

Informe de Gestión

20

25

El Valor de la Cadena:
Absorber el Riesgo para
Proteger el Propósito



“En 2025, brandHAUS no solo operó como una agencia; actuó como un laboratorio de soluciones sostenibles. Tras consolidar nuestra certificación como Empresa B, este año la Evaluación de Impacto B (EIB) dejó de ser una métrica externa para convertirse en nuestra brújula interna.

En un entorno de mercado volátil, nuestra respuesta fue la resiliencia estratégica: demostrar que el diseño de marca en sus 5 dimensiones, es una herramienta poderosa para regenerar el tejido social y ambiental”.

Carta de Adriana Ceballos
CEO y Representante Legal



Sobre este informe

Este documento constituye la rendición de cuentas de brandHAUS correspondiente al ejercicio 2025. Su propósito es visibilizar los hitos y resultados alcanzados en las dimensiones económica, social y ambiental, bajo un modelo de negocio que integra la estrategia con el impacto. A través de una metodología cuantitativa y cualitativa, exponemos el cumplimiento de las actividades de beneficio e interés colectivo que fundamentan nuestra esencia como Sociedad BIC.

El presente informe detalla la evolución de los compromisos adoptados desde diciembre de 2021. Nuestra gestión para 2025 profundiza en la interdependencia con los ecosistemas en los que operamos, priorizando siempre el equilibrio entre la excelencia creativa para nuestros grupos de interés y el respeto profundo por la naturaleza.

Como eje central de nuestra medición y mejora continua, aplicamos el estándar de la Evaluación de Impacto B (EIB). Tras nuestra certificación oficial en diciembre de 2023, este informe representa la consolidación de dicho estándar como la brújula estratégica que nos permite madurar como empresa de triple impacto en un entorno desafiante.



Estructura del Informe:

- | | |
|----|---|
| 5 | Modelo de negocio:
La propuesta de valor y la estrategia comercial del año. |
| 10 | Gobierno corporativo:
Estructura de liderazgo y transparencia en la toma de decisiones. |
| 17 | Prácticas laborales:
El bienestar y desarrollo de nuestro equipo de trabajo. |
| | Prácticas ambientales:
Gestión de recursos y compensación de huella de carbono. |
| | Prácticas con la comunidad:
Nuestro rol social y el impacto de iniciativas locales. |
| | Desempeño bajo el estándar B: Resultados detallados de la Evaluación de Impacto B (EIB). |



Sobre brandHAUS

Somos un laboratorio creativo definido por la evolución constante y la búsqueda de la excelencia. Nuestro ADN nos impulsa a ir más allá de la estética; nos especializamos en la construcción integral de marcas, articulando estrategia, identidad, narrativa y diseño de espacios bajo una visión multidimensional que transforma realidades.

Con 18 años de trayectoria en el mercado colombiano, hemos validado que las marcas con un propósito claro son las únicas capaces de trascender los resultados económicos para generar un impacto positivo en su entorno. Por ello, cada proyecto que lideramos busca no solo el éxito comercial, sino la creación de valor sostenible y responsable, preparándonos con solidez para nuestro 20° aniversario en 2027.



Nuestro Compromiso con el planeta

Reconocemos nuestra responsabilidad como diseñadores frente a la crisis climática. En nuestro laboratorio, mantenemos el compromiso firme de medir la huella de carbono de nuestros procesos y proyectos, utilizando herramientas propias para cuantificar emisiones de CO₂. Esta conciencia nos permite reducir el impacto ambiental mediante una selección rigurosa de materiales, procesos responsables y la gestión de certificados de compensación.

Nuestra labor pedagógica es fundamental: extendemos este esfuerzo a clientes y aliados, convirtiendo a cada actor del proceso creativo en un cómplice solidario de la causa ambiental. Juntos, minimizamos el impacto del diseño y construimos un futuro más verde a través de la creatividad consciente.



Nuestro Compromiso Social

A través de nuestra marca Salvario, potenciamos la economía circular y el comercio justo en comunidades de artesanos y pequeñas empresas lideradas por mujeres. Este compromiso se materializa en el diseño de productos que honran nuestras tradiciones y biodiversidad, aportando valor técnico y comercial a la producción artesanal para asegurar su sostenibilidad en el tiempo.



Felipe Herrera
Director Ejecutivo



Modelo de negocio

Frente a un entorno económico desafiante, nuestro modelo de negocio se ha fortalecido mediante una estructura de austeridad inteligente. Esta visión nos permitió optimizar el gasto y la inversión sin comprometer la calidad excepcional que nos define como laboratorio creativo. El enfoque de este periodo se centró en la dinamización de nuestra fuerza comercial, priorizando la captación de nuevos mercados y clientes que compartan nuestra visión de impacto, asegurando así la sostenibilidad financiera a largo plazo.

En este contexto, brandHAUS mantiene y profundiza su compromiso adquirido en la Asamblea Ordinaria de accionistas de Brandhaus SAS BIC, celebrada el 22 de marzo de 2023, y registrada en el acta No. 01-2023, se aprobaron actividades en beneficio del interés colectivo. En este contexto, la empresa se compromete a:

"Adquirir bienes o contratar servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dar preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales".

Este compromiso no es solo una declaración formal, sino el motor de nuestra eficiencia: al fortalecer nuestra red de proveedores locales y aliados diversos, logramos una operación más ágil, consciente y alineada con los valores de una Empresa B que busca maximizar el valor entregado a cada cliente en cada proyecto.



Así lo gestionamos en 2025

1 Con Resiliencia y Propósito en Red

En brandHAUS, nuestro modelo de negocio no solo busca la excelencia creativa, sino la generación de un impacto positivo sistémico. El 2025 fue un año de transformación: pasamos de una estructura operativa tradicional a un modelo de red de talento altamente eficiente, diseñado para navegar un entorno económico retador sin sacrificar nuestra esencia como empresa BIC.

1.1. Talento brandHAUS:

La "Manada" Extendida

Durante este ejercicio, consolidamos la iniciativa Talento brandHAUS.

Ante la necesidad de optimizar gastos administrativos, apostamos por una estructura ágil de especialistas que nos permitió migrar hacia un modelo altamente eficiente:

Escalabilidad y Curaduría de Talento:

En 2025, la escalabilidad dejó de ser un concepto para convertirse en nuestra mayor fortaleza operativa. Activamos células de trabajo de alto rendimiento para proyectos de gran envergadura, incluyendo el diseño de señalización técnica con expertos BIM y la producción integral de espacios comerciales. Este éxito no fue fortuito; el haber iniciado un proceso riguroso de evaluación de capacidades y alcance de nuestros proveedores nos permitió realizar una selección de talento humano basada en la precisión y la afinidad con la excelencia.



Ampliación de la oferta de valor:

La activación estratégica de estos talentos permitió a brandHAUS trascender sus límites previos, integrando la Arquitectura BIM y la Narrativa de Marca como pilares fundamentales de nuestra nueva propuesta de valor.

No se trató solo de una suma de servicios, sino de una integración profunda que nos permite hoy ofrecer soluciones donde la precisión técnica constructiva conversa directamente con la esencia identitaria de la marca. Esta expansión nos posiciona como un laboratorio capaz de cubrir el espectro completo del diseño —desde el ADN conceptual hasta la ejecución física detallada—, entregando proyectos con una coherencia y profundidad que antes eran inalcanzables.

1.2. Apoyo a Minorías y Personas Naturales:

Nuestra mayor victoria en 2025 fue el fortalecimiento del apoyo al talento humano independiente. Mientras el mercado redujo oportunidades, brandHAUS las expandió.

Contratación de Independientes:

Contratación de Independientes: El 31,44% de nuestra contratación se destinó a personas naturales, superando el 30,03% de 2024. (tabla 2)

Como se observa en el registro de contratos de 2025, el 31,44% de nuestra contratación se destinó a personas naturales, superando el desempeño del año anterior del 30,03%. Este rubro representa nuestro compromiso directo con la equidad de género y el apoyo a minorías (ver tabla 1)



Indicador impacto social	2024	2025
Inversión en aliados personas naturales	30.03%	31,44%

Liderazgo Femenino:

Destaca la gestión de aliadas como Asesorías contables tributarias y financieras en cabeza de Herly Hurtado (10.75%), Natalia López Sierra (1,95%) y Aura María Montiel(1,46%).

Aliados Personas Naturales

Contratos

Natalia Chamorro	0,36%
Camila Gutiérrez	1,02%
Claudia C. Pulido	0,50%
Natalia López	1,95%
Lady Melo	1,07%
Aura Montiel	1,46%
Asesorías Contables	10,75%
Adriana Ceballos	1,47%
Lyna Gracia	0,88%
Blanca Correa	0,08%
Andrés Herrera	0,47%
Johant Solano	0,35%
Hugo Velilla	0,18%
Juan Rojas	0,07%
Paulo Rodriguez	0,22%
Jairo León	1,70%
José Vanegas	1,04%
Diego Montiel	6,98%
Alvaro Tovar	0,07%
Juan Ceballos	0,51%
Robinson Soto	0,20%
Gabriel Parra	0,05%
Andrés Gómez	0,05%

(tabla 2)

31.44%



1.3. Compras Sostenibles y Aliados Comprometidos

La sostenibilidad en brandHAUS comienza en la selección de con quién trabajamos. En 2025, elevamos el estándar de nuestra cadena de valor bajo dos premisas:

Gestión de compra con Propósito

No compramos solo servicios; invertimos en impacto. Nuestra política de compras se centró en la Reducción de Huella Logística: Al favorecer la contratación local y digital, minimizamos los desplazamientos y recursos físicos, alineándonos con nuestra meta de ser un laboratorio creativo carbono-compensado.

Corresponsabilidad de los Aliados. El Onboarding como filtro de Propósito

En brandHAUS, entendemos que la excelencia técnica es estéril sin una alineación ética y filosófica. El 2025 no solo fue un año de expansión comercial, sino de la maduración definitiva de nuestro proceso de Onboarding Digital.

Este ecosistema asegura que cada uno de los aliados que conforman el 31,44% de nuestra inversión en talento independiente actúe como un embajador genuino de nuestra cultura.

Este proceso de corresponsabilidad se basa en tres pilares estratégicos:

1. Inducción al ADN y cultura de manada

Cada nuevo aliado, sin importar la escala de su participación, atraviesa una inmersión profunda en nuestra metodología. Esto garantiza que, independientemente de si su contrato representa una fracción del 0,05% o un impacto del 6,98% de la operación anual, el lenguaje, la transparencia y el trato humano sean consistentes con nuestra identidad de marca. La "Manada" crece en número, pero mantiene una sola voz.



2. Protocolos de Sostenibilidad, Calidad y FIX

La corresponsabilidad implica que el aliado no es un agente externo, sino un socio en nuestra misión ambiental. A través del Onboarding, capacitamos a nuestra red en el uso de FIX, nuestra herramienta de medición de impacto. Al reportar datos clave, el aliado permite que brandHAUS mantenga su promesa de valor inigualable y su trazabilidad de carbono frente a clientes de alta exigencia como Juegos de Video Colombia (BOSE) o el Banco Popular.

3. Compromiso con el Bienestar Colectivo y Eficiencia Digital

Establecemos acuerdos claros sobre prácticas de trabajo justas y el uso eficiente de recursos desde el primer contacto. Al digitalizar este proceso, logramos que el vertiginoso crecimiento de la red de Talento brandHAUS en 2025 fuera ordenado, profesional y, sobre todo, profundamente consciente de su rol dentro de un ecosistema BIC.

4. Negociaciones y Políticas de Pago: Equidad en la Transacción

Para brandHAUS SAS BIC, la sostenibilidad de nuestra red de aliados depende directamente de una relación financiera justa y transparente. Durante el 2025, no solo mantuvimos las buenas prácticas de negociación personalizada heredadas del 2024, sino que las elevamos a un estándar de cumplimiento riguroso que favorece el crecimiento de los pequeños emprendedores.

A. Consolidación del Flujo de Capital para Aliados

Nuestra política de pagos se mantuvo firme como una herramienta de empoderamiento económico, especialmente para el 31,44% de nuestra inversión destinada a personas naturales:

Sincronía en Anticipos:

Mantuvimos la política de transferir al aliado el mismo porcentaje de anticipo negociado con el cliente de manera inmediata. Esto asegura que nuestros especialistas cuenten con el capital operativo necesario para iniciar proyectos de alta complejidad, sin arriesgar su propio patrimonio.

5. Gestión de liquidez (pronto pago)

Continuamos ofreciendo opciones de pronto pago con descuentos del 5% (en 1-2 días) y 2% (en 10 días). En 2025, esta flexibilidad permitió que nuestra red de aliados independientes gestionara sus flujos de caja con mayor autonomía frente a los desafíos económicos del entorno.

Proveedor	Anticipos
Carolina Pulido	\$ 1.100.000
Paulo Rodriguez	\$ 330.000
Javela Hermanos	\$ 27.456.955
Johant Solano	\$ 600.000
Ogliastri	\$ 9.177.914
	\$ 38.664.869

6. Evaluación de la Manada: Escuchando a nuestros Aliados

Para cerrar el ciclo de excelencia, en 2025 implementamos nuestra Evaluación de Satisfacción de Aliados. Este termómetro nos permite validar que nuestro proceso de Onboarding, efectivamente genera un sentimiento de pertenencia y bienestar.

Transparencia y Voz de la manada

En cumplimiento con el Acta No. 01-2023, brandHAUS ha transformado la obligación legal de "expresar la misión en los documentos de la empresa" en un sistema vivo de gestión.

Para validar nuestro modelo de "Manada", implementamos una auditoría de satisfacción con nuestros aliados estratégicos (especialistas independientes). Los resultados reflejan la solidez de nuestra gobernanza:

Justicia Financiera:

El 100% de los aliados se encuentran entre "Satisfechos" y "Muy Satisfechos" con la puntualidad y transparencia en los pagos.

Gestión Operativa

La totalidad de los consultores calificó el proceso de Onboarding y el Briefing inicial como "Ágil y claro", validando el esfuerzo gerencial por reducir procesos burocráticos.

Alineación de Propósito:

El 100% de los participantes percibe que su trabajo con brandHAUS genera un impacto real (Social o Ambiental) y recomiendan sin dudar la colaboración con el laboratorio.



7. Desarrollo de Estrategias Comerciales: Liderazgo y Conversión

El crecimiento exponencial en las ventas durante 2025 no fue un evento fortuito, sino el resultado directo de una gestión gerencial volcada hacia la expansión y el fortalecimiento de la confianza con el mercado. Mientras el entorno económico exigía cautela, la gerencia de brandHAUS apostó por una presencia activa y estratégica.

Liderazgo Gerencial: El Motor de la Tracción Comercial

El éxito de este ejercicio se fundamenta en la capacidad de la gerencia para abrir nuevas puertas y consolidar relaciones de alto nivel:

Gestión de Cuentas Estratégicas:

El esfuerzo personal de la gerencia fue decisivo para la vinculación de clientes de gran envergadura como Construcciones Planificadas y JVLat, aportando una visión senior que garantizó el cierre de estos negocios.



Resiliencia y Visión de Mercado:

Ante un panorama de resultados previos retadores, la gerencia lideró una transformación que permitió pasar de \$227 millones en ingresos en 2024 a \$486.266.619 en 2025, un crecimiento del 114%.

Fomento de la Cultura de Venta

La gerencia no solo buscó clientes, sino que alineó a toda la "manada" bajo una narrativa de excelencia, logrando que el rubro de Publicidad y Diseño alcanzara los \$496 millones de facturación.

Herramientas Comerciales:

Como segundo nivel de apoyo, la gerencia se apalancó en las herramientas tácticas desarrolladas y refinadas desde el 2024 para materializar las oportunidades:

La disciplina en el Blog y redes sociales (LinkedIn e Instagram) sirvió como soporte de credibilidad para las gestiones de la gerencia, manteniendo a la marca relevante frente a los tomadores de decisión

Onboarding como Cierre de Valor: La implementación del proceso de Onboarding aseguró que la promesa comercial hecha por la gerencia, se tradujera en una experiencia de servicio impecable, fortaleciendo los lazos con los aliados y garantizando la calidad del producto final.

Impacto en la Salud Financiera de la Compañía

Este esfuerzo conjunto entre liderazgo y herramientas permitió una recuperación sustancial de la utilidad del ejercicio, reduciendo la pérdida neta en \$140.208.637 respecto al año anterior. El incremento en la cartera de clientes, que subió a \$128.551.504, es la prueba de una gestión comercial dinámica y en pleno crecimiento.

Compromisos 2026

Institucionalización de la Red de Talento Diversa:

Nos comprometemos a que al menos el 31,4% de nuestra inversión operativa continúe fluyendo hacia nuestra red de especialistas independientes y personas naturales. Elevaremos la meta de inclusión de mujeres y minorías al 24% de las compras sostenibles, asegurando que nuestro éxito comercial (BIM, Narrativa y Espacios) financie directamente el desarrollo de talento diverso.

Blindaje y Evolución de la Justicia Financiera:

Mantendremos el respeto irrestricto de nuestras políticas de pago (30 días y transferencia inmediata de anticipos). Como evolución, implementaremos la transparencia digital de liquidaciones para que nuestra "Manada" tenga certidumbre total sobre sus recursos, priorizando el acceso a liquidez mediante programas de pronto pago para pequeños emprendedores.

Trazabilidad y Sostenibilidad Radical (FIX):

Garantizaremos que el 100% de los proyectos gestionados a través de nuestra red de aliados integren la medición de huella de carbono e impacto social mediante nuestra metodología FIX. Queremos que la salud financiera de la compañía respalde proyectos que sean técnica y ambientalmente impecables.

Liderazgo Estratégico hacia el 20° Aniversario:

La gerencia continuará liderando la estrategia de captación de clientes con ADN BIC, reinvertiendo los excedentes de la "austeridad inteligente" en innovación y en el saneamiento definitivo de pasivos laborales. Esto asegurará que lleguemos a nuestro hito de 20 años (2027) como una compañía financieramente sólida y éticamente ejemplar.

Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo en brandHAUS no es solo una estructura de control, es el vehículo a través del cual garantizamos que nuestro propósito se mantenga vivo en cada decisión operativa. Este compromiso tiene una base institucional sólida:

brandHAUS SAS BIC, en su Asamblea Ordinaria de marzo 2023, según acta No. 01-2023, adopta actividades de beneficio e interés colectivo. Desde la dimensión de Gobierno Corporativo, la sociedad se compromete formalmente a expresar la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa.



Así lo vivimos en 2025

Con Coherencia y Transparencia en la Gestión

Cumpliendo con este mandato de 2023, este Informe de Gestión 2025 actúa como el documento principal de divulgación donde nuestra misión —construir marcas integrales con impacto humano y ambiental— se hace tangible.

Con Compromiso Permanente

Este capítulo rinde cuentas sobre cómo hemos honrado el compromiso adquirido en marzo de 2023.

En un año de retos económicos, el Gobierno Corporativo de brandHAUS priorizó la transparencia radical, demostrando que la misión de la sociedad es el eje inamovible de nuestra operación, sin importar el contexto del mercado.

Estas fueron nuestras acciones:



La visión como un propósito tangible

De la Planificación a la Ejecución Ágil

En el ejercicio 2024, brandHAUS se enfocó en la creación de políticas, la segmentación de proveedores y la adopción formal de los compromisos BIC. El 2025 fue el año de poner a prueba esos sistemas, transformándolos en procesos vivos que garantizarán la operatividad en un entorno de austeridad estratégica.

De la Segmentación a la integración:

Si en 2024 el objetivo fue segmentar y crear políticas de compra, en 2025 el proceso evolucionó hacia una integración profunda a través de la plataforma Talento brandHAUS, permitiendo que el 31,44% de la inversión fluyera eficientemente hacia personas naturales.

Nuestras acciones

Transparencia Documental:

Cumpliendo con el compromiso de 2025 de expresar la misión en los documentos de la empresa, estandarizamos que todas las presentaciones corporativas lo incluyeran sin excepción.

Cultura de Manada:

El proceso de Onboarding pasó de ser una idea de gestión en 2024 a ser el filtro principal de calidad en 2025. Este proceso asegura que cada aliado independiente comprenda la metodología de "laboratorio creativo" y su misión antes de iniciar proyectos de alto nivel.

Ampliación de la oferta de valor:

La activación estratégica de estos talentos permitió a brandHAUS trascender sus límites previos, integrando la Arquitectura BIM y la Narrativa de Marca como pilares fundamentales de nuestra nueva propuesta de valor.

Prácticas Laborales

El Fundamento BIC (Acta No. 01-2023)

Este esfuerzo de supervivencia no fue improvisado. Se basó en la dimensión de prácticas laborales adoptada en marzo de 2023

"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."

1. Resiliencia y la Fuerza de la "Manada

El ejercicio 2025 estuvo marcado por un esfuerzo extraordinario de la gerencia para mantener la empresa a flote tras los resultados retadores del 2024. No solo se trató de una supervivencia financiera, sino de una resistencia ética para no sacrificar el talento humano ante la crisis.

De la Crisis a la Oportunidad:

Tras un 2024 con pérdidas significativas, la compañía se vio obligada a adoptar un modelo de austeridad administrativa. Sin embargo, esta limitación se transformó en una fortaleza: la consolidación de nuestra "Manada en Red".

Prioridad: El Pago Humano:

El análisis inicial de 2025 arrojó que la prioridad absoluta era el cumplimiento de los salarios y beneficios. A pesar de contar con un pasivo de \$162.437.494 en salarios por pagar, la empresa reconoció formalmente cada compromiso, demostrando transparencia radical ante el equipo y la Asamblea.



Apalancamiento en Ventas:

La gerencia entendió que para honrar estos compromisos laborales debía duplicar el motor comercial. El resultado fue exitoso: el crecimiento del 114% en los ingresos operacionales es lo que hoy permite proyectar el saneamiento total de estos pasivos.

2. Resultados de Gestión Salarial 2025

Honrando ese análisis inicial, la empresa no congeló los ingresos, sino que buscó la equidad

Equidad Proporcional:

Se garantizó que el salario más bajo de la organización tuviera un incremento para proteger su poder adquisitivo

Responsabilidad Gerencial:

El incremento en la dirección general se justifica en la exitosa gestión comercial que redujo la pérdida neta del ejercicio en \$140.208.637.

3 Desarrollo y Bienestar de la Manada

Para brandHAUS, el talento humano es el eje de nuestra capacidad creativa. En 2025, a pesar de los retos del entorno, hemos mantenido intactos los pilares de bienestar que nos definen, entendiendo que la calidad de vida de nuestro equipo es directamente proporcional a la calidad de los proyectos que entregamos.

Flexibilidad y Calidad de Tiempo

Ratificamos nuestra modalidad de trabajo, la cual sigue operando bajo los mismos estándares de equilibrio vida - trabajo establecidos en 2024:

Teletrabajo:

El 66% de nuestro equipo continúa desempeñando sus labores bajo la modalidad de trabajo remoto, con presencialidad sujeta únicamente a los requerimientos específicos de cada proyecto.

Jornada Reducida:

Mantenemos nuestra jornada de 40 horas semanales (lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.), lo que representa 6 horas menos de lo exigido por la ley. Esta política garantiza tiempo de calidad para la vida personal y asegura un alto rendimiento profesional.

Compromiso con la Formación Continua

(Política del 5%) En 2024, definimos una política de inversión en capacitación consistente en asignar el 5% de la utilidad anual a programas de formación (50% profesional y 50% intereses personales).

Estado 2025:

Debido a que el ejercicio 2025 se enfocó en la recuperación de la salud financiera y el saneamiento de pasivos previos bajo un modelo de austeridad inteligente, no se generaron utilidades netas distribuibles para este rubro.

Perspectiva 2026:

Queremos ser enfáticos en que esta política sigue vigente. El compromiso de invertir en el crecimiento de nuestra Manada permanece en pie y se activará prioritariamente en cuanto se registren las utilidades proyectadas para el próximo ejercicio, basándose en el cumplimiento de KPIs y el compromiso mostrado por el equipo durante esta etapa de transición.

En línea con nuestro compromiso por la mejora continua del entorno laboral, durante este ejercicio consolidamos la revisión y ajuste de toda la documentación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Este fortalecimiento documental es el resultado directo de los hallazgos y el desempeño positivo reflejado en la evaluación del año anterior, asegurando un marco de protección sólido para cada integrante de la organización."

Un resultado de excelencia 100% Aceptable

El 13 de abril de 2026, bajo el marco de la Resolución 0312 de 2019, Positiva Compañía de Seguros certificó que brandHAUS obtuvo un puntaje de 100,00% en la autoevaluación de Estándares Mínimos del SG-SST para la vigencia 2025.

Este resultado es "**ACEPTABLE**" bajo los más altos estándares legales y se desglosa en el cumplimiento total de los ciclos de gestión:

Planear (100%):

Garantizamos que cada estrategia de seguridad esté debidamente estructurada desde su origen.

Hacer (100%):

Ejecutamos con precisión las acciones preventivas y de cuidado para nuestra manada.

Verificar (100%):

Auditamos y evaluamos constantemente nuestros procesos para no dejar nada al azar.

Actuar (100%):

Cerramos el ciclo con una capacidad de respuesta inmediata para la mejora del entorno laboral.

¿Por qué es importante para la Asamblea?

Haber logrado el 100% en la evaluación de Positiva demuestra que, mientras la gerencia se enfocaba en duplicar las ventas (alcanzando los \$486 millones), nunca descuidó la integridad y la seguridad de sus colaboradores y aliados. Este certificado es una garantía de:

Cero Riesgo Legal:

Cumplimiento total de la normativa colombiana vigente.

Confianza para Clientes:

Empresas encuentran en brandHAUS un aliado que cumple con los más estrictos estándares corporativos.

Bienestar Real:

Una manada segura es una manada productiva y comprometida con la misión BIC de la sociedad.

Compromisos en Prácticas Laborales y talento

Saneamiento de Pasivos Laborales:

Utilizar el flujo de caja derivado del incremento del 114% en las ventas para reducir gradualmente el saldo de salarios por pagar (\$162.437.494).

Mantenimiento de la Excelencia en SST:

Sostener el cumplimiento del 100,00% en los estándares mínimos del SG-SST certificados por Positiva, asegurando que la expansión de la red no comprometa la seguridad.

Activación de Fondos de Capacitación:

La gerencia se compromete a que, una vez alcanzado el punto de equilibrio y saneamiento financiero, la reactivación del presupuesto para capacitación sea el primer incentivo de bienestar en ejecutarse.

Equidad Salarial Continua:

Mantener la revisión de brechas según el Acta No. 01-2023, garantizando que los incrementos sean razonables y protejan el poder adquisitivo de todos los niveles.

Mantener la Jornada de 40 Horas:

Seguiremos protegiendo el tiempo de descanso y calidad de vida de nuestros empleados como un factor diferenciador de nuestra cultura corporativa.

Prácticas Ambientales:

Creatividad para un Futuro Carbono Neutral

En brandHAUS SAS BIC, entendemos que el diseño y la arquitectura tienen una responsabilidad directa sobre la salud del planeta. Durante el 2025, nuestra gestión ambiental se centró en el mantenimiento y actualización de nuestra herramienta FIX, que permite medir, mitigar y compensar el impacto de nuestra actividad y la de nuestros clientes.

1. La herramienta FIX como motor de Ecodiseño

Nuestra herramienta propietaria, FIX, ha dejado de ser un indicador de diagnóstico para convertirse en un software de simulación y auditoría climática en tiempo real. FIX nos permite trazar el ciclo de vida completo de cada proyecto en nuestras 5 dimensiones, permitiendo a las marcas comprender y mitigar el costo ambiental de sus decisiones de diseño antes de iniciar la producción.



Caso de Éxito y Evidencia Técnica: Proyecto Puntos de Venta

Además de medir y compensar las emisiones directas de nuestras operaciones. Durante el 2025, brandHAUS asumió un reto de alta complejidad técnica para uno de nuestros clientes, que involucró no solo el diseño estratégico y gráfico, sino también la producción e instalación física de mobiliario en puntos de venta estratégicos en Cartagena, Medellín y Bucaramanga.

Utilizando la metodología FIX, realizamos un inventario integral de Gases de Efecto Invernadero (GEI) bajo los tres alcances de

Resultados del Inventario de Emisiones (Herramienta FIX)

Alcance 1 (Emisiones Directas):

Registramos 0.08 tCO₂e, lo que representa apenas el 0.37% del inventario del proyecto. Estas emisiones corresponden al uso de combustibles en fuentes móviles controladas por la organización para la logística inicial de supervisión. Las fugas por refrigeración y extintores se mantuvieron en 0.00%.

Alcance 2 (Emisiones Indirectas por Energía):

Controlamos el consumo de energía eléctrica derivado de las luminarias y equipos de cómputo utilizados durante las fases de conceptualización y diseño técnico del proyecto.

Alcance 3 (Emisiones de la Cadena de Valor):

Como es natural en proyectos que demandan manufactura e ingeniería, este alcance concentró la mayor carga ambiental. FIX detectó un impacto de 1.418 tCO₂e (6.65%) correspondiente únicamente a vuelos corporativos del equipo de producción, sumado a la huella de la movilidad terrestre de los colaboradores en las fases de montaje en las tres ciudades y el procesamiento de los materiales para el mobiliario.

Política de Compensación del 100%: Carbono Neutralidad Absoluta

La resiliencia ambiental en una empresa de triple impacto exige coherencia metodológica. Por ello, brandHAUS adoptó el compromiso vinculante de ejecutar una compensación del 100% sobre la totalidad de los tres alcances analizados por FIX, neutralizando completamente el impacto climático de nuestra cadena de valor y garantizando que el paso de nuestra creatividad por el entorno deje una huella neta igual a cero.

El Proyecto de Conservación Vinculado

La inversión derivada de esta compensación del 100% se destinó al proyecto REDD+ "Planeta Agradecido", certificado bajo el estándar COLCX (Iniciativa ID 52). Este proyecto se ejecuta directamente en el territorio del Resguardo Indígena CMARI y cuenta con una vida útil garantizada de 40 años (vigente hasta el 31 de diciembre de 2057).

Los recursos transferidos financian de manera directa:

Protección de Bosques Nativos:

Acciones comunitarias de monitoreo para detener la deforestación y frenar las quemas en selvas estratégicas.

Mitigación de la Degradación Forestal:

Programas de restauración pasiva dirigidos por las comunidades indígenas del resguardo.

Soberanía Terrenal y Social:

Apoyo al desarrollo socioeconómico autónomo de las familias indígenas socias del proyecto, salvaguardando la biodiversidad del país.

Gracias a la articulación entre FIX y COLCX, el informe BIC de brandHAUS demuestra con facturas y certificados de retiro que un proyecto comercial para una cuenta global de tecnología se traduce, en la práctica, en inversión real para



2. Eficiencia Operativa y reducción de Huella

Gracias a nuestro modelo de teletrabajo (66%), hemos logrado una reducción significativa en las emisiones indirectas por desplazamiento y consumo energético en oficinas físicas. Además, nuestra política de cero papel, consolida una operación administrativa de bajo impacto.

3. Arquitectura BIM como Herramienta de Sostenibilidad Real

Uno de nuestros mayores logros en 2025 fue la consolidación del modelado BIM como un pilar de eficiencia ambiental. Gracias a la planificación técnica de alta precisión, logramos:

Optimización de recursos:

Reducción del desperdicio en producción y construcción.

Precisión técnica:

La capacidad de prever consumos exactos de materiales, evitando sobrecostos y residuos innecesarios en obra.

Compromisos 2026

La ejecución de una compensación al 100% en los 3 alcances redefine nuestras metas de cara a los 20 años de la compañía en 2027:

Estandarización del Alcance 3:

Implementar de forma permanente la medición FIX en los tres alcances para todos los contratos comerciales de la Dimensión Física y Digital de la agencia.

Ecodiseño de Presupuestos:

Presentar a los clientes cotizaciones que incluyan desde el primer día el porcentaje de compensación integral, educando al mercado corporativo en la necesidad de absorber el costo ambiental de sus operaciones comerciales.

Seguiremos comunicando a nuestros clientes nuestro compromiso ambiental, con el fin de generar conciencia y comprometerlos para que juntos logremos los resultados, que como empresa triple impacto buscamos.

Prácticas con la comunidad

Construyendo valor social, cultural y sostenible desde el territorio

En el marco de la Asamblea Extraordinaria de 2024, según Acta No. 03-2024, Brandhaus SAS BIC adoptó actividades de beneficio e interés colectivo alineadas con los principios BIC, fortaleciendo especialmente la dimensión de prácticas con la comunidad mediante el impulso al voluntariado y la construcción de alianzas estratégicas con organizaciones de impacto social.

Esta visión se encuentra profundamente conectada con el ADN de brandHAUS y con el propósito de Salvario: construir modelos de desarrollo sostenibles que dignifiquen el trabajo artesanal, fortalezcan las comunidades y promuevan una relación más consciente entre diseño, cultura y territorio.

Durante 2025, Salvario continuó consolidándose como una plataforma de diseño consciente orientada a la creación de productos con identidad cultural, trazabilidad social y compromiso ambiental.





Colaboración y Co-creación: Un Nuevo Rumbo para la Tradición Artesanal

El año 2025 marcó un punto de transformación y estructuración estratégica para nuestro Factory Lab. Más allá del desarrollo de producto, nos enfocamos en construir un nuevo rumbo creativo basado en la unión de oficios, territorios y saberes ancestrales provenientes de distintas regiones del país.

Este proceso tuvo como propósito generar intervenciones contemporáneas sobre artesanías tradicionales ya terminadas, integrando técnicas de marroquinería y diseño consciente que permitieran ampliar el valor, la funcionalidad y las posibilidades comerciales de cada pieza, sin perder su esencia cultural y artesanal.

Como resultado de esta visión colaborativa, destacamos el trabajo conjunto entre:

- Familias de artesanos de la región del Cauca y maestros en el tejido de palma de tetera, quienes aportan la riqueza histórica, la identidad territorial y la delicadeza de su oficio ancestral.
- Natalia Chamorro, maestra artesana marroquinera de Guaduas, Cundinamarca, encargada de intervenir las piezas mediante aplicaciones en cuero que brindan estructura, sofisticación y nuevas posibilidades de diseño.

De este diálogo entre tradición e innovación nacen objetos únicos que representan una reinterpretación contemporánea de la artesanía colombiana. Cada intervención busca respetar y resaltar el valor original de las piezas, creando un equilibrio entre la ligereza de las fibras naturales y la firmeza del cuero, dando vida a productos con identidad, propósito y alto valor creativo.

Más que una colaboración productiva, este ejercicio representa una nueva forma de construir diseño desde el territorio: conectando comunidades, fortaleciendo cadenas de valor y demostrando que la artesanía tradicional puede evolucionar sin perder su alma.

Consolidación Estratégica y Construcción de Sostenibilidad a Largo Plazo

El año 2025 representó para Salvatio una etapa de transición, aprendizaje y fortalecimiento estratégico. Más allá de los resultados comerciales de corto plazo, este periodo estuvo enfocado en sentar las bases de un modelo más sólido, sostenible y coherente con el propósito social y cultural del proyecto.

La transformación del mercado minorista durante 2025 impactó temporalmente las ventas directas de la marca social, registrando ingresos por \$2'621.247 frente a los \$6'397.748 COP del año anterior. Sin embargo, este comportamiento responde también al proceso de reestructuración y redefinición estratégica con un importante esfuerzo económico.

Durante este periodo, gran parte de los esfuerzos estuvieron orientados a:

- Consolidar nuevas alianzas artesanales.
- Estructurar un modelo de colaboración entre territorios.
- Diseñar y desarrollar productos de alta calidad con mayor valor agregado.
- Fortalecer la identidad de la marca y construir canales comerciales más sostenibles y escalables para el futuro.

Entendemos que los procesos de transformación social y construcción de impacto territorial requieren tiempo, inversión y visión de largo plazo. Por esta razón, la gerencia de brandHAUS decidió priorizar el fortalecimiento de la cadena de valor y la protección de las comunidades aliadas por encima de los resultados financieros inmediatos.

Esta decisión reafirma el compromiso de Salvatio con un modelo empresarial de triple impacto, donde el crecimiento económico debe ir acompañado del fortalecimiento cultural, el bienestar comunitario y la sostenibilidad ambiental.

Más que un periodo de desaceleración, 2025 fue un año de construcción estructural: una etapa necesaria para consolidar las bases de un proyecto con capacidad real de crecimiento, permanencia e impacto a futuro.

Garantía de Compra Directa

A pesar de la contracción comercial, brandHAUS incrementó en un 25,80% la inversión destinada a la compra directa de productos elaborados por los artesanos aliados, alcanzando un total de \$2.307.250 COP.

Esta decisión permitió proteger la estabilidad productiva y el flujo de ingresos a artesanos, absorbiendo internamente parte del inventario generado y priorizando la sostenibilidad económica de las comunidades vinculadas al proyecto.

Más allá de una operación comercial, esta acción reafirma el compromiso de Salvario con prácticas de comercio justo, trabajo digno y relaciones sostenibles de largo plazo.

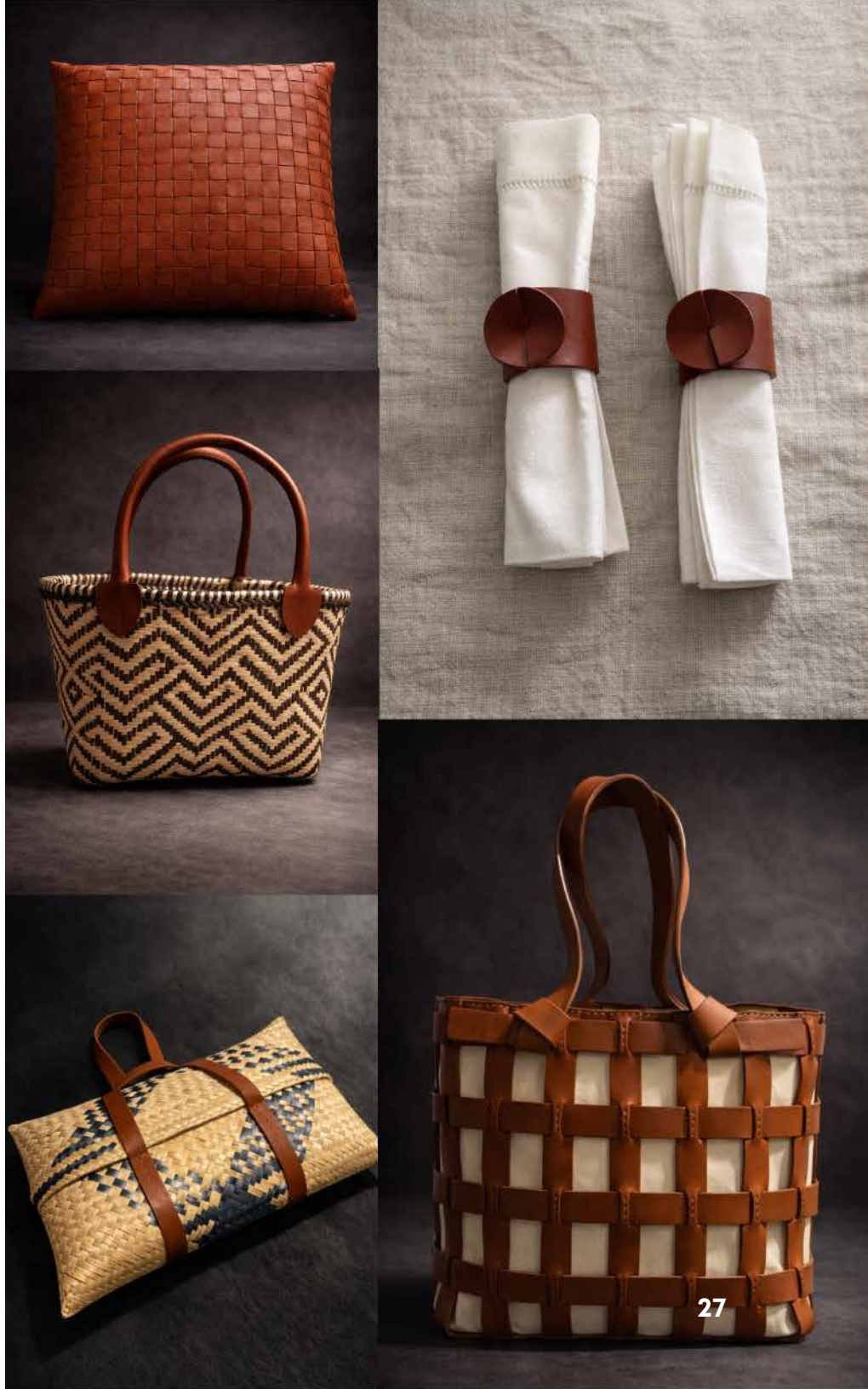
Transferencia de Capacidades y Acompañamiento Técnico:

Durante 2025, el equipo creativo y operativo de brandHAUS asumió integralmente los costos asociados a procesos de:

- Conceptualización de empaques
- Diseño editorial
- Fotografía de producto
- Construcción narrativa
- Logística de distribución.

Este acompañamiento funcionó como un modelo de transferencia de capacidades y fortalecimiento técnico orientado a mantener activas las colecciones sin trasladar cargas operativas adicionales a las comunidades artesanales.

De esta manera, Salvario continuó fortaleciendo no solo la comercialización de productos, sino también la construcción de herramientas de autonomía y sostenibilidad para sus aliados territoriales.



Paula Wittich
Nueva gerente de Salvario

Adriana Ceballos
CEO de bbrandHAUS

Nueva Gerencia para Salvario: Consolidación y Proyección Estratégica

Con el objetivo de garantizar la sostenibilidad y escalabilidad del proyecto, 2025 marcó un hito fundamental para Salvario mediante la vinculación de una gerencia dedicada exclusivamente al desarrollo y fortalecimiento de la iniciativa.

Esta nueva estructura representa un paso clave en la consolidación de Salvario como una unidad estratégica de impacto social, cultural y ambiental.

Principales líneas de fortalecimiento Estructuración de un nuevo rumbo comercial

La nueva gerencia liderará el rediseño de la estrategia comercial de Salvario, adaptándola a las dinámicas actuales del mercado e identificando nuevos canales para la movilización del inventario y la ampliación de oportunidades comerciales.

Profesionalización de la unidad social

Salvario evoluciona hacia un modelo más estructurado y sostenible, dejando de operar únicamente desde esfuerzos creativos aislados para consolidarse como una plataforma con visión estratégica de largo plazo.



Apertura de canales B2B

Se iniciará una estrategia enfocada en conectar directamente el trabajo artesanal con empresas e instituciones aliadas de brandHAUS, posicionando las colecciones como soluciones de alto valor para regalos corporativos y experiencias empresariales con impacto social.

Compromisos Estratégicos 2026

Bajo la nueva dirección estratégica y en el marco del vigésimo aniversario de brandHAUS en 2027, Salvario redefine sus metas de impacto comunitario bajo estándares BIC y principios de sostenibilidad integral.

Apertura y consolidación de canales B2B

Fortalecer alianzas con empresas e instituciones interesadas en integrar productos con trazabilidad social y valor cultural en sus estrategias corporativas.

- Este enfoque permitirá:
- Reducir la dependencia del mercado minorista.
- Ampliar la estabilidad comercial de las comunidades artesanales y posicionar a Salvario como referente de diseño consciente y regalos corporativos con propósito.

Fortalecimiento digital y posicionamiento de marca

Optimizar los canales digitales y la presencia estratégica de Salvario para:

- Amplificar las historias detrás de cada producto
- Conectar con audiencias sensibles al consumo responsable y visibilizar el valor humano y territorial de las colecciones

Consolidación de prácticas éticas y comercio justo

Mantener un modelo de trabajo directo con las comunidades, garantizando:

- Transparencia
- Trazabilidad
- Distribución justa del valor y relaciones sostenibles sin intermediación abusiva