



# INFORME DE GESTIÓN BIC 2022

---

Hugger Island S.A.S. BIC  
NIT 901382291-3

ESTANDAR SDG COMPASS



# CONTENIDO

---

Introducción.....	3
Dimensiones BIC .....	4
Estándar Internacional .....	6
Pasos SDG COMPASS .....	7
Paso 1: Conocer las ODS .....	8
Paso 2: Definiendo prioridades .....	10
Mapeo cadena de valor .....	11
Paso 3: Estableciendo objetivos .....	14
Paso 4: Integrando .....	15
Reporte .....	17



# INTRODUCCIÓN

---

HUGGER ISLAND S.A.S. BIC fue concebida desde sus inicios en el año 2020 como una empresa para impactar positivamente el entorno donde opera. A lo largo de los años el servicio desarrollado ha generado múltiples intervenciones que impactan positivamente al ambiente, pero especialmente a las personas que se relacionan con nuestra compañía.

Entendiendo este enfoque e impacto social HUGGER ISLAND S.A.S. BIC, adopta la condición de Sociedad de Beneficio e interés colectivo, como resultado de un exhaustivo análisis de las prácticas desarrolladas en la compañía de forma voluntaria y a las cuales no se les realizaba seguimiento ni se concebían como un valor aportante de parte de la empresa hacia la sociedad y al medio ambiente.

Como compañía nuestra visión es difundir los beneficios de nuestra metodología en inteligencia emocional en Colombia y en el mundo, y lo proponemos por medio de un modelo solidario que nos permite llegar a comunidades vulneradas, y la creación de oportunidades de capacitación y trabajo para mujeres cabeza de familia a través de las fábricas de esperanza por lo tanto, nos identificamos ampliamente con las prácticas sostenibles que se desarrollan en las sociedades BIC.

El adoptar esta condición nos permite ser visibles y reconocidos ante el mundo como una empresa que suma más allá de lo económico y que la tendencia de la sostenibilidad debe ser interiorizada desde la alta dirección para lograr un impacto real y duradero.

# DIMENSIONES BIC



Las Sociedades Comerciales de Beneficio e Interés Colectivo, o Sociedades BIC, son aquellas empresas colombianas configuradas como sociedades de naturaleza comercial, que voluntariamente se proponen combinar las ventajas de su actividad comercial y económica con acciones concretas para propender por el bienestar de sus trabajadores, aportar a la equidad social del país y contribuir a la protección del medio ambiente.

Por lo tanto una sociedad que decide convertirse en BIC crea o redefine su modelo de negocio con un propósito triple: crear valor económico, social y ambiental.

# DIMENSIONES BIC



Modelo de negocio



Gobierno corporativo



Prácticas laborales



Prácticas ambientales



Prácticas con la comunidad

Adquieren bienes o contratan servicios de empresas de origen local, o que pertenezcan a mujeres o minorías, además dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implanten normas equitativas y ambientales.

Crean un manual para sus empleados, con el fin de consignar los valores y expectativas de la sociedad.

Establecen una remuneración salarial razonable para sus trabajadores y analizan diferencias salariales entre sus empleados mejor y peor remunerados, para establecer estándares de equidad.

Utilizan sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgan incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles.

Utilizan sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgan incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles.



# ESTÁNDAR INTERNACIONAL

---

**“El empresariado es un socio vital para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.**

**Las empresas pueden contribuir a través de la actividad principal de su negocio, por lo que pedimos a las empresas de todo el mundo, que evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados.”**

*Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas*

Por cuanto, Hugger Island S.A.S. BIC tiene lineamientos sociales, se adoptó como modelo Estándar Internacional a SDG Compass, pues este modelo se enfoca en los frentes en los que quiere trabajar la empresa para aportar al desarrollo de la economía del país.

# PASOS SDG COMPASS



El reporte se llevó a cabo según los lineamientos del estándar SDG Compass: La guía para la acción empresarial en los ODS de acuerdo a los 5 pasos descritos



# PASO 1: CONOCER LAS ODS

“Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definen prioridades de desarrollo sostenible a nivel mundial y las aspiraciones para el 2030 y buscan movilizar los esfuerzos a nivel global en torno a un conjunto de objetivos y metas comunes. Los ODS hacen un llamado a la acción entre gobiernos, empresas y sociedad civil, para poner fin a la pobreza y crear una vida digna y de oportunidades para todos, dentro de los límites del planeta.”



Bajo esta premisa se han seleccionado los siguientes ODS, los cuales se alinean totalmente a la filosofía de la empresa:





# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



La empresa identifica una prioridad para reducir un impacto negativo en la ODS 3, garantizando unos entornos de trabajo tranquilos, optando por un bien ambiente laboral, priorizando la salud mental y el bienestar emocional de los empleados.



La empresa prioriza una oportunidad para reducir su impacto negativo en el ODS 8, trabajando con comunidad y población vulnerable y así contribuir en el crecimiento económico y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas con escasos recursos.



La empresa prioriza una oportunidad para reducir su impacto negativo en el ODS 11, trabajando con comunidad y población vulnerable, aumentando la generación de trabajo y capacitando a sus colaboradores.



La empresa prioriza una oportunidad para reducir su impacto negativo en el ODS 12, al seguir trabajando con materias primas locales, insumos y pigmentos ecoamigables, también el papel que utilizamos viene de la caña de azúcar, reduciendo la huella de carbono y el impacto medioambiental.



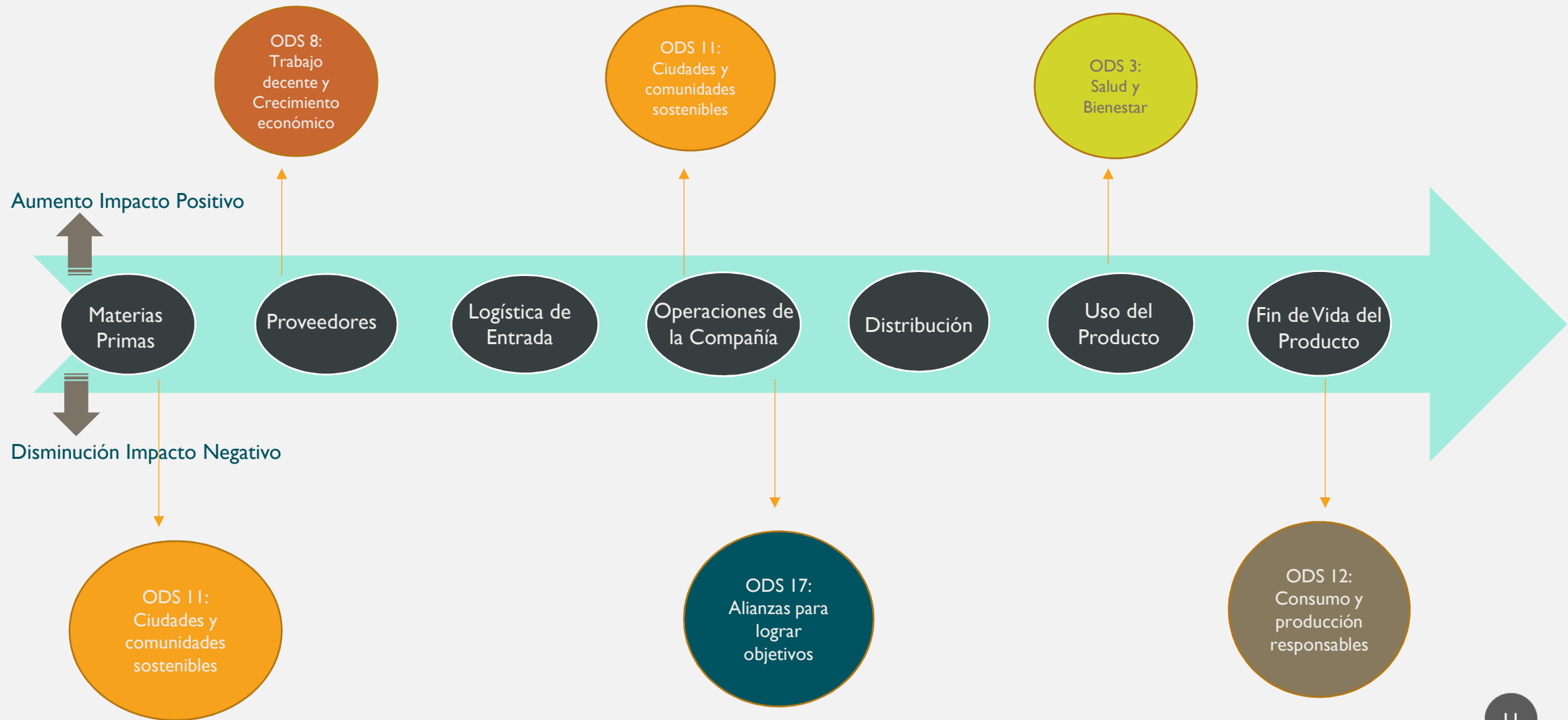
La empresa prioriza una oportunidad para reducir su impacto negativo en el ODS 17, trabajando con proveedores que estén alineados con el cuidado medioambiental. Con nuestros clientes nos aseguramos de mejorar y visibilizar la salud mental y con nuestros aliados como fundaciones trabajamos en mejorar la calidad de vida de las personas que se benefician de ellas.

## PASO 2: DEFINIENDO PRIORIDADES

Para la construcción de su cadena de valor, la empresa se apoyó en los compromisos BIC adquiridos y en la población impactada de acuerdo a los ODS que concuerdan con su filosofía de mejorar la salud mental de la comunidad.



# MAPEO CADENA DE VALOR



# MAPEO CADENA DE VALOR

## En la práctica: El modelo lógico



Utilizamos telas hechas de fibra de plástico PET reciclado.



Realizar la producción y distribución del producto editorial y fabricado con proveedores locales.

Costura y fabricación de los productos



Producción editorial y litográfica

Productos

¿Qué se genera con esas actividades?

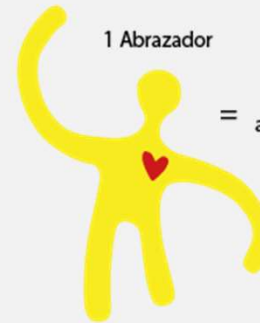
Abrazadores  
Tulas  
Camisas  
Capas  
Tapabocas



Libros  
Cajas  
Postales  
Material POP  
Papelería administrativa

Resultados

¿Qué cambios se ven en la población objetivo?



1 Abrazador

= 8 Botellas plásticas  
ahorro 2.500 litros de agua

Optimización de material, reducimos el desperdicio de materia, reduciendo las emisiones de gases invernadero, ahorramos agua en los procesos productivos, contribuimos al desarrollo de economía local

Impactos

¿Cuáles son los cambios como resultado de esos productos?



13.000 Abrazadores  
104.000 Botellas plásticas aprox.  
Ahorro 32.500.000 Litros de agua

# OBJETIVOS DE LA CADENA DE VALOR



**ODS3:** Trabajamos por fortalecer y darle visibilidad a la salud mental, una problemática que no solo afecta a un individuo, sino a las comunidades, motivo por el cual, trabajamos en generar herramientas y soluciones a problemas como la violencia intrafamiliar, maltrato, abuso físico y sexual, trastornos cognitivos, distintos tipos de incapacidad a través del afecto.



**ODS8:** Trabajamos con población vulnerable, contribuimos en el crecimiento económico y el mejoramiento de la calidad de vida de personas de bajos recursos, no solo capacitándolos y dándoles trabajo, también enseñando la dignidad que da el hacer las cosas por si mismo, empoderando a la comunidad para acabar con la pobreza mental, de “No puedo, no soy capaz”, aumentando así el índice de trabajo formal y disminuyendo la pobreza extrema.



**ODS11:** Hugger Island trabaja bajo un modelo social que utiliza materia prima y mano de obra local, invertimos nuestras ganancias en el mejoramiento de los espacios de trabajo y beneficios para nuestros trabajadores, también promovemos un modelo de consumo solidario, donde nuestro clientes pueden comprar y hacer donaciones a hospitales, hogares de adopción, hogares para abuelitos y otras fundaciones.



**ODS12:** Trabajamos con residuos textiles industriales, utilizamos el mínimo posible de plásticos en nuestros procesos, actualmente trabajamos con textiles que fueron botellas, en el proceso litográfico usamos pigmentos naturales, y utilizamos cada espacio del troquel generando el mínimo desperdicio posible, trabajamos con cartón reciclado para cajas y material POP.



**ODS17:** En nuestra cadena de Proveedores, trabajamos con empresas que estén alineadas con nuestros objetivos de cuidado al medio ambiente. Con nuestros clientes nos aseguramos de que nuestro mensaje de mejorar y visibilizar la salud mental y con nuestros aliados como fundaciones trabajamos en mejorar la calidad de vida de las personas que se benefician de ellas.

# PASO 3: ESTABLECIENDO OBJETIVOS

## Enfoque de adentro hacia afuera

Nuestro enfoque se basará en como modificar la mentalidad de violencia y de defensa que genera el miedo enseñando a ponerle inteligencia a las emociones a través del afecto y generando oportunidades productivas a personas con pocas oportunidades.

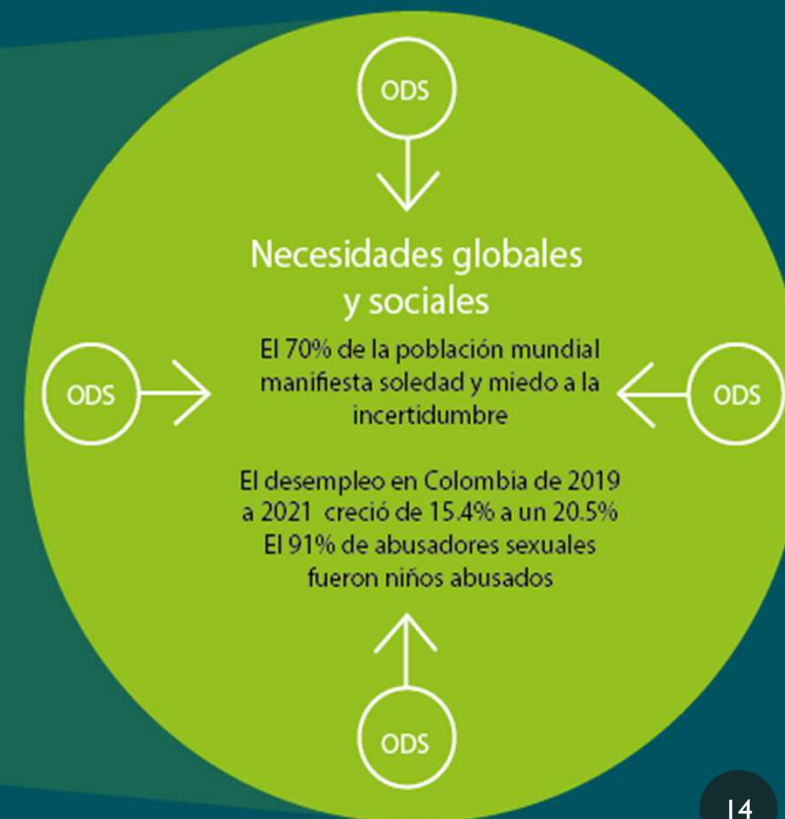


## Brecha de desempeño

Hay una brecha entre el desempeño actual del negocio y el desempeño requerido para hacer frente a las necesidades globales.

## Enfoque de afuera hacia adentro

Ayudaremos a reducir las brechas globales con modelos de economía a escala comenzando por Colombia



## PASO 4: INTEGRANDO

Desde sus inicios, Hugger Island S.A.S. BIC ha desarrollado algunas de las actividades que se requieren para ser una empresa BIC, trabajamos día a día para alcanzar las metas propuestas y lograr un triple impacto positivo:



**ECONÓMICO**



**SOCIAL**



**AMBIENTAL**



<b>OBJETIVOS:</b> Disminuir el número de personas en situación de pobreza extrema a través de oportunidades de empleo y facilidades laborales.	<b>OBJETIVOS:</b> 1. Mejorar la salud mental de la comunidad 2. Visibilizar la salud mental como un tema de salud pública	<b>OBJETIVOS:</b> Contribuir al crecimiento de una comunidad empresarial justa en cada una de sus dimensiones.	<b>OBJETIVOS:</b> Aumentar el uso de materiales ecoamigables en la fabricación de nuestros productos.	<b>OBJETIVOS:</b> Incentivar las actividades de voluntariado y crear alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.
<b>ODS 8</b>	<b>ODS 3</b>	<b>ODS 11</b>	<b>ODS 12</b>	<b>ODS 17</b>
<b>ACTIVIDAD REALIZADA:</b> Contrata proveedores y colaboradores con las siguientes características: Mujeres madres cabeza de familia. Capacitación de mujeres líderes para enseñar a otras mujeres y mejorar su calidad de vida a través del trabajo bien remunerado	<b>ACTIVIDAD REALIZADA:</b> La MISION DE HUGGER ISLAND SAS BIC, es fomentar el bienestar tanto de sus empleados como de sus consumidores y lo hace por medio de sus herramientas y talleres. Personas impactadas por talleres en el 2022: 2.600 Personas impactadas por herramientas: 15.000	<b>ACTIVIDAD REALIZADA:</b> Mejoramos la calidad de nuestros productos con estrictos controles de calidad. Generamos opciones de empleo que le permitieron a nuestros trabajadores flexibilidad en sus jornadas de trabajo y ampliamos los días de teletrabajo al personal de oficina sin afectar las remuneraciones. Administramos con eficiencia los recursos de la empresa tanto económicos como de personal y ambiental.	<b>ACTIVIDAD REALIZADA:</b> Trabajamos con materias primas locales y materiales eco amigables. Realizamos la producción y distribución de productos editoriales con empresas locales que desarrollan buenas prácticas ambientales, contribuyendo al desarrollo del país y el crecimiento de la economía local.	<b>ACTIVIDAD REALIZADA:</b> Incentivamos las actividades de voluntariado y realizamos alianzas con diferentes Fundaciones cuyo objetivo principal es el desarrollo de habilidades socio emocionales.
<b>META:</b> Elegir como únicos proveedores a empresas con productos y servicios con un impacto mínimo al medio ambiente, así como a Empresas que promueven la igualdad de género al interior de sus compañías.	<b>META :</b> Continuar mejorando la salud mental de la comunidad, diseñando estrategias digitales con contenidos interactivos que permitan a nuestros consumidores internos y externos entender la importancia de una correcta gestión de las emociones. Visibilizar la salud mental como un tema de salud pública. Para finales del 2022 lograr impactar a mas de 50 mil personas con talleres y herramientas que trabajen la inteligencia emocional.	<b>META:</b> Incentivar a los trabajadores por el uso de medios de transporte ambientalmente sostenibles en su desplazamiento al lugar de trabajo. Incrementar el uso de sistemas de iluminación energéticamente eficientes. Brindar a nuestros colaboradores internos y externos posibilidades de capacitación en diferentes áreas de forma gratuita.	<b>META:</b> Contrata como empresas transportadoras aquellas que tienen vehículos eléctricos en su parque automotor. Disminuir el uso de plásticos en los envíos locales y nacionales.	<b>META:</b> Incentivar a las empresas que adquieren nuestros productos a llevar a cabo actividades de voluntariado y contribuir con nuevas Fundaciones.



# REPORTANDO Y COMUNICANDO

-

Este reporte podrá encontrarlo en físico en nuestra sede ubicada en la Calle 43 #73-35 de la Ciudad de Medellín

-

Publicamos en nuestras redes sociales contenido que promueve el bienestar y la salud mental de nuestros consumidores:

- Facebook: <https://www.facebook.com/huggerisland>
- Twitter: <https://twitter.com/huggerisland?lang=en>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/huggerisland>
- YouTube: [https://www.youtube.com/results?search\\_query=huggerisland](https://www.youtube.com/results?search_query=huggerisland)
- Instagram: <https://www.instagram.com/huggerisland/>

-

Publicación Reporte BIC

- [www.huggerisland.org](http://www.huggerisland.org)