INFORME DE GESTIÓN 2021
FUNDACIÓN ORIGEN

Presentado por:
Maria Victoria Giraldo
Directora Ejecutiva
Asamblea General de Benefactores, marzo de 2022

En cumplimiento de los Estatutos de la empresa y de conformidad con las normas legales vigentes, presento este informe a la Asamblea General de Benefactores en donde se consignan las actividades más relevantes ejecutadas durante el año 2021 y una visión del entorno actual y futuro del país.

ENTORNO ECONÓMICO

CONTEXTO DE LA GESTIÓN

El Dane informó este 15 de febrero que durante el 2021, la economía colombiana creció 10,6%, cifra que va en línea con las perspectivas del mercado y las proyecciones hechas por el Gobierno Nacional.

Se trata de la cifra más alta de la historia del país y un fuerte rebote luego de la contracción del 2020 como consecuencia de la pandemia del covid- 19-.

En la presentación del informe, el Dane también revisó a la baja el crecimiento de la economía en 2019 y 2020, tras la implementación de una nueva metodología de seguimiento económico utilizado bajo parámetros estadísticos de países de la Ocde.

Bajo este nuevo criterio, en 2019, el crecimiento de la economía habría crecido 3,2%, mientras que durante el 2020 la economía colombiana se contrajo 7,0% y no 6,8% como se había informado.

Según el Dane, para el cuarto trimestre de 2021 (octubre, noviembre y diciembre), la economía colombiana creció 10,8%.

Para este periodo, las 12 ramas de actividades contribuyeron positivamente al dato.

Las actividades artísticas con 31% y el comercio con 21% fueron las ramas con mayor dinamismo entre octubre y diciembre de 2021.

En este contexto, la Fundación Origen presentó un crecimiento en sus ingresos del 59.7%.

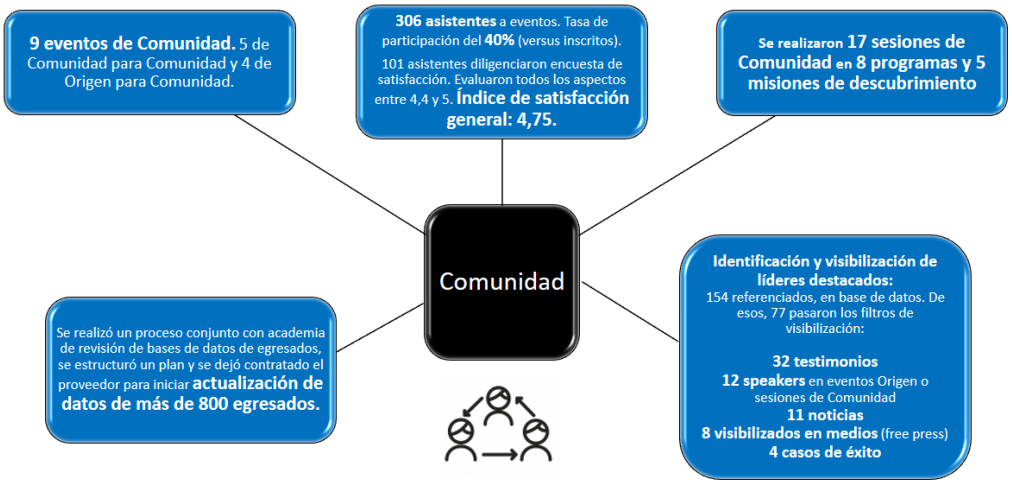
I. COMUNIDAD

En aras de fortalecer la Comunidad Origen y en desarrollo de nuestro propósito de contar con "una comunidad que **potencie, visibilice y conecte** a personas con altas capacidades de

liderazgo y que están unidas bajo una misma causa: **ser agentes de cambio positivos y de alto impacto desde diferentes ámbitos** (político, social y económico), con el propósito de contrarrestar la narrativa de desconfianza actual e **impulsar la transformación de Colombia,** en el 2021 se avanzó de forma importante en la definición de la estrategia integral de comunidad, la implementación de diferentes acciones y proyectos piloto y el fortalecimiento de la estructura.

Al cierre del 2021 completamos más de 2.300 egresados de los programas que impactan de forma directa a más de 1 millón de personas.

Algunos de lo resultados más significativos en el desarrollo de la estrategia de comunidad son:

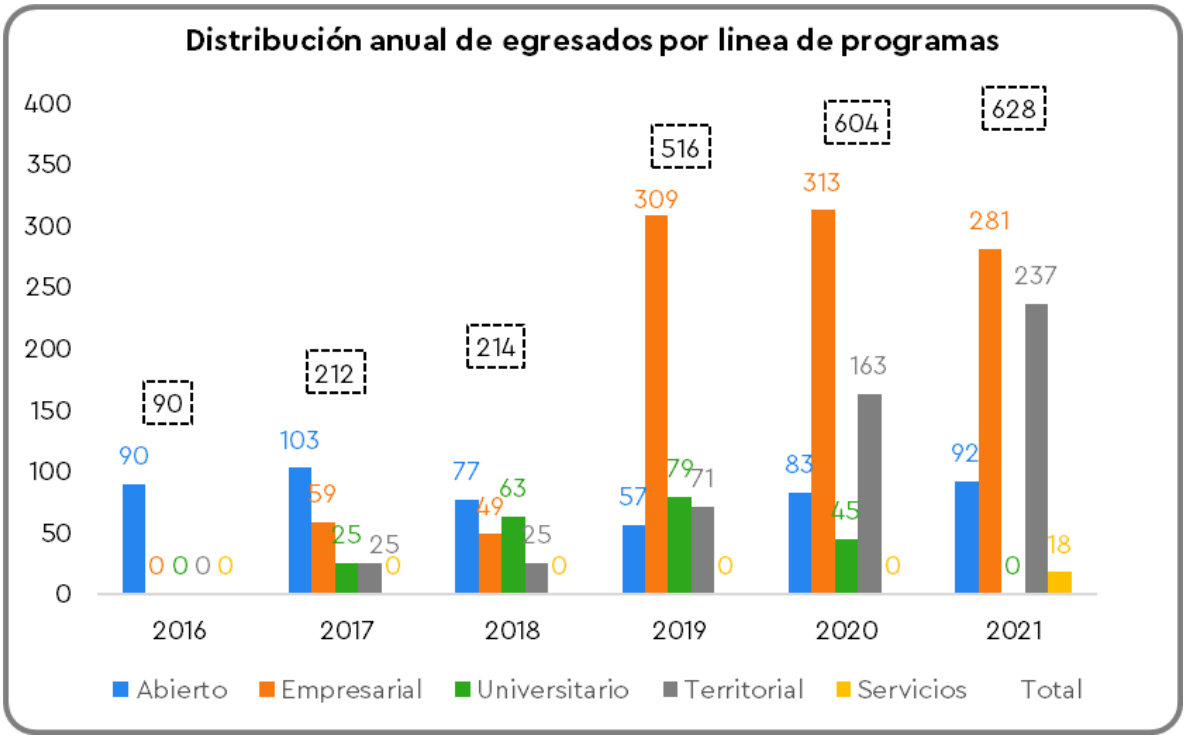


II. PROGRAMAS 2021

En el transcurso del año, seguimos consolidando nuestros Programas, tanto empresariales como territoriales, así:

- 628 participantes
- 25 programas
- 256 sesiones (virtuales + presenciales)
- 814 horas de formación
- 474 horas de coaching
- 14 organizaciones
- 25 departamentos en el país
- 5 países en Latinoamérica
- 22 sesiones de ‘Préstame tus gafas, yo te presto las mías’, con más de 500 participantes
    - Préstame tus gafas, yo te presto las mías' es un laboratorio de conversaciones creado por Origen. Esta metodología parte de reconocer que "mi visión es solamente una parte de la historia" y que, para poder avanzar como sociedad y construir colectivamente debemos estar dispuestos a retar nuestras propias creencias y

escuchar con genuina apertura otras miradas que nos permitan encontrar puntos de encuentro en la diversidad y caminos para construir juntos.



El 2021 fue un año muy valioso en aprendizajes, fortalecimiento del modelo y consolidación de estrategias de mediano y largo plazo al interior de las empresas y a nivel territorial.

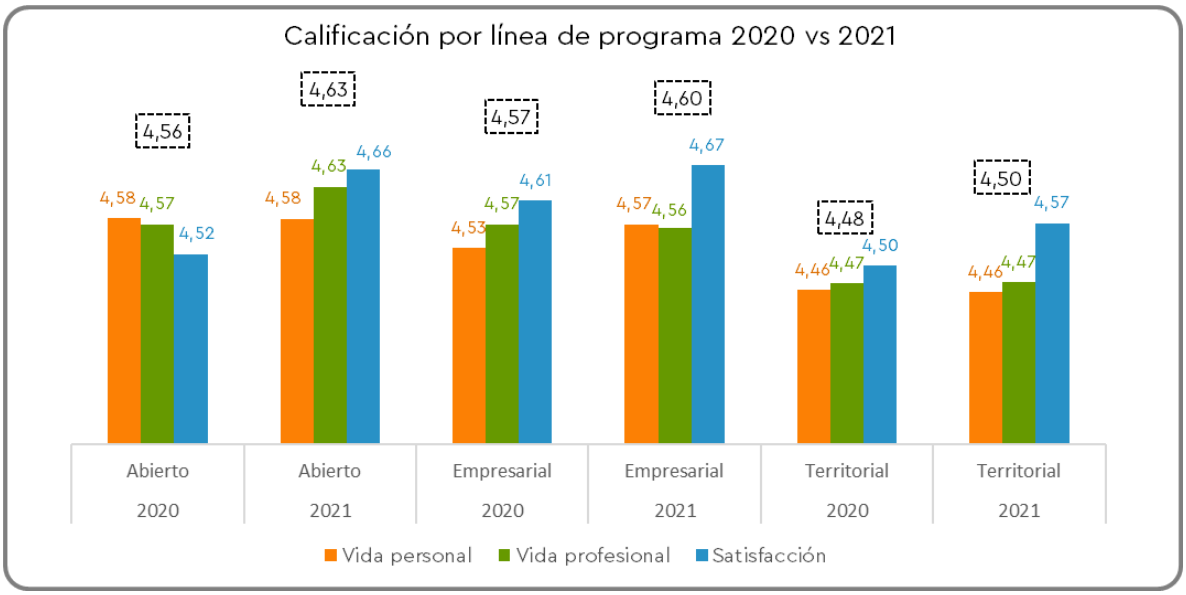
En la línea de sector privado, consolidamos nuestra oferta de “Escuelas de Liderazgo” que responden a los retos estratégicos y culturales de las organizacionales, formando comunidades de liderazgo internas y con grupos de interés. En este formato estamos trabajando con Alianza Team, Amarilo, Terpel y Luker, entre otros.

En la línea territorial, llegamos a diferentes regiones del país de la mano de organizaciones con presencia en los territorios, como es el caso de la AcdiVoca en la Guajira, la fundación Guaicaramo en Barranca de Upia y la Fundación IC en varios municipios del país; y continuamos fortaleciendo nuestro programa multi actor de Sabana Occidente con excelentes resultados, que hoy son la base de un modelo que será replicado en otras regiones del país.

Y en la línea de programas abiertos, la virtualidad nos permitió conectar a líderes a más de X municipios del país y reducir los costos de forma significativa; consolidando un nuevo producto que complementa nuestro PIL (Programa Integral de Liderazgo).

Nivel de Satisfacción de los participantes de los programas

Mantuvimos los altos niveles de satisfacción y fortalecimos nuestro sistema de evaluaciones. Los resultados acá expuestos corresponden a las preguntas: Satisfacción general con el programa, Impacto del programa a Nivel Personal e Impacto en mi vida profesional.



III. POSICIONAMIENTO Y VISIBILIZACIÓN

Como parte fundamental de nuestra estrategia de impacto, hemos definido la necesidad de: 1. Posicionar Origen 2. Posicionar la causa del liderazgo colectivo como motor de transformación y 3. Visibilizar modelos positivos de rol.

Durante el 2021 logramos avances muy importantes en esta línea estratégica, gracias al fortalecimiento de la estructura interna, la alianza con Amarilo, la vinculación de Libreta Personal como aliado en comunicaciones estratégicas y el trabajo articulado con la agencia de publicidad Lowe.

Algunos de los resultados de las estrategias implementadas son:

1. Incrementamos en un 39,9% los seguidores en redes sociales. LinkedIn fue la red de mayor crecimiento, en un 60%. 8.412 seguidores, en las cuatro redes, a diciembre de 2021. Logramos alcances e interacciones históricas en redes sociales.

2. Las redes sociales se convirtieron en el canal #1 de tráfico a la página web, después de ubicarse, históricamente, en cuarto lugar.

3. En página web habilitamos sección de noticias (20 noticias publicadas entre mayo y diciembre de 2021) y sliders. Ajustamos casos de éxito y diseñamos las landings del programa abierto y de becas Amarilo - Origen.

4. Pasamos de 564 usuarios en página web, en junio, a 4.327 en diciembre (crecimiento del 667%) y pasamos de 1.672 páginas vistas, en junio, a 6.191 en diciembre (crecimiento del 270%)

5. Generamos 71 leads de buena calidad en los últimos cinco meses de 2021 a través de página web y redes sociales. Logramos conversiones para los programas abiertos de Origen.

6. Diseñamos e implementamos la mejor campaña digital de becas en la historia de Origen, convirtiéndose el canal digital en el #1 de conversión. Más de 600 leads. De estos, el 82% pasaron el prefiltro para continuar con el proceso. Ya están seleccionados los becarios del primer programa.

7. En mailing, incluido el Newsletter que se rediseñó, logramos tasas de apertura históricas. La tasa promedio fue de 31% (el ideal en mailing está entre 15% y 25%).

8. Produjimos videos para programa de La Guajira y casos de éxito Sabana Occidente. Se les dio alcance con pauta y lograron histórico de visualizaciones en nuestro canal de Youtube. Los tres superaron las 20 mil visualizaciones.

9. Se publicaron 15 notas en radio e Internet, los dos últimos meses del año (gracias a alianza con Amarilo), por una valorización de $361.334.717, cifra dada por Siglodata, empresa de monitoreo de medios.

10. Tuvimos 306 asistentes a eventos de Comunidad, cuya tasa de participación fue del 40% (versus inscritos). 101 asistentes diligenciaron encuesta de satisfacción. Índice de satisfacción general de eventos: 4,75.

11. Identificamos y visibilizamos a líderes destacados. Construimos base de datos con 154 referenciados. 117 investigados, de los cuales 77 pasaron los filtros de visibilización. Logros: 32 testimonios, 12 speakers en eventos Origen o sesiones de Comunidad, 11 noticias, 8 líderes visibilizados en medios (free press) y 4 casos de éxito en sitio web.

IV. ALIANZAS

Uno de los hitos más importante del 2021, fue la estructuración y el lanzamiento de la alianza con el grupo Amarilo, cuyos principales objetivos son:

- Aportar a la construcción de comunidades sanas, auto gestionadas y empoderadas.
- Aportar al fortalecimiento del tejido social y los indicadores de confianza: en el país, en sus ciudadanos y entre los diferentes sectores (privado, público y sociedad civil)
- Identificar, fortalecer y visibilizar una nueva generación de líderes públicos y privados, éticos y efectivos.

- Visibilizar modelos positivos de rol que ayuden a cambiar la narrativa de desconfianza y promuevan la esperanza.
- Fortalecer los lazos de confianza y cooperación eficaz entre las empresas del grupo y el sector público
- Fortalecer la capacidad del grupo Amarilo de construir comunidades sanas y dinámicas en sus grandes proyectos inmobiliarios.
- Aportar al posicionamiento y reputación de las empresas del Grupo Amarilo y de la fundación Origen.

En el 2021 se desarrollaron diversas estrategias conjuntas que nos permitió experimentar y aprender para continuar en el 2022.

Desde el punto de vista de Origen, esta alianza nos generó recursos adicionales para el fortalecimiento institucional y las estrategias de posicionamiento, recursos para el fondo de becas y servicios profesionales pro bono (Revisoría fiscal y comunicaciones PR).

Igualmente, durante el 2021 seguimos fortaleciendo la alianza con Fundación Corona para el desarrollo de programas de liderazgo territorial con impacto en lo público.

V. EJERCICIO ESTRATÉGICO 2021

En el 2021 se llevó a cabo un ejercicio estratégico con el apoyo de Guillermo Carvajalino con el objetivo de revisar, validar y actualizar la estrategia buscando capitalizar el camino recorrido y escalar nuestro impacto en el país.

Con dicho objetivo en mente, nos hicimos las siguientes preguntas:

- ***La causa***: ¿Liderazgo para qué?
- ***El foco***: ¿Dónde somos más efectivos?
- ***El impacto***: ¿Que entendemos por impacto exponencial?
- ***Las capacidades***: ¿Qué capacidades tenemos y cuáles no?
- ***El producto*** (programas): ¿Cuáles son las oportunidades de mejora?
- ***Líneas de impacto:*** ¿Cómo financiar las líneas de impacto no financiadas con la venta actual de programas y servicios?
    - Comunidad Origen
    - Posicionamiento de la Causa
    - Investigación y Desarrollo
    - Medición de impacto
- ***La sostenibilidad***: ¿Cómo alinear sostenibilidad e impacto?: Nuestra causa, la estrategia comercial y las necesidades financieras.
- ***La estructura***: ¿Cómo debemos organizarnos?
- ***¿Cómo alinear sostenibilidad e impacto?***

    - Somos una Fundación que se sostiene con los servicios que vende: programas de formación.
    - Nuestro principal comprador son las empresas, pero no es nuestro único

destinatario.

- Se identifican otras prioridades estratégicas que deben ser financiadas:
  - Visibilidad y posicionamiento de la causa: como posicionarla, promoverla y desarrollarla.
  - Desarrollo de la Comunidad Origen: fortalecer la red de líderes.
  - *I+D*: Generar procesos continuos de Investigación y Desarrollo.
  - *Evaluación*: asegurar la medición de nuestro impacto
- Los servicios de formación tienen demanda, pero no generan excedentes para financiar las otras líneas/estrategias de impacto.
  - La solución es un mix de venta de servicios, principalmente a empresas, y gestión de recursos de cooperantes/fundraising.

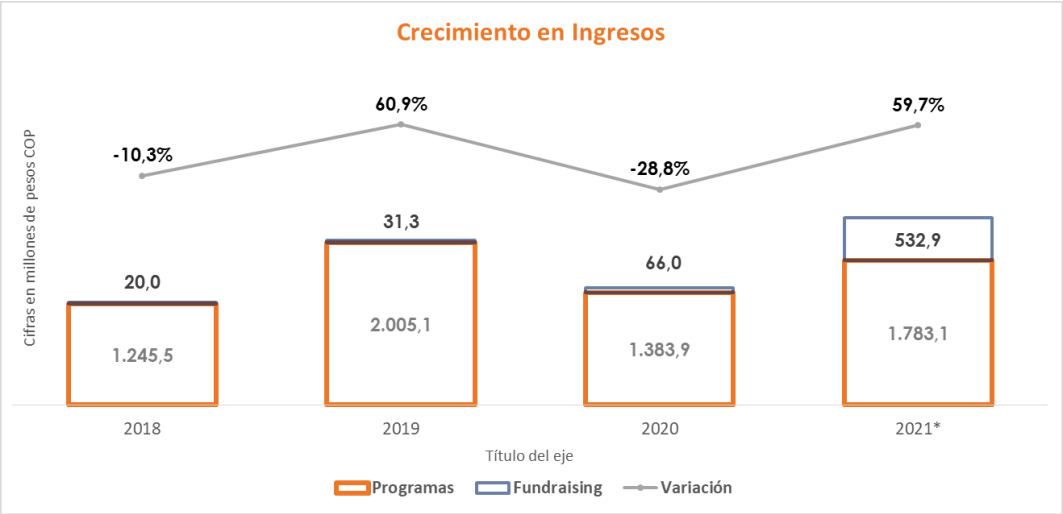
Finalmente y como fruto del proceso de revisión estratégica, se evidenció la necesidad de ajustar y fortalecer de forma importante la estructura operativa de la Fundación y sus procesos.

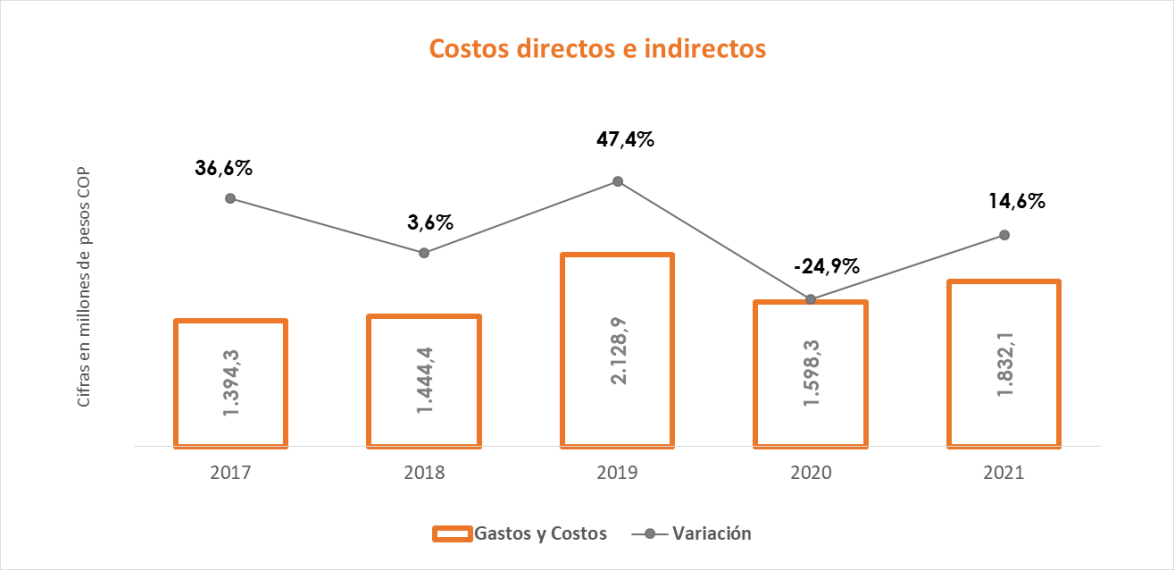
Para ver las conclusiones finales del ejercicio estratégico, ver anexo: “Direccionamiento estratégico.

VI. RESULTADOS FINANCIEROS

La variación positiva del 30% en la venta de programas y el aumento en fundraising en aproximadamente 467 millones, le significó a la fundación un incremento total sobre sus ingresos del 59.7 % respecto al año anterior.

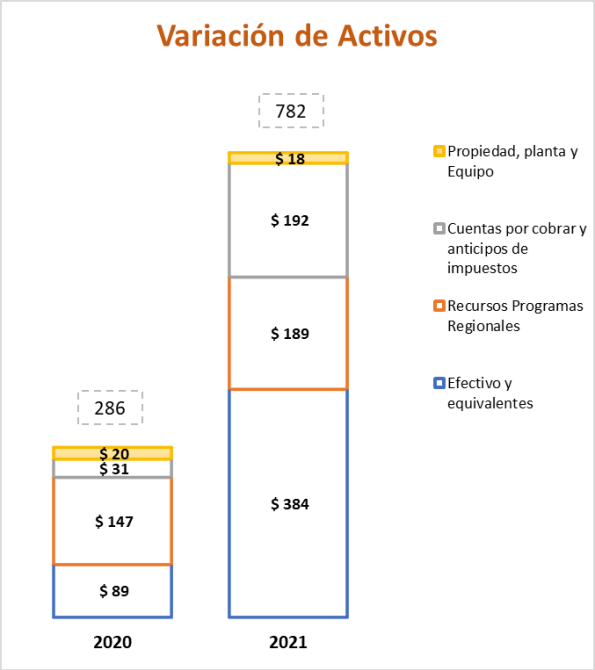
Para el año 2021, el total de los costos indirectos incrementaron frente al 2020, principalmente por nivelaciones salariales y nuevas contrataciones.
Los costos directos crecieron en una menor proporción al incremento de ingresos, razón por la cual se mejoró el margen bruto.





Lo anterior da como resultado una variación neta del 14.6%.

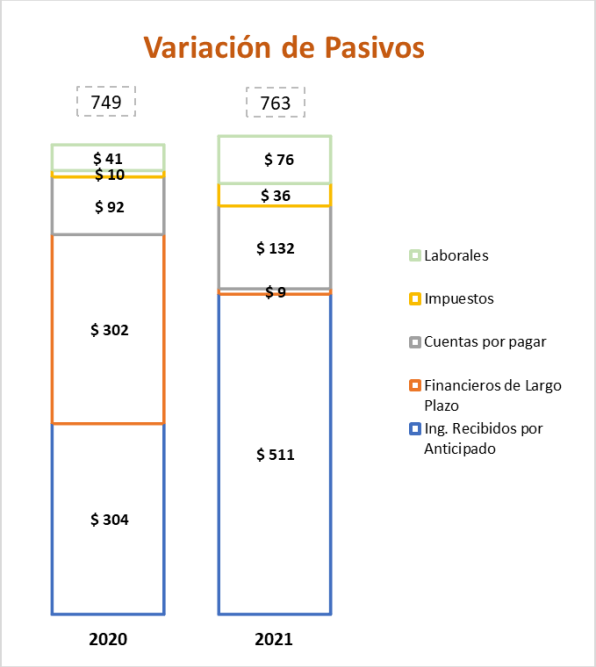
VII. BALANCE GENERAL



En el 2021 los activos de la Fundación aumentaron un 173% pasando de $286 millones a $782 millones. Su variación se explica principalmente por el recaudo de recursos de programas que se ejecutaran en 2022. Se resalta que del total de la cartera el 71% es corriente, el 20% tiene vencimiento entre 1 y 30 días y el restante inferior a 60 días.

Frente a sus pasivos, se puede resaltar una disminución de deuda en 300 millones, debido a que las sociedades Mormar Sas e Inbival donaron los recursos que en años anteriores fueron aportados como préstamo.

Los ingresos recibidos por anticipado se encuentran recaudados y corresponden a programas que se ejecutaran en 2022.



EVOLUCIÓN PREDECIBLE DE LA FUNDACIÓN

La evolución predecible de la Fundación en nada es diferente de las generalidades del contexto de este informe. La dirección ha dado todos los pasos que permitan avanzar más en el desarrollo, la eficiencia y la productividad.

OPERACIONES CELEBRADAS CON BENEFACTORES Y CON LOS ADMINISTRADORES

No se celebraron operaciones entre los benefactores de la Fundación.

CUMPLIMIENTO DE NORMAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

En cumplimiento del artículo 47 de la Ley 222 de 1.995 modificada con la Ley 603 del 27 de julio del 2.000, nos permitimos informar el estado de cumplimiento de normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor por parte de la Fundación.

En cumplimiento del artículo 1 de la Ley 603 de julio 27 del 2.000 puedo garantizar ante benefactores y autoridades, que los productos protegidos por derecho de propiedad intelectual están utilizados en forma legal, es decir con el cumplimiento de las normas respectivas y con las debidas autorizaciones; como también en el caso específico del software acorde con la licencia de uso de cada programa;

además, las adquisiciones de equipos es controlada de tal manera que nuestros proveedores satisfagan a la empresa con todas las garantías de que éstos son importados legalmente.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Este informe, el balance general y los demás documentos exigidos por la ley, fueron puestos a disposición de los benefactores con la debida anticipación, previa revisión y análisis del Comité de Gerencia de la empresa, organismo que lo aprobó en su totalidad.

En cumplimiento del Decreto 1406 del 1999 en sus artículos 11 y 12 nos permitimos informar que la empresa cumplió durante el período sus obligaciones de autoliquidación y pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral.

Los datos incorporados en las declaraciones de autoliquidación son correctos y, así mismo, se han determinado las bases de cotización.

Son exactos los datos sobre los afiliados al sistema.

La Fundación se encuentra a paz y salvo por el pago de aportes al cierre del ejercicio, de acuerdo con los plazos fijados.

No existen irregularidades contables en relación con aportes al sistema, especialmente las relativas a bases de cotización, aportes laborales y aportes patronales.

La Dirección Ejecutiva agradece muy sinceramente a los ejecutivos, empleados, y proveedores, el apoyo y la dedicación que nos brindaron en cada momento para el logro de los resultados que hoy estamos presentando, el cual es acompañado con los indicadores de gestión anexo, el cual hace parte integral del presente informe.

De acuerdo con lo establecido en la Ley 222 de 1.995 copia de este Informe de Gestión fue entregado oportunamente a la Revisoría Fiscal para que en su dictamen informe sobre su concordancia con los Estados Financieros.

A los Señores Benefactores, una vez más, muchas gracias por su confianza y apoyo.

Cordialmente,

María Victoria Giraldo Urrea

Directora Ejecutiva