

2023



INFORME
DE
GESTIÓN

El suscrito Gerente de la sociedad **MAP COMPANY S.A.S. BIC Nit: 830.031.453 - 7**, 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.



Tratamos el agua para
Cuidar el planeta.





MAP COMPANY S.A.S. BIC es una empresa con **sentido humano, competitiva y consciente de su papel social y la responsabilidad que esto le conlleva.** Durante 2023

avanzamos de manera firme hacia el cumplimiento de nuestros objetivos de largo plazo, reflexionamos sobre nuestras oportunidades de mejora y evolucionamos para servir mejor, nos encanta pensar que somos agentes de cambio al trabajar para que el **AGUA fuente vital de vida**, se aproveche de la mejor manera y pueda ser optimizada, recuperada y reutilizada. No fue un año fácil, como empresa superamos diferentes retos, las altas tasas de inflación, discontinuidad en las cadenas de suministro, el aumento en los costos de las materias primas, y los mayores costos de financiación; los cuales enfrentamos trabajando en equipo, recurriendo a nuestra creatividad y tomando decisiones ágiles frente a este contexto.

Al hacer este informe y al recordar lo vivido en ese 2023, como gerente solo me queda agradecer a todos los colaboradores de **MAP COMPANY S.A.S. BIC** quienes de forma constante, dedicada y objetiva hicieron posible mantenernos presentes en un mercado tan competitivo. Extender el agradecimiento a nuestros clientes, quienes al igual que nosotros vivieron los desafíos en el poder adquisitivo y presiones inflacionarias y sin embargo siguieron fieles a nuestros productos y a nuestra promesa de valor. A nuestros proveedores por brindarnos alternativas de suministro, acordes a nuestras necesidades y presupuestos. Es compromiso de **MAP COMPANY S.A.S. BIC** seguir avanzando en la transformación digital, mejorar la comunicación con nuestros consumidores, fortalecer nuestro portafolio, agilizar procesos y llegar más oportunamente al mercado. No menos importante nos mantendremos fieles a nuestra promesa de seguir desarrollando actividades que impacten de manera positiva en el medioambiente.



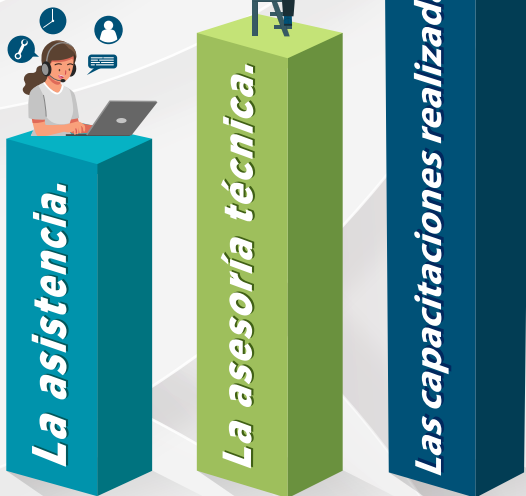
Para



El **2023** fue el año de la consolidación de la estrategia

“MÁS CERCANOS”

con la cual logramos una **mayor cercanía**
con nuestros clientes, a través de:



LOGROS
LOGROS
LOGROS
LOGROS



MAP
COMPANY

Para **MAP COMPANY S.A.S. BIC**, 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 permitiera 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.





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 MACRO ECONÓ MICO



La economía colombiana creció

0,6 %

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

La demanda interna cayó, principalmente por la menor inversión.

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

-14,7 %

El gasto público compensó muy poco de la desaceleración privada.

0,9 %

El consumo privado se expandió algo más que el PIB.

1,1 %

CONTEXTO\$ MACROECONÓMICO

La inversión fija, el componente más afectado, decreció un

8,9 %

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

-16,2 %



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.

NUESTROS RESULTADOS EN VENTAS



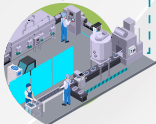
En el año **2023** seguimos enfrentando retos importantes. Sin embargo, se logró un crecimiento en ventas del **25.62 %** con relación al 2022. Este crecimiento fue posible ya que desarrollamos una apuesta con **5 estrategias claves** para nuestra operación:

INDUSTRIA

Textil.



Plástico.



1

Redefinir nuestro
mercado objetivo.

ALIMENTOS



Plantas
procesadoras.



Servicio de
alimentos.



Avícola y
lácteos.

2

Desarrollar nuestra
línea de maquilas.



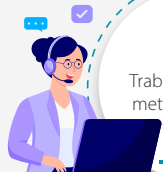
3

Diversificar
nuestros portafolio
de productos en
clientes actuales.



4

Trabajar por una
meta de 0 % en
quejas y
reclamos.



5

Maximizar la
satisfacción de
nuestros clientes.



SITUACIÓN FINAN CIERA



GENERALIDADES DEL PROCESO



VENTAS DEL TRIMESTRE

\$\$\$

Para el año 2023 la gerencia de **MAP COMPANY S.A.S. BIC** estableció **un presupuesto objetivo de \$35.000.000** constante para los diferentes meses del año.

El presupuesto se fija como sostenimiento de la compañía ya que **GRUPO MAT QUÍMICA S.A.S. BIC** es quien realiza en mayor medida las ventas y de quien esta naciente empresa se apalanca.

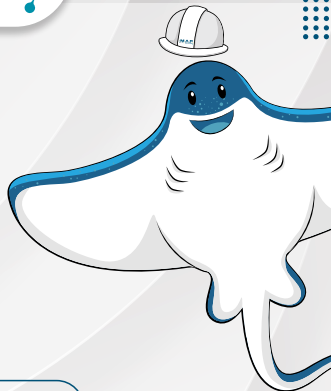


Tabla 1
Presupuesto vs. Cumplimiento
2023

MES	VALOR TOTAL	PRESUPUESTO	% CUMPLIMIENTO
ENERO	\$ 13.649.158,00	\$ 35.000.000,00	39 %
FEBRERO	\$ 11.166.076,00	\$ 35.000.000,00	32 %
MARZO	\$ 27.043.853,00	\$ 35.000.000,00	77 %
ABRIL	\$ 54.512.424,00	\$ 35.000.000,00	156 %
MAYO	\$ 32.374.741,00	\$ 35.000.000,00	92%
JUNIO	\$ 25.564.508,00	\$ 35.000.000,00	73 %
JULIO	\$ 20.630.082,00	\$ 35.000.000,00	59 %
AGOSTO	\$ 31.685.828,00	\$ 35.000.000,00	91 %
SEPTIEMBRE	\$ 57.155.435,00	\$ 35.000.000,00	163 %
OCTUBRE	\$ 35.019.572,00	\$ 35.000.000,00	100 %
NOVIEMBRE	\$ 95.976.871,00	\$ 35.000.000,00	274 %
DICIEMBRE	\$ 38.400.709,00	\$ 35.000.000,00	110 %
Total General	\$ 443.179.257,00	\$ 420.000.000,00	106 %

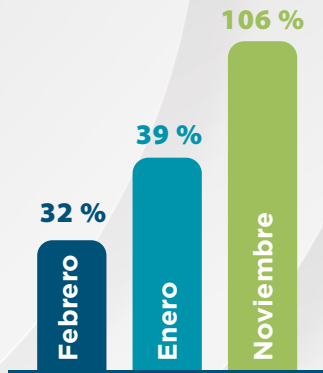
Como se evidencia en la tabla 1, teniendo en cuenta el presupuesto del año 2023 de \$420.000.000,

Se logró superar en un
106 %
la meta establecida.

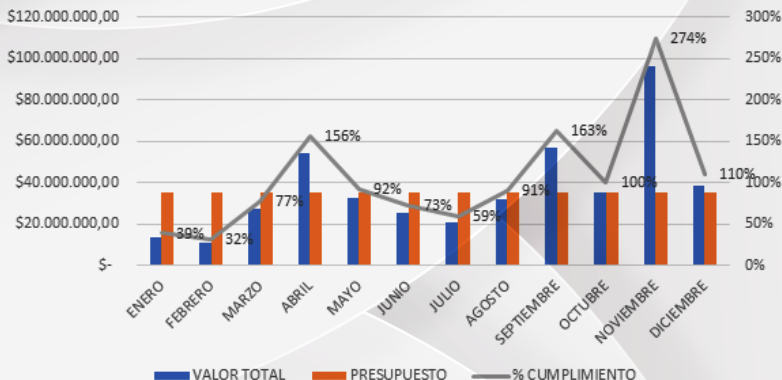
También es evidente que **el mes de noviembre superó a los demás** meses debido a que en ese mes se logró una licitación con **INDUMIL**.

En general durante el año, **el mes más bajo en ventas fue el mes de febrero** con un ingreso de \$11.166.076, un **32 %** del presupuesto mensual, **seguido de enero con un 39 %** equivalente a \$13.649.158.

En comparación al año 2022 podemos evidenciar un incremento teniendo en cuenta que **en 7 meses se generaron ventas de más del 90%** sobre el presupuesto mensual.



Gráfica 1
Presupuesto vs. Cumplimiento 2023



¿Quiénes fueron nuestros clientes para el primer trimestre?

Naturaleza

Durante el año 2023, **MAP COMPANY S.A.S. BIC** atendió 160 clientes, de los cuales 157 corresponden a personas jurídicas (98 %) y 3 a personas naturales (2 %). Esto se ajusta a la perfección con la orden impartida por Gerencia de atender en su mayoría personas jurídicas (empresas) como método para crecer en ventas.

Si bien se parte de la premisa que todos los clientes son importantes, desde la jefatura de **MAP COMPANY S.A.S. BIC**, se está trabajando para que el foco de atención sean clientes con representación jurídica, situación que se evidencia en los clientes atendidos.

Tabla 2
Tipo de persona

Es importante aclarar que durante 2023 los clientes fueron recurrentes y realizaron compras en más de 2 meses del año, lo que hace que al descargar la información se reflejen más clientes de los atendidos realmente.

Realizando la depuración de la información podemos confirmar que se atendieron durante el año 46 clientes en total, 45 que corresponden a personas jurídicas y 1 a persona natural.

	JURÍDICA	NATURAL	TOTAL
ENERO	8	1	9
FEBRERO	9		9
MARZO	15	1	16
ABRIL	18	1	19
MAYO	17		17
JUNIO	14		14
JULIO	12		12
AGOSTO	8		8
SEPTIEMBRE	14		14
OCTUBRE	15		15
NOVIEMBRE	16		16
DICIEMBRE	11		11
	157	3	160

11 clientes realizaron compras en un solo mes del año.



Recurrencia de las compras

Abril fue el mes donde más clientes se atendieron con un total de 18.

¿Quiénes fueron nuestros clientes para el primer trimestre?

En términos generales de los **46 clientes atendidos** durante el año 2023, sólo **19** de ellos hacen más del **89 %** de las ventas del año como se puede ver en la Tabla 3.

Tabla 3
Clientes Pareto 2023

CLIENTE	VENTAS 2023	%
PROQUINAL S.A.S	\$ 66.087.500,00	14,91 %
TECNOLOGÍA EN CUBRIMIENTO S.A..	\$ 51.337.104,00	11,58 %
PRODUCTORES DE ENVASES FARMACÉUTICOS S.A.S. PROENFAR S.A.S.	\$ 48.091.700,00	10,85 %
INDUSTRIA MILITAR	\$ 44.800.000,00	10,11 %
PULPAFRUIT S.A.S.	\$ 28.558.000,00	6,44 %
TURIA ZF S.A.S.	\$ 24.554.040,00	5,54 %
ACEROS TURIA DE COLOMBIA S.A.S.	\$ 20.261.206,00	4,57 %
AGRICOLA CUNDAY S.A.S.	\$ 17.758.330,00	4,01 %
CAJA COLOMBIANA DE SUBSIDIO FAMILIAR COLSUBSIDIO	\$ 15.960.000,00	3,60 %
DULCES LA AMERICANA S.A.S.	\$ 15.100.000,00	3,41 %
CENTRO COMERCIAL PEREIRA PLAZA PROPIEDAD HORIZONTAL	\$ 13.625.640,00	3,07 %
RIMOPLÁSTICAS S.A.	\$ 9.717.751,00	2,19 %
LABORATORIOS DECNO S.A.S.	\$ 7.799.624,00	1,76 %
MODATEX Y PUNTADAS S.A.S.	\$ 5.858.344,00	1,32 %
TEXTILES SWANTEX S.A	\$ 5.816.700,00	1,31 %
HERMANAS HOSPITALARIAS DEL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS	\$ 5.475.000,00	1,24 %
GLOBAL OPERADORA HOTELERA S.A.S.	\$ 5.300.880,00	1,20 %
HOTELES ESTELAR S.A	\$ 5.154.000,00	1,16 %
POLLO FIESTA S.A.	\$ 4.677.000,00	1,06 %

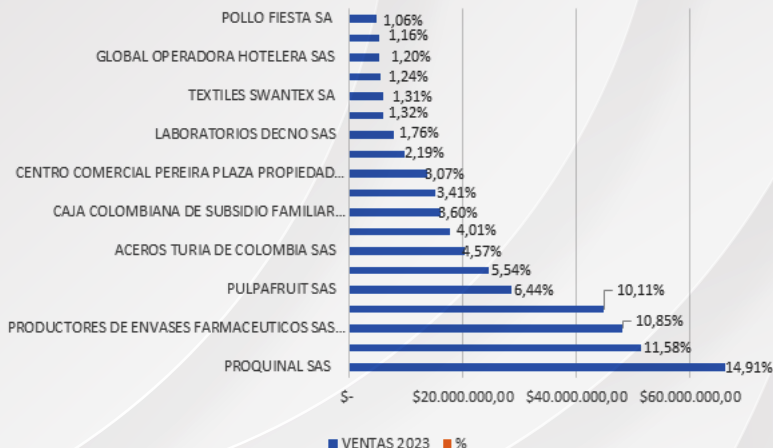


PROENFAR fue el cliente recurrente en compras en todos los meses del año.



PROQUINAL fue quien generó mayor ingreso para la compañía con el **14.91 %** de las ventas.

Gráfica 2
Clientes Pareto 2023



Clientes nuevos y clientes actuales

De los **46 clientes atendidos** durante el año 2023, sólo 2 de ellos ingresaron nuevos: **SISTEMAS DE GESTIÓN INTEGRADOS y LABORATORIOS LPS**.

El **98 %** de las ventas del año fueron sostenidas por los clientes actuales de la compañía como se evidencia en la Tabla 4.

Tabla 4
Naturaleza de los clientes atendidos por mes.

CLIENTE	TOTAL
ACTUAL	44
NUEVO	2
TOTAL	46

Comportamiento de pago de nuestros clientes

Para **MAP COMPANY S.A.S. BIC** según la ley 2024 del 23 de julio 2020 o ley de pagos en plazos justos y nuestra condición de MIPYME, el plazo máximo para pago no puede superar los 45 días. En concordancia con lo dicho, **nuestros clientes cancelan un 95% de las facturas en plazos justos inferiores a 45 días**, sólo el **5%** (6 facturas) son pagos por encima de los 45 días correspondientes al cliente **CHOCOLATES EL TRIUNFO**.

Tabla 5
Comportamiento de pago

PLAZO DE PAGO	TOTAL
INMEDIATO	7
30 días	164
45 días	48
60 días	16
TOTAL GENERAL	235

¿Qué compran nuestros clientes?

Con el fin de orientar el análisis de las ventas de **MAP COMPANY S.A.S. BIC**, se tipificaron los productos vendidos en **4** grandes grupos:

1 Producto Línea

Se entiende por producto de línea o corporativo aquel que es elaborado por la compañía para su comercialización. No corresponde a materia prima, servicios, maquinaria o equipo. **Son productos corporativos aquellos que resultan de un proceso productivo en donde existe una transformación de materias primas**, usualmente para nuestra empresa se identifican con el prefijo **MAP**. Incluye tanto graneles como aerosoles.

2 Materia prima

Sustancia natural o artificial que se transforma industrialmente para crear un producto. Ejemplo: varsol, IPA, tolueno etc.

3 Maquilas

Servicio de producción, manufactura, transformación, ensamblaje, empackado y etiquetado del producto.

4 Servicios

Prestación de servicios incorporeales que impliquen la transferencia de conocimientos.



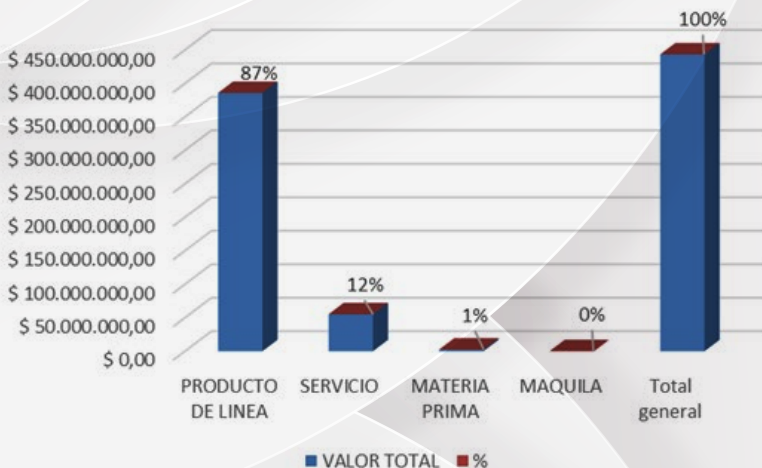
MAP COMPANY S.A.S. BIC, tiene la capacidad en planta y de comerciar los diferentes grupos expuestos anteriormente y se precisa necesario saber cómo.

Tabla 6
Tipo de producto comercializado

TIPO PRODUCTO	VALOR TOTAL	%
PRODUCTO DE LÍNEA	\$ 385.712.257,00	87 %
SERVICIO	\$ 55.117.000,00	12 %
MATERIA PRIMA	\$ 2.350.000,00	1 %
MAQUILA	\$ -	0 %
Total General	\$ 443.179.257,00	100 %



Gráfica 3
Tipo de producto comercializado



Con los datos obtenidos **podemos establecer un factor positivo a pesar de las ventas finales: un 87 %** de las ventas son productos de línea elaborados en **MAP COMPANY S.A.S. BIC**. Esto nos permite destacar un aspecto fundamental: producimos de nuestra planta sin explotar el 100 % de su capacidad.

En el mes de noviembre se presentó un aumento significativo en servicios, esto debido a que ingresó el pago de 2 facturas del cliente INDUMIL por valor de **\$44.800.000** producto de una licitación en donde se engloba todo el proceso (prestación de servicio para calderas, torres de enfriamiento y totalidad de los productos para su tratamiento).

Productos más solicitados

En general **MAP COMPANY S.A.S. BIC** no cuenta con un portafolio de referencias muy amplio como si lo maneja **GRUPO MAT QUÍMICA S.A.S. BIC**. Son productos comercializados en un **nicho de mercado objetivo** lo cual lo hace muy selectivo, evitando la creación de distintos productos.

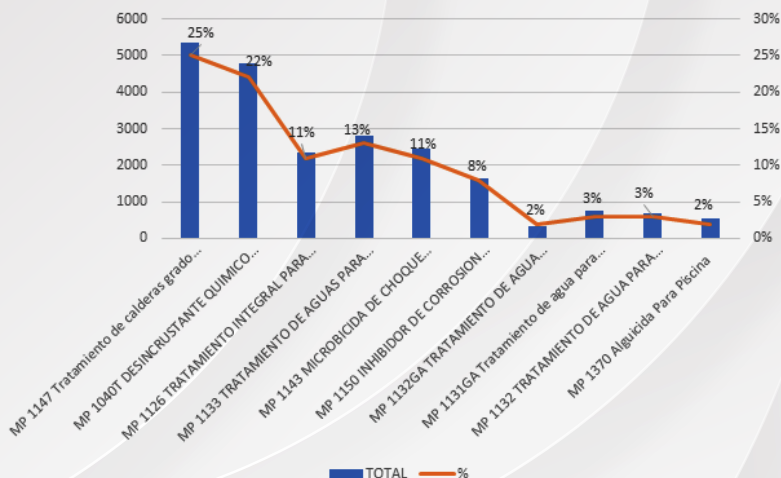
Aun así es importante saber cuáles son los productos más vendidos y su impacto en el ingreso total de la compañía. El análisis se realiza en litros:



Tabla 7
Productos más solicitados en litros

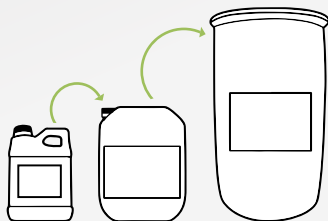
REFERENCIA	TOTAL	%
MP 1147 TRATAMIENTO DE CALDERAS GRADO ALIMENTICIO	5368	25 %
MP 1040T DESINCRUSTANTE QUÍMICO PARA FIBROCEMENTO	4784	22 %
MP 1126 TRATAMIENTO INTEGRAL PARA SISTEMAS DE ENFRIAMIENTO NO ALCALINO	2340	11 %
MP 1133 TRATAMIENTO DE AGUAS PARA CALDERAS	2820	13 %
MP 1143 MICROBICIDA DE CHOQUE PARA SISTEMAS DE ENFRIAMIENTO	2440	11 %
MP 1150 INHIBIDOR DE CORROSIÓN PARA SISTEMAS CERRADOS	1640	8 %
MP 1132GA TRATAMIENTO DE AGUA PARA SISTEMAS DE ENFRIAMIENTO - ALTO TONELAJE/GRADO ALIMENTICIO	340	2 %
MP 1131GA TRATAMIENTO DE AGUA PARA SISTEMAS DE ENFRIAMIENTO BAJO TONELAJE. GRADO ALIMENTICIO	740	3 %
MP 1132 TRATAMIENTO DE AGUA PARA SISTEMAS DE ENFRIAMIENTO - ALTO TONELAJE	700	3 %
MP 1370 ALGUICIDA PARA PISCINA	540	2 %

Gráfica 4
Productos más solicitados en litros



Presentaciones más compradas por nuestros clientes

Tabla 8
Presentaciones de nuestros productos



PRESENTACIÓN	CANTIDAD	%
CANECA X 20 LTS	635	66 %
LITRO	132	14 %
CANECA X 60 LTS	98	10 %
GALÓN X 3.78 LTS	73	8 %
TAMBOR X 208 LTS	31	3 %
TOTAL	969	100 %



Es preciso indicar que **nuestros clientes solicitan los productos en presentación de caneca de 20 litros** como podemos observar en la Tabla 8. Esta presentación lidera las ventas en un **66 %**, resultado que nos indica el tipo de operación y los equipos que pueden tener los clientes, puesto que almacenar o dosificar un tambor puede ser complicado además que el espacio de almacenamiento podría ser limitado.

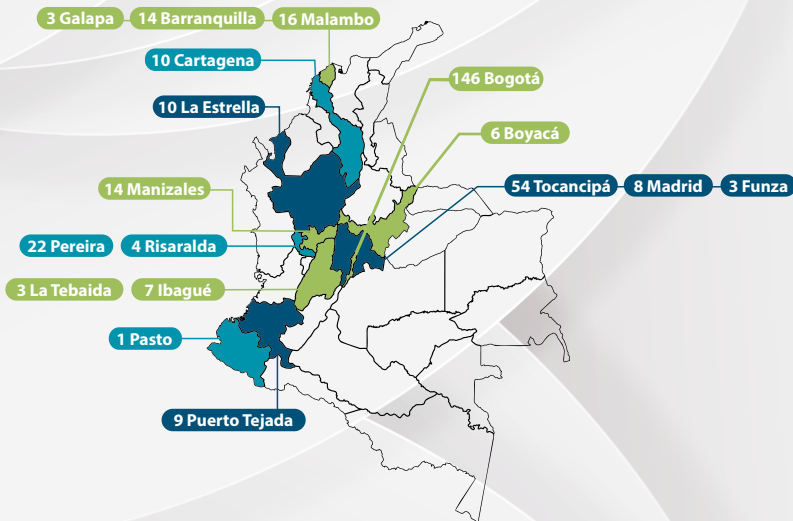


Departamentos a los cuales llegaron nuestros productos

Contar con fuerza comercial en diferentes regiones del país ha proporcionado el medio para que los productos puedan llegar a diferentes zonas, la importancia de impactar centros industriales diferentes a Bogotá y sus alrededores, ha permitido el reconocimiento de los diferentes productos de **MAP COMPANY S.A.S. BIC**, aumentando su potencial alcance.

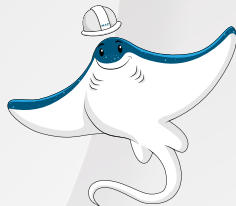
Por ende, se realizó el análisis de **¿A dónde llegaron nuestros productos?**

Ciudades a las que llegaron nuestros productos





La ciudad de **Bogotá** posee el potencial de órdenes de compra para **MAP COMPANY S.A.S. BIC** con **146** del total. Es importante ver que nuestros productos han llegado a diferentes zonas generando mayor reconocimiento de la marca y posicionamiento a nivel nacional.



Principales actores en ventas

La fuerza de ventas de **MAP COMPANY S.A.S. BIC** se ha diversificado extendiendo su alcance a diferentes zonas de la geografía nacional, como se puede observar en la tabla de las ciudades a las que llegaron nuestros productos; pero **¿quiénes son sus principales actores?**

Tabla 10
Principales actores en ventas

ASESOR	VALOR TOTAL	%
KEIN ANTONIO ROMERO NIÑO	\$ 210.684.016,00	47,54 %
DIANA MARGARITA GIL CANAS	\$ 92.841.762,00	20,95 %
INGRID DEL CARMEN PENARREDONDA RICAURTE	\$ 56.958.791,00	12,85 %
HÉCTOR MANUEL IBAÑEZ LEGUIZAMON	\$ 45.636.000,00	10,30 %
JASSON STEVEN PEÑA PANTOJA	\$ 25.130.744,00	5,67 %
MILTON ANTONIO GONZÁLEZ PORTELA	\$ 6.600.000,00	1,49 %
REINEL HERNÁNDEZ CABRERA	\$ 2.491.484,00	0,56 %
COMQUÍMICA GB S.A.S.	\$ 2.136.460,00	0,48 %
JOHN HAROLD ARIAS VILLANUEVA	\$ 700.000,00	0 %
TOTAL	\$ 443.179.257,00	100 %

Podemos concluir que el ejecutivo comercial **Kein Romero** es quien lleva el liderazgo en ventas del 2023 con un **47,54 %** equivalente a \$210.684.016, seguido por **Diana Gil** con un **20,95 %** que equivale a \$92.841.762.

OPORTUNIDADES DE MEJORA

Partiendo de la información obtenida y con base en las características del equipo de trabajo para el año 2024, además del conocimiento adquirido gracias al tiempo que lleva la compañía; se puede establecer el mercado objetivo y tener un alcance más acertado (**avícolas, industria láctea, sector polímeros: envases y telas vinílicas**).

Se identifican zonas cercanas a Bogotá pero que son de difícil alcance como Ubaté, el cual cuenta con diferentes empresas productoras de derivados lácteos. En este plan de trabajo es preciso definir las empresas potenciales, posibles productos a comercializar y potencial de compra de estos prospectos, impulsando así las ventas de **MAP COMPANY S.A.S. BIC**.

NUESTRA GENTE



En **MAP COMPANY S.A.S. BIC** el activo más importante es

► *nuestro personal* ◄

Comprometidos con el desarrollo de nuestro equipo de trabajo, en **MAP COMPANY S.A.S. BIC** nos hemos propuesto desarrollar a nuestro personal por lo que en 2023 ejecutamos 12 capacitaciones en temas ambientales, de calidad y de seguridad y salud en el trabajo.



Ejecutamos la entrega oportuna de los **elementos de protección personal** y validamos con nuestra ARL la pertinencia de estos según el profesiograma.

Desarrollamos actividades de bienestar en donde además de integrar a los colaboradores, integramos a sus familias.

Establecimos políticas como el teletrabajo para algunas áreas y la rotación para tener un día de descanso los sábados. Creamos y mantuvimos **espacios de participación** como los fueron los comités de convivencia y el comité paritario de salud ocupacional

Ejecutamos el 100% de **exámenes médicos ocupacionales**, emitiendo y aplicando las recomendaciones medicas.



Tratamos el agua para
Cuidar el planeta.

