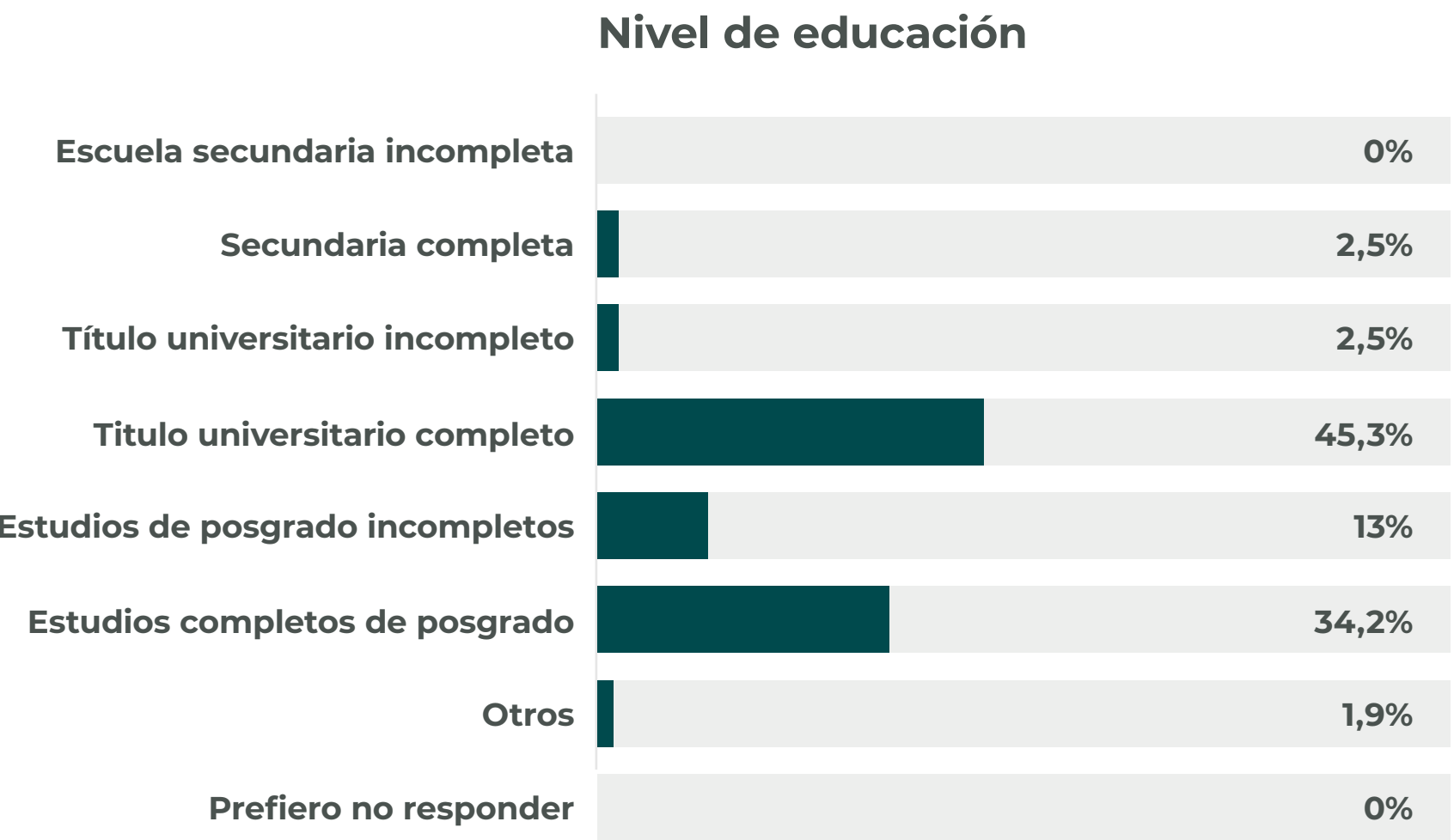


Es un compromiso nuestro fomentar un entorno cada vez más incluyente donde las personas de todas las identidades de género se sientan seguras, bienvenidas y representadas. En términos de orientación sexual, nuestro equipo latinoamericano refleja una diversidad más amplia: casi el 20% de la muestra –o 30 personas-- se identificaron como parte de la comunidad LGBTQIAP+. Estos datos nos alientan a continuar construyendo una cultura de pertenencia en la cual todo el mundo pueda prosperar.



En términos de representación de discapacidad, tres personas reportaron tener una discapacidad: una con discapacidad visual, una con discapacidad auditiva y una con discapacidad física. Además, cuatro personas seleccionaron “otro”, y tres prefirieron no responder, mientras que 143 encuestados declararon que no tienen ninguna discapacidad. Aunque el número de personas con discapacidades sigue siendo bajo, consideramos un área importante para el crecimiento en nuestros esfuerzos de inclusión en los próximos años.

El equipo de Sherlock Comms tiene sólidos antecedentes académicos y profesionales. Los datos muestran que el 92,5% de las personas encuestadas poseen un título universitario o un nivel educativo superior. Notablemente, el 24,8% un total de 38 personas— son los primeros en sus familias en asistir a la universidad. Esto demuestra no solo los sólidos antecedentes académicos de nuestro equipo sino también la importancia de crear oportunidades para la movilidad social dentro de la empresa.



comunicação inclusiva vagas afirmativas the company treinamentos contínuos grupos sub-representados hiring practices pessoas diversas processo seletivo

Cuando se les preguntó sobre posibles mejoras en diversidad, equidad e inclusión (DEI), el 53,6% de las personas encuestadas (82) proporcionaron sugerencias. El 46,4% restante o declaró que no tenían preocupaciones, o creían que Sherlock Comms ya estaba en el camino correcto. Las sugerencias de mejora más comunes fueron:

- **Programas de capacitación y creación de conciencia** – expansión de las capacitaciones del área de DEI, como conciencia sobre sesgos inconscientes, liderazgo inclusivo y educación para la accesibilidad.

- **Nuestra respuesta:** La comisión está creando formas de capacitación basadas en habilidades alineadas con planes de desarrollo profesional para apoyar el crecimiento inclusivo. Se adaptarán todas las “Jornadas del Conocimiento” por área (PR, Diseño, SEO, etc.), nivel profesional (de practicante a director), y etapa de la carrera profesional (contratación, ascenso a líder, etc.). Estas jornadas también incluirán temas de DEI como sesgo inconsciente, liderazgo inclusivo y accesibilidad.

- **Contratación y desarrollo de carrera inclusivos** – necesidad de más programas afirmativos de selección y capacitación para grupos subrepresentados, y planes de desarrollo de carrera claros.

- **Nuestra respuesta:** Sherlock Comms está creando un proceso de selección que asegura los estándares técnicos mientras eleva la diversidad del equipo. Además, se está construyendo una base de datos con las ONGs de la red de Lupa do Bem para encontrar candidatos para las vacantes abiertas.

- **Mejorar la accesibilidad física** – mejoras en accesibilidad en algunas de las oficinas, especialmente para personas con discapacidad.

- **Nuestra respuesta:** en las ciudades con oficinas alquiladas (excepto coworkings), el equipo de DEI contratará una agencia de consultoría para evaluar la accesibilidad física, implementar mejoras y sugerir un posible cambio de inmueble según sus recomendaciones.

- **Mayor transparencia y compromiso en los esfuerzos de DEI** – crear una comunicación más clara de las iniciativas internas de DEI y establecer métricas para calcular su progreso.

- **Nuestra respuesta:** la comisión está mejorando su comunicación interna para hacer más visibles e impactantes los esfuerzos de DEI, con el uso de canales y formatos más atractivos visualmente y estratégicamente para provocar mayor interacción.

- **Políticas de personal más inclusivas** – la importancia de mejores prácticas flexibles en el trabajo, incluyendo el lenguaje usado en las interacciones, y beneficios que consideren diferentes necesidades, como familia y salud.

- **Nuestra respuesta:** Junto con Recursos Humanos, recopilamos continuamente los comentarios del equipo para entender mejor sus necesidades y



Estas percepciones destacan oportunidades importantes para fortalecer la inclusión y equidad en la empresa. Tener en cuenta esas preocupaciones al preparar políticas estructuradas, capacitación y transparencia puede reforzar aún más el compromiso de Sherlock Comms con un ambiente de trabajo inclusivo y diverso.

expectativas. Este diálogo continuo nos ayuda a evolucionar nuestras mejores prácticas para ser más inclusivos, especialmente en torno a la flexibilidad, el cuidado familiar y los beneficios de atención médica.

- **Equidad en compensación y oportunidades** – la necesidad de auditorías constantes en pagos y oportunidades iguales para funciones de liderazgo entre los diferentes grupos demográficos.

- **Nuestra respuesta:** parte de nuestro plan de trabajo pasa por una auditoría completa de las estructuras de los planes de desarrollo de carrera y compensación para asegurar la transparencia y la equidad en todos los niveles.

- **Apoyo más concreto para miembros neurodivergentes del equipo** – Sistemas de apoyo estructurados, incluyendo capacitación para gerentes sobre cómo trabajar efectivamente con personas consultoras neurodivergentes.

- **Nuestra respuesta:** Esta iniciativa será parte de nuestro plan de trabajo de DEI para el próximo año. Planeamos realizar una encuesta interna para comprender mejor las neurodivergencias presentes en nuestro equipo y, a partir de ahí, desarrollar estrategias de apoyo personalizadas—incluyendo capacitación para gerentes y prácticas inclusivas en todos los equipos.

RSC EN ACCIÓN (ACTIVIDADES INTERNAS Y EXTERNAS)



Água Camelo

Dispositivo de purificación de agua potable desarrollado por Água Camelo. La tecnología fue donada a Rio Grande do Sul con el apoyo de Sherlock Comms.



APOYO EN ÁREAS INUNDADAS DE RÍO GRANDE DEL SUR

En 2024, el estado brasileño de Río Grande del Sur sufrió un enorme desastre natural, con intensas inundaciones que desplazaron a más de 337,000 personas de 478 municipios.

Considerando la importancia de que las empresas dieran un paso adelante y se esforzaran para ayudar a la población del sur de Brasil, Sherlock Communications envió 10 filtros a la región, cada uno capaz de suministrar

alrededor de 15 litros de agua limpia en 20 minutos, proporcionando al área al menos 150 litros cada 20 minutos. Esta acción se realizó en conjunto con Água Camelo –una startup de impacto social que ofrece agua potable limpia a comunidades vulnerables, especialmente en áreas remotas o aquellas afectadas por desastres, distribuyendo filtros de agua sostenibles con soluciones que garantizan el acceso a agua potable segura. Internamente, el equipo de DEI de la agencia creó una newsletter, 'SOS Rio Grande do Sul', buscando la interacción de la comunidad para apoyar a las poblaciones afectadas de diferentes maneras. Las inundaciones afectaron el 80% de los municipios en Río Grande do Sul y afectaron directamente a más de un millón de personas, convirtiéndose en el

mayor desastre climático del estado hasta la fecha. Ante este escenario preocupante, Sherlock Communications movilizó consultores de todos los países de América Latina para recolectar y donar artículos esenciales para las víctimas de esta tragedia, y compartió una lista de los principales puntos de recolección en una amplia gama de ciudades y países.

PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

Con el afán de reforzar nuestro compromiso con las prácticas sostenibles y la responsabilidad corporativa, Sherlock Comms se unió al Pacto Global de la ONU en Reino Unido y Brasil en el segundo semestre de 2024. Al adherirnos a iniciativas enfocadas en Derechos Humanos, Cambio Climático y Comunicación, buscamos activamente apoyar los diez principios del Pacto Global. Además, hemos aprovechado una plataforma de aprendizaje en línea para involucrar y educar a nuestro equipo en temas clave como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Cambio Climático, Neutralidad de Carbono y más.

- El núcleo de liderazgo de nuestro equipo de RSC, compuesto por 7 personas, participó en reuniones, cursos y eventos para aumentar su conocimiento e interactuar con otros pares de la red;
- Nos hemos suscrito a cuatro iniciativas estratégicas dentro del Pacto Global de la ONU, en reconocimiento de las contribuciones positivas que nuestro trabajo puede hacer: Agua y Océanos, Derechos Humanos, Comunicación y Participación, y Clima.

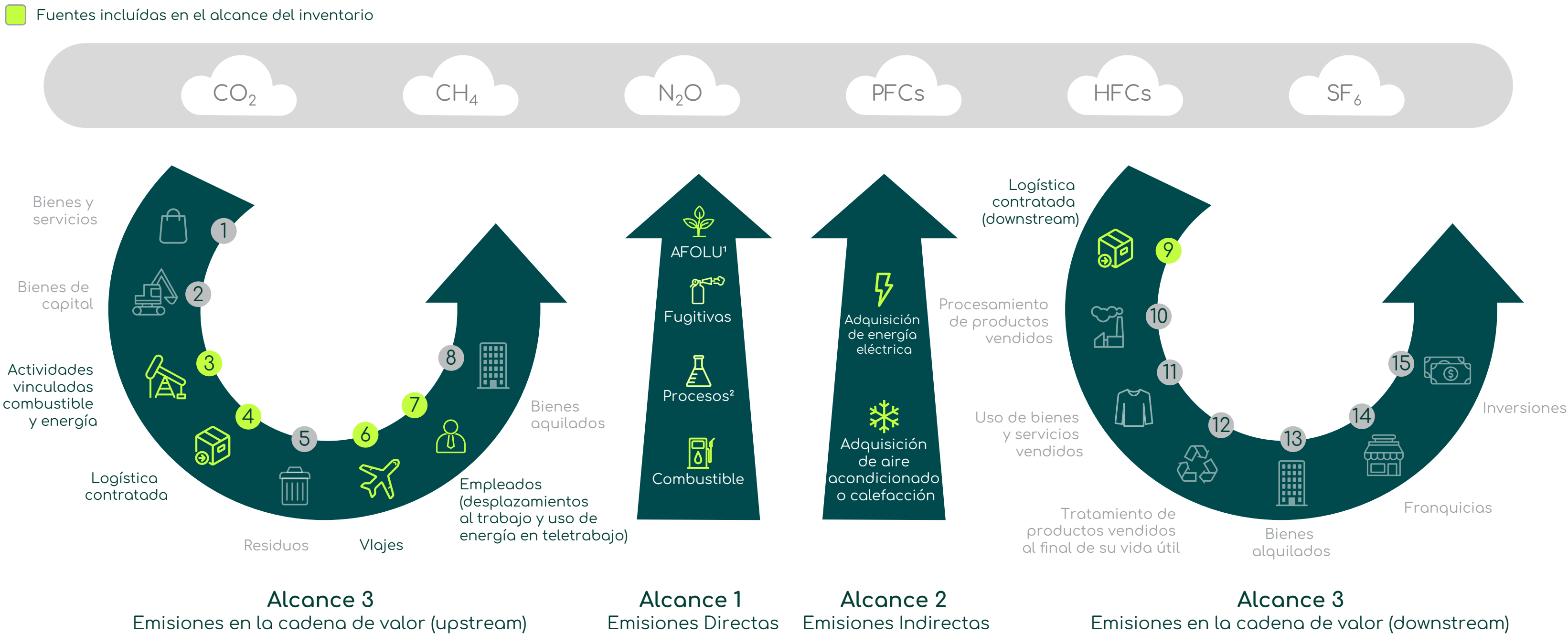
MONITOREO Y COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE CARBONO

A principios de 2024 compensamos 125 toneladas de CO2 equivalente emitidas en 2023 con Reducciones de Emisiones Verificadas adquiridas del proyecto Jari Amapá REDD, que cuenta con certificación Verified Carbon Standard (VCS).

En 2024 continuamos nuestros esfuerzos junto con Compensa.Eco para medir las emisiones de carbono a lo largo del año basándose en el Protocolo GEI, asegurando que pudiéramos compensarlas al comienzo del año siguiente.

La infografía a continuación muestra las fuentes de emisiones y los alcances evaluados en la operación de Sherlock Communications en 2024.

Alcance del inventario: emisiones de la operación de Sherlock Communications - 2024

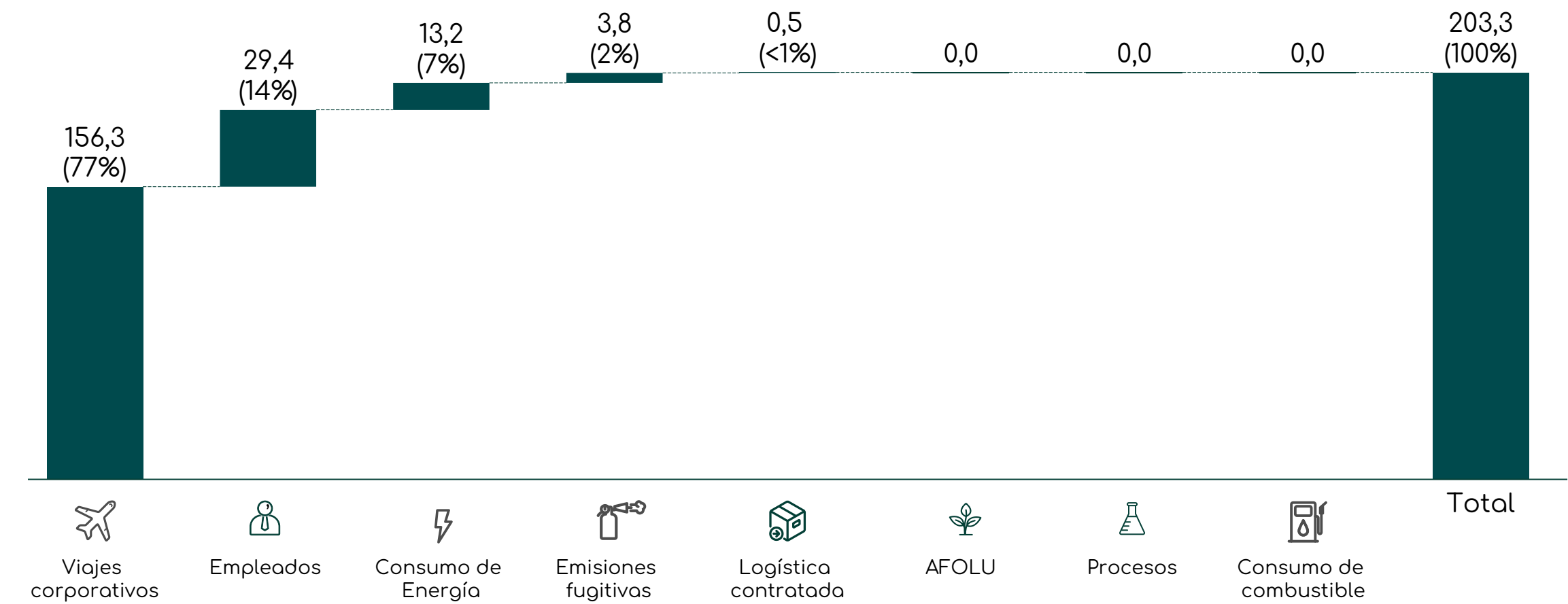


1. AFOLU: Agricultura, Silvicultura y Otro Uso de Tierra. 2. Emisiones de procesos físicos o químicos no vinculados a la combustión. Nota: CO₂ (dióxido de carbono); CH₄ (metano); N₂O (óxido nítrico); HFCs (hidrofluorocarburos); PFCs (perfluorocarburos); SF₆ (hexafluoruro de azufre). Fuente: GHG Protocol

Durante el año, Sherlock Communications generó **203,3 toneladas de CO₂e**, con el **77% de este total proveniente de viajes corporativos**.

Sherlock Communications emitió 203,3 tCO₂, de las cuales un 77% provienen de viajes corporativos

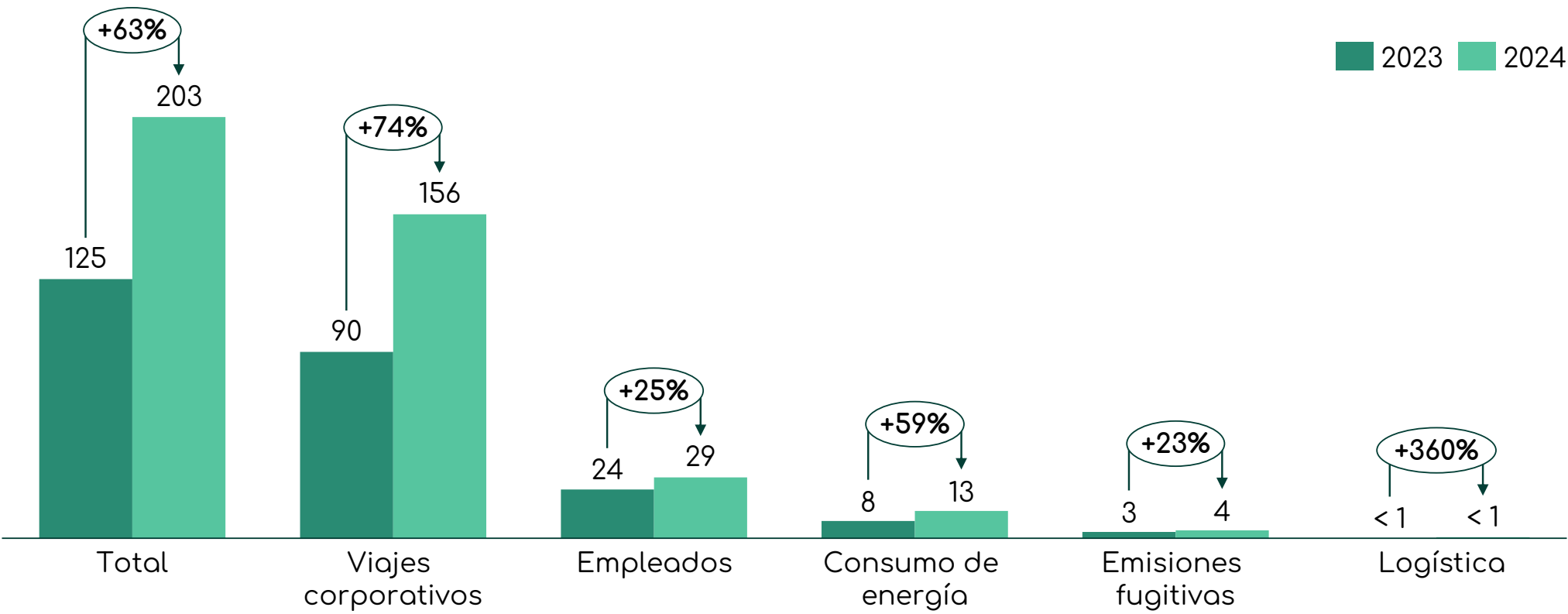
Emisiones de GEI de Sherlock Communications, según fuente (valores absolutos en tCO₂e y valores relativos en % del total)



Este aumento en las emisiones, en comparación con 2023, puede atribuirse al **crecimiento de nuestro equipo**, lo que llevó a un mayor número de empleados viajando para la **Sherlock Week**, nuestra semana de capacitación anual que reúne a equipos de todos los países en São Paulo. Además, con una fuerza laboral en constante expansión, el número de consultores que se desplazan entre casa y trabajo también ha aumentado. En 2024, incorporamos a **50 nuevos clientes**, impulsando aún más la necesidad de nuevas contrataciones.

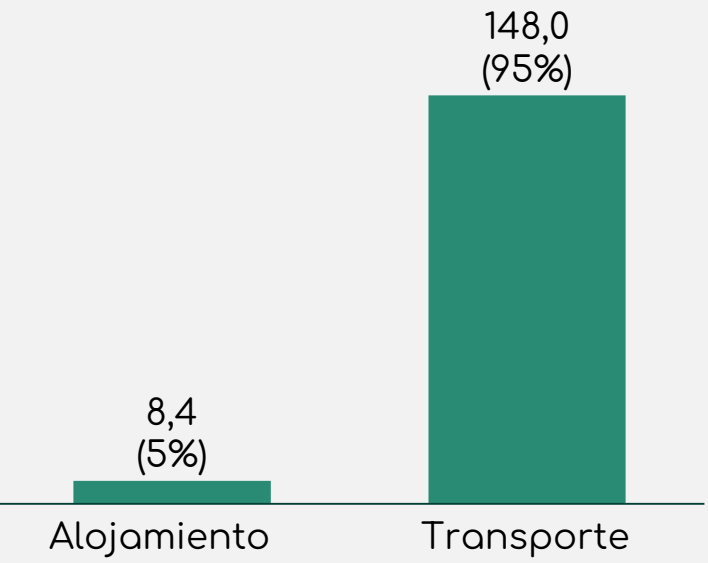
Se registró un crecimiento de un 63% en 2024, en comparación con 2023, potenciado por un alza del 74% en las emisiones de los viajes corporativos

Comparativo de las emisiones de GEI en 2023 y 2024, valor total y distribución según fuente (en tCO₂e)

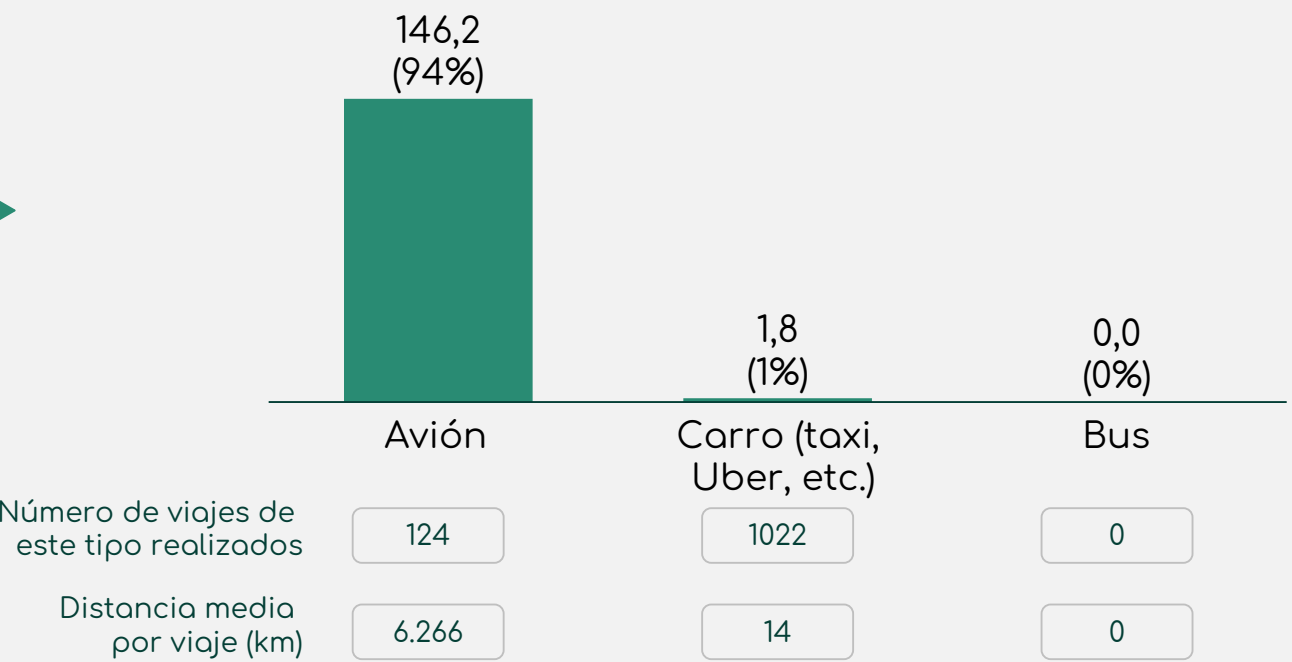


Viajes corporativos: el 94 % de las emisiones proviene del transporte aéreo.

Desglose de las emisiones de los viajes por alojamiento y transporte en 2024 (valores en tonCO₂e y en % del total de las emisiones de los viajes)



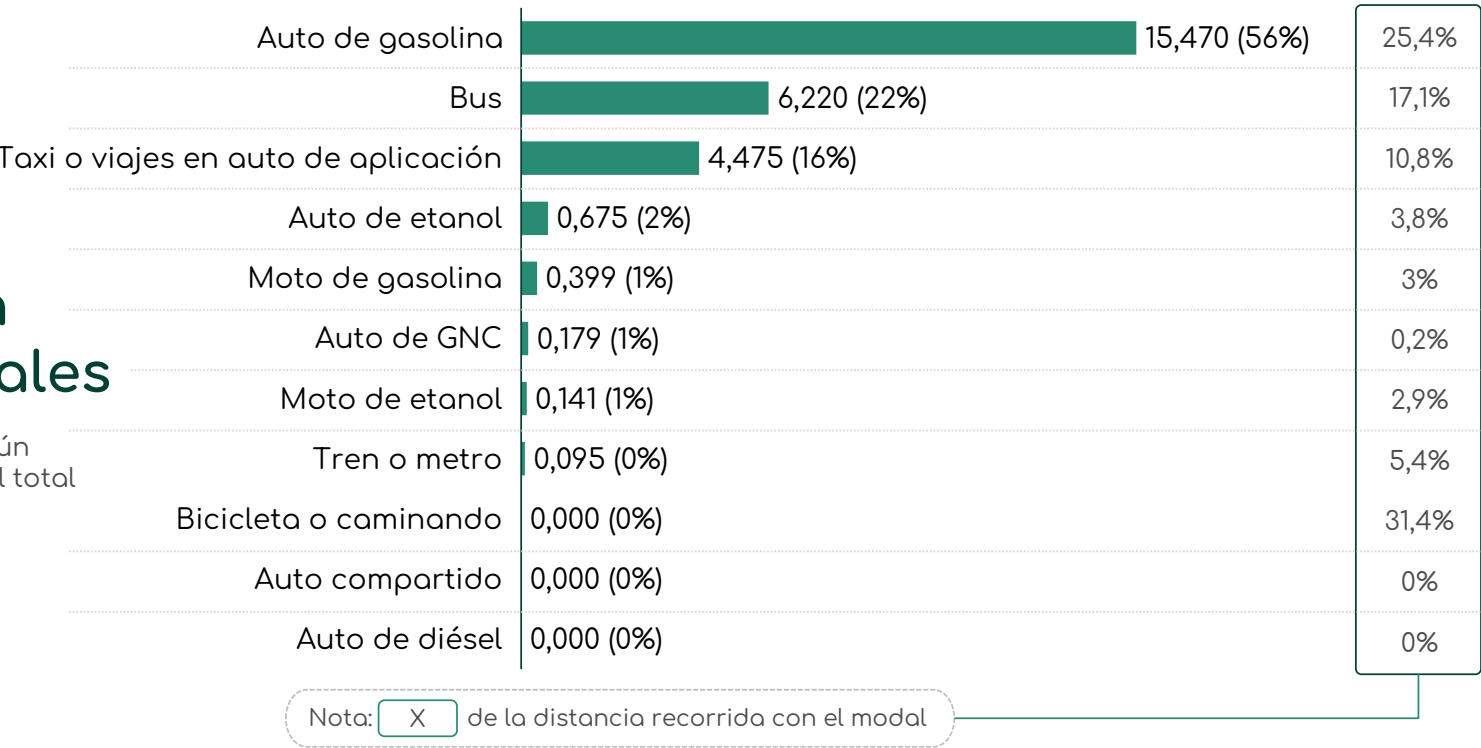
Distribución de las emisiones del transporte en los viajes, según el tipo de medio utilizado (valores en toneladas de CO₂e y en % del total de las emisiones de los viajes)



Número de viajes de este tipo realizados	124	1022	0
Distancia media por viaje (km)	6.266	14	0

Empleados: aunque se usen autos de gasolina en sólo un 25% de los desplazamientos, éstos son responsables por un 56% de las emisiones totales

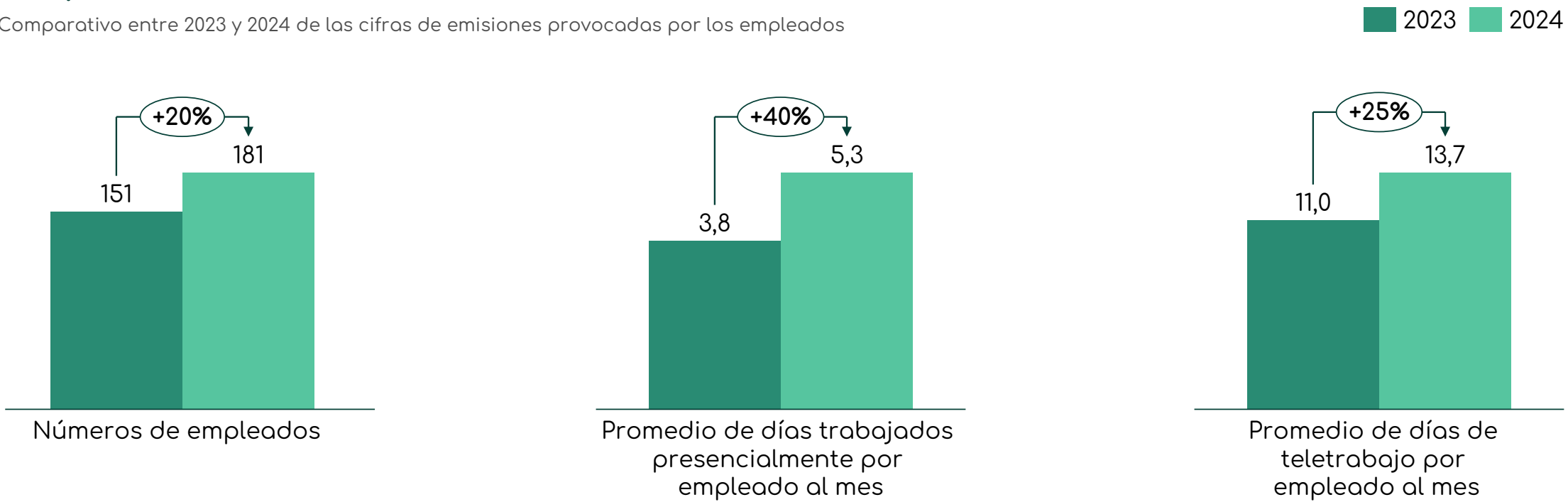
Distribución de las emisiones de desplazamiento, según el medio de transporte (valores en tCO₂e y como % del total de las emisiones de desplazamiento)



Copyright © 2024 por Compensa. Todos os direitos reservados.

Empleados: un crecimiento de un 20% en el número de empleados y de un 40% en días de trabajo presencial al mes resultaron en más emisiones respecto al año de 2023

Comparativo entre 2023 y 2024 de las cifras de emisiones provocadas por los empleados



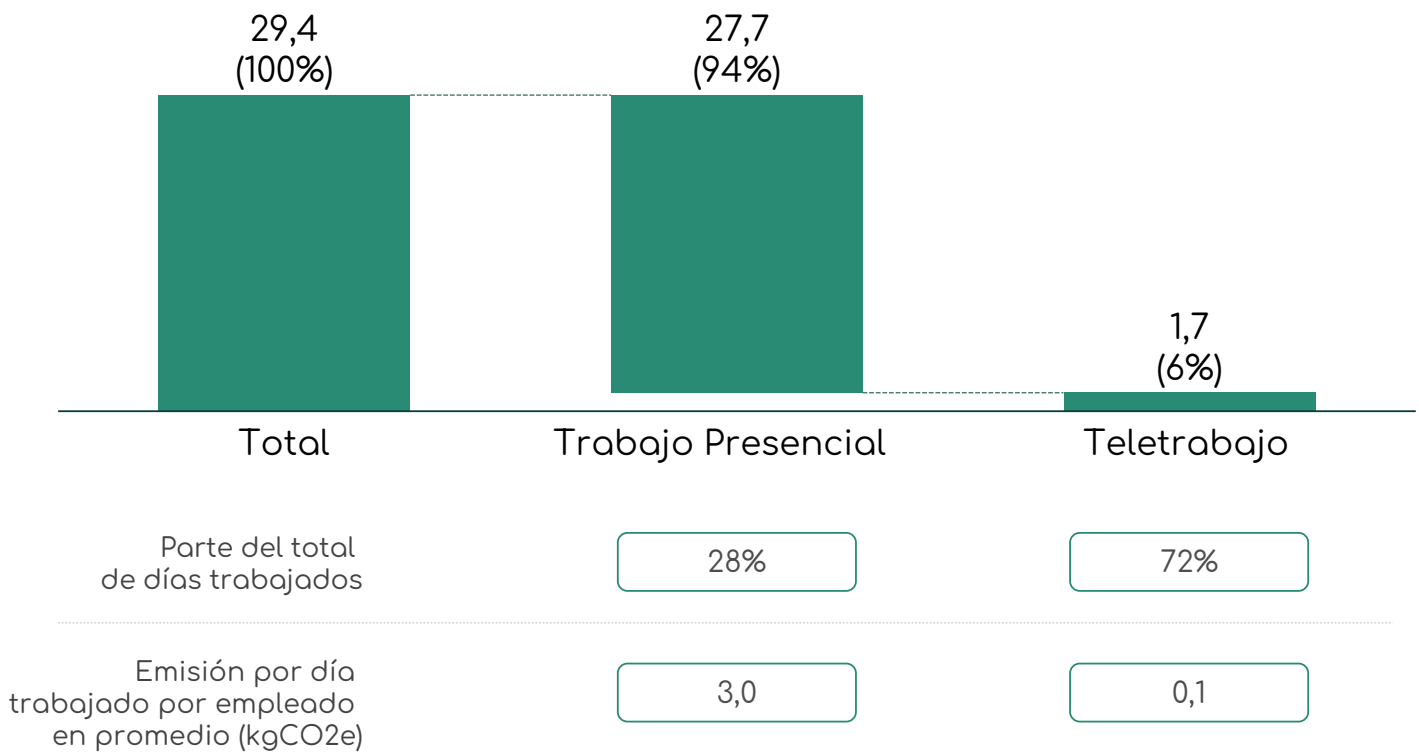
Copyright © 2024 por Compensa. Todos os direitos reservados.

Al analizar otras fuentes de emisiones de CO₂, particularmente los desplazamientos al trabajo, observamos que nuestra agencia ya adopta un **modelo de trabajo remoto altamente flexible**, con el **72% de todos los días laborales de consultores realizados desde casa**. Sin embargo, el **28% restante de días laborales en oficina representan el 94% de las emisiones relacionadas con desplazamientos**, en gran parte debido a los medios de transporte elegidos. Con esto en mente, hacia adelante, desarrollaremos **campañas de concientización interna** para fomentar el uso compartido de vehículos y el uso del transporte público, como el metro. Además, para sesiones de capacitación o eventos para todo el equipo, exploraremos **soluciones de transporte colectivo**, como alquilar una camioneta en lugar de depender de las aplicaciones de transporte.

Además, un **aumento del 20% en el número de empleados** y un **incremento del 40% en el número de días laborales en oficina por mes** llevaron a mayores emisiones en comparación con 2023.

Empleados: un 94% de las emisiones provienen del trabajo presencial, aunque represente sólo un 28% de los días trabajados

División de las emisiones de desplazamiento de empleados y el teletrabajo, según la modalidad de trabajo (valores en tCO₂e y en % del total de emisiones de los empleados)

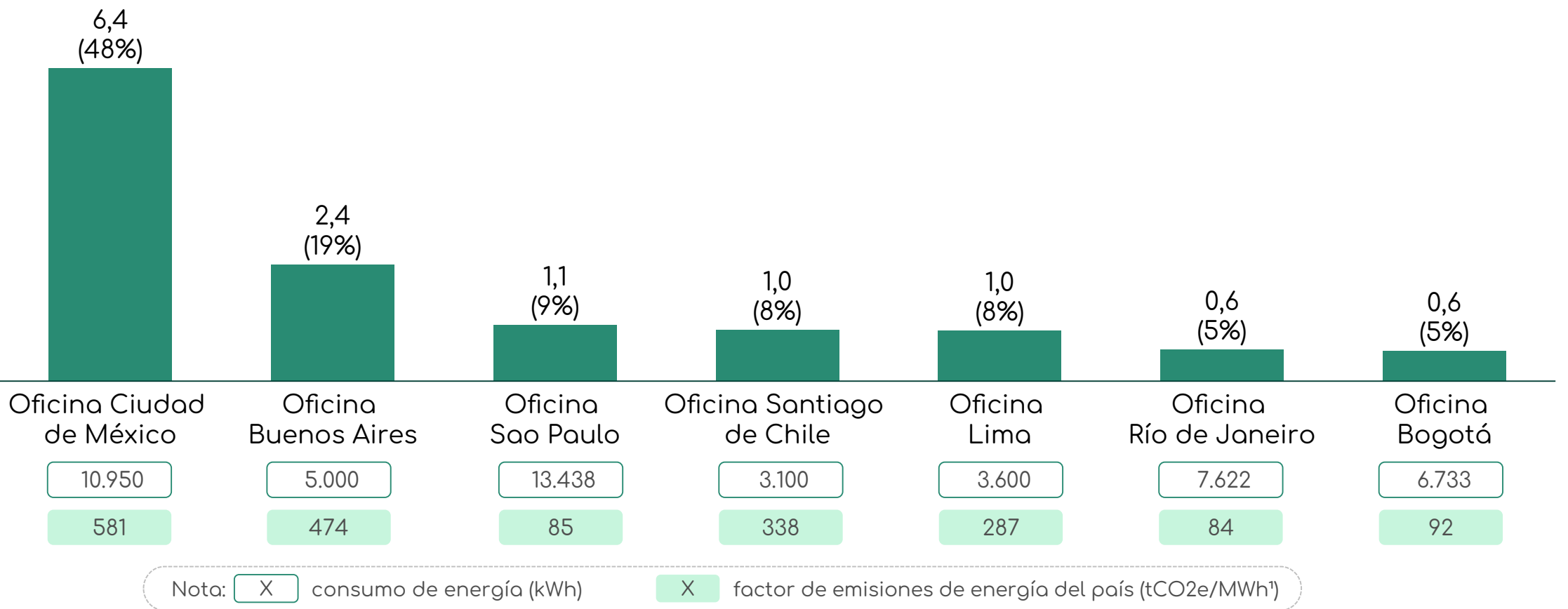


Nota: emissões de funcionários em trabalho remoto para a empresa no período são nulas, diante da ausência de trabalho remoto

Copyright © 2024 por Compensa. Todos os direitos reservados.

Energía: Oficina de Ciudad de México es responsable por el 48% de las emisiones totales de energía eléctrica, debido a la elevada tasa de emisión de la matriz energética del país

Distribución de las emisiones de energía eléctrica según la unidad de negocios de la empresa (valores en tCO₂e y en % del total de emisiones de energía)



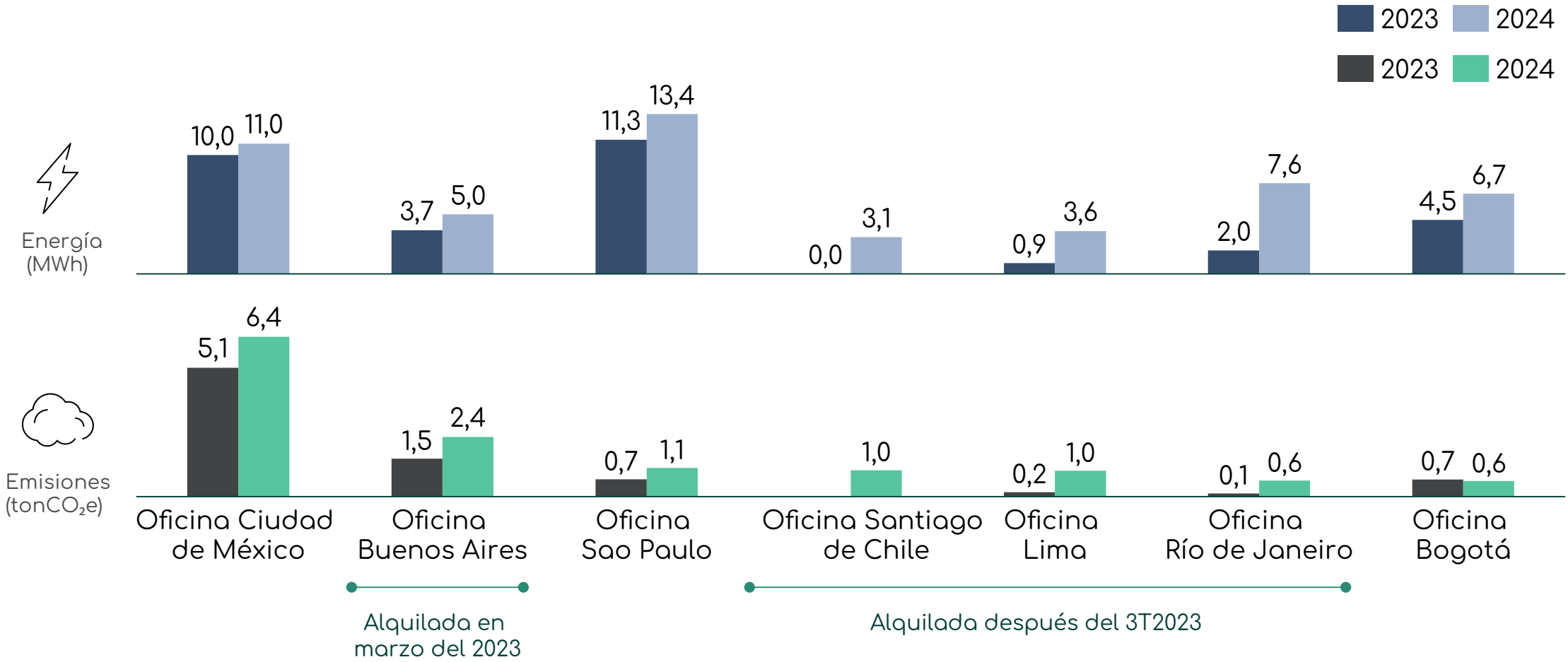
¹ Factor de emisión Well-to-wheel (WTW), con emisiones de generación de energía (Alcance 2), pérdidas de distribución y emisiones indirectas de la matriz energética (Alcance 3, Categoría 3).

Al analizar las emisiones del consumo de electricidad, a pesar de que los equipos en Brasil (São Paulo y Río de Janeiro) son significativamente más grandes que los de otros países, **México representa el 48% de todas las emisiones relacionadas con electricidad.** Esto se debe principalmente a las **altas tasas de emisión de la red energética del país.**

En cuanto a las emisiones fugitivas, **85% de las emisiones de CO₂ provienen del aire acondicionado (AC) residencial.** Sin embargo, cambiar a **R-32 como único refrigerante** en las unidades de AC residenciales reduciría las emisiones en **2,1 toneladas de CO₂e**, lo que está por debajo del umbral de materialidad. Como resultado, el impacto general en las emisiones totales sería mínimo, dado que las emisiones fugitivas representan solo **2% de las emisiones totales de la agencia.**

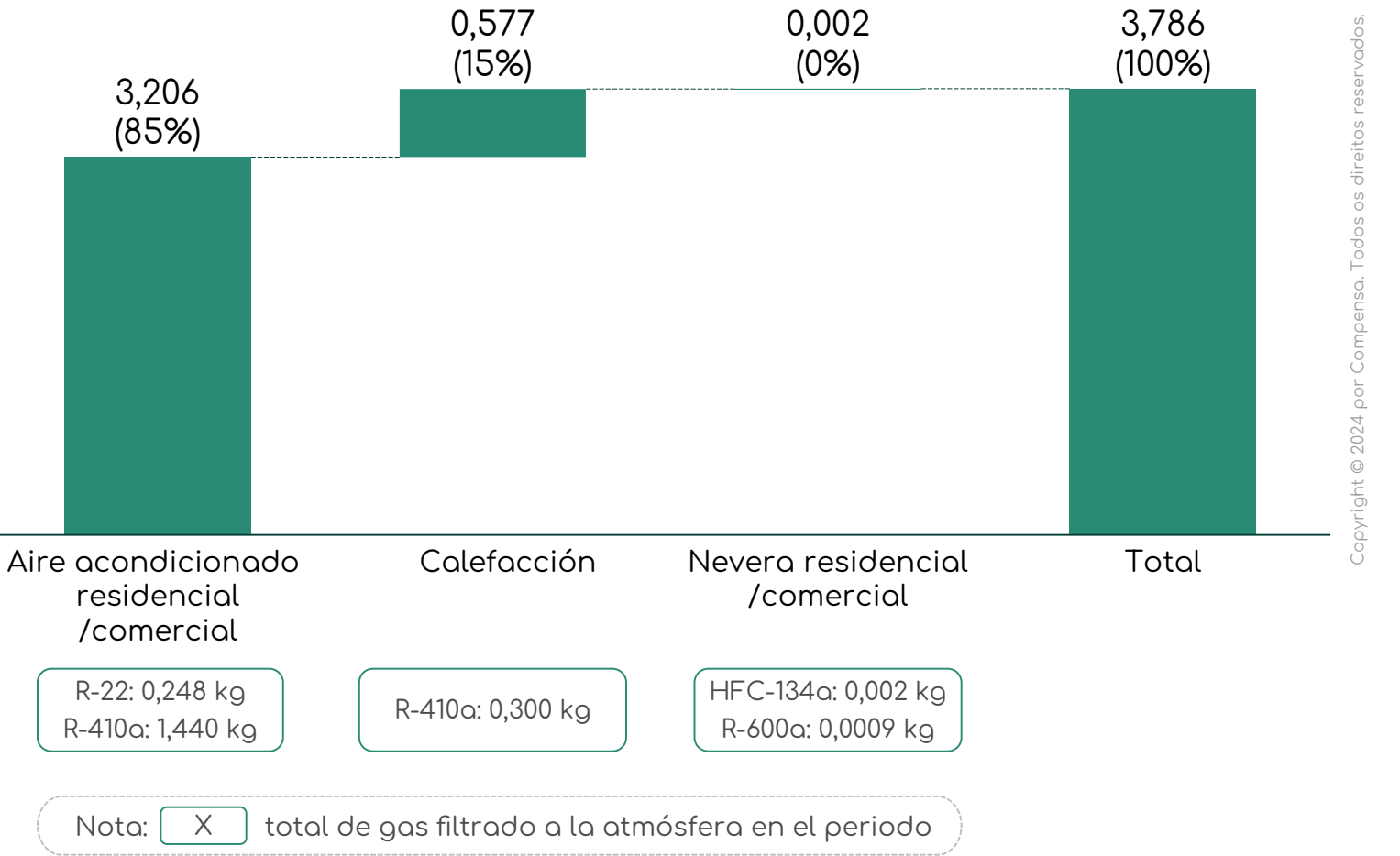
Energía: elevación del consumo de energía y nuevas oficinas incrementaron las emisiones respecto a 2023

Comparación entre las emisiones de energía del 2023 y 2024, en cada unidad de negocios de la empresa (valores en tCO₂e)

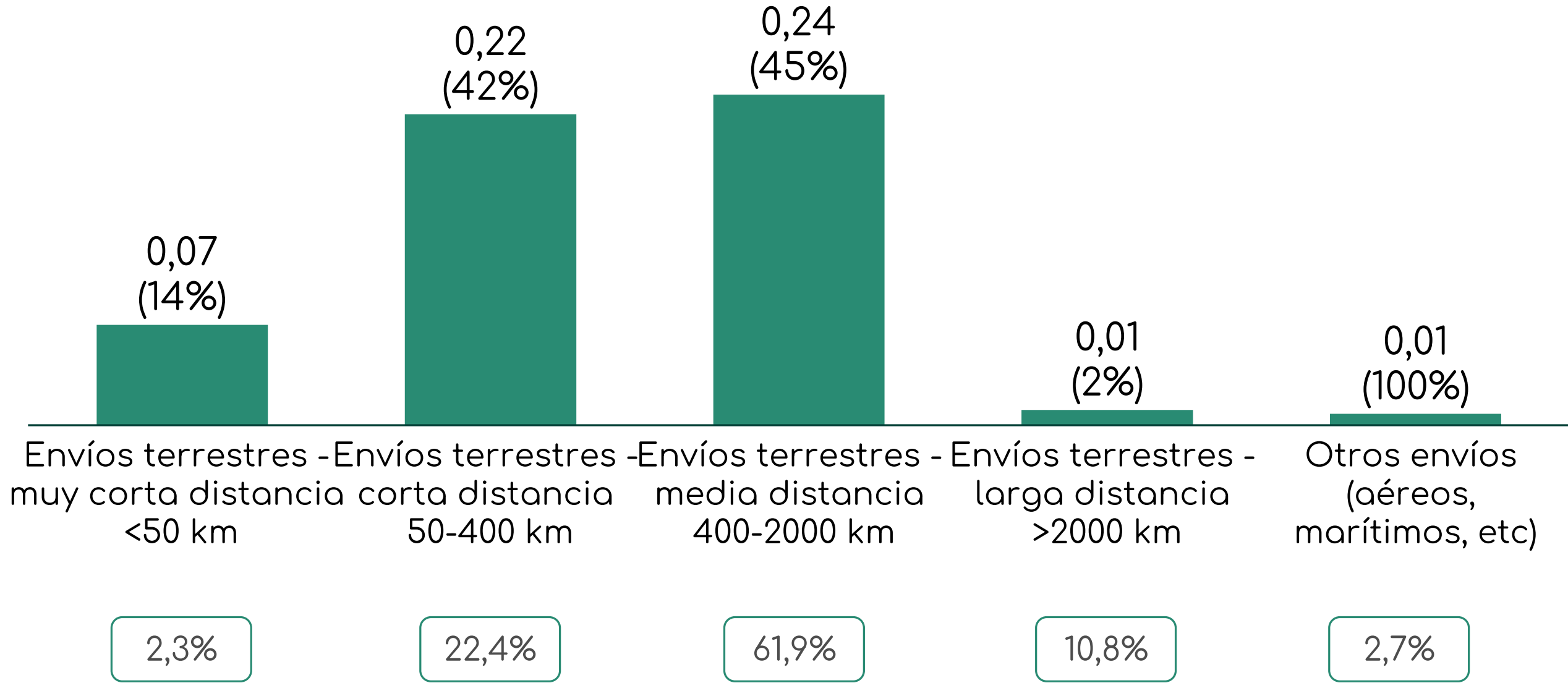


Emisiones fugitivas: un 85% de las emisiones provienen de los sistemas de aire acondicionado (AC) residencial

Distribución de las emisiones fugitivas por clase de equipo (valores en tCO₂e y en % del total de las emisiones fugitivas)



Distribución de las emisiones de carga según el medio de transporte y la distancia (valores en tCO₂e y como % del total de emisiones de desplazamiento)



Nota: X % del total ton.km¹ transportados por modal/distancia.

1. Tonelada-kilómetro, medida que representa el transporte de una tonelada de carga en un kilómetro, usada para medir la intensidad del transporte de carga de uno o más envíos

Para **logística subcontratada**, las **entregas de media distancia representan el 45% de las emisiones relacionadas con logística**. Sin embargo, cuando se ve en el contexto más amplio de las emisiones generales de la agencia, esto permanece por debajo del umbral de materialidad. Dado su **bajo impacto**, nuestro enfoque será **reducir primero las emisiones de fuentes de mayor impacto**, como los viajes corporativos y los desplazamientos de empleados.

Copyright © 2024 por Compensa. Todos derechos reservados.



En el primer trimestre de 2025, Sherlock Communications compensó sus emisiones de carbono de 2024 mediante créditos de carbono provenientes del proyecto VTRM Renewable Energy 2, ubicado en el Complejo Ventos do Piauí, en el noreste de Brasil. Durante el período monitoreado, el proyecto logró una reducción total de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de 482.465 toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂e), lo que contribuye a una reducción promedio anual estimada de 439.950 tCO₂e y de 4.399.508 tCO₂e a lo largo de todo el período de acreditación. Más allá de su impacto ambiental, el proyecto también aporta importantes beneficios sociales y económicos a la región: genera ingresos adicionales para los propietarios de tierras sin restringir el uso agrícola ni otras actividades; impulsa la economía local mediante el aumento de la recaudación fiscal y la creación de empleos directos e indirectos; mejora la infraestructura regional, incluyendo caminos y sistemas de transmisión de energía; fomenta la educación, la formación profesional y el desarrollo de una mano de obra calificada en energías renovables; y contribuye a una economía local más diversificada y resiliente, promoviendo un desarrollo sostenible a largo plazo. Este proyecto está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas: 7 (energía asequible y no contaminante), 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructura) y 13 (acción por el clima).

GESTIÓN INTERNA DE RESIDUOS

Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad y la gestión responsable de residuos, hemos establecido alianzas e iniciativas destinadas a reducir el impacto ambiental de nuestras oficinas en Río de Janeiro (RJ) y São Paulo (SP). Estos esfuerzos se alinean con nuestra estrategia ambiental más amplia para minimizar la generación de residuos, incentivar los principios de economía circular entre el equipo y reducir las emisiones de carbono. Además, estas estrategias fueron fundamentales para fortalecer la conciencia sobre la gestión adecuada de residuos dentro del lugar de trabajo.



ALIANZA CON CICLO ORGÂNICO Y REGERA MUNDO

En nuestras oficinas propias de RJ y SP, implementamos soluciones de gestión de residuos orgánicos a través de alianzas con Ciclo Orgânico y Regera Mundo. Estas colaboraciones nos permiten procesar responsablemente los residuos orgánicos, desviándose de los vertederos y convirtiéndolos en compost para fines agrícolas y ambientales.

■ Impacto (Julio-Diciembre) – Ciclo Orgânico, RJ:

Un total de
398 kg
de residuos
orgánicos

Esta iniciativa logró prevenir
**la liberación de
307 kg of CO₂eq**
a la atmósfera, contribuyendo
a los esfuerzos de reducción de
gases de efecto invernadero.



■ Impacto (Julio-Diciembre) – Regera Mundo, SP:

Un total de
22,53 kg
de residuos
orgánicos

Más tarde, en noviembre,
comenzamos a realizar
también la gestión de residuos
reciclables.
De noviembre a diciembre,
**reciclamos un total de
70,16 kg**
de basura.

Esta iniciativa logró prevenir
**la liberación de
17,3 kg of CO₂eq**
a la atmósfera, contribuyendo
a los esfuerzos de reducción de
gases de efecto invernadero.



PROGRAMA DE RECICLAJE DE COLILLAS DE CIGARRILLOS

Para abordar los peligros ambientales que representan las colillas de cigarrillos, nos asociamos con Poiato Recicla en SP para garantizar el reciclaje y disposición adecuada de este tipo de residuos. Esta iniciativa previene que las sustancias tóxicas contaminen el suelo y las fuentes de agua.

■ Impacto (Agosto-Diciembre):

- **1.600 colillas de cigarrillos** fueron recolectadas y recicladas, evitando potencial contaminación ambiental.

CAMPAÑA DE RECOLECCIÓN DE TAPAS DE BOTELLAS PLÁSTICAS

Nuestras oficinas en Río y São Paulo han estado activamente involucradas en una campaña de recolección de tapas de botellas plásticas en asociación con Rio Eco Pets, una ONG que forma parte de nuestra red Lupa do Bem. Las tapas recolectadas se envían para reciclaje y, con el dinero obtenido, el proyecto paga por la esterilización y castración de perros y gatos callejeros.

■ Impacto:

- Un total de **59,7 kg de tapas de botellas plásticas** han sido recolectadas y recicladas adecuadamente solo en 2024.

REDUCCIÓN DEL USO DE PLÁSTICO DE UN SOLO USO

En 2024 iniciamos la eliminación gradual de plásticos de un solo uso en todas nuestras operaciones. En nuestras oficinas de São Paulo y Río de Janeiro, que son espacios propios, estamos trabajando activamente en esta transición, y aspiramos a estar 100% libres de plásticos de un solo uso para fines de 2025.

En otras ubicaciones donde operamos, ya utilizamos espacios de coworking que han establecido políticas de 'cero plásticos de un solo uso', reforzando nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Nuestro objetivo va más allá de la implementación de políticas; nos esforzamos por transformar la cultura del lugar de trabajo fomentando una mentalidad ambientalmente consciente. A través de campañas de concienciación e iniciativas prácticas, aspiramos a inculcar hábitos sostenibles y hacer que nuestras oficinas sean espacios más verdes y responsables.



PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En noviembre de 2024, Sherlock Communications introdujo una nueva política que alienta a los consultores a dedicar horas de trabajo para apoyar causas sociales. Bajo esta iniciativa, cada consultor tiene derecho a dos días pagados por año para trabajo social (con un mínimo de cuatro horas por día), que se contarán como días laborales regulares. Para garantizar un seguimiento adecuado, los consultores deben registrar sus actividades en un formato de Google. A través de esta iniciativa, promovemos el voluntariado corporativo y motivamos a nuestros consultores a participar en proyectos sociales.

Como la política fue lanzada con menos de 30 días restantes en el año, la participación inicial ha sido baja. Hasta ahora, solo una consultora ha participado, apoyando a la Sociedade Vegetariana Brasileira el 5 de diciembre.

“ Durante mi día de trabajo voluntario ayudé a la organización Animals & Vegan Advocacy Summit (AVA Summit), que fue una parte importante del VegFest 2024 de SVB en São Paulo. Trabajé de la mano con Taylor Waters, Líder del Programa de AVA, apoyando a oradores internacionales, sus presentaciones y a los participantes del congreso. Fue una oportunidad muy especial para mí, ya que siempre estoy involucrada en este campo del trabajo voluntario y quería aprender más sobre él con grandes nombres de esta área.”

Danielle Cameira, Danielle Cameira,
Gerente Senior de Cuentas en Sherlock
Communications



CONCLUSIONES Y OBJETIVOS PARA 2025

2024 fue un año crucial para la consolidación de nuestras iniciativas de RSC, fortaleciendo nuestra capacidad para implementar acciones, prácticas y políticas mientras diseñamos un plan concreto para el futuro. De cara al futuro, ajustaremos nuestra estrategia de RSC a los **10 Principios del Pacto Global de la ONU**, que servirán de guía para nuestras iniciativas. Además, las estrategias y proyectos desarrollados este año promovieron un impacto social positivo en comunidades de Brasil y América Latina con acciones y alianzas con nuestros clientes y ONGs. También asumimos nuestro rol de ser parte de la solución, contribuyendo activamente a enfrentar desafíos sociales y ambientales, y reafirmando nuestro compromiso con una agencia socialmente responsable. Dentro de este contexto, nos gustaría destacar varias acciones clave nuevas:

- **Derechos Humanos:** Promover la accesibilidad de nuestras oficinas para personas con discapacidades y explorar posibles mejoras para impulsar la inclusión. Crear una estrategia de plan de trabajo para implementar efectivamente programas de contratación afirmativa en colaboración con ONGs dentro de la red Lupa do Bem para identificar y reclutar talento diverso, considerando toda la estructura necesaria.
- **Trabajo:** Desarrollar una iniciativa única para democratizar el aprendizaje del inglés para líderes comunitarios, expandiendo las oportunidades para el impacto social.
- **Medio Ambiente:** Compensar **dos veces** la cantidad de emisiones de CO₂ generadas en la **Sherlock Week**, nuestro evento insignia que es responsable de más de la mitad de nuestras emisiones anuales. Desarrollar estrategias concretas para reducir nuestra huella de carbono y capacitar a nuestro equipo de eventos para incorporar prácticas ecológicas en toda la planificación de eventos, tanto para Sherlock Comms como para nuestros clientes.



SHERLOCK COMMUNICATIONS

Sherlock Communications es una agencia de comunicación multipremiada que opera en toda América Latina. Con oficinas en Brasil, Perú, Colombia, Chile, México, Argentina, Panamá, Costa Rica y Guatemala, **contamos con un equipo totalmente bilingüe y multidisciplinar**. Nuestra misión es ayudar a las empresas a superar las barreras comerciales y culturales entre los mercados latinoamericanos e internacionales.

Fue nombrada **Mejor Agencia Internacional 2024** y **Mejor Agencia en LATAM 2025** por **PRWeek Global Awards**. Sherlock Communications ha ganado y ha sido altamente recomendada para más de 55 premios globales en los últimos dos años, y fue nombrada la **segunda agencia más creativa del mundo** y la **más creativa de Latinoamérica** por el The Holmes Report's Creative Index.

Para más información, por favor envíe un correo electrónico a contact@sherlockcomms.com

Socio director Patrick O'Neill | **Contenido y producción ejecutiva** Fabiana Rosa y Rebeca Souza
Medición de carbono: Compensa.Eco | **Revisión** Freddy Powys, Julia Paresque y Rebeca Souza
Contribuciones adicionales Carolina Yokota, Danielle Cameira, Isabela Guaraldi y Ingrid Leone

Ninguna parte de este informe podrá reproducirse, almacenarse ni transmitirse sin la autorización escrita de Sherlock Communications.

Para uso autorizado o más información, póngase en contacto con: insights@sherlockcomms.com | www.sherlockcomms.com