

**REPORTE DE GESTION EN ACTIVIDADES
BIC**

**RED MARKETING BTL BIC SAS
NIT: 901676599-9**



26 DE MAYO DE 2025

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 toma como base los resultados obtenidos entre el periodo comprendido entre enero del 2024 a diciembre del 2024 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. Esto con el fin de generar un impacto positivo para la sociedad y así Permitiéndonos estar al día con sus políticas y creando una filosofía sostenible.



2. CARTA CEO



El año 2024 fue un año muy productivo para la compañía, un año de retos y metas por cumplir, de crecimiento, estructuración y organización, que aunque no ha sido fácil y seguimos en constantes mejoras, RED MARKETING BTL SAS BIC ha tenido una excelente adaptación a los cambios surgidos en el mercado. Parte de nuestra filosofía es la innovación en cada una de las actividades, teniendo como objetivo la Optimización de tiempos y recursos orientados siempre a la

calidad y a nuestro aporte como sociedad BIC.

En temas de responsabilidad social, el 2024 fue el año de llevar a cabo el plan de trabajo estructurado en 2023 para cada una de nuestras áreas. Aunque aún nos hace falta bastante camino, trabajamos en que el impacto de la compañía en los aspectos ambientales, laborales y sociales para la comunidad sean cada vez más positivos y cada año más significativo.

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, si no que a su vez, contribuyan a que la sociedad y el planeta donde vivimos sea cada vez mejor.

Atentamente,

DAVID ANDRES VASQUEZ

3. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Misión

Crear experiencias de marca innovadoras y efectivas que conecten con las audiencias de manera auténtica y memorable, generando resultados medibles y tangibles para nuestros clientes. Nos enfocamos en entender las necesidades y objetivos de nuestros clientes y desarrollar soluciones personalizadas que les ayuden a alcanzar sus metas.

3.1 Razón Social

RED MARKETING BTL SAS BIC

Actividad económica

8230 Organización de convenciones y eventos comerciales

9609 Otras actividades de servicios personales n.c.p.

7830 Otras actividades de provisión de talento humano

7310 Publicidad

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

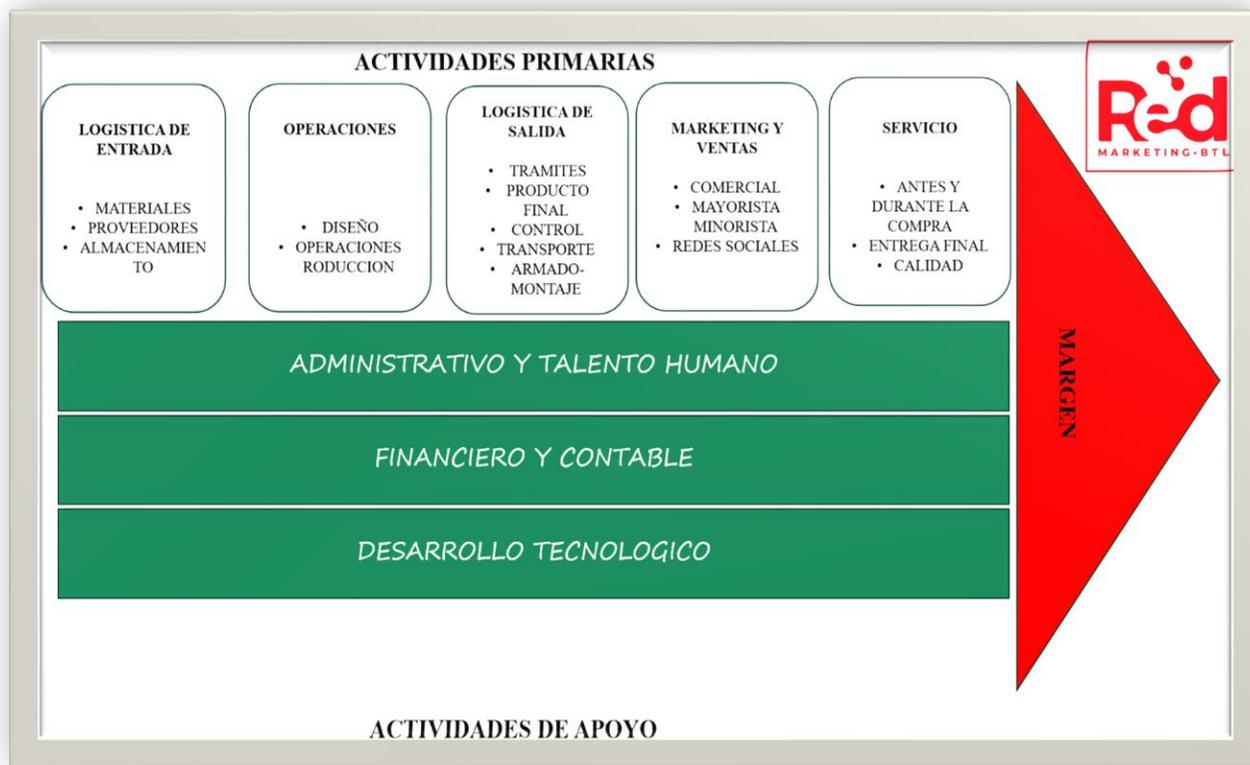
D.C. en la dirección Cra. 87j #51b Sur-9 en bosa, cuenta con 8 empleados fijos y se encuentra catalogada como pequeña empresa, aunque esta en un proceso de formación, en el 2024 su crecimiento ha sido bastante amplio.

3.3 Información de cadena de suministro

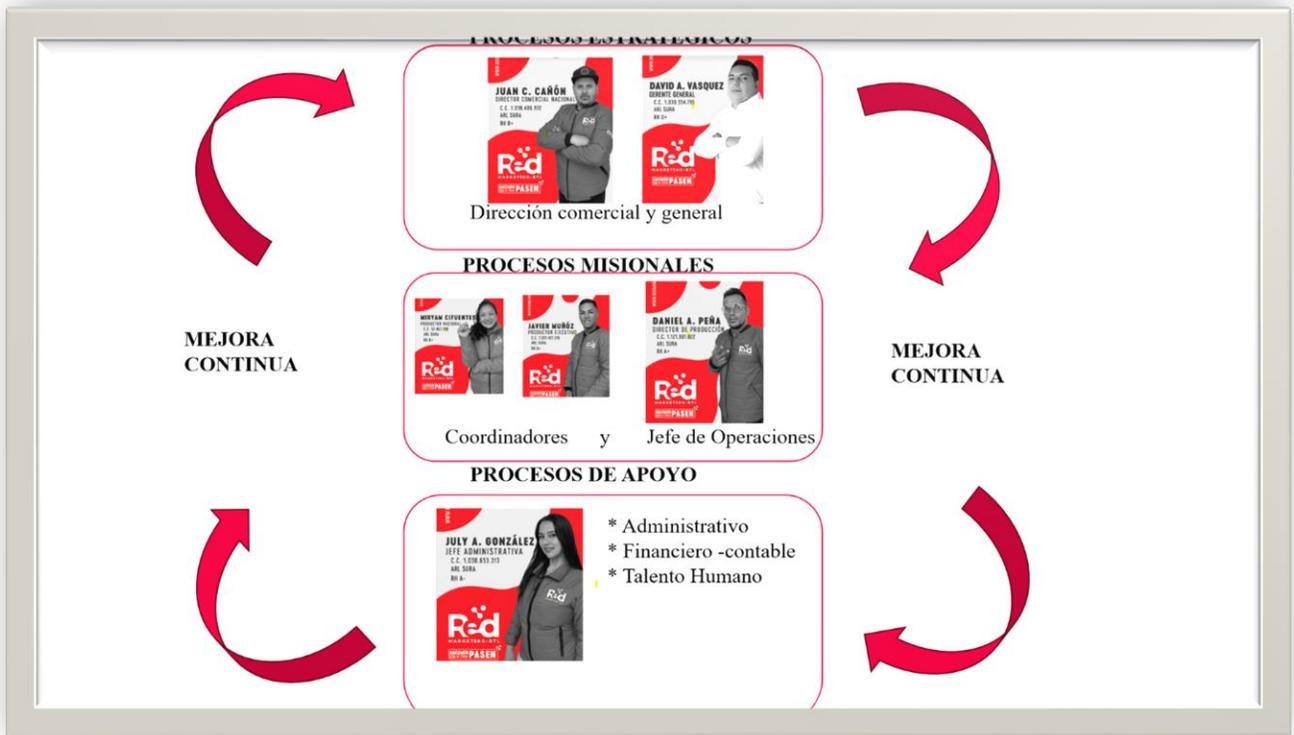
RED MARKETING BTL SAS BIC establece con sus proveedores relaciones mutuamente beneficiosas con el fin de proporcionar un servicio de calidad con los clientes. Para ello, realiza su proceso de selección bajo criterios como viabilidad económica, cumplimiento y especificaciones técnicas del producto o servicio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

Esto compuesto por un equipo preparado para llevar a cabo la ejecución del proyecto, en donde se contempla toda la cultura de la compañía, dejando en alto el nombre 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 2023, 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, Para lo cual adopto un plan de trabajo a corto, media y largo plazo, en el 2024 se ha llevado a cabo su ejecución y como compañía el crecimiento ha sido significativo, buscando adaptarnos y cumplir con la normatividad exigida en cada una de las áreas de la misma.

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

Ser una agencia de publicidad BTL líder a nivel nacional en la creación de experiencias de marca innovadoras y efectivas, reconocida por nuestra creatividad, innovación y capacidad para generar resultados medibles y tangibles para nuestros clientes. Buscamos ser la primera opción para las marcas que buscan conectar con sus audiencias de manera auténtica y memorable.

5.2 Proposito

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

Para lo cual hemos avanzado en la estructuración de nuestras áreas y departamentos, esto con el fin de distribuir tareas y de buscar siempre el cumplimiento antes los diferentes compromisos.



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 prácticas.

- **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, colaboradores, con el ambiente, con la comunidad y con todos aquellos que guardamos una relación.

- **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.

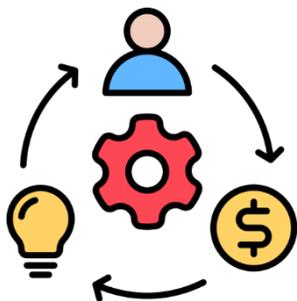
Ayudamos a nuestros colaboradores a ser mejores y a crecer dentro y fuera de la empresa.

- **Resiliencia:**

Generando habilidades y estrategias que nos permitan adaptarnos a los diferentes cambios que puedan surgir en el área.

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 asertividad en lo deseado por el cliente.

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

6.2 Dimensión 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 información tributaria con nuestros colaboradores, generando así 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 así eficiencia en el área contratada.

En RED MARKETING BTL SAS realizamos reuniones semanales por áreas para validar el estado de nuestras actividades, verificar estados

de procesos, aclarar dudas y generando así una comunicación asertiva.

Velamos por el bienestar de nuestros colaboradores a nivel de salud y emocional psicosocial, para lo cual realizamos brigadas de salud en diferentes áreas, talleres de conocimiento corporativo y charlas motivacionales con coaching en diferentes áreas.



6.3 Dimensión 3. Prácticas laborales

6.3.1 Reconocimientos Internos

Nos esforzamos por hacer sentir a nuestros colaboradores como partes esenciales de la compañía, encontramos reconocimientos por eficiencia, cumpleaños, día 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 objetivo general de la compañía.



6.3.2 Aumento salarial

Al año hacemos un aumento salarial, teniendo en cuenta no solo el aumento en el IBC, si no adicional 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 4 horas en diferentes aspectos, trabajo con niños y adolescentes de bajos recursos económicos e iniciativas de cuidado ambiental. Esta es una campaña ya establecida Anualmente en donde buscamos integrar con la comunidad diferentes talleres, tales como “Cuida tu salud”, “Apoya Apoyando”, “Imparte conciencia”, ETC.



7. CONCLUSIONES

El informe BIC realizado con base a las ejecuciones en el año 2024 deja las siguientes anotaciones.

- El 2024 quisimos organizar y experimentar varias estrategias de crecimiento para lo cual nos basamos en fortalecer tres puntos clave, el recurso humano generando sentido de pertenencia, la generación de estrategias comerciales buscando adaptabilidad, crecimiento e innovación y el área de producción buscando optimizar tiempos y recursos, todo esto teniendo en cuenta como base que somos sociedad BIC y que tenemos un compromiso corporativo y social.
- 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 está claro 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.