

REPORTE DE
GESTIÓN BIC

NUESTRO QUINTO AÑO



BA+

2025

Empresa



Certificada

ELABORADO BAJO EL
ESTÁNDAR DE SISTEMA B



NUESTRO QUINTO AÑO

Increíble pensar cómo ha pasado el tiempo. Hace poco iniciamos Ba+ con una idea no tan clara, pero con muchas ganas de apuntarle a servicios donde pudiéramos aportar lo que construimos durante muchos años de carrera profesional.

Esta idea fue tomando forma, creciendo, mutando hasta convertirse en lo que es hoy: una Consultora en Gestión Estratégica de la sostenibilidad con un sentido real, buscando hacer de la sostenibilidad un ejercicio en el que todas las áreas se involucren, entiendan su valor y encuentren cómo esto los guía y los impulsa en su trabajo.

Aprendimos que funciona, pero también que a veces las cosas no nos salen como las teníamos planeadas y es necesario sacudirse y salir adelante.

Ahora el gran reto es cómo no perder nuestro propósito original, no olvidarnos de por qué iniciamos este camino y el porqué queremos continuar. Es fácil ceder ante los retos que se van presentando, los cambios externos que no están bajo nuestro control, diluirse en lo que dicta el mercado porque es lo que todos hacen y seguir conservando nuestro valor.

Continuaremos este 2026 aprendiendo con mayor claridad, cómo administramos nuestros recursos, preparados para cambiar si se necesita, para detenernos en lo que no va con nuestro instinto, para seguir construyendo con otros y seguir encontrando el sentido que fue el que nos llevó hace más de 5 años a iniciar este espacio compartido: el Ba, nuestro Ba+.

Maria Paula Lozano O.
Representate Legal Ba+



QUE VEMOS EN EL ENTORNO

Continuamos viendo cómo la incertidumbre y la realidad siguen golpeando de alguna manera al mercado, haciendo que la sostenibilidad pase a un segundo plano en temas de prioridad dentro de las organizaciones. Es un momento en que muchas empresas, guiadas por presiones económicas, empiezan a restarle importancia —como si el negocio y la sostenibilidad fueran dos cosas aparte— y lo convierten en algo accesorio que debe hacerse si se vuelve obligatorio, pero que si no, puede esperar.

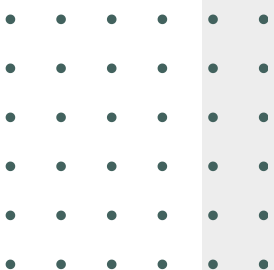
Pero la realidad es otra: el mundo sigue cambiando más rápido y los resultados de la inacción cada vez son más evidentes y profundos. Vemos que en este nuevo panorama es necesario encontrar un nuevo ángulo para abordar la sostenibilidad: empresas que logran ser exitosas con su modelo de negocio considerando sus impactos, siendo fieles a su esencia de manera más sencilla, apalancados en el trabajo colectivo y aprovechando todo lo que pueden ofrecer herramientas como la tecnología, no como un mecanismo para cumplir requisitos sino como el camino que podemos tomar para estar adelante y darle de nuevo rumbo hacia donde vamos, desde lo pequeño hasta el sentido profundo de lo que queremos lograr.

QUÉ CAMBIÓ EN EL 2025



Vimos el resultado de un mayor enfoque, productos que aunque podrían verse conceptuales, tenían una estructura y un propósito claro accionable para las organizaciones. Fue así como durante el año trabajamos con nuevos clientes a quienes pudimos ayudar a establecer unas bases y estructurarse de manera más clara y coherente con su modelo de negocio, aprendimos nuevas cosas para seguir fortaleciéndonos internamente, medimos nuestra huella de carbono y seguimos apoyando el movimiento B, convencidos de que así podemos hacer un cambio entre todos.

Con estos aprendizajes y junto a la asesoría en estrategia que recibimos por parte de PWC, en el marco del programa Encadena, logramos consolidar diferentes aspectos, concentrando nuestra energía en los productos y segmentos en los que debíamos competir, documentando procesos, midiendo horas, entendiendo el ROI de nuestros productos para los clientes y así cada vez más consolidar nuestra propuesta de valor.



NOSOTROS

Con el tiempo, cada uno de los 3 socios ha venido asumiendo funciones y responsabilidades más definidas, lo que nos ha permitido enfocar mejor la energía y optimizar el tiempo invertido en cada proyecto.

Ximena Marín lidera el área comercial: búsqueda de nuevos clientes, conexiones con aliados y posibles oportunidades, desarrollo de mercado y punto de contacto con los clientes actuales.

Hernán Centanaro, conserva su foco en el área social basado en su experiencia profesional profundizando su rol en la gestión interna de BA+: estandarización de procesos, definición de tiempos de proyecto frente a costos, normatividad y seguimiento a mercados más técnicos.

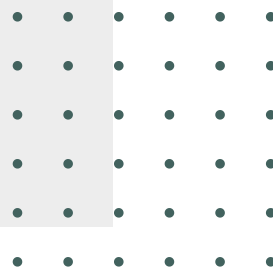
María Paula Lozano, desde innovación, lidera el diseño y facilitación de los talleres de co-creación que nos permiten conocer a nuestros clientes y construir las bases para el desarrollo de la hoja de ruta.

Continuamos con la modalidad de trabajo remoto, manteniendo clara la importancia de la presencialidad tanto en reuniones con clientes como en los momentos de reflexión y creación propios de BA+. Nos apoyamos en Miro como recurso clave para las sesiones que requieren trabajo virtual, garantizando la misma calidad independientemente del formato.

En el frente contable, seguimos avanzando hacia una gestión más práctica y útil para la toma de decisiones. Sabemos que queda camino por recorrer: indicadores más claros, información más detallada y una lectura financiera que nos permita entender mejor el desempeño de cada proyecto.

En cuanto a plataformas, continuamos operando con SIIGO (Empresa B) para la contabilidad, y con correos y página web alojados en Hostgator. LinkedIn @bamaspositivo sigue siendo nuestro canal principal de comunicación, con 641 seguidores —un crecimiento sostenido aunque moderado, que reconocemos como un área de desarrollo pendiente. Contamos también con Instagram, un canal que abrimos con la intención de llegar a otro tipo de público, pero que aún no hemos logrado explotar: 24 seguidores son la señal más clara de que está pendiente una apuesta de verdad por la comunicación digital.

Gracias al aprendizaje del 2025, iniciamos la estructuración de una nueva página web, con miras a realizar el cambio durante el 2026. Sabemos que la presencia digital es un complemento necesario a la gestión comercial y queremos que refleje mejor quiénes somos y lo que hacemos.



NUESTRO PORTAFOLIO

Los tres pilares que estructuran nuestra oferta: Dar Sentido, Generar Valor y Conectar, siguen siendo la columna vertebral de cómo trabajamos.

Lo que ha evolucionado es la forma en que los comunicamos y los llevamos al cliente.

NUESTRO PROPÓSITO

Conectar y dar sentido al valor estratégico de la sostenibilidad en los negocios para movilizar hacia la acción.

Tres pilares, una sola
Ruta de tránsito.



Dar Sentido - Estrategia y Priorización.

Ayudamos a entender qué significa la sostenibilidad para el negocio específico: qué es material, qué impactos se generan y dónde enfocar los esfuerzos. El resultado es claridad estratégica y consenso directivo sobre qué vale la pena hacer y por qué.

Generar Valor - Ejecución y Resultados.

Convertimos la estrategia en acción: planes realistas, proyectos priorizados con responsables asignados, reportes y acompañamiento en la implementación. Aquí la sostenibilidad deja de ser una intención y se convierte en algo medible.

Conectar-Participación y Apropiación.

Vinculamos a la organización internamente: equipos y áreas y externamente con sus grupos de interés. La sostenibilidad no funciona en silos: funciona cuando las personas entienden su rol y actúan desde él.

Estos tres pilares se integran en la Ruta de tránsito hacia la sostenibilidad, nuestro marco de acompañamiento que parte del entendimiento y avanza hacia la acción sostenida.

ALIANZAS

MULTIPLICADORES B

Continuamos siendo Multiplicadores B desde el 2021, acompañando a empresas que quieren entender la evaluación de impacto B como herramienta de medición y punto de partida para construir un camino más sostenible. Este año seguimos en contacto con Delzur, aunque el proceso no avanzó por decisión de ellos. En paralelo, continuamos profundizando en los nuevos estándares de la evaluación B —un aprendizaje que se vuelve cada vez más relevante para acompañar bien a quienes están en ese camino.

COMUNIDAD EMPRESAS B

Seguimos participando activamente: charlas, foros, espacios de networking y actividades que van más allá de lo empresarial —desde conocer la planta de Luker en Bogotá hasta catas de café y desayunos entre empresas B. Son espacios que valoramos porque nutren las relaciones y mantienen vivo el sentido de pertenencia al movimiento. Continuamos siendo invitados a compartir nuestra experiencia como Empresa B certificada, lo que también nos recuerda la responsabilidad de seguir siendo coherentes con lo que recomendamos.

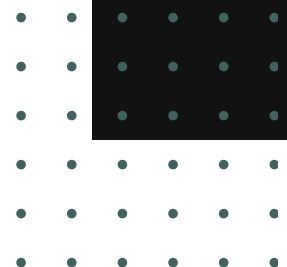
Empresa



Certificada

SENTIDO VERDE

Este año trabajamos en alianza con Sentido Verde, otra consultora de sostenibilidad, apoyando en temas puntuales con algunos de sus clientes. Es una colaboración que nos permitió aportar desde nuestra experiencia y explorar una forma diferente de generar valor de manera conjunta.



GREEN GORILLA



Como licenciarios del programa The Green Gorilla UK, mantenemos esta alianza con la convicción de que la formación es un recurso importante en la construcción de capacidades hacia empresas más sostenibles. Durante el 2025 no hubo movimiento significativo, pero seguimos apostando a su potencial.

CASOSTENIBLE

Durante el primer trimestre del año continuamos trabajando con Casostenible, apoyando el informe de Bond Energy Solutions y su análisis de materialidad. Este trabajo en conjunto dejó aprendizajes sobre cómo colaborar con otras consultoras desde las fortalezas de cada equipo.



EXPLORACIÓN DE NUEVAS ALIANZAS

Buscamos activamente nuevas alianzas durante el año: una empresa en Chile y algunos contactos en España enfocados en mejora de reportes. Ninguna llegó a concretarse, pero el ejercicio nos dejó más claridad sobre qué tipo de aliado agrega valor real a lo que hacemos y qué condiciones necesitamos para que una colaboración funcione.





SOMOS BIC

Generalidades e impactos sobre la adopción de las dimensiones y actividades BIC en BA+ 2025

BIC ha sido el punto de partida para entender cómo las empresas pueden abordar los aspectos sociales, ambientales y sus grupos de interés, sin ir en contravía del negocio, sino como parte de él. Dar ese primer paso como Sociedad BIC y luego como Empresa B nos ha dado un marco concreto para actuar, reportar y seguir mejorando.

En un año en que el ecosistema BIC ha tenido menor visibilidad, seguimos convencidos de que el reporte es una gran herramienta, no como un requisito, sino como ejercicio de reflexión sobre cómo vamos y hacia dónde queremos avanzar.

Resultados 2025

En este reporte seguimos utilizando como estándar la Evaluación de Impacto B, con un resultado de 129,4 puntos, un 4% más que el año anterior. Es un crecimiento moderado pero significativo: mantener la tendencia cuando el puntaje es alto no es sencillo y hace parte de la estabilización natural de la curva en la medida que se avanza.

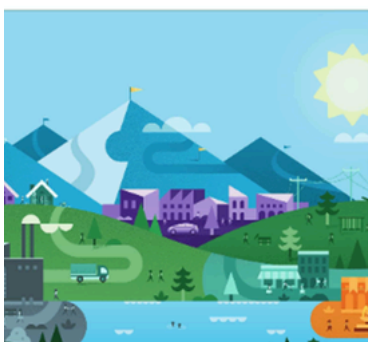
Aumenta el puntaje que se refiere al modelo de negocio, lo que refleja mayor concientización en nuestro impacto.

Adicional a esto, la variación proviene principalmente de las dimensiones de Medio Ambiente y Comunidad:

En medio ambiente, hubo un avance significativo del cual hablaremos con más detalle en esta dimensión.

En comunidad, el incremento refleja un mayor registro de horas de voluntariado.

Seguimos comprometidos con la mejora continua, entendiendo que en este nivel, los avances requieren cada vez más intencionalidad y precisión.



Más de 50,000 empresas de todo el mundo, incluidas más de 3,000 Empresas B Certificadas, utilizan esta herramienta de gestión para evaluar su impacto respecto de distintas partes interesadas, incluidos sus trabajadores, la comunidad, sus clientes y el medioambiente.

PUNTAJE GENERAL	PORCENTAJE COMPLETADO	
129.4	100%	
PUNTAJE DE LAS OPERACIONES	PUNTAJE DEL MODELO DE NEGOCIO DE IMPACTO	PUNTAJE N/A
66.8	52.7	9.8

1. Modelo de Negocios

La actividad de beneficio e interés colectivo que seleccionamos para esta dimensión es: “Adquirir bienes o contratar servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres o minorías. Además, dar preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementan normas equitativas y ambientales”

1.1 Resultados Evaluación B

Nuestro modelo de negocio genera valor principalmente a través de la educación y apropiación: acompañar a las organizaciones para que comprendan qué significa la sostenibilidad en su contexto específico y cómo integrarla en su estrategia. Este año reforzamos el rol de nuestros tres pilares : Conectar, Dar Sentido y Generar Valor, sabiendo que el mayor impacto ocurre cuando diferentes áreas y personas de la organización entienden su rol en la sostenibilidad y crean las condiciones para que tenga sentido y genere valor real.

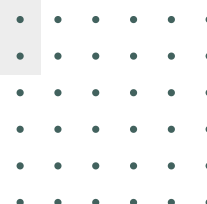
1.2. Actividades y avances

Con respecto a los proveedores , buscamos que este objetivo plasmado en nuestra política, prime en el momento de decisión de la compra. Buscamos rodearnos de mujeres que aporten a nuestro negocio, empresas locales con un compromiso claro al ser Empresa B o que de alguna manera buscan hacer mejor las cosas para todos.



La proporción de proveedores locales bajó levemente en número, pero el gasto en compras locales y en proveedores mujeres aumentó como resultado de concentración en aliados que ya conocemos y en quienes confiamos. La participación de Empresas B como proveedores creció, aunque el gasto en este grupo disminuyó levemente, lo que nos hace pensar en tener mayor intencionalidad en el 2026.

Continuaremos fortaleciendo esta práctica cuando sea posible, buscando integrar nuevos proveedores pertenecientes a minorías y comunidades y acompañando a nuestros clientes a reconocer el valor de las compras inclusivas como parte de un modelo de negocio más coherente.

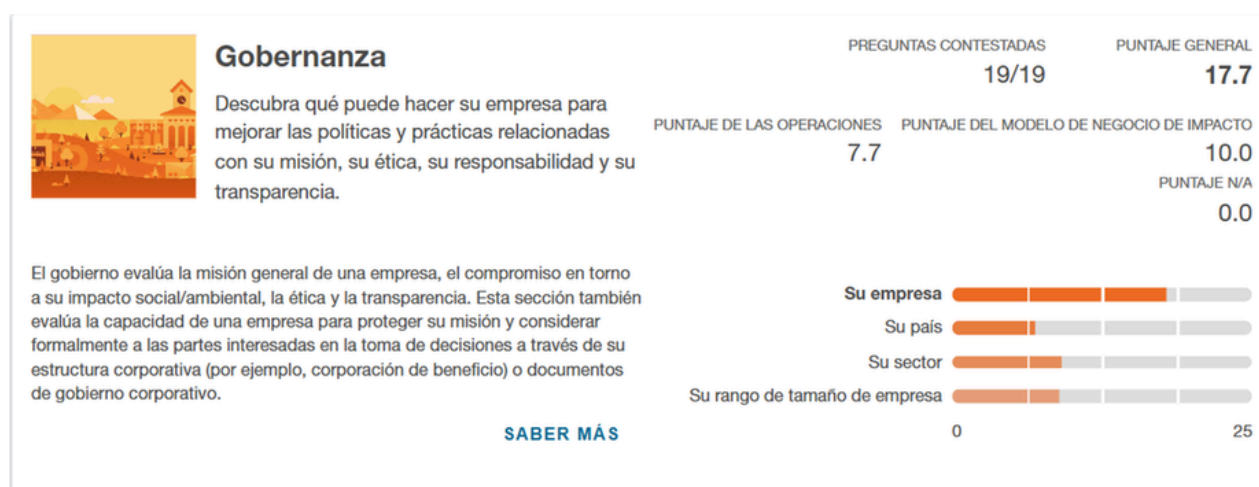


2. Gobierno Corporativo

La actividad que nos comprometimos a desarrollar para esta dimensión es: “(i) Crear un manual para sus empleados, con el fin de consignar los valores y expectativas de la sociedad y (ii) Expresar la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa”

2.1 Resultados Evaluación B

El puntaje que obtuvimos en la evaluación de impacto B para Gobernanza fue 17,5, igual al año anterior.



2.2. Actividades y avances

Seguimos promoviendo nuestra visión y valores tanto en la operación interna como en la manera en que trabajamos con nuestros clientes. Cada intervención, charla y documento es una oportunidad para reforzar el propósito de BA+ y demostrar que la misión no es solo una declaración, sino que hace parte de la forma en que hacemos las cosas.

El reporte de gestión BIC continúa siendo uno de nuestros principales canales de comunicación acerca de nuestra gestión, que de la mano de ser Empresa B certificada es una declaración pública de los valores que nos guían.

Somos conscientes de que hay tareas pendientes, como la actualización del código de ética, el manual del empleado y el código de buen gobierno. En esta línea, avanzamos identificando nuestros asuntos materiales y grupos de interés, para los que debemos construir y formalizar los canales y tipos de comunicación con cada uno de ellos.

3. Prácticas Laborales

La actividad BIC que escogimos para esta dimensión es: “Brindar opciones de empleo que le permitan a los trabajadores tener flexibilidad en la jornada laboral y crear opciones de teletrabajo, sin afectar la remuneración de sus trabajadores”

3.1. Resultados de la evaluación B

En el 2025 continuamos sin contar con personal en nómina, por lo que la dimensión de trabajadores en la evaluación no es desplegada.

3.2. Actividades y avances

La modalidad de trabajo remoto sigue siendo nuestra forma de operar, aunque a veces no reunimos presencialmente para seguir conectando.

Como socios y consultores de BA+, mantenemos una cultura de trabajo flexible donde el equilibrio entre lo profesional y lo personal hace parte de nuestra forma de operar:

creemos que trabajamos mejor cuando también tenemos espacio para el descanso, la familia y el cuidado propio.

Con las personas que contratamos buscamos mantener esa misma cultura: flexibilidad, respeto por los tiempos y por su bienestar físico y mental, buscando construir relaciones de trabajo sostenible.

Cuando llegue el momento de formalizar una nómina, esta cultura ya estará desarrollada e integrada en nosotros y en nuestras políticas.

4. Prácticas Ambientales

En esta dimensión, la actividad seleccionada fue: “Utilizar sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgar incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles.”



Medioambiente

Descubra qué puede hacer su empresa para mejorar su gestión ambiental en general.

Medio ambiente evalúa las prácticas generales de gestión ambiental de una empresa, así como su impacto en el aire, el clima, el agua, la tierra y la biodiversidad. Esto incluye el impacto directo de las operaciones de una empresa y, cuando corresponda, su cadena de suministro y canales de distribución. Este apartado también reconoce a las empresas con procesos productivos ambientalmente innovadores ya aquellas que comercializan productos o servicios que tienen un impacto ambiental positivo. Algunos ejemplos pueden incluir productos y servicios que crean energía renovable, reducen el consumo o el desperdicio, conservan la tierra o la vida silvestre, brindan alternativas menos tóxicas al mercado o educan a las personas sobre los problemas ambientales.

SABER MÁS

PREGUNTAS CONTESTADAS

31/31

PUNTAJE GENERAL

33.3

PUNTAJE DE LAS OPERACIONES

8.5

PUNTAJE DEL MODELO DE NEGOCIO DE IMPACTO

20.0

PUNTAJE N/A

4.7

Su empresa

Su país

Su sector

Su rango de tamaño de empresa

0

65

4.1. Resultados de la evaluación B

Esta fue una de las dimensiones en las que mejoramos: pasamos de 30,5 a 33,5 puntos, impulsados principalmente por el avance en la medición de emisiones GEI, un hito en nuestra gestión ambiental.

4.2. Actividades y avances

Aunque aún no contamos con objetivos formales por recurso, seguimos monitoreando nuestros consumos y buscando ser más eficientes. Esto mismo lo trasladamos a nuestros clientes: parte de nuestro trabajo consiste en ayudarlos a identificar dónde pueden reducir sus impactos ambientales y actuar sobre ello.

Energía:

Logramos una reducción del 1,86% en el consumo energético con respecto al año anterior. A inicios del 2026 realizamos un cambio importante hacia electrodomésticos de bajo consumo, por lo que esperamos que el próximo reporte evidencie una reducción más significativa.

Residuos:

En el tema de residuos, continuamos con nuestras prácticas de separación y disposición desde el origen, buscando llevar los residuos orgánicos al compostaje, vidrio, plástico y papel para reciclaje con los recuperadores del área y los residuos plásticos no reciclables aglutinados en botellas de amor para ser después convertidos en productos funcionales.

Dentro de nuestra operación no hay uso de residuos peligrosos.

Agua:

El consumo aumentó un 12%, principalmente por el contraste con el 2024, año en que el racionamiento en Bogotá condicionó el consumo. Seguimos promoviendo prácticas de uso racional.

Movilidad:

Continuamos promoviendo las reuniones virtuales para evitar desplazamientos innecesarios o utilizamos medios de transporte alternativos como transporte público o compartido

Emisiones GEI: Primera medición de huella de carbono

En 2025 realizamos por primera vez la medición formal de nuestra huella de carbono, a través del programa Desafío por el Cambio Climático de Sistema B con Grupo Portafolio Verde. El ejercicio se desarrolló bajo el estándar GHG Corporate Protocol proporcionándonos un método, una medición de año base (2024) y una manera de entender dónde estamos impactando realmente.

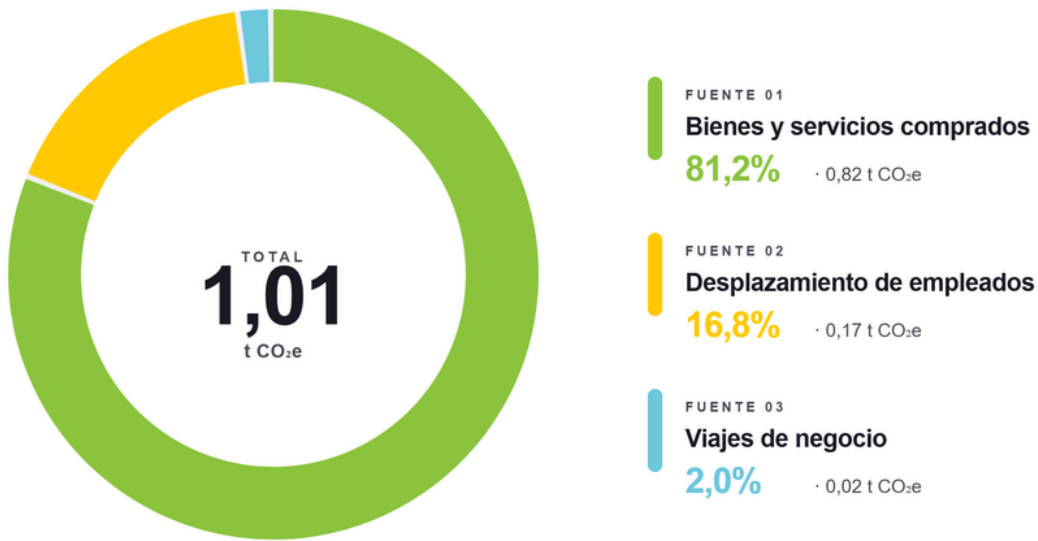
Como empresa de servicios que opera en modalidad remota, nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 son cero —no tenemos instalaciones propias ni consumos energéticos directos a nombre de BA+. Pero el proceso nos enseñó qué tendríamos que considerar si eso cambia en el futuro, por ejemplo al abrir una oficina.

Toda nuestra huella corresponde al Alcance 3: 1,01 t CO₂e, generadas en la cadena de valor. El dato más relevante es que el 81% proviene de bienes y servicios comprados, es decir, de lo que contratamos a terceros para operar. Eso define dónde está la palanca de mejora y hacia dónde vamos a dirigir la atención en los próximos años.

HUELLA DE CARBONO

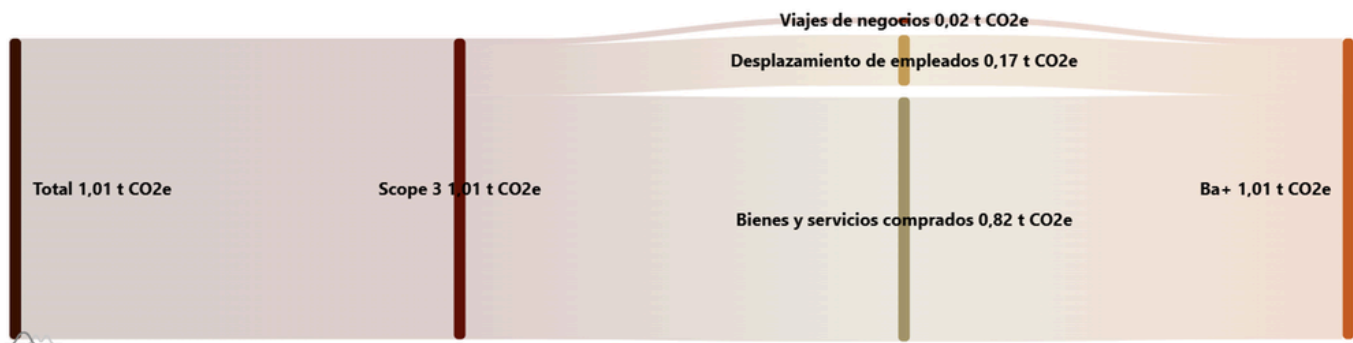
Emisiones por fuente

Toneladas de CO₂ equivalente · participación porcentual



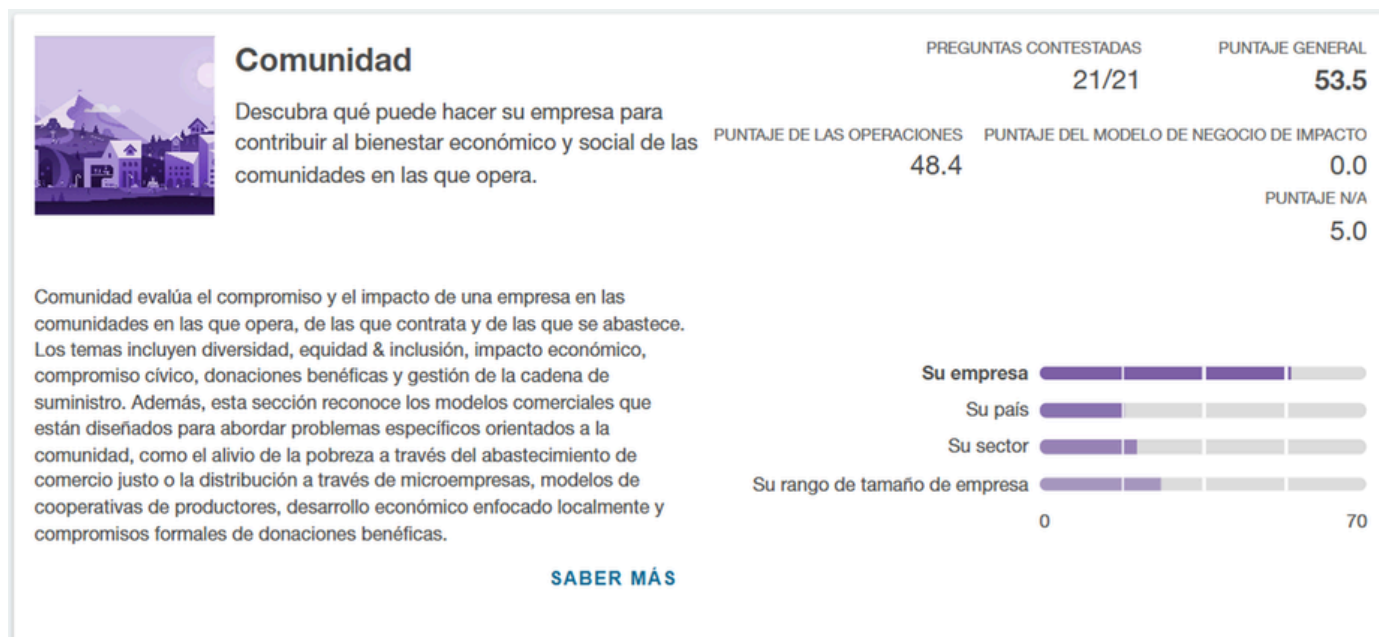
El Alcance 3 es frecuentemente el más difícil de medir y controlar, ya que depende en gran parte de terceros. Tener esta línea base es un punto de partida desde el que seguiremos trabajando para que los desplazamientos sean más conscientes y para mantener o reducir las emisiones asociadas a bienes y servicios.

Esta medición es nuestra línea base. A partir de aquí, el reto es monitorear, reducir donde podamos y ser cada vez más conscientes de las decisiones que tomamos como organización.



5. Prácticas con la Comunidad

Para esta dimensión escogimos el siguiente compromiso: “Incentivar las actividades de voluntariado y crear alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales e interés de la comunidad”.



5.1. Resultados de la evaluación B

En comunidad obtuvimos un puntaje de 53,5, un 5% mejor que el año anterior. Es una dimensión que seguimos fortaleciendo de manera consistente, y donde el voluntariado y la participación activa en el ecosistema B son nuestro principal motor de avance.

5.2. Avances

Voluntariado:

Durante el 2025 registramos 26 horas de voluntariado: Participamos en sesiones de Sistema B para acompañar a empresas del programa Mejores para Colombia, y en espacios para orientar a otras organizaciones hacia la certificación como Empresa B. Seguimos siendo embajadores activos del movimiento, enseñando a otros lo que significa ser Empresa B y Sociedad BIC.

Ximena se sumó a la jornada de siembra organizada en noviembre por Sistema B, en la parte rural de Ciudad Bolívar en Bogotá. Adicionalmente participó en el XII Congreso Internacional en Gerencia de Proyectos de PMI Bogotá con una charla magistral sobre cómo implementar la estrategia ESG en la gestión de proyectos. Fue invitada como experta al panel Desafío y oportunidades de

Economía Circular en la Cadena de Valor del Packaging en la Cámara de Comercio de Bogotá.

María Paula actuó como jurado voluntario en los premios Innovación que Impacta, organizados por Connect, evaluando proyectos sociales con criterios de innovación y sostenibilidad, una experiencia que también nos nutre como consultores.

Donaciones:

Aportamos un 1,12% de nuestros ingresos a la Fundación BiblioSEO. Aunque el porcentaje es menor al del año anterior, mantenemos el compromiso de destinar una parte de lo que generamos a causas que van más allá de nuestro negocio.

Proveedores y cadena de valor

El gasto en proveedoras mujeres llegó al 52%, frente al 49% del año anterior, un avance que detallamos en la dimensión de Modelo de Negocio pero que vale la pena resaltar aquí como expresión concreta de nuestro compromiso con la comunidad más cercana

Participación en el ecosistema

Respondimos encuestas para contribuir al desarrollo de los nuevos estándares de Sistema B, manteniéndonos atentos a la evolución del movimiento y aportando desde nuestra experiencia como Empresa B certificada. Creemos que hacer parte activa de estos procesos es también una forma de voluntariado: ayudar a construir mejores herramientas para que más empresas puedan medir y mejorar su impacto.



GESTIÓN COMERCIAL

Junto con nuestros clientes hemos desarrollado y fortalecido nuestros servicios para seguir construyendo un sistema mas coherente e integrado



Este año consolidamos nuestra Ruta de Sostenibilidad: Transitando la Sostenibilidad, un esquema de trabajo que parte del entendimiento del propósito y las apuestas de la organización, avanza hacia el mapeo de su cadena de valor y profundiza en los impactos para construir una hoja de ruta concreta.

Seguimos fortaleciendo nuestro trabajo en informes de sostenibilidad y análisis de materialidad, y los talleres con equipos internos continúan siendo una de nuestras mayores fortalezas: nos permiten entender el negocio desde adentro y lograr que las personas comprendan qué es la sostenibilidad y cuál es su rol en ella.

Segmentos

Continuamos enfocados en pequeña y mediana empresa, principalmente del sector industrial, plásticos, tecnología, alimentos y consumo masivo. Es un segmento donde encontramos mayor afinidad; empresas con modelos de negocio robustos que aún no han integrado la sostenibilidad de manera consciente y estructurada, y que están listas para dar ese paso.

CLIENTES

Summum Projects

Logramos conectar su estrategia de sostenibilidad con la estrategia de negocio. El proceso incluyó talleres de sensibilización y co-creación, y derivó en un informe de sostenibilidad que refleja sus avances de manera clara y útil para la organización.

Bond Energy Solutions

Segundo año consecutivo de reporte de sostenibilidad y análisis de materialidad, en alianza con Casostenible.

Celema (alianza con Sentido Verde)

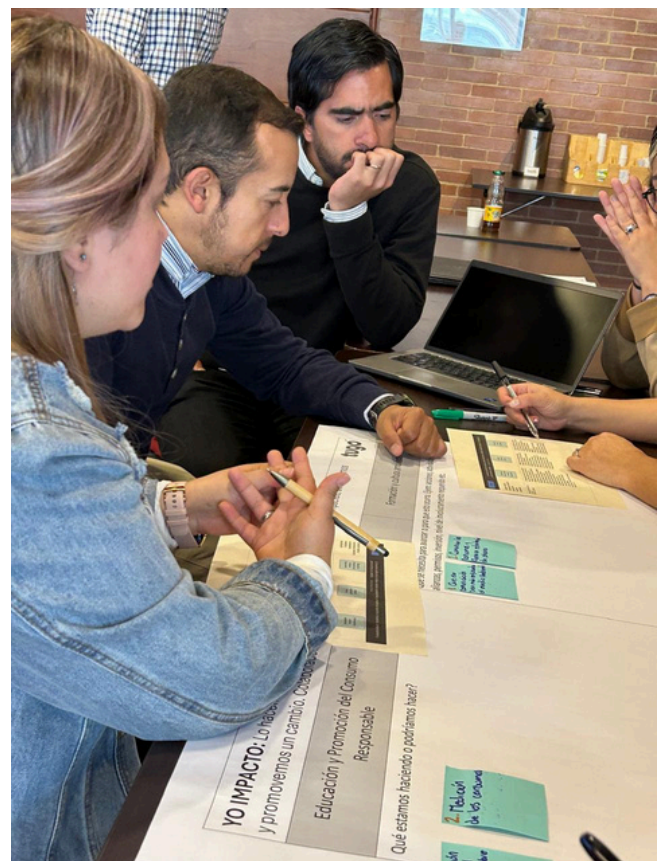
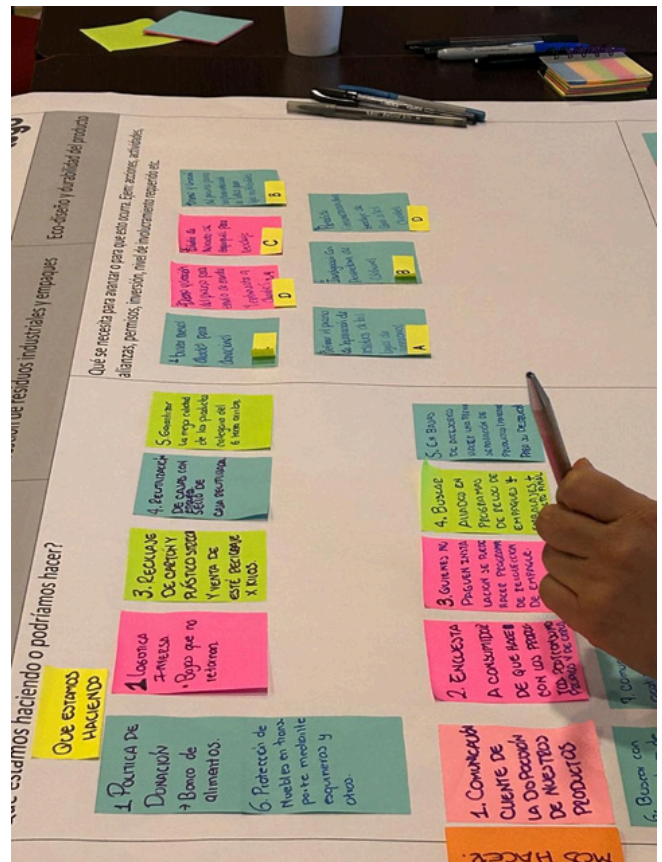
apoyamos a esta empresa de Manizales, productora y comercializadora de productos lácteos, en el desarrollo de su Reporte BIC

Procedata

Continuamos acompañando a esta empresa de tecnología en el fortalecimiento de su gestión de sostenibilidad: auditorías, capacitación en políticas con sus equipos y definición de un esquema de trabajo para los próximos años..

Savvy

Apoyo puntual en su informe de gestión BIC. Cliente con quien ya teníamos relación y que sigue avanzando en su proceso.



Plasticel

Acompañamos a esta empresa en el desarrollo de su estrategia y hoja de ruta de sostenibilidad.

Tugó

Iniciamos un proceso de trabajo en sostenibilidad con esta empresa del sector de muebles y decoración.

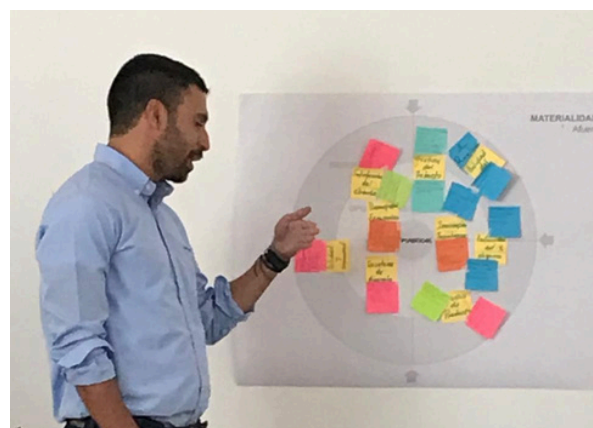
Minipak, Dupont y otros

trabajos de asesoría en informes de sostenibilidad y estrategia con empresas de distintos sectores, explorando nuevas formas de acompañamiento.

Aprendizajes

La mentoría de PWC en estrategia que recibimos este año, nos ayudó a fortalecer nuestra operación: pusimos más foco en el seguimiento de horas por proyecto, en el retorno de inversión para el cliente y en cómo comunicar de manera más clara el valor de lo que hacemos. Fueron ajustes que ya están incidiendo en cómo estructuramos y presentamos nuestros servicios.

También aprendimos que la sostenibilidad sigue enfrentando el reto del tiempo y los recursos dentro de las organizaciones. Los procesos que arrancan con energía a veces pierden impulso por razones ajenas al proyecto mismo. Ese es un desafío que seguimos trabajando: cómo mantener la conexión y el avance incluso cuando el contexto interno de las empresas cambia.



MARKETING Y COMUNICACIONES

Avanzamos en nuestra presencia digital con más intención que en años anteriores. Aprovechamos una oportunidad de Sistema B para producir un reel contando qué hace BA+ —un paso importante en nuestra comunicación audiovisual. También recibimos recomendaciones de estudiantes de EAFIT que evaluaron nuestra estrategia de comunicación y nos dieron pautas concretas para mejorar. Seguimos activos en LinkedIn como canal principal, aunque reconocemos que la constancia sigue siendo un reto. Instagram continúa siendo un canal secundario en desarrollo.



Más allá de las redes, nuestra presencia en eventos y espacios de formación sigue siendo uno de nuestros medios más efectivos para conectar con clientes y posicionarnos en el ecosistema de la sostenibilidad:



Participamos en el programa ENCADENA de fortalecimiento denominado “Mejores proveedores” durante 6 meses, donde partiendo de un diagnóstico, fueron desarrolladas actividades y sesiones para el cierre de brechas y el fortalecimiento de BA+ como organización y sus miembros como equipo, en aspectos relacionados principalmente con la estrategia y el modelo de negocio. Fueron en total 40 horas de programa de participación comprometida de los socios, en este programa gestionado por PWC.

Contribuimos al programa Mejores para Colombia de Sistema B, acompañando a empresas en el fortalecimiento de sus prácticas sostenibles y compartiendo nuestra experiencia como Empresa B certificada.



A través del Curso de Acción Climática, profundizamos en temas de huella de carbono y cambio climático, un aprendizaje que fortalece nuestra capacidad para asesorar mejor a nuestros clientes en esta área.

Ximena participó como ponente en una presentación ante PMI y en un panel sobre Economía Circular, espacios que nos permiten posicionar la perspectiva de BA+ en conversaciones relevantes para nuestros clientes.



María Paula participó como jurado voluntario en los premios Innovación que Impacta de Connect, evaluando proyectos sociales con criterios de innovación y sostenibilidad.

Nuevamente, acompañamos como asesores en sostenibilidad y miembros de Junta Directiva a diferentes emprendimientos y empresas del programa Sostenibilidad Empresarial de Comfandi durante el transcurso del año.



Cerramos el año participando en el Día B de Sistema B, donde recibimos una mención especial dentro del programa de acción climática: la placa Mejores Empresas para el Clima, un reconocimiento que nos llena de orgullo y que reafirma el camino que estamos construyendo.



RETOS 2026

Este año termina con la satisfacción de apuestas y trabajos materializados, pero también nos abre nuevas preguntas e incertidumbres de cara al siguiente, teniendo en cuenta el entorno, presiones externas, pero también nuestros deseos de consolidación y crecimiento después de cinco años de trabajo.

Esto nos lleva a plantearnos un nuevo año con un portafolio aún más concentrado, que responda a los objetivos que nos tracemos y nos obligue a seguir mejorando, aprendiendo de las experiencias y planteando servicios que aporten en la construcción de empresas más sostenibles, manteniendo el ánimo y la esperanza de que este es el camino.

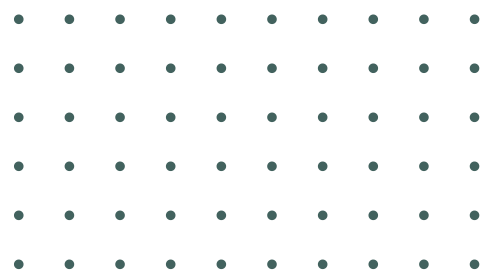
Nuestras ganas de aportar y trabajar en colaboración con nuestros clientes es lo que nos permitirá seguir adelante de manera diferencial. Un año en el que tendremos que apostar más alto, renunciando a otras cosas que antes nos daban atención, pero que en este momento debemos dejar de lado para enfocar la energía y apuntarle al crecimiento sólido y sostenido. Para esto seguiremos trabajando con nuestros clientes y aliados, entendiendo la IA como palanca para seguir avanzando, pero usando nuestro sentido humano y criterio para tomar decisiones.

En lo interno, tenemos tareas concretas que no podemos seguir postergando: actualizar nuestros documentos de gobernanza, formalizar los canales con cada uno de nuestros grupos de interés, y seguir trabajando en cómo medimos el impacto real de nuestras intervenciones, uno de los retos más difíciles, pero también uno de los más importantes para seguir aprendiendo y comunicarlo mejor.

En comunicación, el 2026 será el año de la nueva página web y de una presencia digital más intencional y constante que vemos como una oportunidad de compartir contenido de valor. Estamos avanzando en establecer los procesos internos para poder hacerlo de una forma efectiva

Todo este trabajo interno también nos prepara para un hito importante: la recertificación como Empresa B bajo los nuevos estándares. Es una oportunidad para demostrar que seguimos creciendo con coherencia y que el camino que iniciamos hace cinco años tiene cada vez más sentido.





Este reporte fue elaborado bajo el estándar de Sistema B, el cuál fue presentado dentro del informe de Gestión 2025 del representante legal a la Asamblea Ordinaria de accionistas de BA+ S.A.S BIC y aprobado por ésta.

María Paula Lozano Otálora
Representante Legal BA+ S.A.S BIC



BA+



Empresa



BA+ S.A.S BIC
www.bamas.com.co
info@bamas.com.co
Marzo 2026