



**ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN**
Un modelo de economía con futuro



INFORME DEL BIEN COMÚN 5.0. INTEGRADO CON INFORME BIC

BALANCE REDUCIDO AÑO 2022.





Contenido

Información general sobre la organización	4
Breve presentación de la organización	
Productos y servicios	
La organización y el Bien Común	
A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	11
A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	14
A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	16
A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro	18
B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	19
B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	20
B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros	22
B4 Propiedad y participación democrática	23
C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	24
C2 Características de los contratos de trabajo	26
C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas	27
C4 Transparencia y participación democrática interna	28
D1 Actitud ética con los clientes	30



D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones	33
D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	34
D4 Participación de los clientes y transparencia de producto	37
E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	39
E2 Contribución a la comunidad	42
E3 Reducción del impacto medioambiental	42
E4 Transparencia y participación democrática del entorno social	46



**ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN**
Un modelo de economía con futuro



Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien Común



Este reporte tiene por objeto Informar a la comunidad del impacto generado por la empresa ECOTU SAS BIC a la salud de los bebés y niños de Colombia población vulnerable, y la problemática de los productos de cuidado personal, su impacto y las afectaciones en enfermedades como cáncer de piel, alergias y cambios en el sistema endocrino a largo plazo, ocasionado por la exposición a sustancias tóxicas presentes en los productos de cuidado y aseo de esta población.

La sociedad tomas la decisión en transformarse en BIC el 07 de octubre de 2022, mediante el acta número 8 inscrito en esta Cámara de Comercio el 24 de octubre de 2022, con el No. 02891766 del Libro IX, la sociedad cambió su denominación o razón social de **ECOTU SAS a ECOTU SAS BIC.**



A continuación, en esta grafica explicamos como se pueden ver expresados en el informe las dimensiones de las **empresas de beneficios e interés colectivo BIC** a través del análisis matriz y balance del bien común.

El estándar utilizado es la Matriz del Bien común es la herramienta principal que utiliza la Economía del bien común (EBC) para valorar el desempeño de una organización en relación a los valores de la EBC y los grupos de interés. Cada uno de los cruces de un grupo de interés y un valor se denomina “tema” por lo tanto, la Matriz del bien común tiene 20 temas a evaluar en la organización (5 temas x 4 Valores) de cruce.

Puntos de Encuentro

Para la Lectura e Interpretación del Informe

16



Información general sobre la organización

Tipo de información	Datos de la organización
Nombre de la organización	ECOTU SAS BIC
Forma jurídica	Sociedad Anónima Simple y Empresa de Beneficios de Interés Colectivo (BIC)



Forma jurídica de la propiedad	Privada
Página web	https://ecotu.co/
Sector	cosmético
Dirección	Calle 113 # 7-45 Torre B, Oficina 1013, Bogotá
Personas empleadas	3
Personas empleadas eq. a tiempo completo	3 término Indefinido
Personas empleadas de ETT o temporada	0
Facturación pesos colombianos Facturación euros	\$ 1.013.043.400 EUR 197.305
Beneficio anual pesos colombianos Beneficio anual euros	\$ 11.633.812 EUR 2.266
Periodo del informe	2022

Filiales y organizaciones asociadas: Los accionistas son personas naturales y no poseen Filiales o Casa Matriz.

Breve presentación de la organización

Es una compañía orgullosamente colombiana orgullosa de ser uno de los países más biodiversos del mundo, de poder contar una historia de Colombia distinta, sorprendente, emocionante, dinámica y positiva.

ECOTÚ empezó hace ya 10 años, cuando, trabajando en Alemania con los gurús mundiales de la sostenibilidad, descubrió por sorpresa (no grata) que para llamarse “natural” un producto de cuidado personal solo necesita que el 1% de sus ingredientes lo sean.

Eso nos generó curiosidad ¿Será que nuestra piel sensible y a veces alérgica, estaría mejor con un producto 100% natural? Comenzó la búsqueda de ingredientes y el desarrollo junto a expertos en química verde de nuestras fórmulas exclusivas.



**ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN**

Un modelo de economía con futuro



Efectivamente vimos y sentimos los resultados de inmediato. Ahí nos terminamos de convencer: vivimos rodeados de químicos, tanto que ya no nos damos cuenta del efecto que tienen en nuestra salud, a corto y largo plazo, y en nuestro planeta.

Nació entonces este sueño. ECOTÚ “la más natural” protege, nutre y cuida la piel de recién nacidos, bebés y niños, con los mejores y más puros ingredientes del mundo y de nuestra amada Colombia. Ingredientes como el aceite de coco, aceite de oliva, de jojoba y de almendras, el aloe vera, la caléndula y el extracto de quínoa, entre muchos otros. Y aún más importante, todos los productos son libres de ingredientes de bajo costo, clasificados tóxicos para el ser humano como los sulfatos, parabenos, petroquímicos, colorantes, formaldehído, ftalatos y otros alérgenos comunes.

Cree apasionadamente que la familia merece lo mejor. 100% AMOR.

Productos y servicios

Shampoo y Jabón

Cremas

Repelente & Protección Solar

Otros Productos y Accesorios

<https://ecotu.co/collections/todos>

La organización y el Bien Común

Ecotu SAS BIC

Clean, tropical goodness for babies and kids



Fórmula natural



No testado en animales



Libre de tóxicos



Desde recién nacidos

Misión es proporcionar productos para el cuidado natural y limpio del bebé que les brinde un comienzo saludable en la vida, al mismo tiempo que apoya prácticas de producción y consumo responsables que utilizan ingredientes exóticos extraordinarios de los trópicos.

Visión es convertirnos en una marca global confiable de productos naturales y seguros para el cuidado del bebé. Nos esforzamos por crear un futuro sostenible promoviendo prácticas de producción y consumo responsables que utilizan ingredientes exóticos extraordinarios de los trópicos, brindando tranquilidad a los padres y un comienzo saludable en la vida para los bebés.

Valores



- Calidad
- Transparencia
- Confiabilidad
- Respeto
- Amor

Publicados en <https://ecotu.co/blogs/nuestro-proposito/nuestro-proposito>.

La empresa ECOTU encuentra que los valores que tiene como propósito y los valores del modelo de la economía del bien común (EBC) se complementan y potencian y promueven en las organizaciones y sus relaciones con los grupos de interés valores de:

- **La Dignidad Humana:** significa que cada ser humano es valioso en sí mismo, digno de protección y exclusivamente único, independiente de su origen, edad, sexo, u otra característica. El ser humano y en definitiva todo ser vivo tiene derecho a existir, merece reconocimiento y por supuesto respeto. La persona esta por encima de cualquier cosa material. El ser humano se encuentra en el centro. La dignidad humana prevalece sobre la figura de la persona empleada como “recurso”, no debiéndose vulnerar bajo ningún concepto.
- **Solidaridad y Justicia Social:** Solidaridad y Justicia son dos valores relacionados entre sí, incluyen la empatía, el aprecio y la compasión por los demás, así como el derecho de igualdad de oportunidades. Ambos valores están encaminados a reducir la injusticia, compartir la responsabilidad y lograr el equilibrio entre el fuerte y el débil.
- **Sostenibilidad Ambiental:** La ecología trata de las relaciones de los seres vivos con su entorno, que a la vez representa su medio de vida. Debido a la intervención del ser humano, el medio ambiente se ve actualmente amenazado. Por esta razón, las organizaciones tienen el reto de contribuir al desarrollo sostenible, definido como el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades de la generación actual sin poner en peligro las generaciones futuras.
- **La transparencia y participación democrática:** La transparencia es la divulgación de toda la información relacionada con el Bien Común sin excepción, especialmente los datos críticos como actas de los órganos de gobierno, salarios, contabilidad interna, decisiones sobre contratos y despidos, ect. La participación democrática implica la participación del grupo de interés respectivo en las decisiones de la organización, especialmente aquellos que se ven afectados de una u otra forma espacial en cada caso.

El desarrollo de este análisis está compuesto por:

1. Manual del Bien Común Reducido
<https://drive.google.com/file/d/1FBxdAA8GRZA0hHRMzt3JTfWAjXus1bdx/view?usp=sharing>
2. Informe del Bien Común Reducido
3. Calculadora para el Balance del Bien Común reducido. Versión 5.02



A continuación, la matriz que evaluara este informe:

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0				
VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
GRUPO DE INTERÉS				
A: PROVEEDORES	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3 Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros	B4 Propiedad y participación democrática
C: PERSONAS EMPLEADAS	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2 Características de los contratos de trabajo	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas	C4 Transparencia y participación democrática interna
D: CLIENTES Y OTRAS ORGANIZACIONES	D1 Actitud ética con los clientes	D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto
E: ENTORNO SOCIAL	E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

Niveles de Valoración utilizados:

Niveles de valoración	Rango de puntuación
Ejemplar	7 – 10
Experimentado	4 – 6
Avanzado	2 – 3
Primeros pasos	1
Punto de partida	0



En cuanto al respaldo del Estándar y su aplicabilidad mundial, en la actualidad ya son 1.062 empresa que han aplicado el Balance del Bien común, para mayor información <https://www.ecogood.org/apply-ecg/common-good-matrix/>

Un creciente movimiento por el cambio

4,483
miembros

1,062
Negocios

171
Capítulos locales

44
Municipios

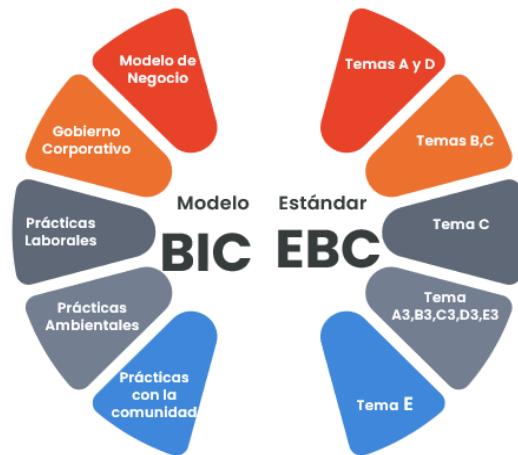
35
Países

REPORTE POR TEMAS Y VALORES (para propósitos de informe BIC entiéndase como dimensiones)

Puntos de Encuentro

Para la Lectura e Interpretación del Informe

16



A1 Dignidad humana en la cadena de suministro

Resultado:

Primeros pasos

La organización evalúa algunos de los proveedores principales respecto a las condiciones laborales y desarrolla estrategias y/o medidas de mejora. Se cumplen los primeros criterios excluyentes de compra.

EVIDENCIAS

- La empresa ECOTU SAS terceriza la fabricación de sus productos por lo tanto el costo más representativo son los servicios que contrata relacionados con la fabricación (maquila) esto ocupa el 34% del total de las compras, el 3% de las compras corresponden a materiales para fabricación, materiales de envase y empaque, los cuales participan con un 7%, los servicios de logística, transporte y almacenamiento representan un 11% del total de las compras, los servicios de publicidad y promoción de sus productos en los canales digitales y retail que representan el 4 % del total de las



compras.

- El 100% de los proveedores son locales, la oficina principal de ECOTU se encuentra en Bogotá y sus proveedores están a ≤100 Kilómetros de esta sede.
- Los criterios que se tienen para evaluar los proveedores son Precio, cumplimiento, legalidad, materias primas, e incorporó mediante entrevista a sus principales proveedores criterios EBC .

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES CRITERIOS EBC											
ÍTEM	A Dignidad Humana		B Justicia Social y Solidaridad		C Equidad		D Medio Ambiente		E Participación		SUMA TOTAL DE %
	20%		20%		20%		20%		20%		
LISTA DE PROVEEDORES	P	% * P	P	% * P	P	% * P	P	% * P	P	% * P	
BIOGAR	4.0	16%	4.0	16%	4.0	16%	5.0	20%	3.0	12%	80%
LABORATORIO TECSER	4.0	16%	4.0	16%	4.0	16%	4.0	16%	4.0	0,16	80%
GREEN ANDINA	4.0	16%	4.0	16%	4.0	16%	2.0	8%	4.0	0,16	72%
BLU LOGISTIC	4.0	16%	4.0	16%	3.0	12%	5.0	20%	4.0	0,16	80%
EXXE	4.0	16%	4.0	16%	4.0	16%	5.0	20%	4.0	0,16	84%
PLASTICPET	4.0	16%	3.0	12%	4.0	16%	1.0	4%	2.0	0,08	56%

- ECOTU actualmente no evalúan los riesgos de impactos sociales negativos en la cadena de suministro, pero identifican que posiblemente las áreas donde más se pueda presentar esto es en los fabricantes de materias primas y en las actividades de maquila y logística de transporte.
- De los proveedores se identifican que los productos que suministran tienen sellos de calidad como ICONTEC y Legales como son el INVIMA (Buenas prácticas de manufactura) esto aplica solo en el

La empresa cuenta con una identificación inicial de cadena de suministro:



- Los parámetros que se tienen en consideración para la selección de proveedores son: precio, cumplimiento, legalidad y materias primas.

- No evalúan los riesgos de impactos sociales negativos en la cadena de suministro.

-Entrevista a Proveedores

<https://docs.google.com/document/d/1JIVYZxedkXBUFoKEhdDXBjxCTY2Bk-pH/edit>

Formulario de valoración de proveedores

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1R9pW2oQDMLDf9O8wIknr0n_97IEhzo06/edit#gid=1055217889

PUNTOS FUERTES

- Se preocupan por contratar con proveedores que estén alineados con el tipo de productos que vende la marca natural, no tóxicos.

-De las visitas físicas realizadas Maquila y Almacenamiento y logística se evidenció que los trabajadores y sus puestos de trabajo, tienen condiciones acordes a los requerimientos legales mínimos para el desempeño de su labor y se percibe un ambiente laboral de cordialidad.

ÁREAS DE MEJORA

- Definir la periodicidad para realizar encuesta a los proveedores actuales para conocer sus procesos internos y sensibilizar los valores de la EBC



INDICADORES

15 Proveedores concentran el 61% del total de los costos y gastos realizados, siendo las actividades relevantes la maquila, transporte, logística y la publicidad.

- El 95.84% de sus proveedores con los que contrata servicios son locales.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dG_rqbn1Vm_9EK6Plb77qOs2lyiD4qsh/edit#gid=326423315

- El 100% de sus Proveedores su proximidad es menor a 100 KM

- El 57% del origen de las materias primas con las que se fabrican los productos son de Origen Colombia

Origen Países Materias Primas / Productos	
Suiza	1
Colombia	8
Estados Unidos	1
Alemania	1
Italia	2
Francia	1
Total	14
Origen Local Producción	57%

A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro

Resultado:

Primeros pasos

La organización está informándose sobre riesgos y posibles irregularidades respecto a la justicia y solidaridad en su cadena de suministro.

Algunos productos y materias primas adquiridas poseen un certificado que tiene en cuenta la justicia y la solidaridad.

EVIDENCIAS

- La relación con los proveedores principales en promedio se ubica en una media de 3.15 años., (Se hace la aclaración que con el maquilador principal de sus productos llevan trabajando 10 años, a través de la razón social ecobaby)
- ECOTU SAS no realiza una evaluación formal a sus proveedores en cuanto a temas de justicia y solidaridad, sus relaciones se basan en amabilidad, respeto, claridad en los términos, escucha activa para sus sugerencias y asertividad.
- Las relaciones con sus proveedores principales de maquila y transporte y logística se encuentran regladas por contrato escrito.



ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Un modelo de economía con futuro



- De acuerdo con la encuesta aplicada a los empleados responsables de las compras, se manifiesta que, durante el tiempo que han trabajado con estos siempre han tenido un trato justo, atención a sus quejas y sugerencias.
- Si bien ECOTU no contempla un código ético actualmente, si procura que todos sus proveedores que contrata estén formalizados y cumplan con los mínimos requisitos de ley.

La encuesta sobre la justicia y la solidaridad en la cadena de suministro realizada al responsable del contacto directo con los proveedores mostró que las relaciones con sus proveedores se enmarcan en un ambiente amable, respeto, claridad en los términos, escucha activa para escuchar sus sugerencias, asertividad.

Dos de sus proveedores son empresas B certificadas Biogar ECO SAS y Brand Solutions Terramarte

PUNTOS FUERTES

- La relación con su proveedor principal es de 10 años de maquila de sus productos lo cual incide en la calidad del mismo.
- Ha vinculado 2 proveedores el cual cuenta con certificación B, cuya participación va en aumento dentro del total de las compras y se encuentra interesada en establecer relaciones con empresas que cuenten con certificaciones sostenibles.

ÁREAS DE MEJORA

- Elaborar un procedimiento escrito para el manejo de las quejas o reclamos que se puedan presentar por parte de los proveedores.
- Realizar una encuesta a los proveedores para saber qué tan satisfechos están con el precio, el pago y las condiciones de entrega.
- Realizar un análisis de los proveedores de materias primas suministrados por el maquilador, que les permita conocer mejor sus impactos

INDICADORES

- Los proveedores que representan el 42% de los costos y gastos cuentan con un certificado de calidad o de empresa con propósito empresas B o de calidad como Iso 9000 , 14001, Basc



A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro

Resultado:

Experimentado

La organización dispone de procedimientos completos para evaluar y seleccionar productos y proveedores de acuerdo a criterios de sostenibilidad ambiental.

Casi todos los proveedores fundamentales cumplen con estándares de sostenibilidad ambiental por encima de la media.

EVIDENCIAS

- ECOTÚ, busca tanto ingredientes naturales para sus productos, que vende como proveedores que ofrezcan productos que en lo posible hagan un ciclo de uso y reutilización, en lo posible biodegradables, reciclables, recuperados.
- Actualmente, la empresa realiza el análisis de riesgos basados en dos atributos: Fabricación **a)** beneficios para la salud de la piel **b)** materiales o productos que sean amigables para el medio ambiente.
- Al ser un producto 100% natural para la empresa es indispensable que sus productos que adquiere para la fabricación estén libres de petroquímicos sulfatos, parabenos, colorantes, formaldehído, ftalatos y otros alérgenos comunes, que dañan la salud de las personas y contaminan el medio ambiente.

ECOTU trabaja permanentemente en establecer una línea de identificación de toxicidad de las materias primas que tiene publicada y la cual está en permanente actualización.



TOXINAS	USO	RIESGO	ALGUNOS EJEMPLOS COMUNES
Sulfatos	Detergentes, surfactantes	Irritantes de la piel asociados a varios tipos de dermatitis . Pueden liberar 1,4 dioxane una sustancia altamente cancerígena .	Sodium Lauryl Sulfate (SLS) Sodium Laureth Sulfate (SLES)
Parabenos	Preservantes	Son disruptores endocrinos , asociados con el cáncer de mama y la esterilidad en hombres ya que actúan como los estrógenos en el cuerpo.	Methylparaben, Ethylparaben, Propylparaben, Butylparaben y Heptylparaben.
Formaldehído	Antibacterial	Un cancerígeno , asociado a varios tipos de dermatitis .	Formaldehyde, Quaternium-15, Dimethyl-dimethyl (DMDM) hydantoin, Imidazolidinyl urea, Diazolidinyl urea, Sodium hydroxymethylglycinate, 2-bromo-2-nitropropane-1,3-diol (bromopol) y Glyoxal
Ftalatos	Solvente	Son disruptores endocrinos , asociados también con malformaciones fetales y daño hepático y renal en niños .	Phthalate, DEP, DBP, DEHP y Fragrance
Petroquímicos	Suavizantes, hidratantes etc...	Desde cancerígenos hasta tapan los poros y no permitir que la piel respire ni sude correctamente.	Petrolatum, Mineral oil, Vaseline, Petroleum Jelly, Paraffinum y la mayoría de ingredientes que empiezan por PEG
DEET	Repelente	Neurotóxico asociado a alteraciones en el desarrollo así como otros efectos adversos en el sistema nervioso central, malformaciones fetales y daño hepático y renal . Puede causar irritación en la piel.	DEET o N,N-Diethyl-meta-toluamide
Talco	Absorbente	A pesar de los procesos de purificación, en su estado original el talco contiene vetas de asbesto, que no siempre es posible eliminar al 100%. Restringido en EU. Cancerígeno , asociado a patologías respiratorias en niños. Puede contener asbestos.	Talc, Talcum o Talco
BPA (Bisphenol A)	Plásticos	Son disruptores endocrinos , también asociados a malformaciones cerebrales, hiperactividad y deficiencias inmunológicas .	Envases y otros elementos fabricados con los plásticos 3-PVC, 6-PS (Icopor), 7-Otros/mezcla

- El mercado no promueve la compra sostenible, prima la visualización de la marca a veces sin importar las consecuencias en los materiales usados. precios más bajos por materiales sin recuperar (que implican mayor esfuerzo para toda la cadena).



PUNTOS FUERTES

- El interés de la empresa por buscar y evaluar proveedores que contribuyan al cumplimiento del propósito de ECOTÚ "la más natural" que proteger, nutrir y cuidar la piel de recién nacidos, bebés y niños, con los mejores y más puros ingredientes del mundo.



ÁREAS DE MEJORA

- Establecer una periodicidad para evaluar el cumplimiento y actualización de los proveedores estratégicos de los planes ambientales.

INDICADORES

-El 49%/Compra total de los proveedores cuenta con un plan de gestión integral de manejo de residuos, plan de gestión integral de residuos el cual mantiene actualizado y controlado.

-El 12% de compra total que son los proveedores de almacenamiento de materiales y transporte, contempla proceso de reciclaje en su cadena y disposición de estos residuos en empresas que recuperan, reciclan o cuenta con un programa de posconsumo de sus residuos.

A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro

Resultado:

Primeros pasos

La organización está informándose sobre riesgos y posibles irregularidades en su cadena de suministro con respecto a transparencia y participación.

Algunos productos y materias primas adquiridas poseen un certificado que tiene en cuenta la transparencia y la participación en la toma de decisiones.

EVIDENCIAS

Se tiene en cuenta las sugerencias, se escalan, se analizan y luego se les indica la respuesta, ECOTÚ promueve un diálogo constante, en la medida que se considere pertinente se les da a conocer de los proyectos que se tienen, algunos aportan sus sugerencias.

PUNTOS FUERTES

-La política de diálogo de la empresa con los proveedores que incentiva a tener unas relaciones más transparentes.

ÁREAS DE MEJORA

Involucrar la Transparencia y participación como un criterio de evaluación y selección de los proveedores.



INDICADORES

- El 5% del porcentaje total de los costos y gastos está representado por proveedores con certificaciones B, por lo tanto, tienen en cuenta la transparencia y participación.

B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros

Resultado:

Punto de partida

Se ha aportado el capital social marcado por la regulación, y el porcentaje de fondos propios cumple con el mínimo de la legislación vigente. El periodo de amortización de las deudas se orienta según el periodo de amortización de los objetos a financiar. Los proveedores financieros presentan los riesgos de los productos y servicios que ofrecen.

EVIDENCIAS

Actualmente ECOTU no cuenta con una política escrita de manejo y gestión de las utilidades anuales de su empresa (Dividendos, reservas entre otras), pero se evidencia que, desde su constitución en el 2017, tiene un compromiso fuerte con el fortalecimiento del capital de la empresa, han realizado 2 capitalizaciones, aumentando su capital social y no se han retirado dividendos.

Como directriz de los accionistas todos los recursos han sido invertidos en la mejora continua de los productos, sus envases y la mejora de las fórmulas para garantizar más limpieza en sus productos.

Los criterios de selección para las entidades financieras en su orden de importancia son costos, proximidad, antigüedad de las relaciones comerciales, tecnología, accesibilidad, sostenibilidad, productos éticos

Actualmente en Colombia no existe la banca ética, los bancos comerciales cuentan con algunos productos sostenibles, y solo tres entidades están incluidas en Sustainability Yearbook 2022 de S&P Global, el banco Davivienda, fue registrado como miembro del anuario de sostenibilidad, que es la entidad financiera principal con la que trabaja actualmente ECOTU, <https://sostenibilidad.davivienda.com/>





PUNTOS FUERTES

- La orientación y compromiso de los accionistas con el triple impacto

ÁREAS DE MEJORA

- Establecer las políticas del manejo de los dividendos, reservas generadas por la operación anual de la empresa y divulgar para los accionistas.
- Diversificar las entidades financieras, integrando Bancos sostenibles.
- Indagar en qué invierten los recursos la entidad financiera con la que se encuentra trabajando

INDICADORES

- 20% corresponde a fondos propios
- 40.96% fondos propios del sector
- Del 2017 a la fecha el capital social se ha fortalecido en un 193%

COMPORTAMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL	2017	2018	2019	2022
	Inicial	Aumento	Aumento	Total Capital Social
Capital Social Pesos Colombianos	200.000.000	246.000.000	140.000.000	586.000.000
Capital Social EUROS	37.736	46.415	26.415	110.566

B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros

Resultado:

Punto de partida

Reparto de beneficios sólo en caso de que haya habido realmente beneficios, teniendo en cuenta las cláusulas necesarias, y sin incurrir en endeudamiento por ello.

EVIDENCIAS

- ECOTU tiene una cultura de planeación financiera y presupuestal que disminuye los riesgos de la operación, y planifica su futuro controla su presupuesto, flujo de caja de manera trimestral y anual, por lo tanto la mayoría de los gastos se pueden predecir, al tener control de su flujo de caja puede conocer de primera mano, las necesidades de flujo de caja necesarios para atender el desarrollo de la operación, La empresa se constituyó en 2017 y desde esa fecha la prioridad ha sido incursionar en las cadenas de retail ,mejorar la presentación y calidad del producto y posicionamiento de marca.



- Actualmente la empresa se financia con recursos propios y provenientes de los accionistas.
- A la fecha la sociedad su objetivo principal es tener el equilibrio financiero, que le permita cumplir con todos los costos y gastos incluidos los de remuneración completa de la Representante legal y socio de la empresa en condiciones normales de mercado.

PUNTOS FUERTES

- Su cultura de planeación financiera, control de flujo de caja y presupuestación anual que le permite ir enfocado con unas metas claras que gestionar.

ÁREAS DE MEJORA

- Establecer un plan de financiación a futuro con grupos de interés o banca sostenible a través de productos diseñados para ello.
- Dentro de las políticas de reparto de utilidades considerar incluir un porcentaje creciente que permita garantizar los gastos futuros o inversiones futuras y tenerlos cubiertos antes de repartir dividendos.

INDICADORES

- Beneficios Netos \$ 11.633.812/ Beneficios EUROS 2.265.86
- Activos Fijos Moldes \$13.400.000/ 2.528 EUR
- Gastos previstos en el futuro Perfil de Reciclabilidad de envases \$3.300.000 / 633.03 EUROS
- Gastos estratégicos realizados Desarrollo de Productos Esmalte (Libre de 19 ingredientes tóxicos) y Crema Protectora Pomada Protectora ECOTÚ, sin talco, derivados del petróleo ni fragancia. \$ 9.934.000/1874,33 EUROS

B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros

Resultado:



Avanzado

Hasta el 30% de la sustitución/rehabilitación necesaria ha sido llevada a cabo.
Más del 60% de las inversiones están destinadas a una mejora importante de los impactos sociales y ambientales de la organización.
Mayoría de inversiones en proyectos sostenibles o en fondos ISR.

EVIDENCIAS

-Ecotu, maquila sus productos en terceros que tienen los equipos, la mano de obra y suministran la mayoría de materiales, por lo tanto, la composición de sus activos fijos no es alta, pero los activos como los inventarios son representativos y se convierten el activo principal para lograr un impacto medio ambiental importante, a ser todos sus productos envasados en productos plásticos.



PUNTOS FUERTES

- Así mismo volcó presupuesto y estrategia de marketing para concientizar a las personas del uso adecuado de los envases de ecotu y como reciclarlos <https://youtu.be/i7VagZNIkns>

ÁREAS DE MEJORA

-Establecer un plan y metas de sustitución de envases a más amigables con el medio ambiente, para el resto de los envases y para trabajar con productos 100% reciclado.

INDICADORES



- \$ 15.873.685 / EUR 2.995,03 total de la inversión de la sustitución Molde (2) Moldes Materiales Prueba +día de trabajo por hacer y los diseños

B4 Propiedad y participación democrática

Resultado:

Punto de partida

La distribución de la propiedad existente está formada por sus fundadores y / o sucesores.

EVIDENCIAS

Los accionistas de la sociedad son extranjeros 2 no residentes en Colombia y uno residente en el país el cual tiene el cargo de representante legal de la sociedad

Accionistas	%	Número de Acciones
CAROLINE THOMAS	66.6	390.250
THERESA LESLEY THOMAS	9.5	55.750
MARTIN THOMAS	23.9	140.000
TOTAL	100.0	586.000

La propiedad de la empresa solo reposa en los accionistas fundadores de la sociedad y no se establece ningún tipo de participación diferente a la de inversionista con compra de participación en la sociedad, si eso fuera considerado por la sociedad.

La sociedad realiza sus reuniones ordinarias y extraordinarias y mantiene un comunicación abierta y transparente entre los accionistas, todas las decisiones son consensuadas por los accionistas, la sociedad no cuenta actualmente con una política para nuevos inversionistas diferente a los estatutos actuales de la sociedad.

La sociedad no tiene considerado en la actualidad modificar o sus políticas en cuanto a la propiedad o democratización de ésta en cuanto a la propiedad.

PUNTOS FUERTES

La empresa es una empresa de **beneficios de interés común** (BIC), esto permitiría dar mayor participación dentro de la propiedad a los empleados, que esta si considera, después de fijar una política para ellos y se encuentra en proceso.

ÁREAS DE MEJORA



Establecer el proceso para dar mayor participación a los empleados dentro de la propiedad de la empresa.

INDICADORES

- El 76.1% de la propiedad de la empresa está en cabeza de mujeres.

Detalle	Participación
Empresarios/as	0
Directivos/as	66,00%
Personas empleadas	0
Clientes	0
Proveedores	0
Otros (Accionistas)	
Inversores que no trabajan en la empresa	33,40%

C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo

Resultado:

Avanzado

Se han implementado las primeras medidas para fomentar una cultura organizacional orientada a las personas empleadas, mejorar la salud en el puesto de trabajo y fomentar la diversidad.

EVIDENCIAS

La encuesta realizada a los trabajadores, coloca en una media de 4.3 puntos, siendo 1 el menor y 5 el mayor puntaje el clima laboral de la empresa.

Durante el año 2022 la empresa no reportó ningún accidente de trabajo, así como tampoco incapacidades por enfermedad y se encuentra en el camino del fortalecimiento de su programa de salud y seguridad en el trabajo.

PUNTOS FUERTES



-Existe un alto grado de autonomía en la organización del trabajo de los empleados, de acuerdo con la encuesta lo califican como un punto fuerte con 5 siendo el mayor puntaje a calificar dentro de la encuesta.

ÁREAS DE MEJORA

-Fortalecer el cumplimiento la resolución 0312 de 2019 Estándares mínimos del sistema de salud y seguridad en el trabajo

<https://drive.google.com/file/d/1uHILMh8oYS3wb6MMgT0s6hPye9sLmfFA/view?usp=sharing>

-Establecer un cronograma de capacitaciones en temas de diversidad, género, igualdad e inclusión al personal.

-Establecer un programa de entrenamiento para los empleados en su cargo, y conocimiento de la empresa misión, visión, valores, gobernanza

INDICADORES

- El tiempo promedio de los trabajadores es de 2.3 años en la empresa
- 12 horas de formación en cada empleado de otros temas relacionados con fortalecer habilidades y capacidades.
- Los comerciales reciben entrenamiento en el cargo con una intensidad horaria de 24 horas .
- El 20% del tiempo de trabajo el empleado lo desarrolla desde casa esto equivale a 4 días al mes.

C2 Características de los contratos de trabajo

Resultado:



Primeros pasos

Análisis y diálogo periódico sobre una estructura salarial justa, distribución de la carga de trabajo, horarios laborales, y tipos de contratos.

EVIDENCIAS

La empresa garantiza la estabilidad de sus trabajadores por eso su contratación de empleados es a través de contrato a término fijo y dependiendo el cargo y responsabilidades como en el caso comercial se tienen en cuenta las herramientas necesarias para que pueda desempeñar su labor como auxilio de rodamiento.

Así mismo el cargo administrativo tiene una compensación, como el comercial de acuerdo a unas metas comerciales alcanzables y de cartera, la empresa trabaja con empleados de manejo y confianza, por lo tanto, esta modalidad se mide por los resultados y no por las horas trabajadas.

A la pregunta realizada en la encuesta a los trabajadores ¿en qué medida cree que su salario se adapta a la categoría y funciones de tu puesto de trabajo?, la respuesta promedio fue 3 la media.

La conciliación de la vida laboral y personal, en cuanto a satisfacción con su puesto de trabajo esta se sitúa en 4.6

PUNTOS FUERTES

La capacidad de poder dialogar abiertamente entre la gerencia y los empleados.

ÁREAS DE MEJORA

Establecer procedimiento para realizar por lo menos dos encuestas a los trabajadores sobre su clima laboral y las oportunidades de mejora para su desarrollo personal y remuneración, que permita ajustar las decisiones de aumentos.

INDICADORES

El salario más alto es de \$5.300.000/1000 EUR básico que con comisiones puede llegar a \$7.568.400/1.428 EUR y el más bajo es de \$1.515.800/286 EUR.



Horas extras realizadas Cero (0), dada la modalidad de los tipos de contrato y flexibilidad horaria.

Horas semanales 40 horas

Remuneración media \$3.127.000/ 590 EUR

No se presentaron durante el año, licencias de maternidad o paternidad.

C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas

Resultado:

Punto de partida

No existen medidas que se encuentren en contradicción con llevar un comportamiento medioambiental responsable.

EVIDENCIAS

Las personas utilizan carro y medio de transporte público para llegar a su trabajo, de los 5 días de la semana 1 son en casa y 4 presenciales cuentan con una modalidad de trabajo híbrido.

PUNTOS FUERTES

-La flexibilidad y la apertura de la gerencia para gestionar las labores a desempeñar no atadas a la oficina, sino al cumplimiento de los objetivos.

ÁREAS DE MEJORA

Establecer un cronograma de capacitación de la importancia del reciclaje, de los estilos de vida saludable.

Establecer unos mínimos de normas en la oficina en cuanto al reciclaje y aprovechamiento del uso de los recursos que usan para el desarrollo de su trabajo en casa y en la oficina.

INDICADORES



Medio	Trabajador	Km	No Veces al Mes
Coche	1	0,96	32
Transporte Público	2	33	64
Bicicleta	0	0	0
A pie	0	0	0

Nota: Trabajador 1: Distancia casa a trabajo 10 kilómetros por Trayecto

Medio de transporte: Línea de Transmilenio, Trabajador 2: Distancia casa a trabajo: 23 kilómetro por Trayecto, Medios de transporte: Transmilenio y Sitp, Trabajador 3: Distancia casa a trabajo: 0.98 kilómetro por Trayecto

-El 66% de los viajes se realizan en Transporte público.

C4 Transparencia y participación democrática interna

Resultado:

Punto de partida

Nivel de transparencia acorde a la legislación.

EVIDENCIAS



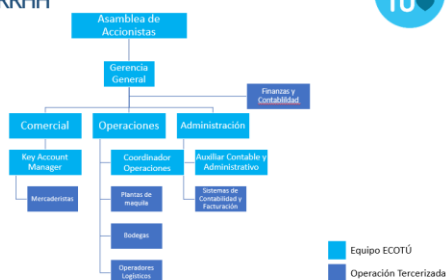
ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Un modelo de economía con futuro



Ecotu cuenta con unas líneas identificadas de gobernanza, al interior de la empresa.

Organigrama RRHH



La encuesta realizada a los trabajadores califica en promedio con un 4 a la empresa en cuanto a la participación en la toma de decisiones dentro de la empresa, que se refieren a su operatividad, existe una apertura a la escucha activa de abajo hacia arriba.

En cuanto a la accesibilidad de la información en la encuesta se encontró que a las ventas, la encuentran muy accesible, pero a los financieros y gestión de la empresa los empleados, consideran que pueden no pueden acceder a ellos.

PUNTOS FUERTES

La apertura tanto de los empleados como de la gerencia a implementar oportunidades de mejora dentro de los procesos.

ÁREAS DE MEJORA

Publicar o enviar la información de resultados financieros de la empresa como informes de gestión a los empleados, y facilitar un espacio de foro o de compartir opiniones de la información que ésta arroja.

Promover un sistema de evaluación de gestión que permita escuchar a los trabajadores, y también vincularlos en su retroalimentación con las oportunidades de mejora de una manera amigable y colaborativa.

INDICADORES

El 90% de las decisiones se toman con participación de los empleados

El 100% de la información financiera, de ventas está disponible para todos los empleados.



D1 Actitud ética con los clientes

Resultado:

Avanzado

De forma obligatoria se aplican políticas y procedimientos de actitud ética con los clientes tanto en la adquisición como en el cuidado de los mismos. Del mismo modo se implementan de forma obligatoria soluciones para grupos vulnerables.

EVIDENCIAS

Los clientes nuevos se obtienen de consultas en sus redes sociales y haciendo investigación de mercado, los clientes fijos se mantienen actualizados en constante comunicación y acompañamiento. Se busca brindar a sus clientes productos que aportan beneficios a su salud y bienestar y es prioridad cuando realizan nuevos desarrollos, La empresa maneja ventas B2B y B2C, su modelo de negocio está direccionado a una población vulnerable como son los recién nacidos y niños, los cuales las decisiones de su cuidado personal, no reposan en ellos, están al alcance de los padres, por esto la empresa realiza una labor de concientización fuerte y periódicamente con capacitaciones a los Médicos, así como a los puntos de venta de retail y divulga en su página de internet la problemática alrededor de los tóxicos <https://ecotu.co/blogs/un-mundo-sin-toxicos>, presentes en los productos de cuidado y aseo personal y cuáles con las consecuencias en la salud. <https://www.ewg.org/sunscreen/report/executive-summary/>.

Su promesa es la producción de productos libres de tóxicos y sus fórmulas lo representan.

Clean, tropical goodness for babies and kids



Fórmula natural



No testado en animales



Libre de tóxicos



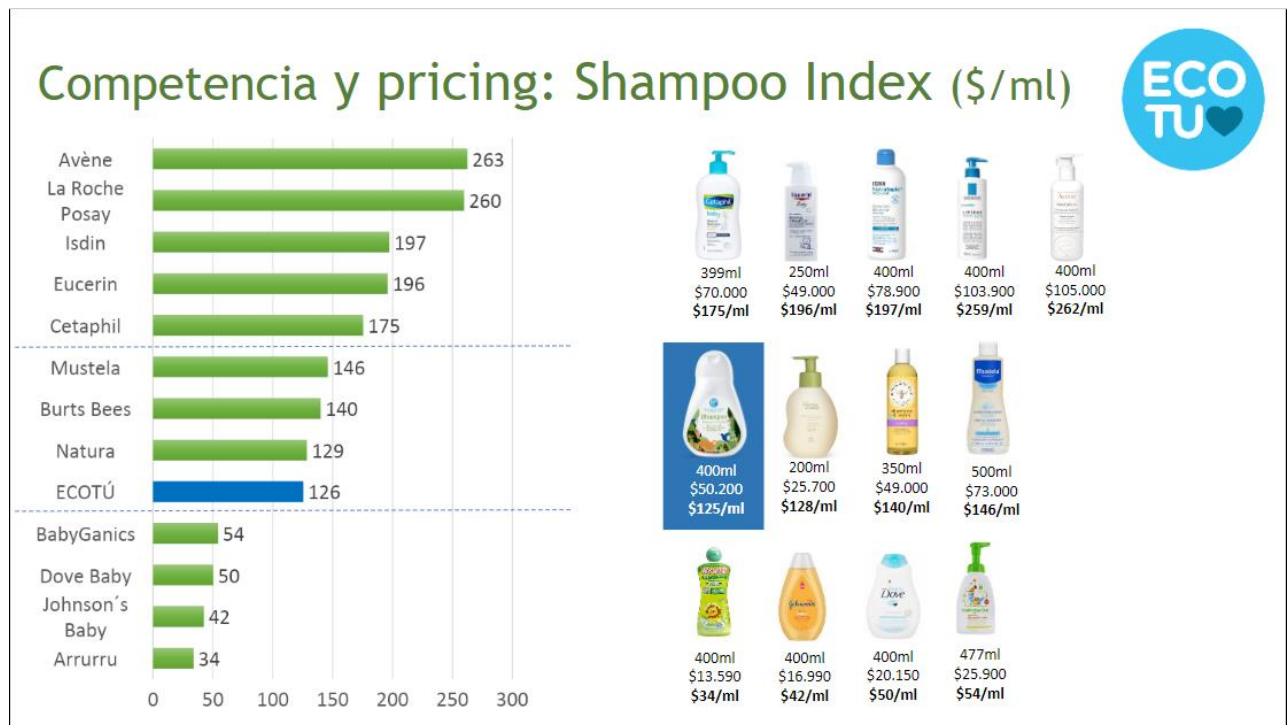
Desde recién nacidos

La empresa ha realizado estudios de mercado para ver que sus precios en el mercado estén en un rango intermedio, ofreciendo productos realmente 100% naturales y de excelente calidad, a continuación, uno de los estudios con relación a la accesibilidad por precio.

La garantía de ser productos 100% naturales <https://youtu.be/604m1bcGuql>, sus productos utilizan productos con bases 99% naturales que protegen la salud de los niños.



Como se ve en la gráfica los precios de los productos están en la base inferior intermedia lo que permite que el cliente final y el distribuidor tenga un producto de excelente calidad a un precio accesible.

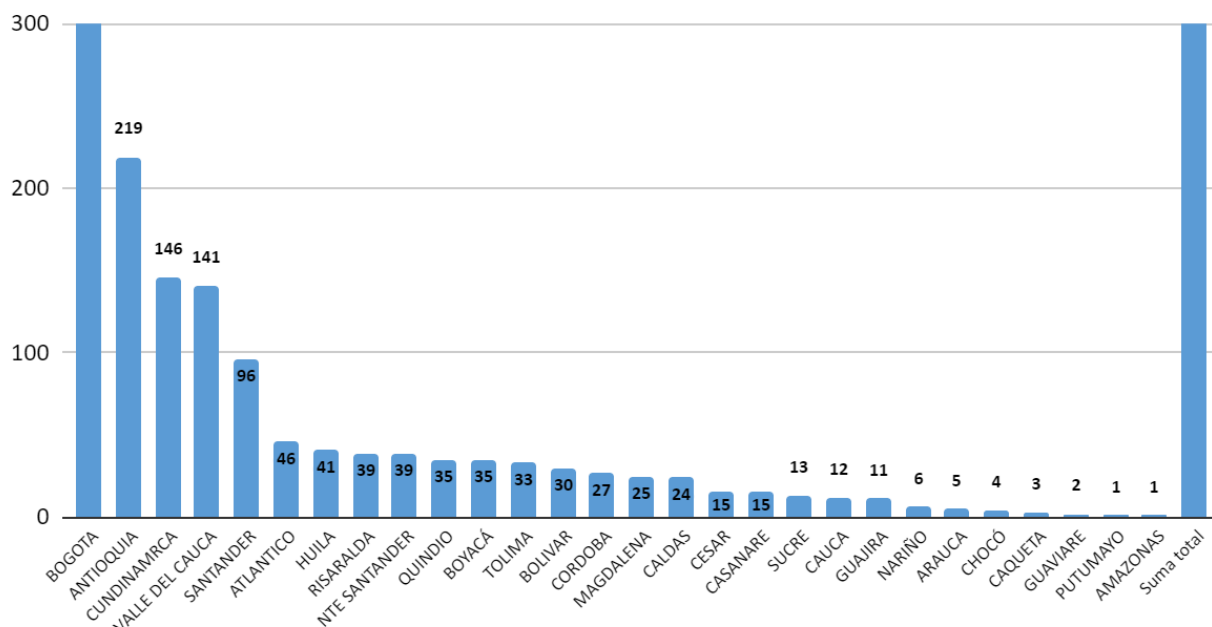


En cuanto a la accesibilidad el modelo de negocio hace presente a nivel nacional en las principales cadenas de retail con una participación del 58% de las ventas y un 28% por tienda virtual, esto permite tener una cobertura no solo a las principales ciudades del país, sino cubre gran parte del territorio

Gráfico de la participación de la tienda virtual (Shopify) en el territorio.



Compras por Departamentos - Regiones 2022



PUNTOS FUERTES

La cobertura nacional y digital, los precios y su compromiso con el bienestar y salud de los bebés y niños usuarios de este producto, por encima de los beneficios económicos.

Su estrategia de comunicación como lo vemos en la página no es invasiva, engañosa <https://ecotu.co/> y es muy respetuosa.

ÁREAS DE MEJORA

-Establecer la periodicidad para encuestas de satisfacción del cliente, que incluyan criterios EBC.

-Establecer el proceso para identificación de los grupos vulnerables dentro de los canales de ventas para poder determinar un indicador. **¿Qué se entiende por Grupo Vulnerable?** Se refiere por ejemplo a hogares con pocos recursos económicos, personas con dificultades de aprendizaje, personas con necesidades físicas especiales, personas mayores, personas con otra lengua materna, personas con poca formación, personas con dificultades en el uso de la tecnología.

INDICADORES

Presupuesto de Marketing \$ 170.496.962/ 33.207 EUR

Fuerza de ventas 70% salario fijo 30% variable



La empresa cuenta con objetivos cuantitativos de cumplimiento de ventas mes:

D2 Cooperación y solidaridad con otras organizaciones

Resultado:

Primeros pasos

La organización tiene una actitud amistosa hacia otras organizaciones.

La organización tiene disposición a cooperar y colaborar solidariamente. La organización pone a disposición sus conocimientos, información y recursos si le son solicitados.

EVIDENCIAS

Los objetivos de cooperación actuales que ha tenido ECOTU son con otras organizaciones que no son directas de su sector, pero si complementarias como por ejemplo la creación de una canción para generar alegría, enseñar, acercarnos y acompañarnos en cualquier momento y se une con colectivo Animal, nominados a Grammy Latino y creadores de los discos Un Bosque Encantado I y II para hacer realidad nuestro sueño de poder enseñar y acompañar niños y sus papás, haciendo divertida la hora del baño, la lavada de pelo, de dientes a través de la magia de los animales de esta región.

https://www.youtube.com/watch?v=XXrJtbE_Hns

Esta iniciativa de la canción es de acceso libre para todas las personas cliente, cliente o no de ECOTÚ.

PUNTOS FUERTES

-Interés de aliarnos con distintas entidades que generen valor agregado al crecimiento cultural del País

ÁREAS DE MEJORA

-Cuantificar estas colaboraciones, en tiempo de empleados, recursos económicos que permitan identificar la inversión realizada en estas colaboraciones.

INDICADORES

-Recursos financieros invertidos en la elaboración colaborativa de la canción \$ 8.580.000/ 1.618.86 EUR.

-En tiempo del equipo de ECOTU 10 horas en desarrollo



-Divulgación digital Spotify, Instagram, YouTube, divulgación por medio de avisos en puntos de venta (30 Farmatodo, 10 Jumbo)

-576 visualizaciones por YouTube

-% de tiempo de cooperación con otras entidades

	Horas	Tema
Organizaciones que trabajan en el mismo segmento de mercado (también de la misma región)	12	Envases reciclables & toxinas en productos de cuidado personal
Organizaciones del mismo sector que su segmento de mercado se encuentra en otra región	24	Envases reciclables & toxinas en productos de cuidado personal
Trabaja en iniciativas organizacionales con el fin de incrementar los estándares	15	Ambientales
Trabaja en iniciativas organizacionales con el fin de incrementar los estándares	6	Calidad del Sector

D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios

Resultado:

Avanzado

Se dispone de multitud de datos cuantitativos y cualitativos sobre los impactos ambientales. Existe una estrategia clara y definida para reducir los impactos ambientales de toda la gama de productos.

La mayoría de los productos y servicios tienen un impacto ambiental por unidad funcional menor que las alternativas.

Se aporta de manera habitual a los clientes información sobre el impacto ambiental de los productos y servicios. Además sensibiliza a sus clientes para realizar un consumo moderado.

EVIDENCIAS

La entidad ha realizado su primera medición del impacto ambiental y trabaja en identificar en donde puede incluir acciones de impacto ambiental de manera más rápida y aquí tenemos los aspectos que se consideraron:

1. Envases los cuales pasó a producir con 50% de la materia prima reciclada los envases de repelente, Shampoo, cremas, colonia.
2. Cuenta con una estrategia de ECOrefill que brinda una alternativa en un solo envase de 2000 ml lograr mayor eficiencia 1/10, con relación a la presentación de 200ml



ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Un modelo de economía con futuro

promociona y educa a sus clientes para disminuir el impacto del uso de empaques nuevos.

ECOrefill



Jabón en Espuma para Piel Delicadas -
2Litros
\$223.900

Agregar al carrito



Crema Hidratante Corazón de Melón
2Litros
\$191.900

Agregar al carrito



Shampoo Quinoa Deliciosa 2Litros
\$194.900

Agregar al carrito



Crema Hidratante Quinoa Deliciosa 2Litros
\$191.900

Agregar al carrito

3. Realiza campañas de sensibilización para sus clientes del modo adecuado de reciclar los envases <https://ecotu.co/blogs/noticias-1/conoce-como-puedes-reciclar-nuestros-envases>, como en youtube <https://youtu.be/i7VagZNIkns>.
4. Busca proveedores que cuentan con programas de gestión de residuos en sus procesos más importantes como son la fabricación y el transporte.

https://docs.google.com/document/u/1/d/1SWYIc3LO5aSWK8p6bTGfHzGQNsY3LRQf/edit?usp=drive_web&oid=114744750653952386035&rtpof=true

https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1s0Ylo8y8nDNip_c7BDZlQU7PPpr7jaNx

5. La base de fabricación de sus productos en materias primas es el 99% realizada con productos naturales como son quinua, lavanda, uva, manzanilla, germen de trigo, aloe vera, aceite de coco, aceite de oliva, avena, romero, Jojoba, Almendras, caléndula, citronela y té verde entre otros.
6. Se ha preocupado por contratar con empresas que cuiden impactos ambientales como es el transporte que contribuyen a la mayor fuente de contaminación de CO2 al medio ambiente, que puede afectar su modelo de negocio.



	2018	2019	2020	2021	2022	% Variación 2018-2022	% Variación 2021-2022
Alcance 1	22.596	22.030	19.288	19.961	19.725	- 12,7%	- 1,2%
Alcance 2	322	318	288	549	300	- 6,9%	- 45,5%
Total Grupo	22.918	22.348	19.576	20.510	20.025	- 12,6%	- 2,4%

En el año 2022 se generaron 20.025 toneladas de dióxido de carbono equivalente entre emisiones directas e indirectas, lo cual representó una disminución del 12,6% en las emisiones de CO2e con respecto a la línea base (año 2018) y 2,4% con respecto al año 2021.

7. Está empezando a pedir e integrar los resultados de los maquiladores la medición de su impacto de huella de carbono e hídrica de su proceso para incluirlo dentro del proceso de plan de compensación.

PUNTOS FUERTES

Su compromiso ambiental que se traslada a sus productos a fabricar buscando siempre que la piel de los bebés y niños no esté expuesta a los químicos, en estos artículos podemos ver las consecuencias en la piel de los bebés del uso de productos con concentraciones y productos químicos altamente perjudiciales para la salud y cómo esto afecta.

<https://www.healthandenvironment.org/our-work/publications/>

<https://drive.google.com/file/d/1TSH4es6H31osgQSBGQwhwfVP-VfK4yMI/view?usp=sharing>

ÁREAS DE MEJORA

Incorporar a los maquiladores en la medición del impacto de la huella de carbono.

INDICADORES

- Unidades vendidas que utilizan material reciclado 19.436/ 50.777 el 38.27% de las unidades vendidas utiliza material recuperado.

https://drive.google.com/file/d/112q7Pg_KMS4dh2vxW2ZSE18HPQcDEzZB/view?usp=sharing

-Unidades vendidas Presentación Ecorefiell, esta presentación con relación al 2020, ha tenido mayor participación desde su lanzamiento y se ha venido ampliando a las presentaciones de mayor rotación.



Año	2020	2021	2022
Unidades Eco Refill	456	3.501	3.161
%		668%	-10%

-Huella de carbono generada por los envíos Paqueteo tienda Shopify y Retail grandes superficies de los productos.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1InYA0mQ2BkgKLI2erQ8TvR6TkOzc3-WE/edit#gid=530170488>

Toneladas CO2 2021	20.60
Toneladas CO2 2022	21.09

Fuentes utilizadas para el cálculo de la Huella

[1] UPME 2016, Calculadora Factores de Emisión Para Combustibles Colombianos (http://www.upme.gov.co/calculadora_emisiones/aplicacion/ayuda.html) - Actualizada Diciembre 7 de 2016

[2] 2014 IPCC Fifth Assesment Report

* Factores de emisión de Gasolina E8 son calculados a partir de una mezcla del 92% "Gasolina Motor" y 8% de "Etanol Anhidro" (se excluye el CO2 del biocombustible)

** Factores de emisión de Diésel B8 y B10 son calculados a partir de una mezcla de "Diésel B2" y "Biodiesel palma" al 8% y 10% respectivamente (se excluye el CO2 del biocombustible)

*** Aceites lubricantes para motores (uso no energético) IPCC Directrices del IPCC de 2006 para los inventarios nacionales de gases de efecto invernadero Capítulo 5: Uso de productos no energéticos de combustibles y de solventes

-Total de envíos Shopy Total 2021 4795 unidades, 2022 3697 unidades

- Ciudades Alcanzadas 2021 /29 y 2022 /28

- Impacto de las cajas corrugadas eliminación de colmenas por cambio y aprovechamiento de cajas de empaque

2022 cajas 0,057413333 Toneladas

2021 cajas 0,047395416 Toneladas

Material complementario reducción de 0,004140625 Toneladas de Colmenas que en 2022 no se utilizaron por cambio de tipo de Caja.

D4 Participación de los clientes y transparencia de producto

Resultado:

Punto de partida

No hay ningún tipo de participación del cliente. Solo se contesta a los comentarios de los clientes. La organización cumple con la ley respecto a sus obligaciones de declaración legal.



EVIDENCIAS

Todos los precios de los productos aparecen publicados en la página del ECOTÚ, así mismo las etiquetas por reglamentación dice que contiene el producto.

https://ecotu.co/?utm_source=Google-%20%20ads&utm_medium=CPA&utm_campaign=AON&utm_term=COLDTRAFFIC&utm_content=TEXTO&gclid=CjwKCAjwve2TBhByEiwAaktM1FDCM0Q1HJw-XQqrL2FR6jP0154aKIEpgHnGHnB9On1sMtEqFPSiDhoCEQUQAvD_BwE

Ecotu tiene publicada en su página el proceso de compra, la política de devoluciones y la política de calidad y compromiso, cuenta con un canal directo de atención al cliente.

<https://ecotu.co/pages/proceso-de-compra>
<https://ecotu.co/pages/politica-de-devoluciones>
<https://ecotu.co/pages/politica-de-calidad-y-compromiso>

El contacto con las clientes está orientado sobre el producto y su compra, pero no está orientado a participar o incluir al cliente en parte del desarrollo del mismo, la entidad no lo ha considerado aún.

PUNTOS FUERTES

-Su personalización y calidez y oportunidad para atender y solucionar los inconvenientes del cliente

ÁREAS DE MEJORA

-Realizar una encuesta de satisfacción de cliente en el servicio postventa, incluir en esta encuesta la oportunidad de opinar o sugerir mejoras en el producto o el servicio.

-Formalizar por escrito la línea de comunicación con el cliente, los criterios a tener en cuenta con esa comunicación y los objetivos que estos persiguen.

-Incluir más información para el cliente de las acciones medioambientales y sociales que emprende ECOTU.

-Incluir información al cliente sobre la política de la empresa de fijación de precios y elementos que consideran para la formación de este precio.

- Realizar a futuro de ser posible el análisis del ciclo de vida del producto que vende ECOTÚ.

INDICADORES



El 100% de los productos cuenta con la información de sus ingredientes en su etiqueta.

E1 propósito e impacto positivo de los productos y servicios

Resultado:

Ejemplar

La mayor parte de los productos y servicios soluciona problemas definidos por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Soluciones para los retos más grandes de la humanidad se han implementado de manera innovadora y visionaria.

EVIDENCIAS

Los productos que fabrica y vende ECOTU satisfacen las necesidades humanas de salud y bienestar, así como protección y seguridad.

Los productos que ECOTU fábrica o crea están orientados a disminuir la carga tóxica que puede contener productos del cuidado personal de un bebe o niños en su etapa de crecimiento y que afectan, su sano desarrollo.



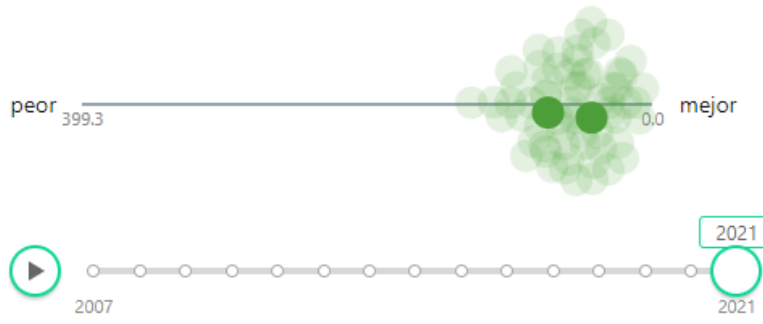
Sus productos impactan en el cumplimiento de las metas de los objetivos de desarrollo sostenible para:

3.4 - Reducir la mortalidad por enfermedades no transmisibles De aquí a 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante su prevención y tratamiento, y promover la salud mental y el bienestar



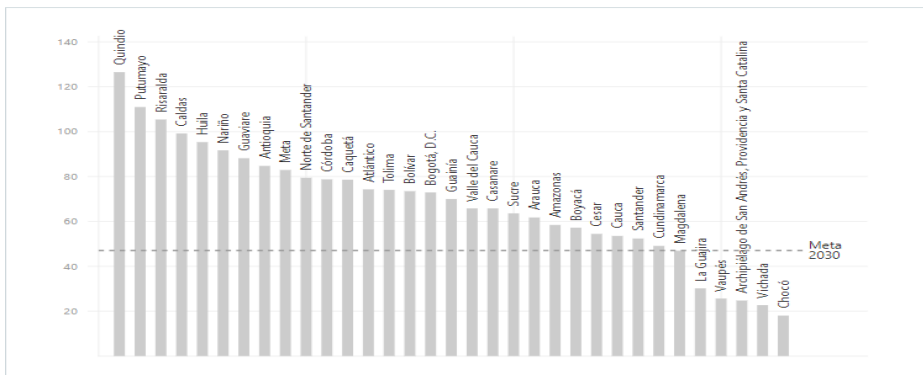
<https://ods.dnp.gov.co/es/departamentos/bogota-d.c>

Incidencia de intoxicaciones por sustancias químicas (por 100.000 habitantes)



3.9 - Reducir las enfermedades y muertes causadas por productos químicos peligrosos y contaminación. De aquí a 2030, reducir considerablemente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y por la polución y contaminación del aire, el agua y el suelo.

https://ods.dnp.gov.co/es/data-explorer?state=%7B%22goal%22%3A%223%22%2C%22indicator%22%3A%223.9.3.C%22%2C%22dimension%22%3A%22DES_GEO_DEPTOS%22%2C%22view%22%3A%22bar%22%7D



12.2 - Gestión sostenible y uso de los recursos naturales de aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.



12.5 - Reducir sustancialmente la generación de residuos de aquí a 2030, reduciendo considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.



<https://ods.dnp.gov.co/es/data-explorer?state=%7B%22goal%22%3A%2212%22%2C%22indicator%22%3A%2212.5.1.P%22%2C%22dimension%22%3A%22COUNTRY%22%2C%22view%22%3A%22bar%22%7D>

Se podrían considerar las cremas y colonias que podrían ser de lujo o no necesarios o que cubran una necesidad básica, así como accesorios como fular, esponja, lima.

PUNTOS FUERTES

- La composición de sus productos Naturales y libre de tóxicos para bebés y niños; sin sulfatos, sin parabenos, sin petroquímicos, sin colorantes, sin ftalatos ni otros alérgenos comunes

ÁREAS DE MEJORA

- Documentar los impactos de sensibilización de la problemática de los tóxicos para la salud y los beneficios de los productos a los grupos de interés.

INDICADORES

- Productos que cubren necesidades básicas 71.67%
- Productos que pueden ser considerados como Lujo o no básicos 28.33%
- Productos que sirven para el desarrollo de las personas 100%
- Productos que solucionan problemas ambientales o sociales según ODS 100%
- Productos sinérgicos y singulares 100%



E2 Contribución a la comunidad

Resultado:

Primeros pasos

La organización conoce y publica en detalle los impuestos y cuotas a la seguridad social. De manera puntual se hacen aportaciones voluntarias sin estudiar los impactos.

EVIDENCIAS

La empresa paga oportunamente sus impuestos de renta, Ica, así como los pagos de seguridad social por los empleados y sus prestaciones sociales sobre el 100% de lo que devengan, no cuenta con una estructura para bajar los impactos de los pagos de tasas de seguridad social y prestaciones sociales con sus empleados.

PUNTOS FUERTES

No utiliza ayudas o subvenciones del gobierno o distrito, sus recursos son privados.

ÁREAS DE MEJORA

Estudiar la posibilidad de escoger un proyecto social al que de manera voluntaria se pueda, aportar económicamente, incluyendo esto en el presupuesto anual, y evaluar el impacto social.

INDICADORES

- Volumen de Facturación \$1.013.043.400/ 197.305 EUR vendidos en el 2022
- Impuesto de renta 2022 Tasa 30% \$ 21.162.338/ 4.121.68 EUR
- Tasas de seguridad social 20.52% \$15.331.585/2.986.00 EUR
- La empresa no reportó ninguna ayuda o subvención
- Diferencia entre los salarios brutos y netos \$ 79.757.176

E3 Reducción del impacto medioambiental

Resultado:



Avanzado

La organización conoce sus emisiones y uso de recursos así como su huella ecológica. Recopila y analiza los datos correspondientes y dispone de estrategias de mejora.

EVIDENCIAS

Los impactos medioambientales que se identifican en la empresa están relacionados con los procesos de: fabricación, envases (plásticos) y transporte de la mercancía hasta el cliente, se debe tener en cuenta que el modelo de negocio de la empresa es la tercerización de estos procesos y teniendo en cuenta esto vamos a evaluar cada uno:

Los envases (plásticos) ha sido la prioridad de la empresa ECOTU y en este camino ha realizado inversiones para mejorar los impactos de sus envases incluyendo el 50% de material recuperado a sus productos , buscar alianzas con empresas B para realizar la producción de estos envases, adquirido los moldes entre sus activos de estos envases para garantizar esta producción, así mismo está considerando realizar un estudio en el 2023 PERFIL DE RECICLABILIDAD DE ENVASES ECOTÚ, para buscar planes de acción en la mejora de estos envases y sus empaques para el futuro.

Transporte el tercero proveedor Exxce y TCC cuenta con una matriz de aspectos e impacto medio ambientales.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GEC7NS97C-8N1zts0YivvQ2IUlwpZkAc/edit#gid=1820761712>

TCC

Presenta un programa de sostenibilidad, así como resultados del impacto ambiental, así como su reposición de flota de y equipo a equipo eléctrico.

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1t0YIf1iQuHod7JGxxYBsYOdkZuqAKkd0>

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1t0YIf1iQuHod7JGxxYBsYOdkZuqAKkd0>

El edificio donde está ubicada la oficina administrativa de ECOTU cuenta con un plan completo de manejo de residuos y ambiental que controla y mitiga el uso razonable de energía, agua y manejo de residuos

https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1MgcYxaK151uLSK3zZmeAu-7iJia9vt_s

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1MhqrHLUZA3IBmdWGHKaZg1fR8oWWs-GV/edit#gid=1292798096>

Así mismo el Proveedor de Almacenamiento de mercancía cuenta con un programa ambiental monitoreado y controlado.



https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1s0Ylo8y8nDNip_c7BDZlQU7PPpr7jaNx
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1TUUMIXNC0ZW2XTINLzrDMBOBEqfvfeQr/edit#gid=1423437672>

PUNTOS FUERTES

Programa de compensación de CO2 con el programa O2reserve :

<https://www.o2reserve.com/>
<https://drive.google.com/file/d/1dBecoJcHb-oze8T2QZfLsum5-mPa-8Ce/view?usp=sharing>

Sus proveedores estratégicos (Oficinas, Almacenamiento, Transporte y Maquila) cuentan con programas de control ambiental activos, actualizados y con metas claras que contribuyen a la sostenibilidad del planeta.

ÁREAS DE MEJORA

- Incluir el proceso de medición de los procesos de producción (Maquilas) en el cálculo de la Huella de carbono.

INDICADORES

- Durante el 2022 Ecotu conservó 1000M2 de bosque, esto representa un 9.41% de aporte económico de la Utilidad Neta del periodo.





- Cuenta medioambiental

Item	Resultados	Unidades
Emisiones de gases de efecto invernadero		
Transporte / y su CO2eq)	*21,00 CO2eq	Toneladas
Consumo de Gasolina (y su CO2eq)	*2.307	Galones
Consumo de Electricidad (y su CO2eq)	1.152/ CO2 0.34 T	Kws/m2
Consumo de Gas ((y su CO2eq)	n/a	
Consumo de calor	n/a	
Consumo de Agua Potable	17.196	M3
Uso de Químicos (venenoso y no venenoso)	n/a	
Consumo de papel	3	Resmas x 500HR
Uso de Otros consumibles	n/a	
Uso de Luz artificial	16 lámparas LED	
Emisiones de sustancias Peligrosas	n/a	

*Vehículos no propios servicio de envíos y paquetería tercerizado

Huella de Carbono Total: 21,34 CO2 eq T

E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

Resultado:

Primeros pasos

Desarrollo de una actitud que considera la sinceridad y transparencia como la base de la confianza, la comunicación y la responsabilidad compartida. Primeros análisis y planificación para elaborar un informe transparente, honesto y basado en hechos.

Tanto ciudadanos como organizaciones de grupos de interés relevantes pueden entablar diálogos con la organización. Las conclusiones son documentadas.

EVIDENCIAS

La empresa utiliza su página web <https://ecotu.co/blogs/biodiversidad>, así como sus redes sociales como Instagram para adelantar información a la comunidad de sus no solo de sus productos, sino la importancia del cuidado y conservación de la biodiversidad de nuestro país,



y sus productos con acciones encaminadas con el producto a la incidencia en la salud de las personas y el medio ambiente.

Asimismo, invita a la participación de las nuevas generaciones de padres en el cuidado de su salud, el planeta y los animales <https://ecotu.co/blogs/mi-bebe?page=2>.

De su publicación de la incidencia de las toxinas en la salud, se reporta un descarga de 61 personas del documento.

PUNTOS FUERTES

- Su interés por desarrollar más y mejores productos limpios, sin tóxicos para los bebés y los niños.

ÁREAS DE MEJORA

- Realizar actividades para Incluir a la comunidad de padres de familia en un diálogo abierto para la mejora e impacto de los productos y la salud de los bebés y niños .
- Publicar el informe EBC y BIC en su página y dar divulgación de los impactos generados a los grupos de interés y su contribución con estas metas.

INDICADORES

- 10 publicaciones en página de temas relacionados con salud, biodiversidad y Ambiente.

Descripción del proceso de elaboración del Balance del Bien Común

□ ¿Quién ha estado involucrado en la elaboración del Balance y del Informe del Bien Común?
Este informe se elaboró con la participación activa de la gerencia, empleados en su análisis , evaluación y recolección de información, así como de la divulgación de la importancia de esta información

□ ¿Qué grupos de interés han estado involucrados (nombre, posición, relación con la organización)?

Los proveedores más relevantes del cual dejamos informe de entrevistas realizadas para esta información.

<https://docs.google.com/document/d/1JIVYZxedkXBUFoKEhdDXBjxCTY2Bk-pH/edit>

□ ¿Cuántas personas y horas de trabajo se han necesitado?

Se han requerido aproximadamente unas 6 personas de manera directa en la recolección de la información y de manera indirecta aproximadamente unas 10 personas, esto ha requerido aproximadamente unos 6 meses.



¿Cómo se ha comunicado el Balance y el Informe internamente?

Se ha preparado la página web para la publicación del reporte y su matriz y se realizará una divulgación con los empleados para su divulgación.

Conclusión del Análisis

La medición dio como resultado de 238 puntos de 1000 posibles, de contribución al bien común de la empresa ECOTU SAS BIC

Calculadora del Bien Común - Versión 5.02

Nota: esto no es un certificado

MATRIZ DEL BIEN COMÚN

Empresa: ; Año del balance: 2022

Puntuación total: **238 de 1000 Puntos**



Valores Grupos de interés	Dignidad humana	Solidaridad y justicia	Sostenibilidad medioambiental	Transparencia y participación democrática
A: Proveedores	A1: Dignidad humana en la cadena de suministro 8 de 75 10 %	A2: Justicia y solidaridad en la cadena de suministro 8 de 75 10 %	A3: Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro 75 de 150 50 %	A4: Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro 8 de 75 10 %
B: Propietarios y proveedores financieros	B1: Actitud ética en la gestión de recursos financieros 0 de 13 0 %	B2: Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros 0 de 25 0 %	B3: Inversiones sostenibles y uso de los recursos financieros 15 de 50 30 %	B4: Propiedad y participación democrática 0 de 25 0 %
C: Personas empleadas	C1: Dignidad humana en el puesto de trabajo 8 de 25 30 %	C2: Características de los contratos de trabajo 3 de 25 10 %	C3: Promoción de la responsabilidad medioambiental de las personas empleadas 0 de 25 0 %	C4: Transparencia y participación democrática interna 0 de 38 0 %
D: Clientes y otras organizaciones	D1: Actitud ética con los clientes 15 de 50 30 %	D2: Cooperación y solidaridad con otras organizaciones 15 de 50 30 %	D3: Impacto medioambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios 15 de 50 30 %	D4: Participación de los clientes y transparencia de producto 0 de 50 0 %
E: Entorno social	E1: Propósito e impacto positivo de los productos y servicios 45 de 50 90 %	E2: Contribución a la comunidad 5 de 50 10 %	E3: Reducción del impacto medioambiental 15 de 50 30 %	E4: Transparencia y participación democrática del entorno social 5 de 50 10 %

Dentro de los puntos fuertes se destacan el valor de la sostenibilidad ambiental y la dignidad humana en la cadena de suministro.



Calculadora del Bien Común - Versión 5.02

Diagrama de araña. Valores de





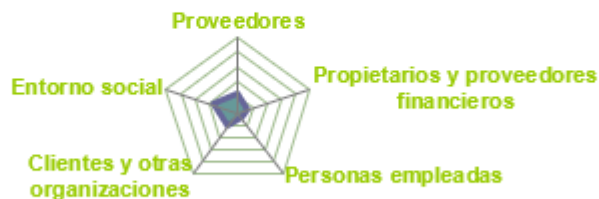
VISTA GLOBAL DEL BALANCE		
Dignidad humana	75 de 213	35 %
Solidaridad y justicia	30 de 225	13 %
Sostenibilidad medioambiental	120 de 325	37 %
Transparencia y participación democrática	13 de 238	5 %
TOTAL	238 de 1000	24 %

En cuanto a su relación con los grupos de interés su mayor impacto es con el entorno social, teniendo en cuenta el impacto en la salud de sus productos naturales y libre de tóxicos



Calculadora del Bien Común - Versión 5.02

Diagrama de araña. Grupos de interés de



VISTA GLOBAL DEL BALANCE		
Proveedores	98 de 375	26 %
Propietarios y proveedores financieros	15 de 113	13 %
Personas empleadas	10 de 113	9 %
Clientes y otras organizaciones	45 de 200	23 %
Entorno social	70 de 200	35 %
TOTAL	238 de 1000	24 %

Su relación con los temas ambientales e impactos a la salud y el medio ambiente relevan mucha importancia en la toma de decisiones de la empresa, vemos que su mayor aporte es el tema E1



ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

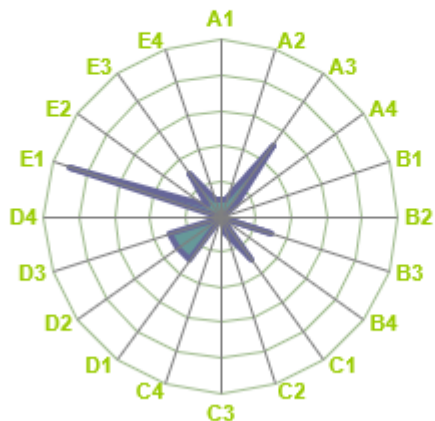
Un modelo de economía con futuro

Propósito e impacto positivo de los productos y servicios, así como el A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro, relevan importancia en la medición.



Calculadora del Bien Común - Versión 5.02

Diagrama de araña. Temas de



E1	45 de 50	90 %
A3	75 de 150	50 %

Existen retos y oportunidades de mejora para aumentar el puntaje maximizar el bien común, plan de trabajo que será implementado durante el 2023, mejorando así la medición y su impacto a los empleados, clientes y propietarios donde mas oportunidad de crecer existe.