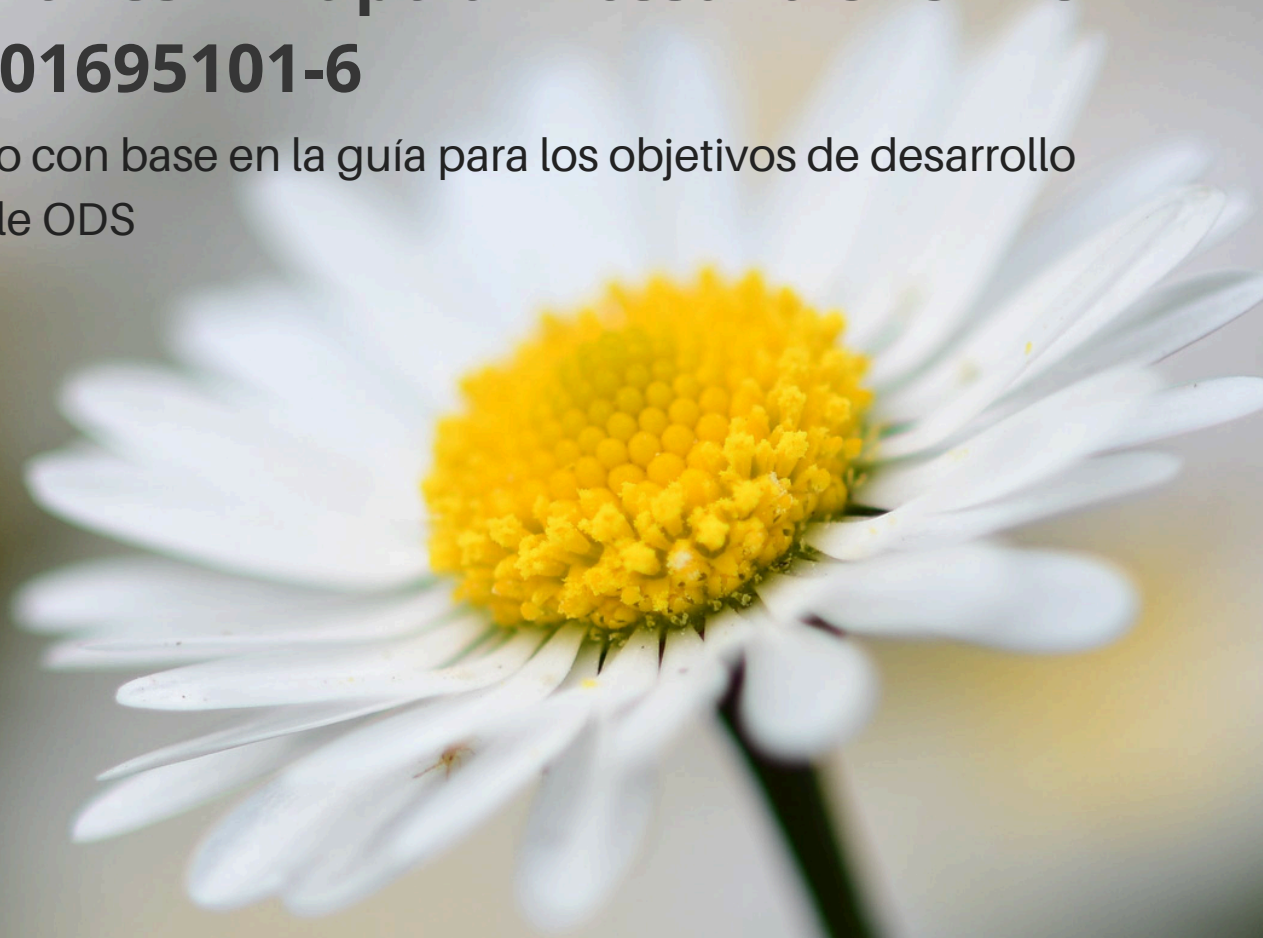


# Informe gestión BIC 2025

**Creaciones Amapola Artesana SAS BIC**

**Nit: 901695101-6**

Realizado con base en la guía para los objetivos de desarrollo sostenible ODS



Amapola

BIENESTAR BASADO EN PLANTAS

# 1. Introducción

---

El año 2025 representa un hito en la historia de Creaciones Amapola Artesana SAS BIC: el año en que sembramos con más fuerza que nunca. Un año marcado por la claridad del propósito, la expansión estratégica del modelo de negocio, el fortalecimiento de la identidad de marca y la profundización de nuestro compromiso con las comunidades rurales y el medio ambiente.

Este informe recoge los logros, aprendizajes y transformaciones del año 2025, en el marco de nuestras obligaciones como Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), según la Ley 1901 de 2018, y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Amapola no es solo una empresa de cosmética natural: es un movimiento que conecta el campo con la ciudad, honra los saberes ancestrales y pone el bienestar integral de las personas y los territorios en el centro de cada decisión empresarial. En 2025, esa convicción se tradujo en acciones concretas, alianzas poderosas, nuevos productos con propósito y un crecimiento del 27% en ingresos que demuestra que el modelo de triple impacto es también un modelo de negocio viable y sostenible.

## Presentación de la Empresa

Creaciones Amapola Artesana SAS BIC es una empresa colombiana del sector de la cosmética natural y el bienestar, fundada en 2023. Nos dedicamos a crear productos botánicos, experiencias de cuidado personal y proyectos de impacto social que honran la sabiduría ancestral, la ciencia, la espiritualidad y la sostenibilidad.

Nuestra línea de productos incluye cosmética natural consciente (desodorantes, jabones, tónicos, hidrolatos, shampoo y acondicionador sólido), velas con propósito, souvenirs ecoamigables corporativos, kits con intención y experiencias sensoriales de bienestar. Cada producto nace desde una intención clara: ofrecer herramientas que armonicen el cuerpo, la mente, las emociones y el espíritu.

En 2025, Amapola Artesana se reafirma como un laboratorio vivo de investigación y creación en torno al bienestar basado en plantas, donde convergen la medicina botánica, la agroecología, el arte, la tecnología y los saberes populares. Simultáneamente, transitamos un proceso de madurez y transformación de identidad de marca que consolida nuestra visión y nos prepara para nuevas etapas de crecimiento.

## Compromiso BIC y ODS 2025

Durante el 2025, Amapola Artesana trabajó de forma activa y coherente en los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- **ODS 1 – Fin de la pobreza:** A través de la generación de oportunidades económicas para mujeres rurales en condiciones de vulnerabilidad, incluyendo el proyecto piloto Sanando Mujer en Alejandría, Antioquia.
- **ODS 3 – Salud y bienestar:** Mediante productos, rituales y experiencias que promueven el bienestar integral: físico, mental, emocional y espiritual.
- **ODS 5 – Igualdad de género:** Empoderando a mujeres rurales a través del proyecto Sanando Mujer, procesos de formación, liderazgo, autocuidado y reconocimiento de derechos.
- **ODS 6 – Agua limpia y saneamiento:** Utilizando ingredientes 100% biodegradables y estrategias de refill que reducen la contaminación hídrica.
- **ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico:** Generando empleos con sentido, alianzas comerciales éticas con emprendedoras, pagos superiores al mercado y nuevos canales de distribución.
- **ODS 12 – Producción y consumo responsables:** Fortaleciendo el sistema de refill para desodorantes e hidrolatos, recuperando 37 kg de vidrio y 5 kg de plástico, y desarrollando empaques compostables.
- **ODS 13 – Acción por el clima:** A través de prácticas agroecológicas, alianzas estratégicas con organizaciones como WWF, y el apoyo activo a la conservación de fauna y flora.



## 2. Metodología

---

El presente informe se elaboró con base en la normativa vigente para las empresas BIC en Colombia (Ley 1901 de 2018), los principios del triple impacto (social, ambiental y económico) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

### Marco Teórico y Normativo

La evaluación y reporte se fundamentan en las cinco dimensiones establecidas para las sociedades BIC: modelo de negocio, gobierno corporativo, prácticas laborales, prácticas ambientales y prácticas con la comunidad. Cada dimensión fue evaluada frente a las metas definidas en años anteriores y las nuevas metas trazadas para el 2025.

### Recolección de Datos

La información se obtuvo a través de múltiples fuentes y métodos: registros financieros y operacionales internos; círculos de palabra con el equipo, aliadas estratégicas y proveedoras; entrevistas con líderes comunitarias del proyecto Sanando Mujer en Alejandría; análisis documental de procesos productivos y de impacto; y seguimiento a indicadores de ventas, refill y reciclaje.

### Participación de los Stakeholders

Se consultó activamente a los grupos de interés clave: equipo interno, proveedoras campesinas, tiendas aliadas, clientes corporativos, mujeres participantes del proyecto Sanando Mujer, y organizaciones aliadas como WWF, DOS (narrativa de marca), Ecosapiens. Sus voces y perspectivas informaron tanto la ejecución de proyectos como la construcción de este informe.

## 3. Gobernanza

---

### Estructura de Gobierno Corporativo

En Amapola Artesana entendemos la gobernanza como una práctica viva que va mucho más allá de la estructura jerárquica. Gobernar es co-crear, cuidar, escuchar y alinear cada decisión con el propósito que nos guía como empresa BIC.

Durante el 2025 continuamos fortaleciendo la diversidad e inclusión en nuestra estructura de gobierno, manteniendo como ejes transversales la equidad de género, la representación de saberes campesinos y ancestrales, y la vinculación de actores de innovación social. Seguimos en proceso de consolidación de nuestra Junta Directiva con nuevas voces y perspectivas que enriquezcan la visión estratégica de la empresa.

### Transparencia, Ética y Comercio Justo

Mantenemos nuestro compromiso con prácticas de comercio justo en toda la cadena de valor. El 80% de nuestros proveedores son locales (Medellín y alrededores) y el 20% nacionales. Todos son emprendimientos o certificados en negocios verdes.

Continuamos pagando precios superiores al mercado a nuestras proveedoras campesinas y brindándoles acompañamiento en temas de finanzas, costos y escalamiento de sus emprendimientos. Esta práctica, que va más allá de la transacción comercial, es una expresión concreta de nuestro modelo de desarrollo económico compartido.

### Modelo de Vinculación: Economía Colaborativa

En 2025 consolidamos un modelo innovador de vinculación que trasciende la relación empleador-empleado: la alianza con DOS, empresa especializada en narrativa de marca y comunicación. Esta forma de trabajo refleja nuestro compromiso con el ecosistema emprendedor: en lugar de incorporar personas como empleadas, apoyamos el crecimiento de otras empresas y emprendimientos, generando ingresos reales para quienes las lideran y construyendo juntos hacia propósitos compartidos. Es una manera diferente, más justa y más consciente de hacer empresa.

## 4. Cultura Interna y Prácticas Laborales

---

Amapola no es solo un lugar de trabajo: es un espacio de crecimiento, autocuidado y transformación personal. Nuestra cultura organizacional está basada en el ser: en el desarrollo integral de cada persona que hace parte del equipo y los círculos ampliados que rodean nuestros procesos.

Durante el 2025 continuamos fortaleciendo las prácticas laborales que nos caracterizan:

- Inicio de jornadas con momentos de conexión interior: meditación, lectura de oráculos y círculos de palabra.
- Flexibilidad horaria y opciones de trabajo remoto que promueven el equilibrio personal-laboral.
- Incentivos para la actividad física: natación, caminatas, bicicleta, yoga, acceso a sendero ecológico, piscina y gimnasio cerca de la oficina.
- Acceso a plataformas y herramientas de formación continua para el desarrollo de habilidades blandas y técnicas.
- Incentivos salariales superiores al mercado y reconocimiento del aporte de cada persona al propósito colectivo.

### **Mentoría estratégica 2025: Open to Create / Carolina Alzate**

Durante todo el año 2025 trabajamos de la mano con las mentorías de Open to Create, lideradas por Carolina Alzate. Este proceso nos permitió profundizar en el modelo de negocio, la propuesta de valor, la estrategia de la empresa y, sobre todo, en la raíz del propósito de Amapola. Este acompañamiento fue un hito fundamental en la madurez organizacional de la empresa, y nos dio mayor claridad sobre quiénes somos, hacia dónde vamos y cómo queremos expandir nuestro impacto.

## 5. Impacto Social

---

### 5.1 Proyecto Sanando Mujer — Alejandría, Antioquia

En 2025 nació el proyecto Sanando Mujer, una iniciativa piloto co-creada junto a 10-15 mujeres líderes de las diferentes veredas del municipio de Alejandría, Antioquia. Este proyecto es el resultado natural de la relación construida con la comunidad en años anteriores y representa una nueva dimensión del trabajo de Amapola: acompañar procesos de transformación integral desde las propias necesidades y voces de las mujeres rurales.

El proyecto nació de un primer encuentro donde meditamos juntas y realizamos dinámicas de escucha activa para que fueran ellas mismas quienes identificaran los temas que desean trabajar. Así emergieron dos grandes líneas de acción:

#### Línea 1: Bienestar Emocional y Autocuidado

- Meditación y relajación
- Autocuidado femenino
- Relaciones sanas
- Manejo de emociones
- Autoestima femenina
- Superación personal

#### Línea 2: Fortalecimiento de Capacidades y Liderazgo

- Gestión de proyectos y ejecución
- Liderazgo comunitario
- Deberes y derechos sociales de las mujeres
- Emprendimiento
- Capacidades para liderar

El siguiente paso del proyecto es dar forma, estructura y plan de ejecución a las actividades que desarrollarán estas temáticas. Sanando Mujer es un proyecto piloto, pero la visión a mediano plazo es expandirlo: crear un grupo espejo en Medellín que sirva de puente entre ciudad y campo, y posteriormente —con apoyo de convocatorias, mecanismos de financiación o inversión privada— llevarlo a otras regiones de Colombia.

### 5.2 Continuidad de Proyectos Comunitarios

Los proyectos iniciados en años anteriores continuaron su curso durante 2025. La huerta comunitaria de la Comuna 13 de Medellín sigue siendo un espacio de trabajo con mujeres en situación de vulnerabilidad, y las alianzas con la Fundación Comuna Project y la Junta de Acción Comunal permanecen activas.

La línea de velas con propósito, desarrollada en el 2024, encontró en 2025 un propósito social directo: los ingresos provenientes de su venta financian los encuentros y actividades del proyecto Sanando Mujer en Alejandría, creando un círculo virtuoso entre el consumo consciente y el impacto comunitario.



### 5.3 Participación en Eventos y Espacios de Visibilidad

- Charla en la Biblioteca Pública Piloto de Medellín sobre el modelo de emprender con plantas.
- Participación en la Feria de Sostenibilidad de ISAGEN, como empresa referente en cosmética natural consciente.
- Participación como sponsors en eventos académicos (ANEIAP) y como ponentes en paneles de expertos en emprendimiento e innovación.



## 6. Impacto Ambiental

---

La razón de ser de Amapola está profundamente ligada al cuidado del medio ambiente. Todos nuestros productos están formulados con insumos 100% naturales y orgánicos, contribuyendo a reducir la contaminación hídrica y atmosférica causada por la cosmética convencional.

### 6.1 Sistema de Economía Circular — Refill

El sistema de refill es uno de nuestros diferenciadores más importantes y un indicador clave de impacto ambiental. En 2025 ampliamos este sistema al hidrolato (presentación de 260 ml), añadiéndolo al ya consolidado refill del desodorante natural:

- Refill de desodorante: 120 unidades vendidas en 2025. Cada refill equivale a 4,33 envases de 60 ml no generados. Lo cual representa un “ahorro” de 519,96 envases de 60 ml vs 120 de 260ml, propiciando un consumo más consciente, responsable y reuso de envases de 60 ml que poseen una vida útil prolongada, a través del refill en casa.
- Refill de hidrolato (260 ml): ~15 unidades vendidas (inicio de implementación).

## 6.2 Recuperación y Reciclaje de Materiales

En 2025 alcanzamos hitos importantes en la recuperación de materiales:

- 37 kg de vidrio reciclado a través de los envases devueltos por nuestros clientes.
- 5 kg de plástico recuperado de los desperdicios de tapas (proceso productivo interno).
- Continuamos con la donación de plásticos no reutilizables a artistas para la creación de obras de arte.

## 6.3 Alianzas para la Conservación Ambiental

Seguimos siendo donantes oficiales de WWF Colombia, con un aporte mensual activo destinado a la protección de fauna y flora. Esta alianza, que inició en 2024, se consolidó en 2025 como una práctica permanente dentro del modelo de negocio de Amapola.

Adicionalmente, continuamos promoviendo prácticas agroecológicas y cultivos orgánicos con nuestras proveedoras campesinas, quienes reciben formación y acompañamiento para el desarrollo de cultivos verdes, control de plagas orgánico y cosecha responsable.

Meta ambiental vigente: desarrollar una infraestructura de producción autosostenible con energías limpias para 2030.

## 7. Modelo de Negocio

---

El año 2025 consolidó la evolución del modelo de negocio de Amapola Artesana hacia una propuesta de valor más amplia, diversificada y coherente con nuestro propósito de triple impacto.

### 7.1 Nuevos Productos

Se lanzaron al portafolio dos desarrollos fundamentales:

1. Shampoo y acondicionador sólido: disponibles en tres versiones (cabello mixto, seco y graso). Iniciamos su comercialización con clientes VIP, y el lanzamiento oficial se realizará en el marco de la renovación de identidad de marca. Estos productos refuerzan nuestro compromiso con la producción sostenible: los sólidos eliminan la necesidad de envases plásticos, reducen el peso en transporte y tienen una vida útil mayor. Además, requieren menor cantidad de agua en su proceso de fabricación.
2. Velas con propósito: línea de velas artesanales con intención emocional y propósito social explícito. Un porcentaje de cada venta se destina directamente a financiar los encuentros del proyecto Sanando Mujer en Alejandría.

### 7.2 Nuevos Canales de Distribución

En 2025 ampliamos significativamente nuestra red de puntos de venta físicos con 5 nuevas tiendas aliadas:

- Makeina
- Roble Cerezo
- Mercafit
- HACERES
- Ocho 43

Estas alianzas comerciales reflejan la creciente demanda de cosmética natural consciente en Medellín y el posicionamiento de Amapola como referente del sector.

### 7.3 Transformación de Identidad de Marca

Durante 2025, Amapola Artesana inició un proceso profundo de transformación y renovación de su identidad de marca. Este rebranding surge como resultado natural del trabajo de mentoría estratégica y la clarificación del propósito, la propuesta de valor y la visión de largo plazo de la empresa. Es la expresión visual y comunicativa de nuestra madurez como organización y de la amplitud de nuestra misión. El lanzamiento oficial de la nueva identidad está previsto junto al lanzamiento del shampoo y acondicionador sólido.

## 7.4 Alianzas Estratégicas 2025

Continuaron y se fortalecieron alianzas clave, y se sumaron nuevas:

- DOS (narrativa y comunicación de marca): alianza estructural para el desarrollo de la identidad y comunicación de Amapola.
- Ecosapiens: integración de productos Amapola en experiencias de bienestar sostenible para viajeros.
- WWF Colombia: continuidad como donantes oficiales para la conservación de biodiversidad.
- Bancolombia, Wellcomm, Grupo Somos (Palma Pitón): desarrollo de souvenirs corporativos conscientes.



## 8. Relación con los Grupos de Interés

---

### Clientes

Mantenemos una relación cercana, personalizada y consciente con nuestros clientes. A través del sistema de refill, los kits con intención y las experiencias sensoriales, generamos vínculos que van más allá de la transacción comercial y promueven el bienestar integral y el consumo responsable.

### Empleados y Colaboradores

El equipo directo de Amapola está conformado por 4 personas, más la aliada estratégica de la empresa DOS (narrativa y comunicación). Ofrecemos flexibilidad horaria, teletrabajo, sesiones de meditación, formación continua, incentivos para el deporte y el bienestar, y salarios superiores al mercado. Nuestra apuesta es que cada persona que trabaja con Amapola pueda desarrollar su máximo potencial.

### Proveedores

El 80% de nuestras proveedoras son locales (Medellín y municipios del Oriente y Suroeste antioqueño) y el 20% nacionales. Todos son emprendimientos con enfoque en negocios verdes. Les pagamos precios superiores al mercado, les brindamos asesoría en finanzas, costos y escalamiento, y compartimos con ellas círculos de palabra, meditación y espacios de crecimiento personal.

### Comunidades

Nuestras comunidades aliadas en la Comuna 13 de Medellín y en Alejandría, Antioquia, son el corazón de nuestro propósito social. Con ellas co-creamos proyectos, compartimos saberes, y generamos espacios de transformación colectiva. El proyecto Sanando Mujer es la expresión más reciente y profunda de este vínculo.

## 9. Reporte por Dimensiones e Indicadores de Desempeño

### 9.1 Cumplimiento por Dimensiones BIC — Evolución 2023–2025

| Dimensión BIC                     | % Cumplimiento 2023 | % Cumplimiento 2024 | % Cumplimiento 2025 |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Modelo de negocio</b>          | 100%                | 100%                | 100%                |
| Gobierno corporativo              | 70%                 | 85%                 | 90%                 |
| <b>Prácticas laborales</b>        | 100%                | 100%                | 100%                |
| Prácticas ambientales             | 90%                 | 95%                 | 97%                 |
| <b>Prácticas con la comunidad</b> | 100%                | 100%                | 100%                |
| <b>PROMEDIO</b>                   | <b>92%</b>          | <b>96%</b>          | <b>97,4%</b>        |

En 2025 alcanzamos un cumplimiento promedio del 97,4% en las cinco dimensiones BIC, el más alto en la historia de la empresa. El avance en la dimensión de Gobierno Corporativo (de 85% a 90%) refleja el fortalecimiento de nuestros procesos de gobernanza, las alianzas estratégicas con más actores y la consolidación de prácticas de comercio justo. En Prácticas Ambientales, el avance al 97% se sustenta en la expansión del sistema de refill, la recuperación de materiales y el aporte mensual a WWF. La meta de llegar al 100% en esta dimensión está ligada a la creación del laboratorio autosostenible con energías limpias, proyectada para 2026.

### 9.2 Indicadores Sociales

| Indicador                                  | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|------|------|------|
| Mujeres beneficiadas en proyectos sociales | 10   | +210 | +220 |
| Proyectos sociales implementados           | 3    | 4    | 5    |
| Municipios con presencia comunitaria       | 2    | 3    | 3    |
| Eventos como sponsors o facilitadoras      | N/A  | +15  | +17  |

### 9.3 Indicadores Ambientales

| Indicador Ambiental                     | 2024                                | 2025    |
|---|-------------------------------------|---------|
| Unidades de refill desodorante vendidas | 251 uds (equiv. 1.088 env. de 60ml) | 120 uds |

|   |                         |                            |
|---|-------------------------|----------------------------|
| Unidades de refill hidrolatos (260ml) vendidas    | Inicio implementación   | ~15 uds                    |
| Envases retornados y reutilizados                 | 120 uds                 | 250 uds                    |
| Vidrio reciclado (envases devueltos por clientes) | N/A                     | 37 kg                      |
| Plástico recuperado (tubos spray)                 | 18 kg                   | 5 kg (tapas)               |
| Alianza de conservación activa (WWF)              | Si - donantes oficiales | Si - aporte mensual activo |

## 9.4 Indicadores Económicos

| Indicador Económico  | 2024            | 2025   |
|--|-----------------|--|
| Crecimiento en ingresos                                      | N/A             | 27%  |
| Empleos directos generados o sostenidos                      | 4               | 4 + 1 empresa aliada (narrativa)                         |
| Tiendas aliadas (canales de distribución)                    | Canales previos | 5 nuevas tiendas aliadas                                 |
| Proveedores con prácticas sostenibles (% locales/nacionales) | 100%            | 100%   |
| Clientes corporativos (souvenirs)                            | Varios          | Bancolombia, Wellcomm, Grupo Somos (Palma Pitón) y otros |

## 10. Conclusiones y Visión a Futuro

---

El 2025 fue el año en que Amapola Artesana floreció con mayor intensidad. Crecimos un 27% en ingresos, ampliamos nuestra red de distribución a 5 nuevas tiendas aliadas, desarrollamos productos innovadores, profundizamos nuestra identidad de marca y, sobre todo, sembramos nuevas raíces en las comunidades con el proyecto Sanando Mujer.

Este año nos demostró que el modelo de triple impacto no es una limitación para el crecimiento económico, sino su catalizador. Hacer empresa con propósito, con honestidad y con cuidado profundo por las personas y el planeta es una estrategia de negocio poderosa.

### Logros Destacados del 2025

- Crecimiento del 27% en ingresos.
- Lanzamiento del shampoo y acondicionador sólido (nueva categoría de producto).
- Incorporación de 5 nuevas tiendas aliadas como canales de distribución.
- Nacimiento y primer encuentro del proyecto piloto Sanando Mujer en Alejandría.
- Recuperación de 37 kg de vidrio y 5 kg de plástico a través de programas de reciclaje con clientes.
- Ampliación del sistema de refill al hidrolato de 260 ml.
- Proceso profundo de mentoría estratégica con Open to Create / Carolina Alzate.
- Inicio del proceso de transformación de identidad de marca (rebranding).
- Charla en la Biblioteca Pública Piloto de Medellín y participación en la Feria de Sostenibilidad de ISAGEN.
- Continuidad del aporte mensual a WWF y de las alianzas con Ecosapiens
- Alianza con DOS para la narrativa y comunicación de la marca.

### Desafíos Identificados

- Escalar operaciones sin perder la esencia artesanal, emocional y espiritual de la marca.
- Consolidar la estructura de gobernanza con una Junta Directiva diversa e inclusiva.
- Aumentar la capacidad instalada para responder a nuevas oportunidades de negocio.
- Estructurar formalmente el proyecto Sanando Mujer para presentarlo a convocatorias y mecanismos de financiación.

### Visión a Futuro (2026 y más allá)

- Red Nacional de Mujeres Rurales Amapola: expandir el proyecto Sanando Mujer a nuevas regiones, crear un grupo espejo en Medellín y presentarse a convocatorias de financiación para escalar el modelo a todo Colombia.
- Laboratorio autosostenible: avanzar en la creación de un laboratorio de producción con energías limpias y arquitectura regenerativa (meta 2030).

- Lanzamiento oficial de la nueva identidad de marca, junto al shampoo y acondicionador sólido.
- Exportación de bienestar: abrir canales internacionales iniciando con Estados Unidos, Panamá y Brasil.
- Bienestar como sistema: desarrollar nuevas experiencias integradas que incluyan rituales, talleres, formación y contenido educativo basado en plantas.

---

Amapola Artesana — Sembrando bienestar, cosechando transformación.  
Medellín, Colombia — 2025