



RED MARKETING BTL BIC SAS

NIT: 901676599-9

REPORTE DE GESTION EN ACTIVIDADES BIC

29 DE MAYO DE 2024

CONTENIDO

- 1. ALCANCE 3
- 2. CARTA CEO..... 4
- 3. PERFIL DE LA ORGANIZACION..... 5
 - 3. Misión..... 5
 - 3.1 Razón Social..... 5
 - 3.2 Propiedad y forma jurídica 5
 - 3.2 Tamaño de la organización 5
 - 3.3 Información de cadena de suministro..... 5
- 4. SOCIEDAD BIC 7
- 5. ENFOQUE ESTRATEGICO 8
 - 5.1 Vision..... 8
 - 5.2 Proposito..... 8
 - 5.3 Valores Corporativos 9
- 6. IMPLEMENTACION BIC 9
 - 6.1 Dimension 1. Modelo de negocio..... 9
 - 6.2 Dimension 2. Gobierno corporativo 9
 - 6.3 Dimension 3. Practicas laborales..... 9
 - 6.4 Dimesion 4. Practicas ambientales 10
 - 6.5 Dimensión 5 Practicas con la comunidad..... 11
- 7. CONCLUSIONES..... 13

1. ALCANCE



Este informe está basado en los resultados obtenidos entre el periodo de enero del 2023 a diciembre del 2023 con su responsabilidad como parte de la sociedad BIC. Esto teniendo en cuenta las dimensiones BIC que proponen la Ley 1901 de 2018, el Decreto 2046 de 2019 y la Resolución 200-004349 de la Superintendencia de Sociedades. Permitiéndonos así estar al día con sus políticas y creando una filosofía sostenible.



2. CARTA CEO



El año 2023 fue un año muy productivo para la compañía, un año de retos y metas por cumplir, Sin embargo, hay factores a nivel global que aun afectan la economía del país y a su vez de la compañía.

Las tecnologías sin duda han sido fundamentales para el desarrollo de la actividad, este año fue de adaptación teniendo en cuenta la era digital que surgió aún más después de la pandemia del COVID-19 y todo lo demás que

esto trajo. En temas de responsabilidad social, el 2023 fue el año de estructurar nuestro trabajo. Realizamos una visión para el área que nos da lineamientos de trabajo para los próximos años y aunque aún nos hace falta bastante camino, trabajamos en que el impacto de la compañía en los aspectos ambientales, laborales, para la comunidad sean cada vez más positivos.

En este reporte les contaremos el detalle de nuestras actividades de impacto y esperamos demostrar que cualquier empresa, sin importar su tamaño, puede ir más allá de pagar impuestos y generar empleo en temas que contribuyan a que la sociedad y el planeta donde vivimos sean un poquito mejor.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'David'.

DAVID ANDRES VASQUEZ

3. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Misión

Somos un equipo de expertos en ofrecer resultados oportunos y efectivos con innovación en el desarrollo de las ideas.

Ofrecemos a nuestros clientes planeación, producción y resultados en activaciones BTL, publicidad y estrategias para potenciar la marca en el mercado.

Somos una empresa eco-friendly. Nuestra prioridad es realizar eventos enfocados a la sostenibilidad y propósito social.

3.1 Razón Social

RED MARKETING BTL SAS BIC

Actividad económica

8230 organización de convenciones y eventos comerciales

3.2 Propiedad y forma jurídica

RED MARKETIN BTL SAS BIC es una sociedad de naturaleza jurídica por acciones simplificadas que actualmente cuenta con la condición BIC (Sociedad de Interés Colectivo) cuya propiedad está a través de dos accionistas cada uno con el 50%.

3.2 Tamaño de la organización

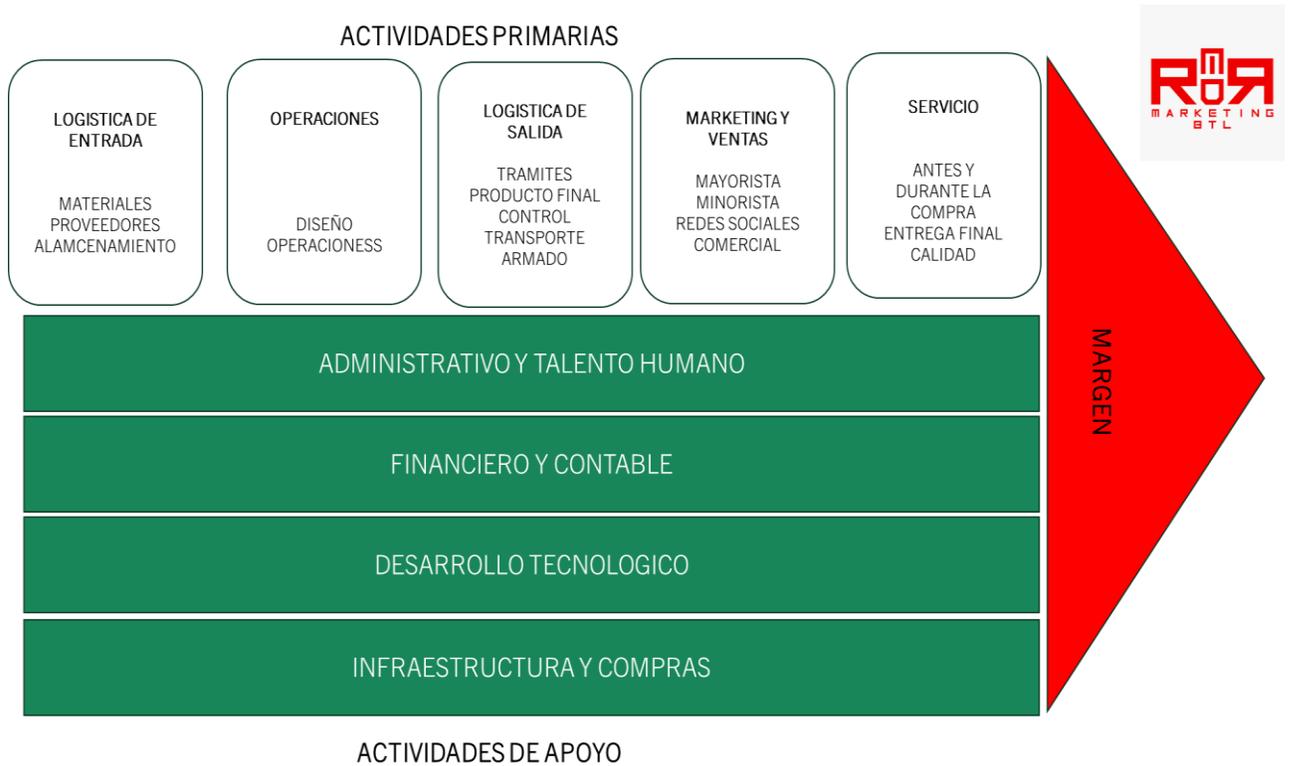
RED MARKETING BTL SAS BIC, Cuenta con una sede en Bogotá D.C. en la dirección Cra. 87j #51b Sur-9 en bosa, cuenta con 7 empleados fijos y se encuentra catalogada como pequeña empresa, aunque esta en un proceso de formación, en el 2023 su crecimiento ha sido significativo.

3.3 Información de cadena de suministro

RED MARKETING BTL SAS BIC establece con sus proveedores relaciones mutuamente beneficiosas con el fin de proporcionar un servicio de calidad con los clientes. Para ello, realiza su proceso de selección bajo criterios como viabilidad económica, cumplimiento y especificaciones técnicas del producto o servicio requerido.

Integramos una red de servicios a nivel nacional con un equipo humano técnico con experiencia para asistir sus requerimientos en cualquier parte del país con visión para llegar a territorio internacional.

Esto compuesto por equipo preparada para llevar a cabo la ejecución del proyecto, en donde se contempla toda la cultura de la compañía, dejando esta en alto y dando fe de su cumplimiento.



Los procesos anteriormente mencionados cuentan con recursos y el apoyo de otros procesos muy importantes como lo son los procesos estratégicos y procesos de apoyo. A continuación, se relaciona el mapa de procesos donde se describe de manera gráfica la información:



4. SOCIEDAD BIC

En enero del 2024, RED MARKETING BTL SAS adoptó la condición legal de ser una Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), redefiniendo su modelo de negocio con un propósito de triple impacto: crear valor económico, social y ambiental.

Las sociedades BIC se caracterizan porque persigue tres propósitos fundamentales:

Incorporan un propósito social y ambiental que va más allá de la maximización del interés económico de sus accionistas.



Velan por el cumplimiento del propósito descrito para que los directores y gestores de la sociedad puedan maximizar el interés social y ambiental.

Garantizan transparencia en el reporte de su impacto empresarial en cinco dimensiones: modelo de negocio, gobierno corporativo, prácticas laborales, prácticas ambientales y prácticas con la comunidad.



5. ENFOQUE ESTRATEGICO

5.1 Vision

El proceso de vision de RED MARKETING BTL SAS para el 2028 va enfocado al crecimiento corporativo, generando valor, impactando positivamente a la sociedad, a sus colaboradores, generando una cultura de practicas educadoras y filosofía sostenible.

5.2 Proposito

Ofrecemos a nuestros clientes planeación, producción y resultados en activaciones BTL, publicidad y estrategias para potenciar la marca en el mercado.

5.3 Valores Corporativos

- **Somos innovadores:**

Desafiamos el estatus actual y nos preocupamos por implementar nuevas ideas.

Somos creativos, perspicaces y prácticos.

Estamos siempre mejorando nuestros procesos.

- **Mejoramiento continuo:**

En pro de la excelencia y las buenas practicas.

- **Competitividad:**

En la búsqueda de la excelencia , generando ventajas competitivas que permitan el incremento en la rentabilidad propia y de nuestros clientes.

- **Compromiso y respeto:**

Por nuestros Clientes, proveedores, colabiradores, con el ambiente, con la comunidad y con todos aquellos que guardamos una relacion.

- **Tenemos don de gente:**

Tratamos a todas las personas con el mismo nivel de respeto y atención.

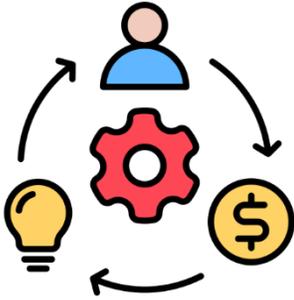
Nos comunicamos con humildad, aceptando lo que no sabemos.

Hacemos cómodo el trabajo en equipo a través de la empatía, el servicio, la buena disposición y metiéndole amor.

A ayudamos a nuestros colaboradores a ser mejores y a crecer dentro y fuera de la empresa.

6. IMPLEMENTACION BIC

6.1 Dimension 1. Modelo de negocio



En RED MARKETING nos preocupamos por incentivar y actualizar nuestro modelo de negocio, esto con el fin de buscar un gana – gana con nuestros clientes y proveedores.

* Servicio al cliente: un buen servicio es fundamental proporcionando pronta respuesta y acertividad en lo deseado por el cliente.

* Compromiso: con el cumplimiento de la calidad de los productos y servicios solicitados.

6.2 Dimension 2. Gobierno corporativo

El talento humano es esencial para el desarrollo de cada uno de los proyectos y actividades de RED MARKETING BTL SAS , es por esto que procuramos compartir la informacion tributaria con nuestro colaboiradores, generando asi sentido de pertenencia y contexto rentable de la compañía.

El proceso de selección en RED MARKETING BTL SAS garantiza las aptitudes y habilidades blandas adecuadas para el desempeño de las actividades a realizar, generando asi eficiencia en el area contratada.

En RED MARKETING BTL SAS realizamos reuniones semanales por areas para validar el estado de nuestras actividades, verificar estados de procesos , aclarar dudas generando asi una comunicación asertiva.

6.3 Dimension 3. Practicas laborales

6.3.1 Reconocimientos Internos

Nos esforzamos por hacer sentir a nuestros colaboradores como partes esencial de la compañía, encontramos renococimientos por eficiencia, cumpleaños, dia de la mujer, de la madre, del niño, del trabajador, finde año , esto con el fin de motivarlos a seguir creciendo en la compañía y a seguir aportando al obgetivo general de la compañía.

6.3.2 Aumento salarial

Al año hacemos un aumento salarial, teniendo en cuenta el compromiso con la empresa y la efectividad de las tareas realizadas.

6.3.3 Bienestar

Nos preocupamos por tener las herramientas de trabajo necesarias para la eficiencia de sus tareas, las adecuaciones de los puestos de trabajo para su comodidad, capacitaciones e inducciones a diferentes beneficios que pueden adquirir en la compañía.

6.4 Dimesion 4. Practicas ambientales

6.4.1 Formación y sensibilización interna

La conciencia ambiental debe ser parte integral de la cultura empresarial. Proporcionar formación a los empleados sobre prácticas sostenibles y fomentar la sensibilización ambiental puede generar un cambio positivo desde adentro, impulsando la adopción de comportamientos más sostenibles en toda la organización.

Esto por medio de charlas informativas de las cuales se evidencia actas firmadas. Generando así conciencia y responsabilidad con nuestros colaboradores.

6.4.2 Gestión responsable de residuos

La correcta gestión de residuos es un aspecto crucial para cualquier estrategia ambiental. Así minimizamos nuestro impacto ambiental, reciclando. Además, la elección de materiales sostenibles y la promoción de prácticas de desecho responsables pueden marcar la diferencia.

Encontramos canecas para elección de los diferentes materiales que usamos en la ejecución de las actividades. Clasificándola así debidamente y dándole el manejo que cada uno Para el área de la papelería encontramos papel hecho con material reciclable.

6.5 Dimensión 5 Practicas con la comunidad

El 100% de nuestros colaboradores impactaron a la comunidad a través de las jornadas de labor social. Estas jornadas tuvieron una duración mínima de 5 horas y social en diferentes iniciativas ~~con~~ trabajo con niños y adolescentes de bajos recursos económicos e iniciativas de cuidado ambiental.



7. CONCLUSIONES

El informe BIC realizado con base a las ejecuciones en el año 2023 deja las siguientes anotaciones.

- El crecimiento de la compañía ha sido significativo y que con esto el nivel de responsabilidad sostenible en los diferentes campos que posee la compañía también aumenta, generando mayor responsabilidad social y así tener mayores niveles de bienestar de los trabajadores, contribuir a la equidad social del país y cooperar con la protección del medio ambiente, a la vez que cuida de su objeto social y su propuesta económica y comercial con los grupos de interés.
- Que, aunque falta mucho por hacer, el compromiso con la responsabilidad social y ambiental esta clara y es de suma importancia para la compañía, permitiendo así generar una cultura que impacte positivamente a la sociedad.
- Finalmente queda demostrado que, con el triple impacto, con responsabilidad social y sostenible, el beneficio para la compañía es mejor. Es así como la compañía seguirá trabajando para buscar un mayor beneficio económico, pero sobre todo un impacto positivo para la comunidad.