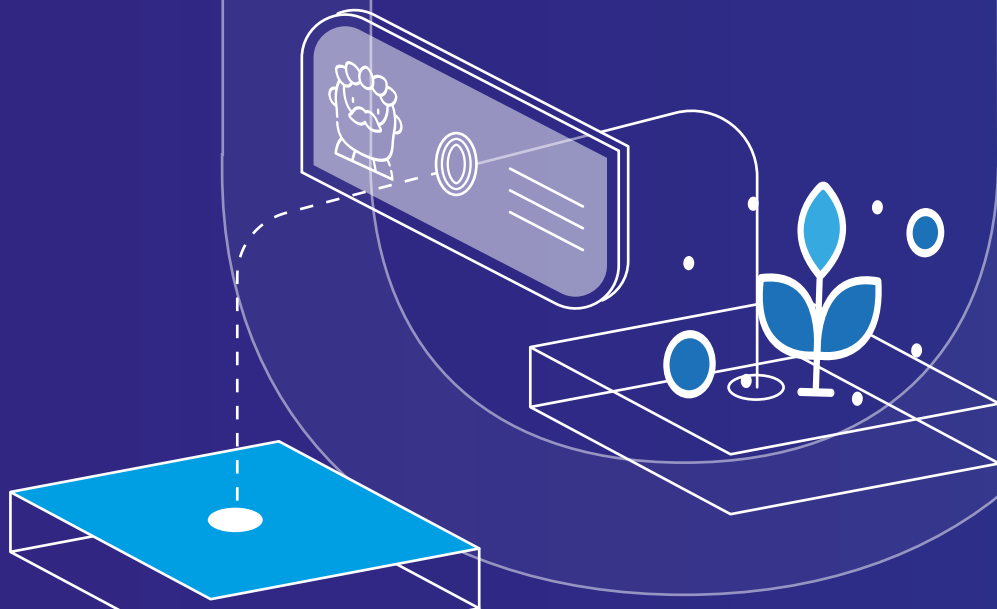


Informe de gestión 2022

Le apostamos al cambio





Índice

INTRODUCCIÓN

- A. Que es BRANDHAUS
- B. Objetivo del informe BIC
- C. Estándar utilizado para la presentación del informe
- D. Observaciones generales

REPORTE POR DIMENSIONES

- 1. Modelo de negocio
- 2. Gobierno corporativo
- 3. Prácticas laborales
- 4. Prácticas ambientales
- 5. Prácticas con la comunidad
- 6. Informe de la Evaluación de impacto B –EIB, estándar seleccionado

CONCLUSIONES

ANEXOS

- Anexo 1. Acta de asamblea extraordinaria No 6 de 2021
- Anexo 2. Informe de Rendimiento de la Evaluación de Impacto B.

Introducción

Brandhaus SAS BIC, es un laboratorio creativo especializado en construcción y gestión de marcas, nos adherimos voluntariamente a la condición BIC el día 22 de diciembre de 2021. Desde la dirección de la empresa siempre hemos buscado generar valor más allá de lo económico, eso nos ha hecho comprometernos con aspectos sociales y ambientales con el fin de contribuir con un cambio positivo desde nuestro entorno, del país y del planeta.

En este documento se encontrará las acciones ejecutadas durante el año 2022 con el compromiso que se asumió al adquirir la figura

de sociedades BIC expuesto en la ley 1901 del 2018, para cumplir con las actividades elegidas como parte de la filosofía vivida por la empresa con los públicos de interés y la naturaleza, al identificarnos como una organización activa e interdependiente de ecosistemas.

A. ¿Que es BRANDHAUS?

Nuestra misión: es construir y materializar marcas únicas y ecosistemas sostenibles en el tiempo que generan valor a nuestros clientes, aliados y a nuestro entorno.

Nuestra Visión: Queremos ser reconocidos como una empresa sostenible, que se transforma permanentemente para conseguir un entorno amable con la sociedad y el medio ambiente.

VALORES

- Innovación
- Transformación
- Cumplimiento
- Compromiso
- Consistencia y Coherencia, así construimos marcas con valor.

Cuando hablamos de innovación pensamos en innovar con un propósito, para ofrecer productos con calidad que aporten valor a la comunidad y al medio ambiente.

Cuando hablamos de transformación, pensamos en ir a la vanguardia con tecnología y nuevas prácticas que aporten valor.

El cumplimiento y el compromiso van de la mano. Nos comprometemos con nuestros clientes a entregar las cosas a tiempo y bien hechas.

La consistencia nos permite construir marcas con una identidad sólida y coherente y relaciones duraderas que se fortalecen todos los días

Nuestro trabajo consiste en construir marcas con propósito, lo que quiere decir que nos involucramos desde la concepción del ADN de las empresas y materializamos su identidad, a partir del desarrollo de la marca en sus 5 dimensiones: estratégica, Física, gráfica, digital y narrativa



Para hacer nuestro trabajo de manera diferente y con conciencia ambiental, **contamos con FIX**, una herramienta que nos permite medir anticipadamente las emisiones de CO2 de nuestros diseños. Con FIX ofrecemos a nuestros clientes marcas y diseños con bajas emisiones de CO2 y con esta nueva forma de trabajar, generamos conciencia ambiental entre nuestros clientes y aliados.

<https://www.youtube.com/watch?v=1bDn7v9PM-g>

Tenemos Salvario, nuestra marca con propósito

Impulsados por nuestro espíritu de mejora permanente, hemos logrado avanzar con **Salvario by Brandhaus** (nuestra marca con propósito) que nos compromete con la sociedad, el medio ambiente y el manejo sostenible de los

recursos naturales. Salvario es una plataforma de diseño consciente y sostenible que comercializa productos artesanales, promueve la economía circular y restablece el equilibrio ambiental. Acompañamos toda la cadena de valor, desde el proceso de extracción de la materia prima, diseño, producción artesanal, empaque, distribución, venta y completamos el ciclo en la etapa de restauración, que consiste en devolverle a la tierra su regalo. Esto último lo hacemos:

- Liderando y apoyando programas que salvaguarden nuestros recursos naturales.
- Fomentando el respeto hacia el planeta
- Generando conciencia en la comunidad
- Dando a conocer la biodiversidad de nuestro país.

B. Objetivo del informe BIC

Comunicar de forma cuantitativa y cualitativa el desarrollo de las actividades incluidas dentro de nuestro objeto social, con las cuales se adquirió la condición BIC.

C. Estándar utilizado para la presentación del informe

Para este informe se ha utilizado el estándar de Evaluación de Impacto B, ya que actualmente estamos en el proceso de certificación como empresa B.

D. Observaciones generales

En la dimensión modelo de negocio cuando se adopta la figura BIC en diciembre 2021, se

selecciona la actividad de “Implementar prácticas de comercio justo y promover programas para que los proveedores se conviertan en dueños colectivos de la sociedad, con el fin de ayudar a estos para salir de la pobreza”; toda vez que se ha realizado una trazabilidad en el desarrollo de proyectos, procesos y actividades organizacionales y su interacción con los ecosistemas, se toma la decisión de cambiar el compromiso, siempre con el espíritu de hacer contribuciones de valor al entorno inmediato de la empresa. Para el 2023 se determinó cambiar el compromiso por el siguiente: “Adquieren bienes o contratan servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales”

REPORTE POR DIMENSIONES

1. MODELO DE NEGOCIO EN 2022

Brandhaus SAS BIC en su Asamblea Extraordinaria de 2021, (ver anexo 1), se adopta actividades de beneficio de interés colectivo y desde la dimensión de modelo de negocio se compromete a:

Implementar prácticas de comercio justo y promover programas para que los proveedores se conviertan en dueños colectivos de la sociedad, con el fin de ayudar a estos para salir de la pobreza.

Indicadores de gestión

Durante el año 2022 Brandhaus implemento prácticas de comercio justo donde se realizaron acuerdos con proveedores personas naturales en los que se negociaron de manera individual y no bajo tarifas pre establecidas, buscando beneficios para las dos partes, cumpliendo en su totalidad los acuerdos y definiendo formas de pago que favorecieron a los pequeños emprendedores

Además, Brandhaus continúa fortaleciendo las relaciones con sus aliados, contratando especialmente proveedores locales y nacionales liderados por mujeres y personas naturales con especialidad en comunicaciones, diseño y arquitectura, como parte de nuestra red de aliados.

La participación de aliados persona natural del año 2022 fue del 33,90%, teniendo las mujeres un 33,9% de participación sobre el total contratado y las empresas dirigidas por mujeres una participación del 18,60%

Teniendo en cuenta que lo contratado durante el año sumó en total \$284.035.083 nuestras aliadas mujeres tienen una participación 46,68% sobre el total.

Cuadro de participación aliadas mujeres año 2022

| C.C | EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES | VALOR CONTRATADO | % SOBRE CONTRATOS 2022 |
|---------------|--|-----------------------|------------------------|
| 900.519.460 | DEMENTE SAS | \$ 27.250.000 | 9,59% |
| 830.135.165 | ASESORIAS CONTABLES TRIBUTARIAS Y FINANCIERAS ASES | \$ 23.150.400 | 8,15% |
| 860.080.319 | PROVAL DIGITAL LTDA | \$ 3.007.000 | 1,06% |
| 1.019.098.224 | CLAUDIA CAROLINA PULIDO MARIÑO | \$ 46.766.666 | 16,47% |
| 1.024.555.729 | ANGIE TATIANA GUERRERO ZAPATA | \$ 600.000 | 0,21% |
| 52.874.820 | EMMA SOCORRO ORTIZ CONTRERAS | \$ 265.000 | 0,09% |
| 52.769.575 | HERLY HURTADO CAPERA | \$ 6.907.628 | 2,43% |
| 52.790.166 | ISABEL HOYOS RAMIREZ | \$ 6.289.000 | 2,21% |
| 1.020.744.682 | LINA FERNANDA VARELA ROA | \$ 11.695.000 | 4,12% |
| 1.022.325.885 | NATALIA LOPEZ SIERRA | \$ 6.000.000 | 2,11% |
| | | \$ 131.930.694 | 46,45% |

En el caso del apoyo a pequeños aliados representado en el grupo de personas naturales, la participación fue del 38,50% del total.

| C.C | EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES | VALOR CONTRATADO | % SOBRE CONTRATOS 2022 |
|---------------|--------------------------------|------------------|------------------------|
| 1.019.098.224 | CLAUDIA CAROLINA PULIDO MARIÑO | \$ 46.766.666 | 16,47% |
| 1.024.555.729 | ANGIE TATIANA GUERRERO ZAPATA | \$ 600.000 | 0,21% |
| 52.874.820 | EMMA SOCORRO ORTIZ CONTRERAS | \$ 265.000 | 0,09% |
| 52.769.575 | HERLY HURTADO CAPERA | \$ 6.907.628 | 2,43% |
| 52.790.166 | ISABEL HOYOS RAMIREZ | \$ 6.289.000 | 2,21% |
| 1.020.744.682 | LINA FERNANDA VARELA ROA | \$ 11.695.000 | 4,12% |
| 1.022.325.885 | NATALIA LOPEZ SIERRA | \$ 6.000.000 | 2,11% |
| 1.136.882.611 | DIEGO ANDRES MONTIEL ROJAS | \$ 22.251.556 | 7,83% |
| 1.073.511.082 | ANDRES FELIPE HERRERA LOPEZ | \$ 8.580.000 | 3,02% |
| | | \$ 109.354.850 | 38,50% |

Adicionalmente y con el fin de generar conciencia ambiental entre nuestros aliados, cuando hacemos medición de huella de CO2 de nuestros proyectos, informamos a los involucrados los resultados.

Como se evidencia gran parte de la gestión y buenos resultados tienen relación es con este compromiso como se menciona en las observaciones

“Adquieren bienes o contratan servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales” lo que hizo que se ejecutaran cambios estratégicos desde los

mismos estatutos.

Para 2023 se proyecta las siguientes actividades e impactos en Modelo de negocio.

1. Con respecto a nuestros aliados, implementaremos la opción de anticipos y pronto pago de las facturas para proveedores que necesiten flujo de su efectivo.

2. Continuaremos apoyando a nuestros aliados de la zona e incrementando el número de proveedores mujeres, minorías y persona natural con quienes ampliaremos nuestra base de aliados, brindando oportunidades para todos.

2. GOBIERNO CORPORATIVO *EN 2022*

Brandhaus SAS BIC en su Asamblea Extraordinaria de 2021, según acta No 06, adopta actividades de beneficio de interés colectivo y desde la dimensión de Gobierno Corporativo se compromete a:

EXPRESAR la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa.

Indicadores de gestión

Para el cumplimiento de esta acción, procedimos a la actualización de nuestra misión como empresa en equipo con los empleados en sesiones de trabajo que nos permitieron buscar nuestro propósito como compañía y revisar los atributos que nos definen y proyectamos como empresa BIC. Toda esta información se introdujo en el manual de marca/capítulo ADN.

MISIÓN

Construir y materializar marcas únicas y ecosistemas sostenibles en el tiempo que generan valor.

Actualmente nuestra misión se comunica en todos los canales y documentos con los que buscamos presentarnos

**EN EL 2023
se proyectan
las siguientes
actividades e
impactos**

Definiremos un plan de interiorización del ADN (valores, misión y visión de la empresa) para ser implementado entre los empleados de la compañía

3. Practicas laborales

Brandhaus SAS BIC en su Asamblea Extraordinaria de 2021, según acta No 06, adopta actividades de beneficio de interés colectivo y desde la dimensión de Prácticas laborales se compromete a:

Establecer una remuneración salarial razonable para los trabajadores y analizar las diferencias salariales entre los empleados mejor y peor remunerados para establecer estándares de equidad.

Indicadores de gestión

Durante el año 2022 Se implementó un programa de bonificaciones para empleados que gracias a sus capacidades pudieran desarrollar actividades alternas dentro de la compañía con remuneración independiente. Se definieron Incrementos iguales al IPC para todos los cargos y se aprobaron

oportunidades laborales para estudiantes.

Como valores agregados y pensando siempre en mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, Brandhaus estableció desde el año 2021 la modalidad teletrabajo con un horario de trabajo de 8 a.m. a 5 p.m. de lunes a viernes, sumando un total de 40 horas semanales, 8 horas menos de las que exige la ley. Esto ha mejorado la calidad de vida de los empleados y ha proporcionado tiempo de calidad para su familia y para ellos mismos.

Durante el año 2022 se implementó el auxilio educativo para mejorar el nivel de inglés de la compañía, invirtiendo un total de \$764.000 en cursos de inglés.

Los incrementos salariales ente los años 2021 y 2022 fueron en promedio del 16% (ver cuadro anexo)

Las bonificaciones entregadas a los empleados sumaron un total de \$15.585.193

| | Incrementos Salariales | Bonificaciones | Apoyo a plan de estudios |
|------------------------------------|---------------------------|----------------|-----------------------------|
| Año | 2022 | \$ 2.022 | 2022 |
| ADRIANA CEBALLOS GUTIERREZ | 14,95% | \$ 5.000.000 | |
| FELIPE HERRERA LOPEZ | 18,21% | \$ 7.385.193 | \$ 764.000 |
| MARIA CLEMENCIA QUIÑONES ESTUPIÑAN | 10,00 | \$ 200.000 | |
| CAROL LILIANA ANGULO ARIZA | 20,00 | \$ 1.500.000 | |
| LINA MARIA BASTO SIERRA | NA | \$ 1.500.000 | |
| Subtotales | 63,16% | \$ 15.587.215 | \$ 764.000 |
| Totales | 16% | \$ 15.587.215 | \$ 764.000 |

Adicionalmente y buscando la mejora continua del entorno laboral revisamos y ajustamos la documentación que hace parte del Sistema de Gestión de la seguridad y salud en el trabajo y esto se ve reflejado en los resultados de la evaluación del año 2022.

Evaluación correspondiente al periodo 2022

Filtros

Filtrar Por:

AÑO
Ej: 2021

Limpiar filtros

FILTRAR

Listado de calificación de estándares mínimos por período

Resultados por página:
Registros por página: 

| Estado | Nombre de la Empresa o Razón Social | NIT | Fecha Diligenciamiento | Período Correspondiente | Calificación | Acción |
|-------------------------|-------------------------------------|-----------|------------------------|-------------------------|--------------|---|
| Acceptable | BRAND HAUS SAS | 900157376 | 01/02/2023 | 2023 | 100.00 |  |

Mostrando registros del 1 al 1 de 1 registros 

Para 2023 se proyecta las siguientes actividades e impactos en prácticas laborales

- Volveremos a la oficina, en modalidad híbrida con el mismo horario establecido de 40 horas semanales.
- Continuaremos revisando y complementando el material de evaluación del SGSST
- Implementaremos un plan complementario de EPS para todos los empleados.
- Continuaremos con auxilios educativos destinados a mejorar el nivel de conocimiento de los empleados.

4. Prácticas Ambientales

Brandhaus SAS BIC en su Asamblea Extraordinaria de 2021, según acta No 06, adopta actividades de beneficio de interés colectivo y desde la dimensión de Prácticas laborales se compromete a:

Utilizar sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgar incentivos a los trabajadores para utilizar en su desplazamiento al trabajo medios de transporte ambientalmente sostenibles.

Indicadores de gestión

Como respuesta a este compromiso, hicimos seguimiento para asegurar que nuestros empleados desde el año 2020 que trabajan en modalidad virtual, utilizaran iluminación LED (energéticamente eficientes).

Adicionalmente, medimos nuestras emisiones desde el año 2021 y las compensamos con certificados de carbono (ver cuadro)

| Año | co2 emitidas | Compensación | Aporte Ambiental |
|------------|---------------------|--------------------------------|--|
| 2021 | 1.67 Ton | 3 certificados de carbono 100% | El aporte se hizo al proyecto PCH la Naveta. Una pequeña central hidroelectrica localizada en el municipio de Apulo - Cundinamarca |
| 2022 | 1.67 Ton | 3 certificados de carbono 100% | El aporte se hizo al proyecto PCH la Naveta. Una pequeña central hidroelectrica localizada en el municipio de Apulo - Cundinamarca |

Durante el año 2022 medimos las emisiones de CO2 de los dos proyectos de diseño de espacio más grandes de los cuales fuimos interventores, socializamos los resultados con nuestros clientes buscando que ellos y sus proveedores de obra compensen la huella de carbono emitida durante el desarrollo del proyecto.

Por otro lado, la modalidad de teletrabajo nos permitió reducir los desplazamientos significativamente, ya que solo se hacía en los casos en que fuera absolutamente necesario. Hablando en términos de porcentajes, durante el año 2022, el equipo de Brandhaus se desplazó el 16,6% del total de días, con el fin de acudir a reuniones presenciales, quedándose en casa el 83,4% del total.

| Equipo de BRANDHAUS | Días de desplazamiento | Días en casa | % Desplazamiento |
|----------------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------|
| Felipe Herrera | 65 | 195 | 33,3 |
| Carol Angulo | 65 | 195 | 33,3 |
| Adriana Ceballos | 65 | 195 | 33,3 |
| Lina Basto | 65 | 195 | 33,3 |
| Total | 147 | 893 | 16,5 |

Para 2023 se proyecta las siguientes actividades e impactos en prácticas ambientales

- Volveremos a la oficina, en modalidad híbrida con el mismo horario establecido de 40 horas semanales.
- Continuaremos revisando y complementando el material de evaluación del SGSST
- Implementaremos un plan complementario de EPS para todos los empleados.
- Continuaremos con auxilios educativos destinados a mejorar el nivel conocimiento de los empleados.

5. Prácticas con la Comunidad

Brandhaus SAS BIC en su Asamblea Extraordinaria de 2021, según acta No 06, adopta actividades de beneficio de interés colectivo y desde la dimensión de Prácticas con la Comunidad se compromete a:

Crear opciones de trabajo para la población estructuralmente desempleada, tales como los jóvenes en situación de riesgo, individuos sin hogar, reinsertados o personas que han salido de la cárcel.

Indicadores de gestión

Durante el año 2022 se decidió contratar estudiantes para el apoyo de la gestión de proyectos, buscando que logren experiencia y buenas prácticas que los ayuden a mejorar sus oportunidades laborales dentro de su campo de acción al terminar sus estudios, siendo esta su primera experiencia laboral.

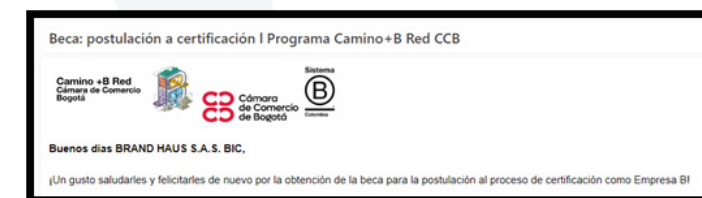
Para 2023 se proyecta las siguientes actividades e impactos en prácticas con la comunidad

- Seguiremos buscando opciones de trabajo para jóvenes estudiantes dentro de empresa y personas pertenecientes a minorías.

6. Informe de la Evaluación de impacto B –EIB, estándar seleccionado

Es importante resaltar el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, siendo consistente con esto, se buscan mecanismos de mejora continua con la implementación de buenas prácticas de triple impacto. La empresa decide participar en el Programa Camino + B, realizado por la cámara de comercio de Bogotá y Sistema B Colombia, para medir sus indicadores de gestión con el diligenciamiento del estándar de la Evaluación de Impacto B – EIB y en diciembre de 2022 se obtuvo la Beca para la certificación como Empresa B. Evaluación de Impacto, es un estándar exigente

donde se adapta al contexto de cada empresa, según su número de trabajadores, sector, industria y mercado (track de la evaluación). Cuenta con alrededor de 200 preguntas, las preguntas se estructuran en 5 áreas de impacto: Gobernanza, Trabajadores, Comunidad, Medioambiente y Clientes, en cada uno se otorga un puntaje cuantitativo.



Con respecto al resultado obtenido en el 2022 después hacer un proceso riguroso con la EIB se obtuvo un resultado que muestra el estado de los indicadores de impacto y de operación de la empresa, a través de su modelo de negocio que está direccionado especialmente a generar impactos en los clientes y las comunidades.

A partir de los resultados de la Evaluación de Impacto B, se definió el plan de Sostenibilidad 2023, con el cual se evolucionará la compañía hacia mejorar sus buenas prácticas Triple Impacto.

Se anexa el Informe de Rendimiento de la Evaluación de Impacto B

Ver anexo No. 2

Conclusiones

Cada uno de los encargos se eligen con total responsabilidad para ser una empresa creadora de valor en cada proyecto y actividad que realiza, actuando con responsabilidad e interdependencia con los ecosistemas. Los indicadores establecidos en este documento serán medidos anualmente.

ANEXOS

Anexo 1.

Acta de asamblea extraordinaria No 6 de 2021

PDF

Anexo 2

Informe de Rendimiento de la Evaluación de Impacto B.

PDF

Anexo 1

Asamblea de Accionistas de la sociedad Extraordinaria Brand Haus SAS Acta No. 06-2021

A los 29 días del mes de noviembre del año 2021, siendo las 9:00 a.m., en las instalaciones de la sociedad Brand Haus SAS, en Reunión Extraordinaria, se encuentran presentes las siguientes personas:

| | |
|----------------------------|---------------------|
| Accionista: | Capital Accionario: |
| ADRIANA CEBALLOS GUTIERREZ | 100% |

La accionista de la Sociedad Brand Haus SAS, se encuentra presente, atendiendo a la convocatoria realizada por la Gerente, la cual fue realizada en la forma prevista por los estatutos sociales. Se hace constar que durante el término señalado en los estatutos, los libros de la compañía y demás elementos exigidos por la ley estuvieron a disposición de los accionistas en la oficina principal de la sociedad.

A continuación la asamblea aprobó por unanimidad el siguiente orden del día:

ORDEN DEL DIA:

1. Verificación del quórum;
2. Elección de presidente y secretario de la Asamblea.
3. Reforma de Estatutos.
4. Lectura y aprobación del Acta de la Asamblea de Accionistas.

1°. Verificación de quórum. La Gerente de la Sociedad Brandhaus SAS informó que se encontraban representadas en esta Asamblea, en Capital Accionario, un total de 50.000 acciones, las cuales integran el cien (100%) del capital suscrito y pagado de la empresa, y que, en consecuencia puede constituirse en Asamblea de Accionistas con capacidad para deliberar y tomar decisiones. La accionista está presente en la Asamblea.

2°. Elección de presidente y secretario de la asamblea. Por unanimidad fueron elegidos la señora Adriana Ceballos Gutiérrez, como presidente y la Sra. Carol Angulo como secretaria.

3°. Reforma de Estatutos.

Se propone a la Asamblea de Accionistas la reforma de los estatutos sociales en los siguientes términos:

| 1 | Denominación social y nacionalidad |
|---|------------------------------------|
| La sociedad se denomina "BRAND HAUS S.A.S. BIC". Es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, de beneficio e interés colectivo y de nacionalidad colombiana. | |

| 2 | Objeto social |
|---|---------------|
| <p>La sociedad tendrá como objeto principal diseños de campañas de publicidad, plan de medios, contratación de pautas en medios, oficina de prensa, diseño, producción y comercialización de otros productos, y herramientas promocionales proyectos de arquitectura de marca y compraventa de inmuebles. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero. La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.</p> <p>Además, de conformidad con el Decreto 2046 de 2019, la empresa adopta las siguientes actividades de beneficio e interés colectivo:</p> <p>En la dimensión Modelo de Negocio: Implementar prácticas de comercio justo y promover programas para que los proveedores se conviertan en dueños colectivos de la sociedad, con el fin de ayudar a estos para salir de la pobreza.</p> <p>En la dimensión Gobierno Corporativo: Expresar la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa.</p> <p>En la dimensión Prácticas Laborales: Establecer una remuneración salarial razonable para los trabajadores y analizar las diferencias salariales entre los empleados mejor y peor remunerados para establecer estándares de equidad.</p> <p>En la dimensión Prácticas Ambientales: Utilizar sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgar incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles.</p> | |

En la dimensión Prácticas con la Comunidad: Crear opciones de trabajo para la población estructuralmente desempleada, tales como los jóvenes en situación de riesgo, individuos sin hogar, reinsertados o personas que han salido de la cárcel.

La Asamblea de Accionistas aprueba la reforma de estatutos propuesta, la reforma de estatutos de la sociedad puede ser inscrita y se aprueba con un total de votos del 100%.

4°. Lectura y aprobación del acta de la Asamblea. El Secretario designado por la Asamblea dio lectura a la presente acta, la cual fue aprobada por los presentes.

Habiéndose agotado el orden del día y no habiendo otro asunto que tratar, el Presidente de la asamblea, levantó la sesión siendo las 10:30 a.m.



ORIGINAL FIRMADO
ADRIANA CEBALLOS GUTIÉRREZ
CC. 52.005.536
Presidente



ORIGINAL FIRMADO
CAROL LILIANA ANGULO
CC. 53.155.056
Secretario

Anexo 2

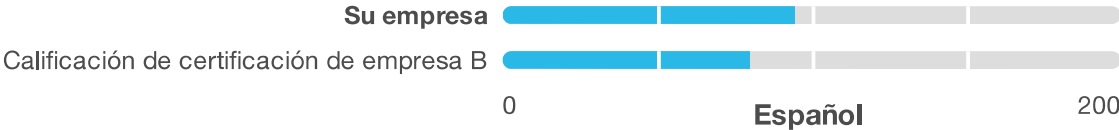
¿Está planeando un viaje hacia la certificación? Más información sobre el cronograma y el proceso

Evaluación de Impacto

Puntaje total de Impacto B 

BRANDHAUS SAS BIC

Para la fecha de finalización del año fiscal:
31 Dic 2022



Gobernanza

Descubra qué puede hacer su empresa para mejorar las políticas y prácticas relacionadas con su misión, su ética, su responsabilidad y su transparencia.

PREGUNTAS CONTESTADAS PUNTAJE GENERAL
22/22 15.7



Misión y compromiso PUNTAJE 2.3/4



Ética y transparencia PUNTAJE 3.4/6



Protección de la misión - Modelo de negocio de impacto PUNTAJE 10.0/10



PREGUNTAS CONTESTADAS PUNTAJE GENERAL

Trabajadores

44/44

26.1

Descubra qué puede hacer su empresa para contribuir al bienestar financiero, físico, profesional y social de sus empleados.

Seguridad financiera

PUNTAJE
3.5/17



Salud, bienestar y seguridad

PUNTAJE

3.7/10



Desarrollo profesional

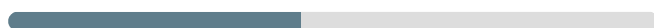
PUNTAJE
2.1/3.5



Desarrollo profesional (asalariados)

PUNTAJE

0.6/1.5



Satisfacción y compromiso

PUNTAJE
4.0/5



Satisfacción y compromiso (asalariados)

PUNTAJE

1.6/3



Comunidad

Descubra qué puede hacer su empresa para contribuir al bienestar económico y social de las comunidades en las que opera.

PREGUNTAS CONTESTADAS

37/37

PUNTAJE GENERAL

22.7



Diversidad, equidad e inclusión

PUNTAJE
3.8/10



Impacto económico

PUNTAJE

6.6/10



Compromiso Cívico y Donaciones

PUNTAJE
3.6/8



Gestión de la cadena de suministro

PUNTAJE

8.6/12



Medio Ambiente

PREGUNTAS CONTESTADAS

26/26

PUNTAJE GENERAL

18.3



Descubra qué puede hacer su empresa para mejorar su gestión ambiental en general.



Cientes

Descubra qué puede hacer su empresa para mejorar el valor que aporta a los clientes y consumidores directos de sus productos y servicios.

PREGUNTAS CONTESTADAS PUNTAJE GENERAL
18/18 **11.4**

