

INFORME DE GESTIÓN 2021
AlbertoLineroGo BIC SAS
Señores Asamblea General
Ciudad

Introducción

Dando cumplimiento a los estatutos de la sociedad y de conformidad con las normas legales vigentes (los artículos 46 y 47 de la Ley 222 de 1995 y la Ley 603 de 2000), presentó a la Asamblea General de Accionistas el Informe de Gestión en donde se describen las actividades más relevantes ejecutadas durante el año 2021.

El presente informe de gestión es preparado con base en uno de los estándares independientes que para el efecto ha sido reconocido por la Superintendencia de Sociedades, siendo el estándar escogido.

La Guía para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG Compass) de las Naciones Unidas, el World Business Council for Sustainable Development y el GR

Por el año 2021, el sector de la sociedad tendrá como centro las siguientes actividades:

- 1) la realización del negocio de generación de contenido audiovisual para transformar vidas, mediante la difusión de la cultura a todos los niveles de la sociedad.
- 2) organización, promoción y/o gestión de convenciones, conferencias, reuniones donde se encuentren incluidas o no la gestión de esas instalaciones y la dotación de personal para su funcionamiento
- 3) actividades de distribución de películas cinematográficas, videos programas, anuncios y comerciales de televisión.
- 4) la realización del negocio

editorial con carácter general y en especial la edición, producción, distribución y venta de toda clase de publicaciones tales como libros, folletos, impresos, gráficos, mapas y cualesquiera otras. la compra y venta de libros, revistas, folletos, impresos y/o virtuales, discursos, alocuciones y cualesquiera otras obras de la misma naturaleza. 5) la realización de investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y humanidades. 6) La explotación y prestación de servicios de telecomunicaciones, incluidos los de telefonía, radio, televisión, transmisión de datos y cualesquiera otros medios electrónicos todos ellos en cualquiera de sus modalidades. La realización de actividades en internet, incluida la creación, desarrollo y explotación de portales, así como el suministro de servicios de información, formación y comercio electrónico 7) La prestación, comercialización y realización de servicios educativos, así como la prestación de servicios no docentes que apoyan procesos o sistemas educativos: 8) En general, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero. 9) En desarrollo de su objeto la sociedad puede: Celebrar todo tipo de contratos con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, públicas o privadas, invertir en acciones de sociedades anónimas o asimiladas y en cuotas de interés social en sociedades de responsabilidad limitada o asimiladas, cuyo objeto social sea afín o complementario, puede ejercer el comercio y la industria, comprar, vender, adquirir, enajenar o gravar a cualquier título de toda clase de bienes muebles o inmuebles, dar en prenda los primeros o hipotecar los segundos, tomar o dar dinero en préstamo o a interés, girar, endosar, adquirir, aceptar, cobrar, protestar, pagar o cancelar títulos valores o cualquier efecto de comercio y aceptarlos en pago; obtener derechos de propiedad sobre marcas, dibujos, insignias, patentes y privilegios, sucesión a cualquier título, la representación o agencia de personas naturales o jurídicas para las mismas actividades o de aquellas que se relacionen directamente con su objeto; y realizar en cualquier parte ya sea en su propio nombre o por cuenta de terceros, o en participación con ellos, las operaciones que sean necesarias o convenientes para el logro de los fines que la sociedad persigue y que de

manera directa se relacionan con ellos. 10) La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Además, de conformidad con el decreto 2046 de 2019, la empresa adopta las siguientes actividades de beneficio e interés colectivo:

1. **En la dimensión modelo de negocio:** Adquieren bienes o contratan servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales.
2. **En la dimensión gobierno corporativo:** Crean un manual para sus empleados, con el fin de consignar los valores y expectativas de la sociedad.
3. **En la dimensión prácticas laborales:** Establecen una remuneración salarial razonable para sus trabajadores y analizan las diferencias salariales entre sus empleados mejor y peor remunerados para establecer estándares de equidad. Brindan opciones de empleo que le permitan a los trabajadores tener flexibilidad en la jornada laboral y crean opciones de teletrabajo, sin afectar la remuneración de sus trabajadores.

4. **En la dimensión prácticas ambientales:** Promueven sistemas de iluminación energéticamente eficientes y otorgan incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles.
5. **En la dimensión prácticas con la comunidad:** Incentivan las actividades de voluntariado y crean alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.

En los estatutos de AlbertoLineroGo BIC SAS inscrita se relaciona el Artículo 3º. Impacto Social. El accionista declara su interés en que la Sociedad sea una empresa que en el desarrollo del giro de su negocio genere impactos positivos sociales y ambientales, considerando como un todo tanto el negocio como dichos impactos. El accionista manifiesta que, entre otros, forma parte del interés social:

Sólo el accionista de la Sociedad tendrá derecho para exigir el cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo y en cualquier otra disposición que haga referencia al mismo en estos estatutos o en otro instrumento.

ANÁLISIS DE RESULTADOS 2021

Desde febrero del 2019 AlbertoLineroGo BIC SAS. Se dedica a la creación de contenido audiovisual, editorial y experiencial con el que buscamos seguir inspirando la transformación de la vida de los que se sienten atraídos por nuestro trabajo.

El trabajo de educación experiencial es el que nos permite interiorizar y poner en práctica las reflexiones que generan un contenido; por eso hoy con un grupo de

facilitadores que nos acompañan desarrollamos talleres y actividades que permitan cambiar las didácticas de la enseñanza de habilidades sociales y personales.

El año 2020 será recordado por el cambio de dinámicas sociales que se originaron a raíz de la propagación mundial del Covid-19, La Pandemia Y su respectivo encierro, ha transformado las rutinas de la sociedad y nuestras prácticas individuales. Esta situación nos ha enseñado de privaciones y sacrificios, pero ha abierto la puerta a novedosas formas de aprendizaje y entretenimiento. No podemos juntarnos con amigos en un café, encontrarnos para practicar un deporte colectivo, o para ver una película, nada que implicara el contacto físico.

¿Que nos quedó? Revolucionar la forma en la que satisfacemos nuestra necesidad de disfrutar del ocio, encontrar vías para invertir nuestro tiempo de entretenimiento. Acompañar a las personas en su desarrollo personal, en su camino de aprendizaje constante y sobre todo, brindar herramientas espirituales para mejorar su bienestar.

La oferta va desde cursos académicos hasta experiencias de relajación y talleres de espiritualidad.

Los hay impartidos por entidades universitarias reconocidas hasta cursos para desarrollar las habilidades en oficios manuales. Los hay pagos están dispuestos para ser recibidos desde diferentes plataformas y muchas posibilidades gratuitas. Por ejemplo: Google ofrece sin costo, cursos de comercio electrónico, marketing digital, desarrollo web y ciberseguridad. Más de 1200 alumnos se inscribieron en el curso: “Psicología y Buena Vida” convirtiéndose en la clase más popular que ha tenido la Universidad de Yale a lo largo de su historia. También tenemos experiencias como las de Massimo

Bottura, uno de los mejores cocineros de Italia, que aprovecha la cuarentena para dar clases de cocina vía Instagram.

Según el informe del BID: “el boom del aprendizaje en línea” “La oferta de cursos, por este medio, ha crecido a pasos acelerados para responder a la disrupción mundial. Ejemplo de ello es LinkedIn, la red social orientada al empleo. Tan solo en la semana del 13 de abril de 2020 lanzó 27 cursos dirigidos a las nuevas realidades del teletrabajo y el aprendizaje de herramientas digitales esenciales.

Esto es lo que decimos cuando indicamos que la pandemia nos está cambiando, no sólo está imponiendo con firmeza el teletrabajo, sino que nos está mostrando nuevas formas de aproximarnos a la realidad, de apropiarnos de nuevos conocimientos y aún de entretenernos.

En este contexto AlbertoLineroGo mudó su modelo de negocios del 100% de actividades presenciales al fortalecimiento de su oferta digital, que se evidenció en tan sólo 3 actividades presenciales (la conferencia abierta al público Mi Vida de Otra Manera en Montería y Sincelejo, la charla corporativa para Van Camps y la presentación en Bogotá durante el *Happy Fest*).

Para el año 2021 el mundo comenzó a retomar las actividades cotidianas que implicaban contacto físico y así dentro del marco de la normalidad, ya se comenzaron a generar nuevamente las dinámicas laborales, académicas y recreativas.

A continuación, nuestras ventas para el año 2021 de nuestros productos y servicios ofrecidos al público.

- ✓ Charlas corporativas virtuales (32)
- ✓ Participantes de la charla virtual “El poder de las decisiones” (1200)
- ✓ Libros físicos vendidos (1274)
- ✓ Libros virtuales vendidos (5)

INFORMACIÓN ADICIONAL:

Elementos más importantes por resaltar de la gestión 2021

- ✓ **En el año 2021 en la plataforma www.albertolinerogo.com** se presentaron para acceso a la audiencia los principales productos y talleres virtuales a adquirir, se ofrecieron incentivos para facilitar la accesibilidad.
- ✓ **Estrategia de intervención ante la xenofobia en el municipio de Pamplona**
Desarrollamos un Taller en tres sesiones trabajando en torno a la acción comunicativa con los más relevantes líderes de opinión en Pamplona
Buscando aportar elementos de reflexión a los comunicadores locales para la generación de confianza en las acciones que adelanta el GIFMM y ACNUR para la atención de los migrantes venezolanos que transitan por la zona.

Adquieren bienes o contratan servicios de empresas de origen local o que pertenezcan a mujeres y minorías. Además, dan preferencia en la celebración de contratos a los proveedores de bienes y servicios que implementen normas equitativas y ambientales.

Dentro de la incorporación de Objetivos de Desarrollo Sostenible, AlbertoLineroGo BIC SAS desarrolla como aporte a los ODS de la organización el Objetivo 11, en la meta 11A, comunidades sostenibles, Desde el apoyo a las comunidades Arahuaca de *Gumankú* y de la Guajira, especialmente en la Ranchería *Pirruwaitamana* se ha proyectado tener una selección de productos que serán vendidos desde la segunda mitad del año 2022 a través de la tienda virtual de AlbertoLineroGo, con el fin de brindar visibilidad al trabajo artesanal y a la promoción de oficios ancestrales que son característicos de estas comunidades.

Y el Objetivo 5 que busca lograr la igualdad entre los géneros, empoderando a las mujeres; en nuestro mapeo de cadena de valor podemos identificarlo como logística de entrada y en el manejo a proveedores por medio de la evaluación que se realiza a estos donde cada proveedor debe tener una calificación entre el 51% y 100% para tener relaciones comerciales con la compañía.

Adicionalmente se adjunta la certificación de promoción de igualdad de género promovida por la gerencia y se evidencia con el organigrama de la empresa donde la participación de coordinación y dirección está liderada al 100% por parte de personal femenino.

La suscrita Representante Legal

Certifica:

Que **ALBERTOLINEROGO BIC SAS NIT 901-257.038-1** se compromete a promover la igualdad de genero y el empoderamiento femenino, haciendo que la participación de las mujeres en la compañía tenga nivel de liderazgo gerencial.

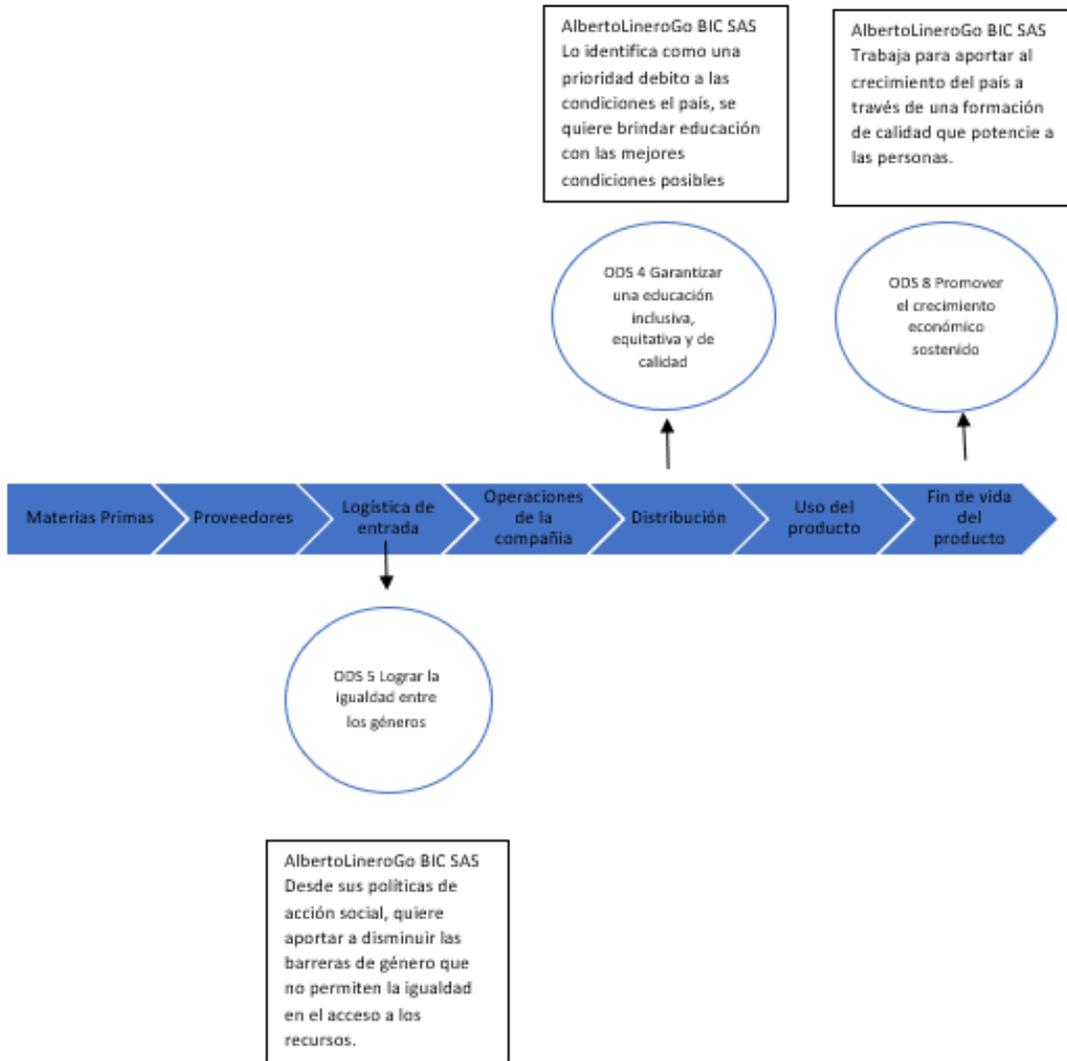
La presente certificación se genera a solicitud del interesado a los treinta y un (31) días del mes de mayo del 2021.

Cordialmente,

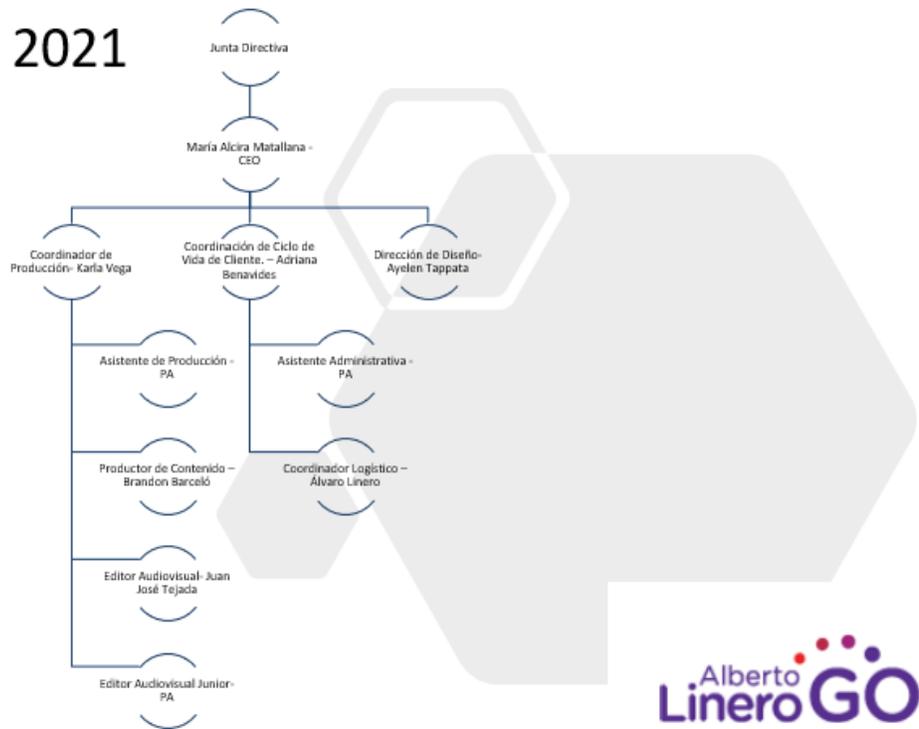
A handwritten signature in black ink, appearing to read "MARIA ALCIRA MATALLANA BATISTA".

MARIA ALCIRA MATALLANA BATISTA
Representante Legal
C.C. 52.435.430 de Bogotá

Mapeo de la cadena de valor



Organigrama 2021



| Alberto Linero GO | | GESTIÓN ADMINISTRATIVA | ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS | | |
|--|--|------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------|
| EVALUACION DE PROVEEDORES | | | | | |
| Código: ALGO-PRO-002 | | Versión: 01 | | Fecha de Emisión: 12/06/2021 | |
| NOMBRE DEL PROVEEDOR | CDR & ASOCIADOS SAS | FECHA DE EVALUACIÓN | D | M | A |
| | | | 20 | 6 | 2021 |
| NIT O C.C. | 900.981.879-1 | PERIODO EVALUADO (si aplica) | Desde | Hasta | |
| NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL | BIBIANA DIAZ | | | | |
| No. DEL CONTRATO Y FECHA DEL CONTRATO | CDRA01 15/02/2020 | | | | |
| CORREO ELECTRONICO PROVEEDOR | gerencia@cdrasociadossas.com | | | | |
| DIRECCIÓN Y TELEFONO | Bogotá, 310 2307270 | | | | |
| OBJETO DEL CONTRATO | Servicios Contables | | | | |
| SISTEMA DE Puntuación | NA | No aplicable | 2 | Cumple parcialmente | |
| | 0 | No cumple | 3 | Cumple plenamente | |
| | 1 | Cumple mínimamente | 4 | Supera las expectativas | |
| | | | | | CALIF 0-4 |
| CALIDAD DEL BIEN Y/O SERVICIO | Cumple con el objeto del contrato | | | | 3 |
| | La calidad de las especificaciones del bien, obra o servicio cumple con lo requerido | | | | 3 |
| PROMOCION LA EQUIDAD DE GENERO EN LA EMPRESA | Mínimo 50% de contratación en el equipo de trabajo para mujeres | | | | 4 |
| | Oportunidades de crecimiento laboral para la promoción de equidad de género | | | | 3 |
| POLITICAS ACORDES CON LA FILOSOFIA DE EMPRESAS BIC | Promueve la responsabilidad social y equidad en la prestación de servicios | | | | 3 |
| | Cuenta con experiencia en el manejo de empresas de carácter BIC | | | | 3 |

EVALUACION DEL PROVEEDOR= $\frac{\text{TOTAL DE PUNTOS OBTENIDOS (19)}}{\text{TOTAL DE PUNTOS POSIBLES (24)}} \times 100 = \boxed{79,17}$

| | |
|-----------|----------|
| EXCELENTE | 76 - 100 |
| BUENO | 51 - 75 |
| REGULAR | 26 - 50 |
| MALO | 0 - 25 |

CANTIDAD DE PREGUNTAS APLICABLES (6)

CALIFICACION **EXCELENTE**

| |
|---------------|
| OBSERVACIONES |
|---------------|

FIRMA **M:** hablemos@albertolinerogo.com **1**  **2 D:** Carrera 12A # 77A – 63. Bogotá, Colombia
 NOMBRE DEL SUPERVISOR MARIA ALCIRA MATALLANA BATISTA
 CARGO CEO

Gobierno corporativo.

En esta dimensión se contemplan las siguientes actividades de beneficio e interés colectivo:

Crean un manual para sus expectativas de la sociedad empleados, con el fin de consignar los valores y expectativas de la sociedad.



Bogotá 13 de Agosto 2021

Apreciados
Equipo de trabajo AlbertoLineroGo y Maracuyá Agencia
L.C.

Ref: Valores de la organización

Apreciados, es importante que incorporemos estos pilares, es decir, más allá de la creación de contenido que entregamos a la gente, debemos estar convencidos que la única razón de ser de nuestra existencia es la felicidad.

Debemos ser felices y inspirar en los demás, clientes, compañeros, proveedores, familiares y amigos en este sentido.

Para ello muchas veces tenemos que romper los paradigmas, los órdenes establecidos y tenemos que ser capaces de buscar en la disrupción, en las nuevas posibilidades, las huellas que nos lleven al camino de la felicidad.

Ustedes y yo solo podemos hacerlo cuando vivimos espiritualmente, aclaro que no digo de manera religiosa, esto es cuando somos capaces de trascender, cuando somos capaces de ir más allá de lo evidente. Cuando somos capaces de encontrar en la espiritualidad una posibilidad de unión, una posibilidad de entendernos como humanos en medio de la diferencia.

Porque la armonía que exige la búsqueda de la felicidad debe ser completa, entendiendo la necesidad de relacionarnos de forma emocionante y adecuada con nosotros mismos, con aquellos que amamos, con la naturaleza y con todos los seres con los que nos relacionamos sin acepción de raza, religión, inclinación política, preferencias sexuales, identidad de género, nacionalidad, la inclusión debe ser nuestra primaria forma de relacionamiento.

Hoy los quiero invitar a disfrutar todo lo que hacemos, como lo hacemos y cómo lo vivimos.

Gracias por ser parte de este equipo de trabajo.

Cordialmente,



MARIA ALCIRA MATALLANA
Representante Legal
C.C 52.435.430

M: hablemos@albertolinerogo.com T: +57 5192462 D: Carrera 12A # 77A - 63. Bogotá, Colombia

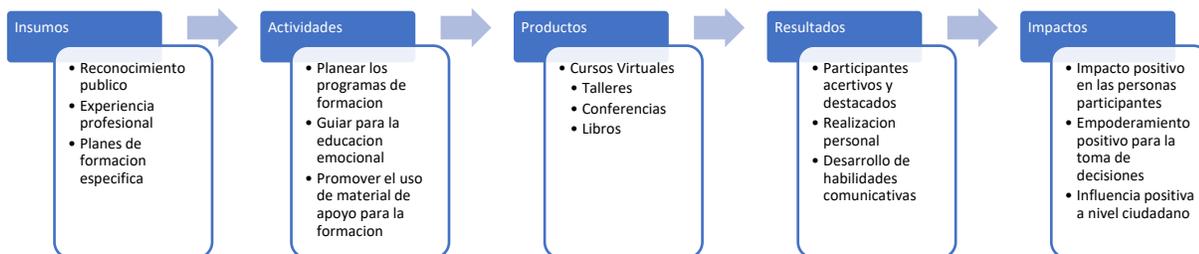
M: hablemos@albertolinerogo.com T: +57 5192462 D: Carrera 12A # 77A - 63. Bogotá, Colombia

Modelo Lógico

Dentro de la definición de prioridades AlbertoLineroGo busca dar alcance al mayor número de personas posibles, para fomentar alternativas de educación y la importancia de la formación emocional como un aspecto clave en el desarrollo personal, profesional, laboral y productivo.

Fomentando formas de bienestar para las personas, entendiendo que todos somos parte de un gran movimiento y que nuestra participación es importante. Todos somos valiosos dentro de las interacciones que vivimos a diario.

Mitigando las diferencias de género que no permiten una interacción enriquecedora socialmente y participando en el crecimiento personal de las personas y así mismo poner un grano de arena en el mejoramiento de la sociedad.



Cada empleado es capacitado al inicio de su proceso de inducción en identidad corporativa, donde se realiza el seguimiento con la totalidad del cronograma planteado.



**CRONOGRAMA DE INDUCCIÓN
ALBERTOLINEROGO BIC SAS**

NOMBRE: KARLA VEGA

CARGO: PRODUCTORA DE CONTENIDO

| Fecha Entrenamiento | Hora Entrenamiento | Cronograma de Actividades de Inducción | Responsable | Realizado |
|---------------------|--------------------|--|-------------------|-------------------|
| 30 de Agosto 2021 | 8:00 A 12:00 | Entendimiento de AlbertoLineroGo como marca, Entendimiento de nuestros clientes y manejo | Alcy Matallana | 30 de Agosto 2021 |
| 30 de Agosto 2021 | 8:00 A 12:00 | Identidad corporativa (misión, valores, estrategia de la empresa) | Alcy Matallana | 30 de Agosto 2021 |
| 30 de Agosto 2021 | 1:00 A 3:00 | Manejo administrativo(explicación de organización) | Adriana Benavides | 30 de Agosto 2021 |
| 30 de Agosto 2021 | 3:00 A 5:00 | Procesos con clientes y funciones | Adriana Benavides | 30 de Agosto 2021 |
| 1 de Octubre 2021 | 8:00 A 5:00 | CREACION EN CRM | Adriana Benavides | 1 de Octubre 2021 |
| 5 de Octubre 2021 | 8:00 A 5:00 | GESTION DOCUMENTAL MENSUAL AlbertoLineroGo | Adriana Benavides | 5 de Octubre 2021 |

Integrando los *KPIs* para contribuir a los ODS por la línea de negocio y entender el individuo dentro de la organización con acciones medibles establecidas



| Área | Tipo | Descripción | Línea de Negocio | Índice - Cómo se mide? | Responsa | Plazo | Tiempo de medición | BaseLine | KeyResult |
|--|------------|--|---------------------------|--|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------|-----------|
| Talent Manager | Objetivo | O1- Lograr el presupuesto 2021 por línea de negocio | | Presupuesto 2021 | María Alcira Matallana | Anual | Mensual | 1.351.302.503 | 0 |
| Talent Manager | Key Result | KR1 - Monetización producto de la gestión de talentos debe facturar \$150.000.000 de Eventos Virtuales Propios | Eventos Virtuales Propios | | María Alcira Matallana | Anual | mensual | 266.342.224 | 0 |
| Producción | Meta | M1 - incrementar el engagement entre un 1% y 2% mensual | Eventos Virtuales Propios | porcentaje de engagement en redes sociales | Karla Vega | Corto plazo - 1 mes | mensual | | 0 |
| Producción | Iniciativa | I1 - aumentar el engagement de influencers celebrities 0,5% | Eventos Virtuales Propios | | Karla Vega | Corto plazo - 1 mes | trimestral | 0,099 | 0 |
| Producción | Meta | M2 - incrementar el número de seguidores entre un 2% y un 15% mensual | Eventos Virtuales Propios | | Karla Vega | Corto plazo - 1 mes | mensual | | 0 |
| Producción | Iniciativa | I1 - celebrities el incremento sería del 2% mensual | Eventos Virtuales Propios | | Karla Vega | Corto plazo - 1 mes | mensual | 2751000 | 0 |
| Producción | Meta | M3 - incrementar las interacciones en publicaciones como mínimo un 25% | Eventos Virtuales Propios | número de impresiones | Karla Vega | Corto plazo - 2 meses | mensual | | 0 |
| Producción | Iniciativa | I1 - asignar un recurso para publicación y respuesta | Eventos Virtuales Propios | | Karla Vega | Corto plazo - 2 meses | mensual | | 0 |
| Producción | Iniciativa | I2 - contestar oportunamente comentarios de las publicaciones realizadas | Eventos Virtuales Propios | | Karla Vega | Corto plazo - 2 meses | mensual | | 0 |
| Producción | Iniciativa | I3 - incrementar la interacción en las publicaciones en mínimo 10% para los celebrities | Eventos Virtuales Propios | | Karla Vega | Corto plazo - 2 meses | mensual | 94583 | 0 |
| Gerencia del ciclo de vida de los clientes | Key Result | KR2 - Documentar los procesos internos asegurando su orientación a la satisfacción del cliente | Bienestar | | Adriana Benavides | Corto Plazo - 3 meses | Anual | 0 | 0 |
| Gerencia del ciclo de vida de los clientes | Meta | M1 - Documentación de los procesos, políticas y formatos de control del 100% de los procesos claves de la organización | Bienestar | | Adriana Benavides | Corto Plazo - 3 meses | Anual | 0 | 0 |
| Gerencia del ciclo de vida de los clientes | Meta | M2 - Implementar el envío, seguimiento y análisis de las encuestas de satisfacción de clientes, una vez al trimestre | Bienestar | | Adriana | Corto Plazo - 3 meses | Trimestral | 0 | 0 |

- ✓ Divulgan ante sus trabajadores los estados financieros de la sociedad.

ESTADO DE RESULTADOS 2021

| ALBERTOLINEROGO BIC SAS | | | | | | |
|---|---|---------------|---|---------------|--------------------|----------------|
| ESTADO DE RESULTADOS (Aprox. a miles de COL\$) | | | | | | |
| CONCEPTO | DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 | | DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 | | VARIACIONES | |
| INGRESOS OPERACIONALES | 502.181.000 | | 499.800.000 | | 2.381.000 | 0,48% |
| TOTAL INGRESOS OPERACIONALES (Nota No. 14) | 502.181.000 | 100,0% | 499.800.000 | 100,0% | 2.381.000 | 0,48% |
| COSTO DE VENTAS (Nota No. 15) | 99.910.000 | 19,90% | 60.291.000 | 12,06% | 39.619.000 | 65,71% |
| UTILIDAD BRUTA | 402.271.000 | 80,10% | 439.509.000 | 87,94% | -37.238.000 | -8,47% |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | | |
| GASTOS DE PERSONAL | 95.206.000 | 18,96% | 103.001.000 | 20,61% | -7.795.000 | -7,57% |
| HONORARIOS | 33.360.000 | 6,64% | 0 | 0,00% | 33.360.000 | |
| CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES | 1.243.000 | 0,25% | 2.552.000 | 0,51% | -1.309.000 | -51,29% |
| SEGUROS | 499.000 | 0,10% | 0 | 0,00% | 499.000 | |
| SERVICIOS | 10.162.000 | 2,02% | 156.929.000 | 31,40% | -146.767.000 | -93,52% |
| ADECUACIONES E INSTALACIONES | 0 | 0,00% | 225.000 | 0,05% | -225.000 | -100,00% |
| GASTOS DE VIAJE | 2.128.000 | 0,42% | 0 | 0,00% | 2.128.000 | |
| DIVERSOS | 22.665.000 | 4,51% | 0 | 0,00% | 22.665.000 | |
| SUBTOTAL DE DISTR. Y VENTAS (Nota No. 16) | 165.263.000 | 32,91% | 262.707.000 | 52,56% | -97.444.000 | -37,09% |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | | | | | | |
| GASTOS DE PERSONAL | 28.758.000 | 5,73% | 0 | 0,00% | 28.758.000 | |
| HONORARIOS | 84.499.000 | 16,83% | 65.387.000 | 13,08% | 19.112.000 | 29,23% |
| IMPUESTOS | 8.954.000 | 1,78% | 7.473.000 | 1,50% | 1.481.000 | 19,82% |
| SEGUROS | 0 | 0,00% | 562.000 | 0,11% | -562.000 | -100,00% |
| SERVICIOS | 2.080.000 | 0,41% | 27.502.000 | 5,50% | -25.422.000 | -92,44% |
| GASTOS LEGALES | 1.446.000 | 0,29% | 1.378.000 | 0,28% | 68.000 | 4,93% |
| MANTENIMIENTO Y REPARACIONES | 0 | 0,00% | 872.000 | 0,17% | -872.000 | -100,00% |
| GASTOS DE VIAJE | 31.571.000 | 6,29% | 1.225.000 | 0,25% | 30.346.000 | 2477,22% |
| DEPRECIACIONES | 0 | 0,00% | 2.463.000 | 0,49% | -2.463.000 | -100,00% |
| DIVERSOS | 4.126.000 | 0,82% | 44.291.000 | 8,86% | -40.165.000 | -90,68% |
| SUBTOTAL ADMINISTRATIVOS (Nota No. 17) | 161.434.000 | 32,15% | 151.153.000 | 30,24% | 10.281.000 | 6,80% |
| TOTAL GASTOS OPERACIONALES | 326.697.000 | 65,06% | 413.860.000 | 82,81% | -87.163.000 | -21,06% |
| UTILIDAD O (PERDIDA) OPERACIONAL | 75.574.000 | 15,05% | 25.649.000 | 5,13% | 49.925.000 | 194,65% |
| OTROS INGRESOS (Nota No. 18) | 198.667.000 | 39,56% | 56.954.000 | 11,40% | 141.713.000 | 248,82% |
| OTROS GASTOS (Nota No. 19) | 77.000 | 0,02% | 4.498.000 | 0,90% | -4.421.000 | -98,29% |
| SUB-TOTAL | 198.590.000 | 39,55% | 52.456.000 | 10,50% | 137.292.000 | 261,73% |
| INGRESOS FINANCIEROS (Nota No. 18) | 58.000 | 0,01% | 224.000 | 0,04% | -166.000 | -74,11% |
| GASTOS FINANCIEROS (Nota No. 19) | 11.512.000 | 2,29% | 13.884.000 | 2,78% | -2.372.000 | -17,08% |
| SUB-TOTAL | -11.454.000 | -2,28% | -13.660.000 | -2,73% | -2.372.000 | 17,36% |
| UTILIDAD O (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS | 262.710.000 | 52,31% | 64.445.000 | 12,89% | 198.265.000 | 307,65% |
| PROVISION IMPUESTO DE RENTA (Nota No. 20) | 10.726.000 | 2,14% | 22.059.000 | 4,41% | -11.333.000 | -51,38% |
| UTILIDAD O (PÉRDIDA) NETA | 251.984.000 | 50,18% | 42.386.000 | 8,48% | 209.598.000 | 494,50% |



MARIA ALCIRA MATALLANA BATISTA
Representante Legal
CC.52.435.430



SANDRA BIBIANA DIAZ CARVAJAL
Contadora T.P. 48.061-T
Designada por CDR ASOCIADOS S.A.S.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVO

| ALBERTOLINEROGO BIC SAS | | | | | ALBERTOLINEROGO BIC SAS | | | | |
|--|---------------------------|---------------------------|---------------------|---------------|--|---------------------------|---------------------------|--------------------|---------------|
| ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA COMPARATIVO (Aprox. a miles de COL\$) | | | | | ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA COMPARATIVO (Aprox. a miles de COL\$) | | | | |
| CUENTAS | A 31 DE DICIEMBRE DE 2021 | A 31 DE DICIEMBRE DE 2020 | VARIACIONES | | CUENTAS | A 31 DE DICIEMBRE DE 2021 | A 31 DE DICIEMBRE DE 2020 | VARIACIONES | |
| ACTIVO | | | | | PASIVO Y PATRIMONIO | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | PASIVO | | | | |
| DISPONIBLE | | | | | OBLIGACIONES FINANCIERAS | 40.918.000 | 78.172.000 | -28.254.000 | -36,1% |
| CAJA | 12.048.000 | 12.048.000 | 2.000 | | TOTAL OBLIGACIONES (Nota No. 8) | 40.918.000 | 78.172.000 | -28.254.000 | -36,1% |
| BANCOS | 38.618.000 | 140.117.000 | -101.499.000 | | COSTOS Y GASTOS POR PAGAR | 35.813.000 | 44.784.000 | -8.951.000 | |
| CUENTAS DE AHORRO | 9.205.000 | 12.850.000 | -101.497.000 | | RETENCION EN LA FUENTE | 3.363.000 | 1.470.000 | 1.893.000 | |
| EQUIVALENTES DE EFECTIVO | 0 | 0 | | | IMPUESTO DE IND. Y COMERCIO RETENIDO | 509.000 | 298.000 | 211.000 | |
| TOTAL EFECTIVO Y EQUIVALENTES (Nota No. 5) | 59.871.000 | 165.013.000 | -105.142.000 | -63,7% | RETENCION Y APORTES DE NÓMINA | 412.000 | 314.000 | 98.000 | |
| DEUDORES | | | | | ACREEDORES VARIOS | 875.000 | 771.000 | 104.000 | |
| CLIENTES NACIONALES | 75.477.000 | 7.120.000 | 68.357.000 | | TOTAL CUENTAS POR PAGAR (Nota No. 9) | 40.972.000 | 47.617.000 | -6.645.000 | -14,0% |
| CUENTAS CORRIENTES COMERCIALES | 229.431.000 | 129.820.000 | 99.611.000 | | RENTA Y COMPLEMENTARIOS | 0 | 0 | 0 | |
| ANTICIPOS Y AVANCES | 106.860.000 | 595.000 | 106.295.000 | | IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS POR PAGAR | 28.972.000 | 5.639.000 | 23.333.000 | |
| ANTICIPO DE IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES | 23.188.000 | 9.952.000 | 13.236.000 | | DE INDUSTRIA Y COMERCIO | 3.608.000 | 1.802.000 | 2.006.000 | |
| CUENTAS POR COBRAR A TRABAJADORES | 0 | 420.000 | | | TOTAL IMPUESTOS GRAVAMENES Y TASAS (Nota No. 10) | 32.580.000 | 7.241.000 | 25.339.000 | 348,9% |
| TOTAL DEUDORES (Nota No. 6) | 434.956.000 | 147.877.000 | 287.079.000 | 194,1% | SALARIOS POR PAGAR | 7.111.000 | 4.554.000 | 2.557.000 | |
| GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO | 2.657.000 | | 2.657.000 | | CESANTIAS CONSOLIDADAS | 5.014.000 | 4.068.000 | 946.000 | |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 497.494.000 | 312.890.000 | 184.604.000 | 58,0% | INTERESES DE CESANTIAS | 555.000 | 400.000 | 155.000 | |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | | | | | VACACIONES CONSOLIDADAS | 2.734.000 | 2.293.000 | 441.000 | |
| EQUIPO DE OFICINA | 1.740.000 | 1.740.000 | 0 | | TOTAL OBLIGACIONES LABORALES (Nota No. 11) | 15.414.000 | 11.405.000 | 4.009.000 | 35,2% |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN | 5.643.000 | 5.643.000 | 0 | | PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES | 5.652.000 | | 5.652.000 | |
| DEPRECIACION ACUMULADA | -7.383.000 | -7.383.000 | 0 | | ANTICIPOS Y AVANCES RECIBIDOS | 19.216.000 | 28.173.000 | -8.957.000 | |
| TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | 0 | 0 | 0 | 0,0% | TOTAL DIFERIDOS Y OTROS PASIVOS (Nota No. 12) | 24.868.000 | 28.173.000 | -3.305.000 | -11,7% |
| ACTIVOS INTANGIBLES | | | | | TOTAL PASIVO CORRIENTE | 163.752.000 | 172.608.000 | -8.856.000 | -5,1% |
| PROYECTO DESARROLLO | 69.706.000 | 11.172.000 | 58.534.000 | | TOTAL PASIVO | 163.752.000 | 172.608.000 | -8.856.000 | -5,1% |
| TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES (Nota No. 7) | 69.706.000 | 11.172.000 | 58.534.000 | 523,9% | PATRIMONIO | | | | |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | 69.706.000 | 11.172.000 | 58.534.000 | 523,9% | CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO | 12.000.000 | 12.000.000 | 0 | |
| TOTAL ACTIVO | 567.190.000 | 324.062.000 | 243.128.000 | 75,0% | UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO | 251.984.000 | 42.398.000 | 209.586.000 | |
| | | | | | RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES | 139.454.000 | 97.068.000 | 42.386.000 | |
| | | | | | TOTAL PATRIMONIO (Nota No. 13) | 493.438.000 | 151.464.000 | 341.974.000 | 225,8% |
| | | | | | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 567.190.000 | 324.062.000 | 243.128.000 | 75,0% |


MARIA ALCIRA MATELLANA BATISTA
 Representante Legal
 CC. 52.435.430


SANDRA BIBIANA DIAZ CARVAJAL
 Contadora T.P. 48.061-T
 Designada por CDR ASOCIADOS S.A.S.

Por el año 2021 no se realizaron préstamos o negocios por parte de los accionistas a la compañía, ni de la misma a los accionistas, socios o administradores.

A la fecha, las licencias necesarias para el funcionamiento de la compañía, así como las obligaciones laborales y pago de seguridad social se encuentran al día.

En el año 2021 la empresa obtuvo ingresos por \$502.181.000 los cuales corresponden a la prestación de servicios especializados y representan un aumento del 0,48% respecto al total del año 2020. Al tener mayores ventas los costos también aumentan respecto al año anterior, sin embargo, se observa una mejoría importante en el desempeño del gasto al presentar una disminución del 21% respecto al 2020 lo que permitió percibir un incremento del 15% en la utilidad operacional de la compañía y también alcanzar una importante rentabilización del negocio generando \$251.984.000 de utilidad neta en el ejercicio total del 2021, representando un aumento del 494% en comparación con el año 2020.

Gracias a estos resultados de crecimiento, la empresa genera valor e incrementa su patrimonio, por su parte, el pasivo disminuye en un 5,1% permitiendo mejorar la estructura de capital y los niveles de endeudamiento de la empresa al tener ahora más recursos propios para su financiación.

El día 15 de marzo de 2022 a las 2:00 pm se realizó la socialización de los estados financieros correspondientes al periodo 2020-2021.

**ACTA DE ASAMBLEA ORDINARIA DE ACCIONISTAS
ALBERTOLINEROGO BIC S.A.S
ACTA No. 05**

En la ciudad de Bogotá, D.C., domicilio social de la sociedad ALBERTOLINEROGO BIC S.A.S., siendo las 2:00 pm. del 15 de abril de 2022, se reunió por derecho propio en la Calle 94 A No 18-14 de la ciudad de Bogotá, En sesión ordinaria, el Accionista de la sociedad, sin necesidad de convocatoria previa, por estar presentes y debidamente representados el 100%, de conformidad con lo dispuesto en los estatutos de la sociedad y en el Código de Comercio.

Asistieron a la reunión, presentes, los siguientes:

accionista:

| ACCIONISTA | REPRESENTADO | ACCIONES | PARTICIPACION |
|---------------------------|--------------|----------|---------------|
| Alberto José Linero Gómez | El mismo | 100 | 100% |
| Totales | | 100 | 100% |

Total 100 acciones que representan el 100% del capital social.

Invitados:

Ma Alcira Matallana B Gerente General

Yennifer Buitrago C Asistente Administrativa

Bibiana Diaz en representación de CDR Asociados SAS – Asesor Contable

PRESIDENTE Y SECRETARIA

Fueron elegidos por unanimidad de los asistentes a la asamblea como presidente el señor Alberto Linero y como secretaria a la Sra. Yennifer Buitrago. Estando presentes, aceptaron los nombramientos que les fueron hechos.

El presidente propuso el siguiente orden del día, el cual fue aprobado por unanimidad:

ORDEN DEL DIA

1. Verificación del quórum
2. Aprobación del orden del día
3. Presentación informe de gestión de la Gerencia General
4. Certificación y aprobación de Estados Financieros a 31 de diciembre de 2021
5. Lectura y aprobación del proyecto de distribución de utilidades
6. Aprobación del Acta

Expresan la misión de la sociedad en los diversos documentos de la empresa.

En la página web www.albertolinerogo.com se encuentra la misión de la empresa y la estrategia corporativa, socializada con los empleados.



Prácticas laborales. En esta dimensión se contemplan las siguientes actividades de beneficio e interés colectivo:

Establecen una remuneración salarial razonable para sus trabajadores y analizan las diferencias salariales entre sus empleados mejor y peor remunerados para establecer estándares de equidad.

AlbertoLineroGo BIC SAS en su mejoramiento busca por medio de validaciones financieras y basados en los incrementos legales permitidos y en el crecimiento empresarial, el bienestar de sus recursos por políticas anuales en el año 2021.

| Empleados a diciembre 2021 | |
|--|------------------------------------|
| 510506 SUELDOS | |
| | LINERO GOMEZ ALVARO ANTONIO |
| | LINERO GOMEZ HERIBERTO ALFONSO |
| | LEON MARRUGO YOLEIDA |
| 511025 ASESORIA JURIDICA | |
| | JAIME ALBERTO JACOME DE LA PEÑA |
| 511030 ASESORIA FINANCIERA | |
| | RICARDO GARZON VILLEGAS |
| | CDR ASOCIADOS SAS |
| 511040 CONTENIDOS - ESCRITOS | |
| | CARLOS ALBERTO VARGAS MENDEZ |
| 511050 ASESORIA GERENCIAL | |
| | CHARLIE & AML MAQUINA CREATIVA SAS |
| 520506 SUELDOS | |
| | KARLA SUSANA VEGA PERALTA |
| | BRANDON DE JESUS BARCELO GONZALEZ |
| | DIEGO ANTONIO CARDOZO AGUDELO |
| 523565 DISEÑOS - SERVICIO ARTISTI | |
| | EMILCE LORENA FINESSI |
| | ROCIO AYELEN TAPPTA |
| 52359501 SERVICIO AL CLIENTE EN REDES | |
| | LINDA KATERINE MALAMBO ORTIZ |
| | CLAUDIA MARCELA SANCHEZ MENDOZA |
| 615555 PUBLICIDAD | |
| | GARCIA MOSQUERA LUZ ANGELA |

Establecen subsidios para capacitar y desarrollar profesionalmente a sus trabajadores y ofrecen programas de reorientación profesional a los empleados a los que se les ha dado por terminado su contrato de trabajo.

AlbertoLineroGo BIC SAS como objetivo busca contar con un equipo que mejora sus capacidades a través de la formación interna, con el primer módulo de desarrollo profesional para el 100% del equipo de coordinación, estableciendo una reunión inicial de intereses en desarrollo de carrera para cada uno de los recursos en cargos de coordinación, construir un plan de formación específica para cada uno de esos recursos optimizando los elementos comunes a todos, implementar el plan de formación con evaluaciones intermedias durante el mismo, las cuáles deben ser aprobadas con una calificación mínima de 8/10.

| Alberto Linero GO | | PROGRAMA DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO 2021 | | | | | | | | | | | | CODIGO: | PR.PCEI-001 | |
|--|---|--|------------------|-------|-----|-----|-----|------|-----|------|-----|-----|-----------------|--------------------------|---------------|--|
| | | | | | | | | | | | | | | VERSION: | 1.0 | |
| | | | | | | | | | | | | | | FECHA DE ELABORACION: | Marzo de 2021 | |
| | | | | | | | | | | | | | | PAGINA: | 1 DE 2 | |
| OBJETIVO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| AUMENTAR LA COMPETENCIA DEL PERSONAL, MEDIANTE ACTIVIDADES DE CAPACITACION PARA LA PREVENCIÓN DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EVALUAR EL CUMPLIMIENTO LA EFICACIA Y COBERTURA DEL PROGRAMA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INDICE | SEGUIMIENTO Y MEDICION | METAS | | | | | | | | | | | | FRECUENCIA | | |
| CUMPLIMIENTO | No. de capacitaciones realizadas/ No. de capacitaciones planeadas | Realizar > = 95% de las capacitaciones planeadas | | | | | | | | | | | | CADA 4 MESES | | |
| EFFECTIVIDAD | No. de capacitaciones efectivas / No. de capacitaciones realizadas | Efectividad > = 90% de las capacitaciones realizadas | | | | | | | | | | | | CADA 4 MESES | | |
| COBERTURA | No. de trabajadores capacitados / No. de trabajadores programados | Capacitar > = 90% de los trabajadores programados | | | | | | | | | | | | CADA 4 MESES | | |
| CONVENIO | PROGRAMADO (P) | E EJECUTADO (E) | REPROGRAMADO (R) | | | | | | | | | | RESPONSABLE | PERSONAL OBJETO O CARGOS | | |
| ACCIÓN / ACTIVIDADES | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAY | JUN | JUL | AGOS | SEP | OCTB | NOV | DEC | RESPONSABLE | PERSONAL OBJETO O CARGOS | | |
| CAPACITACION INICIAL / INDUCCION | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INDUCCION GENERAL (politica, objetivos, metas, todos los requisitos del. Etc. | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Induccion al cargo. | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Protocolos de Bioseguridad | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Manejo seguro de cargas e Higiene postural | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Identificación de factores de Riesgo propios de la Actividad (Identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos) | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| REINDUCCION | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| CAPACITACIONES GENERALES DEL | | | | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Capacitacion en Higiene Postural | E | | E | | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Riesgos asociados al trabajo en casa | | | | E | | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |
| Seguridad en casa | | | | | E | | | | | | | | Responsable del | Todo el personal | | |

Basados en la implementación del Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo realizamos capacitaciones que complementen el bienestar de los empleados con la recurrencia de pausas activas que reducen la tensión del trabajo en casa realizado y se realiza el seguimiento en el programa de capacitación relacionado.

M: hablemos@albertolinerogo.com T: +57 51924,62 D: Carrera 12A # 77A – 63. Bogotá, Colombia



Brindan opciones de empleo que le permitan a los trabajadores tener flexibilidad en la jornada laboral y crean opciones de teletrabajo, sin afectar la remuneración.

El brote de la enfermedad por Coronavirus (COVID-19) es desafortunado y crítico para la sociedad global. Estamos comprometidos con la salud y la seguridad de nuestros clientes y, por supuesto, de nuestro propio personal. Debido a las medidas introducidas por los gobiernos en varios países, hemos tomado varias medidas desde marzo de 2020 para mantener a los clientes y empleados seguros durante esta situación inusual.

AlbertoLineroGo BIC SAS en alineación con su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo adopta el siguiente protocolo de bioseguridad para la prevención de contagio y propagación del Covid-19, el cual se implementará en su área de trabajo realizando higiene y asepsia, verificación de condiciones de salud de sus trabajadores, proveedores y clientes, cuando se tenga interacción directa siempre cumplimiento las

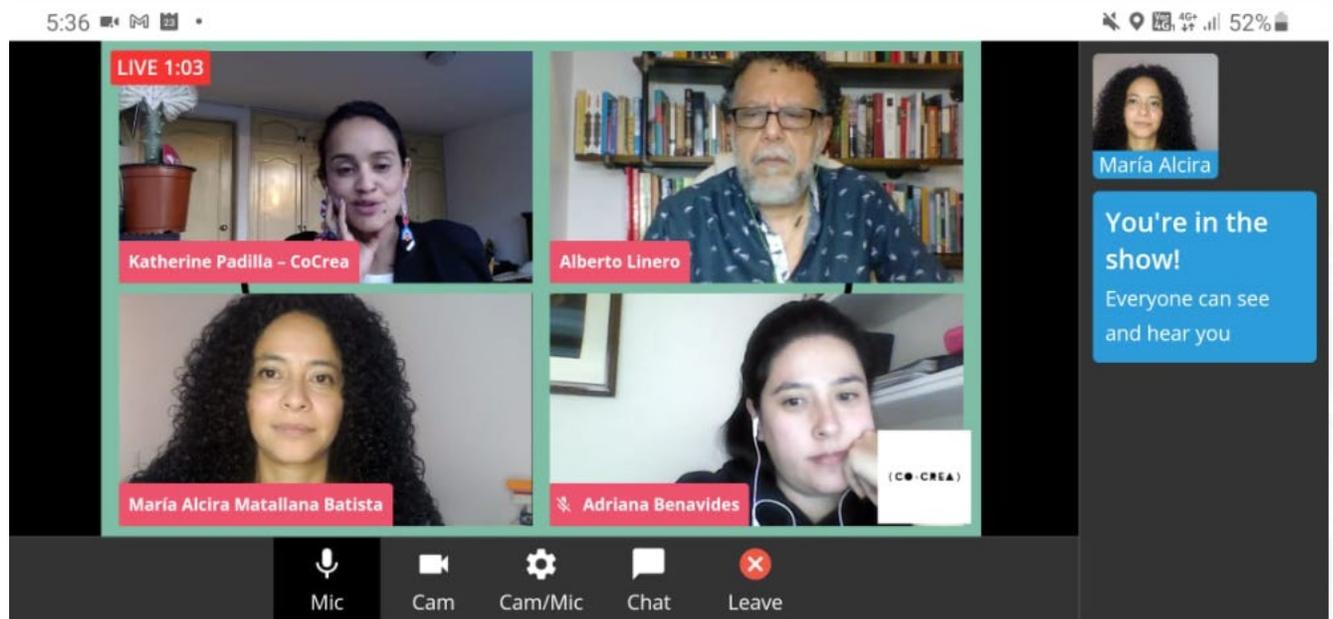
directrices de las autoridades Distritales y Nacionales para el control de aglomeraciones de personas.

Alternativa de organización laboral:

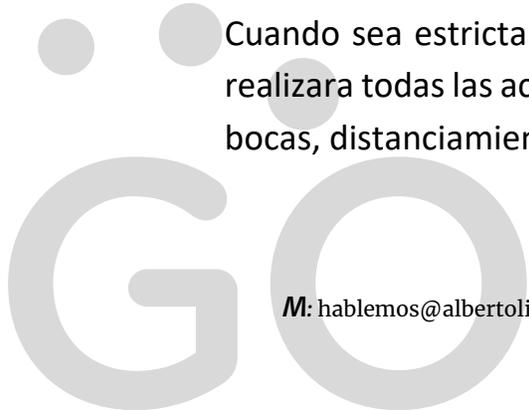
Las actividades laborales se están desarrollando principalmente con la modalidad de trabajo en casa.

Interacción con terceros (Proveedores, clientes, usuarios)

Se efectuarán reuniones no presenciales o vía web, en caso de no ser posible se asistirá a las instalaciones del cliente con todas las medidas de Bioseguridad para la prevención de Contagio del Covid-19



Quando sea estrictamente necesarios se agendarán citas con proveedores y se realizara todas las actividades de Bioseguridad como son: Uso obligatorio de tapa bocas, distanciamiento físico, no saludar de mano o beso.



Efectuar lavado de manos o uso de gel anti bacterial previo al contacto con el proveedor.

Cuando se entre en contacto con el servicio de correspondencia cual fuera el caso se mantendrá el distanciamiento físico de dos metros, uso de tapa bocas, uso de guantes para la manipulación de cajas y paquetes, se debe realizar desinfección cuando se reciba correspondencia.

Las compras en lo posible se deben cancelar por transferencia electrónica evitando la manipulación de dinero en efectivo.

Desplazamiento desde y hacia el trabajo.

Se informo a los trabajadores las recomendaciones para el uso del transporte público como son: uso obligatorio del tapabocas, preferiblemente uso de guantes no estéril, procurando mantener un metro de distancia mínimo entre las personas al interior del vehículo.

Prácticas ambientales. En esta dimensión se contemplan las siguientes actividades de beneficio e interés colectivo:

Utilizar sistemas de iluminación energéticamente eficientes durante la jornada laboral.

Se otorgan incentivos a los trabajadores por utilizar en su desplazamiento al trabajo, medios de transporte ambientalmente sostenibles como bicicletas y patinetas eléctricas.



AlbertoLineroGo BIC SAS desarrolla técnicas en pro al medio ambiente y socializa el protocolo de buenas prácticas ambientales con sus empleados.

Puntos de reciclaje de papel en el área de trabajo.

Uso de tazas propias para no usar vasos plásticos.

Equipos de trabajo apagados cuando no están en uso.

Uso de focos ecológicos.

Puntos de reciclaje de plástico en el área de trabajo.

Capacitación a los colaboradores para la reducción de la huella de carbono.

Fomento del transporte compartido entre los colaboradores.

PROTOCOLO DE BUENAS PRACTICAS AMBIENTALES PARA LA EMPRESA ALBERTOLINEROGO BIC SAS

Generar una participación activa de nuestros colaboradores con el fin de promover el compromiso con el ambiente y trabajar en clave de los cambios significativos que como organización podemos aportar para disminuir la huella de carbono.

Impulsar buenas prácticas en los puestos de trabajo.

Adaptar las rutinas para generar conciencia en la generación de residuo dentro de la organización.

Proponer un comité encargado por la velación del cumplimiento del manual de buenas prácticas.

Informarnos de la documentación requerida para el correcto cumplimiento de las normas ambientales.

MEDIDAS DE USO DE ENERGIA

Mantener iluminadas solo las áreas que estén en uso durante el horario laboral y según las necesidades.

Organizar los puestos de trabajo para hacer el máximo aprovechamiento de luz natural posible.

Apagar las luces cuando sean innecesarias así sean en periodos pequeños de tiempo.

Configurar los equipos para que se suspendan en modo ahorro.

MEDIDAS DE USO DE AGUA

Optimizar el uso de agua es una misión para el cuidado de los recursos naturales para la disminución del impacto ambiental.

M: hablemos@albertolinerogo.com T: +57 51924,62 D: Carrera 12A # 77A – 63, Bogotá, Colombia

Utilizar el agua caliente solo cuando sea necesario.

Revisar los grifos para que no queden goteando cuando no están en uso.

MEDIDAS PARA EL MANEJO DE DESECHOS

Entender que el área de limpieza puede tener un gran impacto en nuestra labor como compañía por aportar a disminuir la huella de carbono.

Capacitar al personal encargado de la limpieza para que realice el correcto proceso de separación de residuos de tal forma que se pueda generar el aprovechamiento adecuado.

Disponer de elementos de limpieza que no atenten contra la salud del personal y que no sean tóxicos.

MEDIDAS PARA EL MANEJO DE RECICLAJE

Implementar el código unificado de colores para el manejo de residuos. Este código de colores deberá ser adoptado por los municipios o distritos que adelanten programas de aprovechamiento conforme a sus Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS) y permitirá simplificar la separación en la fuente en los hogares, preparando al país para el desarrollo e implementación de nuevos esquemas de aprovechamiento, en donde se unifiquen los esfuerzos entre todos los actores de la cadena.

Color blanco: Para depositar los residuos aprovechables como plástico, vidrio, metales, papel y cartón.

Color negro: Para depositar residuos no aprovechables como el papel higiénico; servilletas, papeles y cartones contaminados con comida; papeles metalizados, entre otros.

Color verde: Para depositar residuos orgánicos aprovechables como los restos de comida, desechos agrícolas etc.

M: hablemos@albertolinerogo.com T: +57 51924,62 D: Carrera 12A # 77A – 63, Bogotá, Colombia

Prácticas con la comunidad. En esta dimensión se contemplan las siguientes actividades de beneficio e interés colectivo:

- ✓ Incentivan las actividades de voluntariado y crean alianzas con fundaciones que apoyen obras sociales en interés de la comunidad.

El propósito de nuestra organización es inspirar y transformar la vida de las personas que se acercan a nosotros. Esto lo hacemos a través de la generación de contenido escrito y audiovisual, conferencias, talleres y charlas motivacionales. El rol de Alberto

M: hablemos@albertolinerogo.com T: +57 51924,62 D: Carrera 12A # 77A – 63, Bogotá, Colombia

Linero dentro de la empresa es el de liderar cada uno de los procesos que se generan y articular al equipo de trabajo para que cada una de las actividades vayan ligadas al deseo de ser una respuesta concreta, creativa e innovadora para cada uno de nuestros clientes.

Contamos con un equipo de trabajo que aporta en la construcción de nuevos contenidos, así como en el desarrollo de talleres y actividades de educación experiencial y en todo el proceso de comercialización. En cada una de nuestras experiencias buscamos afianzar comportamientos y pensamientos que le permitan a quienes son parte de la experiencia, salir con tareas concretas aplicables a sus vidas.

Los Proyectos sociales de AlbertoLineroGo. van dirigidos a un Plan de Liderazgo de Jóvenes en Santa Marta, Bogotá y Barranquilla, que busca impactar positivamente estas ciudades. La exploración realizada gira en torno a la importancia de la educación emocional en la formación de los estudiantes, no sólo para desarrollar mejores habilidades técnicas, sino relacionales, con la convicción que estas últimas son las que permiten establecer vínculos sanos con las demás personas.

Se precisa una nueva generación que alimente una perspectiva distinta sobre el territorio, una dotada de esperanza, de reconocimiento, de la convicción de que allí todo es posible, y ese es el desafío que estamos asumiendo al concebir y poner en marcha este proyecto de escuela. Porque la inversión en educación y sobre todo en desarrollo personal es muy poca. Debemos entrar a trabajar el tejido social, la familia como núcleo y pilar de la sociedad. La apuesta de AlbertoLineroGo y su equipo, es que en la medida que se puedan formar jóvenes que busquen no sólo ser exitosos, sino ser mejores seres humanos, las condiciones de cada uno de ellos puede ir cambiando; Es un proceso que no será rápido, pero que producirá un cambio estable, duradero y de un impacto trascendental en el tiempo.

Adicionalmente se viene trabajando de la mano de ACNUR Colombia y su programa “Somos Panas Colombia” en apoyar en la comunicación de la necesidad de la protección de las personas refugiadas y víctimas del desplazamiento forzado.

Se realizaron promociones gratuitas de acciones como: Día mundial del refugiado, Promoción del programa Somos Panas Colombia, Comunicación de la iniciativa Personerías Panas Contra la Xenofobia

Del mismo modo de la mano de la ACNUR se desarrolló la estrategia de intervención ante la xenofobia en el municipio de Pamplona desde un enfoque pedagógico centrado en la acción comunicativa. Se buscó abordar con los comunicadores el ejercicio de la información y la narración para que, desde las características esenciales de estas formas de participación en la vida de una comunidad, se revisen los modos como se crea y se afecta la realidad dependiendo del modo como esa realidad se cuente. Proponiendo así nuevas perspectivas y elecciones, desde la ética y desde la empatía, a la hora de cumplir su labor social en el municipio. Alberto Linero, desde su experiencia como comunicador fomentó un espacio de reflexión en torno a la manera en la que la información y las narrativas que construimos como comunicadores, son determinantes para generar efectos armónicos, conciencia social y provocan bienestar en la población de Pamplona. Se desarrolló, en primer lugar una conferencia-taller de 3 horas con actividades participativas desde las que se construyeron claridades sobre las implicaciones de las distintas formas de narrar lo que sucede. Un paquete informativo muy simple en el que, por medio de cifras y síntesis de acciones, se logre mostrar el impacto de las intervenciones de GIFMM y Acnur ante el fenómeno migratorio. Un encuentro presencial con 17 comunicadores y comunicadoras de los medios más relevantes del municipio, en el que se abordaron desde la teoría y desde el ejercicio mismo de la información y la narración, las características esenciales de estas formas de participación en la vida de una comunidad, se revisaron los modos como se crea y se afecta la realidad dependiendo del modo como esa realidad se cuente. Proponiendo así nuevas perspectivas y elecciones, desde la ética y desde la empatía, a la hora de cumplir su labor social en el municipio. Cerramos con un taller virtual de 2 horas, en tiempo real, a modo de con ejercicios propositivos desde los que se puedan establecer acuerdos y consensos entre las organizaciones y los medios.

Por el lado del contenido gratuito que entregamos a la comunidad de habla hispana podemos anotar las siguientes estadísticas.

Youtube

M: hablemos@albertolinerogo.com *T:* +57 5192462 *D:* Carrera 12A # 77A – 63. Bogotá, Colombia

Seguidores: 404.000

Países: Colombia, Estados Unidos, México, Venezuela, España, Ecuador, Panamá, República Dominicana

Género: Mujeres 77.4% Hombres 22.6%

Tiempo de vista en videos 810.849 min.

Vistas al canal 4.240.420 visualizaciones promedio al mes.

Edad: Entre 18 y 24 años 4,5 % Entre 25 y 34 años 11,8 % Entre 35 y 44 años 17,7 % Entre 45 y 54 años 24,3 % Entre 55 y 64 años 24,3 % Más de 65 años 17,3 %

Temas claves: Espiritualidad

Facebook:

Países: Colombia, Estados Unidos, Venezuela, México, España, Ecuador, Panamá

Género: 76% mujeres 24% hombres

Edad: Entre 25 y 34 años 23,8 % Entre 35 y 44 años 35,7 % Entre 45 y 54 años 40,3 %

Temas claves: Espiritualidad no religiosa, Existencialidad

Instagram:

Seguidores: 1.4 Millones

Países: Colombia, Venezuela, Estados Unidos, México, España, Ecuador, Panamá

Género: 75% mujeres 25% hombres

Edad: Entre 18 y 24 años 10,5 % Entre 25 y 34 años 32,8 % Entre 35 y 44 años 28,7 % Entre 45 y 54 años 14,3 % Entre 55 y 64 años 8,3 % Más de 65 años 5,3 %

Temas claves: Lifestyle, motivación, espiritualidad no religiosa, amor propio, relaciones

Twitter:

Seguidores: 3.3 Millones

Países: Colombia, Venezuela, México, Estados Unidos

Temas claves: Futbol, espiritualidad, vallenato, existencialidad

En el 2022 el compromiso de AlbertoLineroGo es reforzar las actividades a todo nivel para el crecimiento del beneficio de interés colectivo BIC.



María Alcira Matallana Batista
Representante Legal
CC. 52.435.430

M: hablemos@albertolinerogo.com *T:* +57 5192462 *D:* Carrera 12A # 77A – 63. Bogotá, Colombia