

Informe de
Gestión

**2
0
2
3**





El suscrito Gerente de la sociedad **BIO AMBIENTAL SUPPORT QUIMICA S.A.S. Nit: 830.031.452-1**, de conformidad con los artículos 46 y 47 de la ley 222 de 1995, este último modificado por la ley 603 de 2000, presenta un informe de los resultados de la gestión desarrollada por la compañía durante el 2022.

Así mismo certifica que esta cumple con las normas de propiedad intelectual y derechos de autor y deja constancia de que en este periodo no se entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.



Alineados con nuestro propósito de trabajar creando **valor económico, social y ambiental** y con la premisa de ser cada vez una mejor empresa para el país, al adoptar acciones concretas que les brinden **bienestar a nuestros colaboradores(as)**, contribuyendo a la equidad social del país y siendo líder en la protección y conservación del medio ambiente, **BIOSUPPORT S.A.S. BIC** desarrollo actividades en el 2023, que contribuyeran a dichos objetivos. En este informe de gestión se detallarán algunas de esas actividades, los avances que como organización hemos tenido y los desafíos por los cuales hemos atravesado.



Al elaborar este informe nos hemos comprometido con seguir trabajando juntos para consolidar nuestro sueño de contribuir en el **desarrollo del país**; aportando en la generación de empleo justo, e donde prevalezca **la equidad de género**, la igualdad salarial y el desarrollo de las personas, así mismo nos comprometemos en desarrollar alianzas con otras empresas u organizaciones que incorporen métricas sociales y ambientales al mismo nivel de las económicas. Sabemos que tenemos grandes retos pero también sabemos que debemos adaptarnos y seguir creciendo.



A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized name, positioned above the company logo.



BIOSUPPORT

Soluciones de Limpieza y Desinfección

LOGROS



Para **BIOSUPPORT S.A.S.**, el **2023** se presentó como el año de la celebración de sus primeros:

26 Años



Un año para agradecer la fidelidad de nuestros clientes, de reiterar y mantener el compromiso de llevar productos de altísima calidad, de satisfacer las expectativas de dichos clientes y de reconocer a las personas que ayudaron a construir esta empresa y que nos dejaron su legado.



Así mismo, el **2023** se convirtió en el año en el que llevamos a la compañía a su

TRANSFORMACIÓN

DIGITAL



con la adquisición de una herramienta tecnológica que permitiría la automatización de nuestros procesos.

En definitiva el 2023 trajo **IMPORTANTES RESULTADOS.**

No sólo desde lo **económico y financiero**, sino también en el ejercicio del **fortalecimiento de nuestra empresa** a través de la **recertificación.**

BAJO LOS ESTÁNDARES:



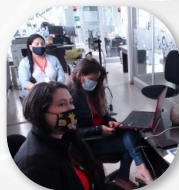
ISO
9001:2015

CALIDAD



ISO
14001:2015

AMBIENTAL



ISO
45001:2021

SST



Una apuesta por el bienestar de nuestra gente y el aporte a un planeta más limpio, con una política para el manejo posconsumo de nuestros envases.



Todas estas actividades se desarrollaron en un año, el cual **estuvo marcado por obstáculos.**



La tasa de cambio



La incertidumbre económica



La ola invernal



La presión inflacionaria



Incremento en los costos de las materias primas

Sin embargo fue un año que nos volvió a demostrar que, ante la adversidad, **conviene muchas veces tomar caminos diferentes** y nos reafirmó que:

Trabajar en equipo y ser flexibles,
NOS HACE MÁS FUERTES.



CONTEXTO MACROECONÓMICO



CONTEXTO MACROECONÓMICO

La demanda interna cayó, principalmente por la menor inversión.

La economía colombiana creció

0,6%

en 2023, moderándose desde el 7,3% de 2022.

El gasto público compensó muy poco de la desaceleración privada.

0,9%

La inversión fija, el componente más afectado, decreció un

8,9%

El consumo privado se expandió algo más que el PIB.

1,1%

Su descenso fue generalizado a todas sus divisiones principales, pero fue más evidente en maquinaria y equipo.

-16,2%

El comercio exterior contribuyó positivamente al crecimiento gracias a la fuerte caída de las importaciones.

-14,7%



La construcción, otra parte importante de la inversión, consolidó **una importante caída**, tanto en las obras civiles y no residenciales como en la vivienda.

Las primeras, relacionadas con la ejecución del presupuesto público, descendieron un **4,9%** y, la segunda, un **1,2%**.

Esta vez, a diferencia de ciclos de desaceleración previos, el sector de la construcción no tuvo un papel contracíclico. Al contrario, se movió en la misma dirección del ciclo y profundizó el retroceso del PIB. Ahora bien, la preocupación va más allá del corto plazo.

Las bajas tasas de inversión

Condicionarán la capacidad productiva de la economía a futuro.

Si no se acelera pronto, podríamos tener umbrales de capacidad instalada que promuevan **choques inflacionarios posteriores y reducciones del PIB** potencial del país.

La solución a esta problemática debería empezar pronto y traería beneficios a corto y mediano plazo.

Una aceleración de la construcción de infraestructuras apoyaría el crecimiento del empleo y el PIB en el corto plazo, empujaría el pobre resultado esperado para el primer semestre y consolidaría la recuperación al cierre del año.

Al mismo tiempo, **mejoraría la productividad del país**, conectando las zonas alejadas, que son productoras, con los centros principales de consumo, y **abriría las puertas para aumentar la capacidad exportadora en el largo plazo**.

Por lo tanto, **la inversión debe ser el tema de conversación en los próximos días**.

Una economía no solo crece por el consumo, necesita de la inversión para garantizar resultados sostenibles a largo plazo.



Ventas *del*

Año

Para el año

2023



BIOSUPPORT

Soluciones de Limpieza y Desinfección

Logró ingresos por concepto de **ventas correspondientes** a

\$ 967.7166.530,37

Si bien, esta es una cifra importante, vale la pena aclarar que este monto corresponde al **96% del presupuesto planeado**, el cual era de

\$1.008.000.000

con una **meta mensual** de

\$84.000.0000.

Tabla 1
Presupuesto 2023

MES	PRESUPUESTO
ENERO	\$ 84.000.000,00
FEBRERO	\$ 84.000.000,00
MARZO	\$ 84.000.000,00
ABRIL	\$ 84.000.000,00
MAYO	\$ 84.000.000,00
JUNIO	\$ 84.000.000,00
JULIO	\$ 84.000.000,00
AGOSTO	\$ 84.000.000,00
SEPTIEMBRE	\$ 84.000.000,00
OCTUBRE	\$ 84.000.000,00
NOVIEMBRE	\$ 84.000.000,00
DICIEMBRE	\$ 84.000.000,00
TOTAL GENERAL	\$ 1.008.000.000,00

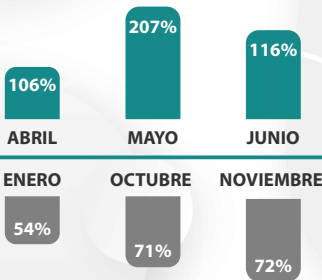
Tabla 2
Porcentaje de cumplimiento X meses

MES	VALOR	% CUMPLIMIENTO
ENERO	\$ 45.390.737,00	54%
FEBRERO	\$ 62.937.509,00	75%
MARZO	\$ 77.076.821,00	92%
ABRIL	\$ 89.429.217,00	106%
MAYO	\$ 174.218.550,00	207%
JUNIO	\$ 97.467.726,00	116%
JULIO	\$ 74.735.800,00	88%
AGOSTO	\$ 71.026.212,00	85%
SEPTIEMBRE	\$ 82.173.534,00	98%
OCTUBRE	\$ 59.428.510,00	71%
NOVIEMBRE	\$ 60.823.013,00	72%
DICIEMBRE	\$ 72.458.901,37	86%
Total general	\$ 967.166.530,37	96%



De acuerdo a la información registrada se puede indicar que

los mejores meses con respecto a ingresos fueron:



También podemos concluir que **los meses con ventas bajas fueron:**



Gráfica 1

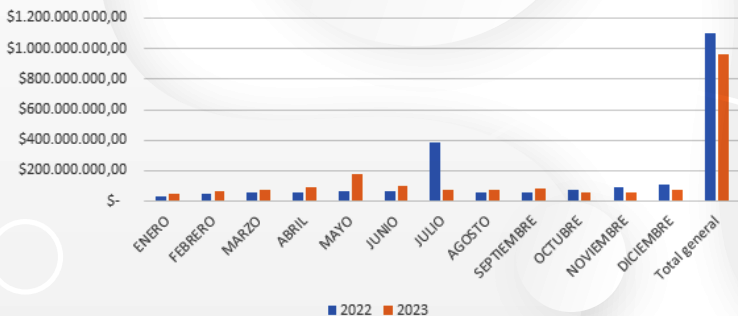
% de cumplimiento



Gráfica 2

Ventas

2022 vs 2023





En comparación al año **2022**, durante el **2023** se presentó una **disminución en las ventas de un 18%** aproximadamente.

No obstante, para el **2023** se dejó un presupuesto inferior al del **2022**, es decir, se propuso disminuir ese **18%** del presupuesto del **2022**, debido a la disminución del departamento técnico y la baja participación de los ejecutivos comerciales de las empresas aliadas, estos, por no tener el conocimiento en BPM y la disminución en la demanda de los productos de bioseguridad, situación que se aborda en los ítems siguientes.

Además, para el **2022** se había decidido ingresar personal nuevo, con conocimiento y habilidades comerciales, cuyo resultado fue, el ingreso de un solo comercial, no siendo necesario para los nuevos desafíos.

De igual manera, se debe analizar los costos y gastos asociados a la **actividad productiva** de la organización y determinar si con estas ventas, se logra el punto de equilibrio de la compañía, para así seguir trabajando, para obtener utilidades para los socios.

¿Quiénes fueron nuestros clientes para el primer trimestre?

Naturaleza de los clientes atendidos por mes

Naturaleza

Durante el año **2023**



Atendió **416** clientes, de los cuales el **94%** corresponden a personas jurídicas (389), en tanto que sólo **6%** corresponde a personas naturales (27).

MES	TIPO DE CLIENTE		TOTAL
	PERSONA JURÍDICA	PERSONA NATURAL	
Enero	25	1	26
Febrero	34	2	36
Marzo	34	3	37
Abril	36	2	38
Mayo	37	2	39
Junio	38	4	42
Julio	30	2	32
Agosto	37	2	39
Septiembre	34	2	36
Octubre	26	4	30
Noviembre	29	1	30
Diciembre	29	2	31
TOTAL	389	27	416



Es importante aclarar que de los **416 clientes** que tuvimos durante el año **realmente atendimos a 91**. Esto debido a que varios clientes fueron recurrentes y efectuaron compras en más de un mes del año. Realizando la depuración, en 2023 se atendieron **82 clientes** correspondientes a **personas jurídicas** y **9 a personas naturales**.

¿Quiénes son nuestros principales clientes?

Si bien se atendieron 91 clientes sólo 17 de ellos, hacen el 86% de las ventas de este trimestre.

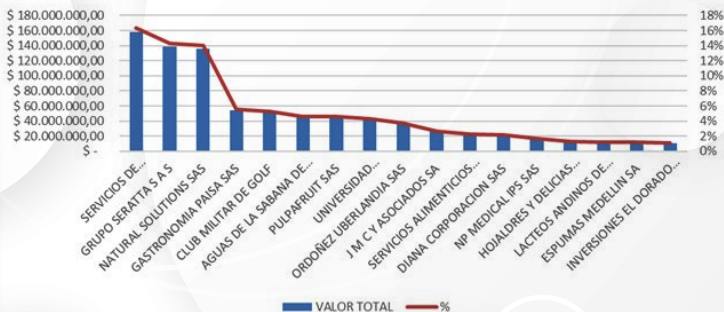
Esta situación es recurrente, en los últimos 2 años los clientes Pareto eran **16**, teniendo en cuenta que en el 2022 teníamos **56 clientes**, los cuales estaban siendo atendidos por los ejecutivos de las empresas aliadas y se comercializaban sobre todo tapabocas, geles, jabón y alcoholes.

El retiro de estos clientes se debe al bajo consumo de estos productos, por la superación de la pandemia.

Clientes Pareto del 2023

CLIENTE	VALOR TOTAL	%
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN NP S.A.	\$ 157.968.038,00	16,34%
GRUPO SERATTA S.A.S.	\$ 138.450.155,00	14,32%
NATURAL SOLUTIONS S.A.S.	\$ 135.898.860,00	14,06%
GASTRONOMÍA PAISA S.A.S.	\$ 53.867.102,00	5,57%
CLUB MILITAR DE GOLF	\$ 51.471.070,00	5,32%
AGUAS DE LA SABANA DE BOGOTÁ S.A. E.S.P.	\$ 44.830.000,00	4,64%
PULPAFRUIT S.A.S.	\$ 44.213.159,00	4,57%
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL	\$ 42.016.860,00	4,35%
ORDÓÑEZ UBERLANDIA S.A.S.	\$ 36.327.241,00	3,76%
JMC Y ASOCIADOS S.A.	\$ 26.019.494,00	2,69%
SERVICIOS ALIMENTICIOS ALDIMARK S.A.S.	\$ 22.001.302,00	2,28%
DIANA CORPORACIÓN S.A.S.	\$ 20.562.315,00	2,13%
NP MEDICAL IPS S.A.S.	\$ 16.716.348,00	1,73%
HOJALDRES Y DELICIAS DIVALI S.A.S.	\$ 12.477.347,00	1,29%
LÁCTEOS ANDINOS DE NARIÑO LIMITADA	\$ 11.266.396,00	1,17%
ESPUMAS MEDELLÍN S.A.	\$ 11.194.480,00	1,16%
INVERSIONES EL DORADO S.A.S.	\$ 10.298.718,00	1,07%

Clientes Pareto 2023



Clientes nuevos y clientes actuales

El ingreso de clientes nuevos es bajo.

De los **91 clientes atendidos** tan solo **16 son clientes nuevos**.

Es importante resaltar que se ha desarrollado una **estrategia de potencialización de clientes actuales**, ya que en el 2023, se han venido ingresando clientes de servicios de alimentación, que por la naturaleza del negocio, licitan y por ende nos hacen ingresar a clientes nuevos.





¿Cómo pagan nuestros clientes?

En general los clientes de **BIOSUPPORT S.A.S.** han adaptado una política de pago de **15 a 30 días**.

Se evidencia que el **41%** de los clientes de **BIOSUPPORT S.A.S.** negocian a plazos de 30 días.

Tenemos clientes que pagan anticipado con una participación del **12%**. Muy pocas veces se realizan negociaciones de 45 a 60 días.

Modalidad de pago de nuestros clientes

PLAZO DE PAGO	TOTAL	%
ANTICIPADO	13	12%
15 días	40	36%
30 días	48	44%
45 días	3	3%
60 días	7	6%
TOTAL	111	100%

¿Qué compran nuestros clientes?

Con el fin de orientar el análisis de las ventas de **BIOSUPPORT S.A.S. BIC**, se tipificaron los productos vendidos en **3 grandes grupos**:

1

Producto Línea

Son productos que forman parte del programa de limpieza y desinfección.

2

Materia prima

Son productos que se venden como materia prima y adicional son productos complementarios como etiquetas.

3

Servicio

Asistencia técnica, microbiológicos, capacitaciones, etc.

Tipo de producto

TIPO DE PRODUCTO	VALOR	%
Producto Línea	\$ 940.293.076,37	97,22%
Materia Prima	\$ 26.403.454,00	2,73%
Servicio	\$ 470.000,00	0,05%
Total General	\$ 967.166.530,37	100%

Distribución de los productos vendidos



Es importante destacar que más del **97% de las ventas del año 2023 corresponden a productos de línea**, con esto se confirma la importancia de vender **programas de limpieza y desinfección**. En los años anteriores, era claro que se tenía mayor participación en materias prima y productos masivos, en especial geles y alcoholes, dada la situación de emergencia sanitaria COVID en el 2020. Sin embargo, con una buena estrategia de penetración de mercado, se viene logrando el objetivo planteado por **BIOSUPPORT S.A.S. BIC**: incrementar las ventas en productos de limpieza y desinfección.

Aún así, es necesario reconocer que falta mucho por mejorar y se debe seguir estudiando este interesante y competitivo mercado, sobre todo en temas de servicio post venta.



RECURRENCIA DE LAS COMPRAS

Es importante señalar que de los

91 clientes
que **realizaron compras** para el
Año 2023

52 Fueron recurrentes
durante el periodo.

Lo que indica que **realizaron más de 3 compras durante el año**; 26 realizaron compras en 2 de los 12 meses del año y 26 compraron sólo en un mes del año analizado.

Mayo, junio y agosto fueron los meses en los que se atendieron más clientes, llegando a un aproximado de 42 atenciones en este periodo.

¿Qué es lo que más nos compran?

Entre los **productos que más nos compran se encuentran:**



DETERLOZ PLUS



SINGRAS A



MAT 33 N



AMODEX

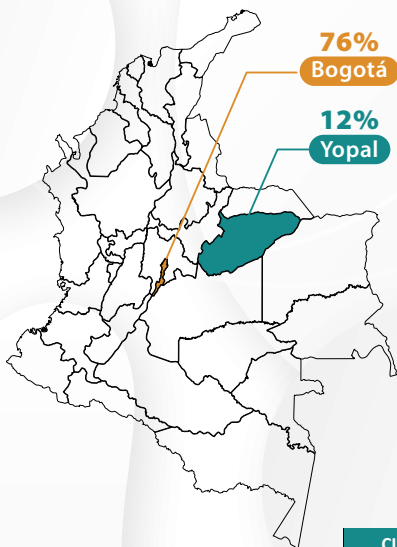


MULTIKLEAN BIO

Productos más vendidos

PRODUCTOS	VALOR
DETERLOZ PLUS - JABÓN MULTIUSOS	\$ 241.426.443,00
SINGRAS A	\$ 130.347.011,00
MAT 33 N	\$ 86.940.000,00
AMODEX	\$ 60.661.570,00
MULTIKLEAN BIO- JABON DESINFECTANTE NEUTRO MULTIUSOS	\$ 48.351.895,00

¿Cuál es el departamento que más nos compra?



Departamentos con mayor demanda de nuestros productos en términos de facturación.

Nuestros productos son utilizados principalmente en **Bogotá** y en **algunos departamentos, ciudades y municipios, sólo abarcamos un 10%** del territorio nacional aproximadamente. Por otro lado, en Bogotá es donde más se comercializan nuestros productos, en tema de facturación es la ciudad donde generamos mayor demanda con un **76%**, **seguido de Yopal** con un **12%**. Situación que se viene presentando en comparación al año 2022.

CIUDAD	VALOR TOTAL	%
BOGOTÁ	\$ 733.046.270,37	76%
YOPAL	\$ 113.280.750,00	12%
FUNZA	\$ 13.162.044,00	1%
PASTO	\$ 11.266.396,00	1%
ANTIOQUIA	\$ 11.263.280,00	1%
BUCARAMANGA	\$ 10.072.305,00	1%
CALI	\$ 9.283.391,00	1%
TOLIMA	\$ 7.882.089,00	1%
HUILA	\$ 7.711.548,00	1%
MOSQUERA	\$ 7.200.000,00	1%
MAGDALENA	\$ 7.038.000,00	1%

¿Quiénes fueron los actores de ventas?

La fuerza de ventas de **BIOSUPPORT S.A.S. BIC** está compuesta por dos actores: los **ejecutivos comerciales adscritos a la nómina** y los **agentes comerciales**, quienes operan como representantes de ventas, pero con independencia jurídica y administrativa.

En total para el año 2023 **la fuerza de ventas de la empresa estuvo conformada por 12 personas, 10 asociados a la nómina y 2 agentes comerciales.**

Se aclara que de estas 10 personas por nómina, 4 no son directamente vendedores (AIDA MOLINA; HÉCTOR IBÁÑEZ, YEYMY HIGUERA Y NELLY SERRANO), 3 son ejecutivos de MAT Y MAP y sólo 3 son comerciales de BIOSUPPORT S.A.S. BIC.

Se evidencia que para este año el **96%** de las ventas fueron realizadas por personal de nómina, en tanto que el **4%** las ejecutaron los agentes comerciales.

10 Asociados a la nómina



2 Agentes comerciales

Actores de ventas

ACTORES DE VENTAS	TOTAL	%
NÓMINA	\$ 931.959.348,37	96%
AGENTES	\$ 35.207.182,00	4%
Total General	\$ 967.166.530,37	100%

Respecto a la particularidad de **quienes ejecutaron las ventas** se encontró que **en el segundo trimestre de 2023 el:**

78%

de las **ventas** fueron realizadas por 2 personas contratadas directamente por la compañía **BIOSUPPORT S.A.S. BIC** que venden programas de limpieza y desinfección.



22%

de las **ventas** las realizaron ejecutivos de los aliados y agentes.

Tabla 11

Porcentaje y ventas por vendedor

FUERZA COMERCIAL	TOTAL VENTAS	%
LESLIE YARIDE PÉREZ URIBE	\$ 595.478.080,00	61,57%
GERALDINE LISETH JIMÉNEZ CRUZ	\$ 164.262.693,00	16,98%
AIDA YINETH MOLINA PÉREZ	\$ 102.994.670,00	10,65%
HÉCTOR MANUEL IBAÑEZ LEGUIZAMON	\$ 36.979.056,00	3,82%
HC SERVICIOS INDUSTRIALES S.A.S.	\$ 31.081.784,00	3,21%
DIANA MARGARITA GIL CAÑAS	\$ 24.876.550,00	2,57%
JASSON STEVEN PEÑA PANTOJA	\$ 4.319.320,00	0,45%
INGRID DEL CARMEN PENARREDONDA RICAURTE	\$ 4.125.398,00	0,43%
MILTON ANTONIO GONZÁLEZ PORTELA	\$ 2.648.700,00	0,27%
MARÍA CAMILA DÍAZ CARREÑO	\$ 193.400,00	0,02%
YEYMY XIMENA HIGUERA MORENO	\$ 146.879,37	0,02%
NELLY PATRICIA SERRANO CRISTANCHO	\$ 60.000,00	0,01%
Total General	\$ 967.166.530,37	100,00%

Como se observa en la tabla 11, Leslie Pérez lidera las ventas con un **61.57%**, seguida de Geraldine Jiménez con el **16.98%** y Aida Molina con el **10.65%**.



NUESTRA GENTE

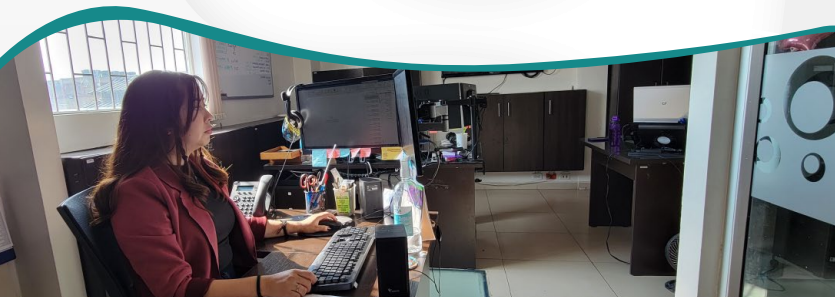




El **talento humano** da vida a nuestra organización y es un **motor fundamental para el cumplimiento de nuestra estrategia corporativa**, y, por ende, de las metas planteadas, es por ello por lo que en **BIOSUPPORT S.A.S. BIC**, cuidamos a este como el activo más importante de nuestra organización; en consecuencia en 2023 emprendimos actividades como la aplicación de la **batería de riesgo psicosocial** con la que buscamos conocer los riesgos prevalentes en este sentido y hacer las intervenciones correspondientes.

De igual forma emprendimos **procesos de capacitación y entrenamiento**, tendiente este no solo a fortalecer conocimientos sino además de robustecer habilidades técnicas, se trabajó por desarrollar habilidades blandas.

En la misma línea, se desarrollaron actividades como el día de la mujer, hombre, el día del padre, el día de la madre, la familia y los niños. No menos importante la empresa desarrollo su actividad de fin de año en donde a través del **sano esparcimiento**, se desarrollo un espacio para la integración y el disfrute para entre todos los colaboradores.





2
0
2
3

