

Cartagena, 10 de marzo de 2022

Señores  
Miembros de la Junta Directiva  
Fundación Gabo  
Ciudad

Estimados miembros:

De acuerdo con lo indicado en los estatutos de la Fundación Gabo en materia de rendición de cuentas, me complace presentar a Ustedes en el marco de la reunión No. 55 el informe anual sobre la gestión financiera y administrativa, concordante con los estados de situación financiera y resultados cortados a 31 de diciembre de 2021. Por aparte va el informe de actividades que da cuenta del avance de los programas y proyectos del plan operativo de las distintas áreas en el mismo período.

Tal como lo preveíamos en el informe de proyecciones económicas, en la reunión 54 de la Junta Directiva el 13 de noviembre de 2021, la situación financiera de la Fundación Gabo se mantuvo controlada a lo largo del año y cerró el ejercicio con un excedente considerable, a pesar de los escenarios de incertidumbre provocados por los impactos de la pandemia, incluida la disminución de los ingresos para financiar el Premio y Festival Gabo en Medellín.

En síntesis: los ingresos operacionales aumentaron respecto al año anterior, se mantuvieron la estructura organizacional y los empleos con un control estricto en los gastos y costos de operación, así como de gastos de personal. Estos representan el 74,47% del total de gastos operacionales fijos y el 38,38% del total del presupuesto de costos y gastos ejecutado por la Fundación en 2021, incluyendo los convenios de asociación. En 2021 se hizo el aumento salarial anual, y se entregó en diciembre la tradicional bonificación de un mes de salario a todos los empleados por los resultados positivos en el año.

Reportamos una situación financiera sana, porque mejoramos la rentabilidad de los proyectos, obtuvimos superávit operacional en el ejercicio y, además, gracias a las donaciones recibidas, el excedente neto subió a \$1.083.990.803,96, todo lo que nos permite: cerrar 2021 completamente al día en nuestras obligaciones, enjugar pérdidas contables acumuladas de años anteriores, mantener reservas en efectivo con nuestros ahorros, arrojar indicadores de gestión financiera favorables, invertir recursos propios en proyectos prioritarios en 2022 y asegurar un flujo de caja positivo que alcanzaría para cubrir los gastos fijos del primer semestre de 2022, aún sin contar con los ingresos proyectados.

## 1. INGRESOS OPERACIONALES.

Los ingresos operacionales obtenidos por la Fundación Gabo en 2021 fueron debidamente facturados y comprenden el valor razonable de lo cobrado o por cobrar de las diferentes fuentes de ingresos. En comparación a los obtenidos en 2020, se observa un aumento del



**Fundación** /  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

21,9% en 2021, motivado principalmente por los recursos recibidos de Open Society Foundations a título de donación para el fortalecimiento institucional.

| INGRESOS OPERACIONALES                        | 2021                      | 2020                      |
|---|---------------------------|---------------------------|
| Aportes a Proyectos Culturales con Terceros   | \$2,394,000,159.62        | \$2,366,309,867.24        |
| Regalías                                      | \$1,335,507.00            | \$0.00                    |
| Inscripciones                                 | \$0.00                    | \$4,272,822.76            |
| Diseño y Coordinación en proyectos Culturales | \$2,861,378,126.73        | \$2,472,663,659.24        |
| Libros y Material Pedagógico                  | \$3,839,493.73            | \$3,168,000.00            |
| Subvenciones: Donaciones y Apoyos             | \$901,935,000.00          | \$163,006,000.00          |
| Libro Gabo Periodista                         | \$0.00                    | \$45,000,000.00           |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>\$6,162,488,287.08</b> | <b>\$5,054,420,349.24</b> |



**Fundación** /  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

Por otra parte, los recursos recibidos de convenios de asociación con el sector público tuvieron en 2021 una disminución del 75,39% con respecto a 2020, debido principalmente a la suspensión de los aportes del municipio de Medellín al proyecto Premio y Festival Gabo.

| CONVENIOS DE ASOCIACIÓN                       | 2021                    | 2020                    |
|---|-------------------------|-------------------------|
| MUNICIPIO DE MEDELLÍN- PREMIO Y FESTIVAL GABO | \$0.00                  | \$681,792,000.00        |
| INSTITUTO PATRIMONIO Y CULTURA CARTAGENA-IPCC | \$0.00                  | \$18,339,542.00         |
| MINTIC-Centro Gabo                            | \$225,000,000.00        | \$214,000,000.00        |
| <b>GRAN TOTAL</b>                             | <b>\$225,000,000.00</b> | <b>\$914,131,542.00</b> |

A continuación, mostramos un cuadro comparativo del origen y valor de las principales fuentes de ingresos operacionales organizados según las áreas de la Fundación incluyendo el porcentaje que cada una representa del total de los ingresos:

| FUENTES DE INGRESO VS TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES |                            |        |                            |        |
|---|----------------------------|--------|----------------------------|--------|
| ÁREA  | 2021                       | %      | 2020                       | %      |
| PROYECTOS ESPECIALES:                                 | \$ 1.282.035.208,79        | 20,80% | \$ 994.011.677,59          | 19,67% |
| TALLER DE PERIODISMO:                                 | \$ 3.753.405.481,89        | 60,91% | \$ 3.785.192.816,62        | 74,89% |
| EDUCACIÓN Y CIUDADANÍA:                               | \$ 135.687.595,67          | 2,20%  | \$ 0,00                    | 0,00%  |
| COMUNICACIONES, CONOCIMIENTO Y COMUNIDAD:             | \$ 95.750.000,00           | 1,55%  | \$ 86.041.855,03           | 1,70%  |
| INSTITUCIONAL:  | \$ 895.610.000,73          | 14,53% | \$ 189.174.000,00          | 3,74%  |
| <b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>                   | <b>\$ 6.162.488.287,08</b> |        | <b>\$ 5.054.420.349,24</b> |        |

Se destaca en 2021 en el Área de programas, que Taller de Periodismo fue el departamento que más ingresos operacionales aportó a la Fundación, un 60,91% del total. Le sigue Proyectos Especiales con un porcentaje de participación de los ingresos del 20,8%. El aporte Educación y ciudadanía a los ingresos operacionales fue del 2,20%, teniendo en cuenta que en el 2020 no tuvo participación en la generación de ingresos operacionales por manejar todos sus proyectos bajo la modalidad de convenio de asociación con entidades públicas.

En cuanto al área Institucional se puede observar que su porcentaje de participación en los ingresos operacionales aumentó respecto al año anterior por las donaciones recibidas. El área de Comunicaciones, en cambio disminuyó levemente su porcentaje de participación de los ingresos operacionales en 2021, pero se destaca un mayor valor del ingreso operacional propio respecto al año anterior.



**Fundación /**  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESOS DE PROGRAMAS A LOS GASTOS FIJOS DE OPERACIÓN DE LA FUNDACIÓN |                            |                                |                            |                                |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| ÁREA/FINANCIADOR   | VALOR ANUAL 2021           | % PARTICIPACIÓN DEL GASTO FIJO | VALOR ANUAL 2020           | % PARTICIPACIÓN DEL GASTO FIJO |
| PROYECTOS ESPECIALES:  | \$ 434.760.246,06          | 15,64%                         | \$ 493.459.778,49          | 18,88%                         |
| TALLER DE PERIODISMO:  | \$ 2.304.938.388,14        | 82,94%                         | \$ 1.970.451.057,59        | 75,39%                         |
| EDUCACIÓN Y CIUDADANÍA:  | \$ 101.102.528,67          | 3,64%                          | \$ 0,00                    | 0,00%                          |
| COMUNICACIONES, COMUNIDAD Y CONOCIMIENTO:  | \$ 20.576.963,86           | 0,74%                          | \$ 8.752.823,16            | 0,33%                          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>\$ 2.861.378.126,73</b> | <b>102,96%</b>                 | <b>\$ 2.472.663.659,24</b> | <b>94,61%</b>                  |

|  | 2021                | 2020                | % VARIACIÓN |
|--|---------------------|---------------------|-------------|
| <b>GASTO FIJO ANUAL DE OPERACIÓN</b>   | \$ 2.779.065.418,02 | \$ 2.613.589.278,00 | 6,33%       |
| <b>GASTO FIJO MENSUAL DE OPERACIÓN</b> | \$ 231.588.784,84   | \$ 217.799.106,00   |             |

Al mantenerse en 2021 la ejecución de las actividades de manera virtual, y gracias al control estricto de los costos en los proyectos ejecutados, el margen de contribución generado por estos permitió cubrir el 102,96% de los gastos fijos de operación de la Fundación, mientras que en 2020 se logró cubrir el 94,61% de los mismos gastos. Taller de Periodismo fue el departamento que más aportó para cubrir los gastos fijos de operación, con un 82,94%, seguida de Proyectos Especiales con 15,64%.

En 2021 los gastos fijos de operación aumentaron un 6,33% con respecto al año anterior, principalmente por: el aumento salarial aprobado a todos los empleados para 2021, la contratación de la consultoría para el fortalecimiento institucional de la Fundación, y el mayor costo generado por la devaluación del peso colombiano de los servicios tecnológicos

contratados en dólares. En la composición de los gastos fijos de operación el más representativo es el gasto de personal, con el 74,47% del total.



**Fundación /**  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

| EVOLUCIÓN INGRESOS OPERACIONALES                     |                        |                        |                        |                        |                        |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
|  | 2017                   | 2018                   | 2019                   | 2020                   | 2021                   |
| <b>INGRESOS TOTALES</b>                              | <b>\$ 4.005.395,00</b> | <b>\$ 6.198.056,00</b> | <b>\$ 6.880.802,00</b> | <b>\$ 5.054.420,00</b> | <b>\$ 6.162.488,00</b> |
| <b>INGRESOS OPERACIONALES</b>                        | <b>\$ 4.005.395,00</b> | <b>\$ 6.198.056,00</b> | <b>\$ 6.880.802,00</b> | <b>\$ 5.054.420,00</b> | <b>\$ 6.162.488,00</b> |
| Inscripciones  | \$ 87.934,00           | \$ 15.995,00           | \$ 102.204,00          | \$ 4.272,00            | \$ 0,00                |
| <b>Apoyos y donaciones</b>                           | <b>\$ 22.641,00</b>    | <b>\$ 73.600,00</b>    | <b>\$ 132.795,00</b>   | <b>\$ 208.006,00</b>   | <b>\$ 901.935,00</b>   |
| Subvenciones: Donaciones                             | \$ 22.641,00           | \$ 73.600,00           | \$ 132.795,00          | \$ 163.006,00          | \$ 901.935,00          |
| Subvenciones: Libro Gabo Periodista                  |                        |                        |                        | \$ 45.000,00           | \$ 0,00                |
| Libros y material pedagógico                         | \$ 14.276,00           | \$ 160.926,00          | \$ 15.329,00           | \$ 3.168,00            | \$ 3.839,00            |
| Regalías   | \$ 1.415,00            | \$ 2.473,00            | \$ 2.533,00            | \$ 0,00                | \$ 1.336,00            |
| Diseño y Coordinación                                | \$ 2.019.187,00        | \$ 1.940.998,00        | \$ 2.018.938,00        | \$ 2.472.664,00        | \$ 2.861.378,00        |
| Ingresos por actividades relacionadas con la cultura | \$ 74.393,00           | \$ 234.757,00          | \$ 476.521,00          | \$ 0,00                | \$ 0,00                |
| Aportes a proyectos culturales con terceros          | \$ 1.785.549,00        | \$ 3.769.307,00        | \$ 4.132.482,00        | \$ 2.366.310,00        | \$ 2.394.000,00        |
| <b>% DEL TOTAL DE LOS INGRESOS OPERACIONALES</b>     | <b>2017</b>            | <b>2018</b>            | <b>2019</b>            | <b>2020</b>            | <b>2021</b>            |
| Inscripciones  | 2,195%                 | 0,258%                 | 1,485%                 | 0,085%                 | 0,000%                 |
| Apoyos y donaciones                                  | 0,565%                 | 1,187%                 | 1,930%                 | 4,115%                 | 14,636%                |
| Regalías   | 0,035%                 | 0,040%                 | 0,037%                 | 0,000%                 | 0,022%                 |
| Libros y material pedagógico                         | 0,356%                 | 2,596%                 | 0,223%                 | 0,063%                 | 0,062%                 |
| Diseño y Coordinación                                | 50,412%                | 31,316%                | 29,342%                | 48,921%                | 46,432%                |
| Ingresos por actividades relacionadas con la cultura | 1,857%                 | 3,788%                 | 6,925%                 | 0,000%                 | 0,000%                 |
| Aportes a proyectos culturales con terceros          | 44,579%                | 60,814%                | 60,058%                | 46,817%                | 38,848%                |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100%</b>            | <b>100%</b>            | <b>100%</b>            | <b>100%</b>            | <b>100%</b>            |

\*Valores expresados en miles de pesos

## 2. GASTOS OPERACIONALES

### 2.1 DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos fijos operacionales de administración aumentaron en 6,9% con respecto a 2020. A su vez, los gastos de personal de administración aumentaron en 5,7%.

| AÑO           | Gastos de Administración |
|---------------|--------------------------|
| 2021          | \$ 1.447.333.983,01      |
| 2020          | \$ 1.353.833.366,36      |
| Variación (%) | 6,9%                     |

| AÑO           | Gastos de personal |
|---------------|--------------------|
| 2021          | \$ 876.178.146,00  |
| 2020          | \$ 828.759.113,50  |
| Variación (%) | 5,7%               |



**Fundación** /  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

### 2.2 DE VENTAS

Los gastos operacionales de venta reflejan principalmente los costos de las áreas programáticas para el desarrollo de sus proyectos. Para 2021 presentaron un aumento del 5,7% en comparación al ejercicio de 2020. A su vez, el valor de los gastos de personal registró un leve aumento del 0,5% con respecto a 2020.

| AÑO           | Gastos de Ventas    |
|---------------|---------------------|
| 2021          | \$ 1.331.731.435,01 |
| 2020          | \$ 1.259.755.912,21 |
| Variación (%) | 5,7%                |

| AÑO           | Gastos de Personal  |
|---------------|---------------------|
| 2021          | \$ 1.193.343.534,00 |
| 2020          | \$ 1.186.833.541,50 |
| Variación (%) | 0,5%                |

### 3. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y ESTADO DE RESULTADOS

Al depurar los activos y los pasivos corrientes, dejando solamente aquellos convertibles en ingresos o egresos de efectivo en el corto plazo, se observa que mientras en 2020 la Fundación, por cada peso de obligación vigente contaba con \$1,03 pesos para respaldarlo, en 2021 mejoró el índice de liquidez al pasar a contar con \$1,48 por cada peso de obligación.

|                  | 2021                | 2020               |
|------------------|---------------------|--------------------|
| Activo corriente | \$4.040.065.504,29  | \$2.852.306.501,00 |
| Pasivo corriente | \$ 2.732.710.872,01 | \$2.766.650.056,24 |
| Razón Corriente  | 1,48                | 1,03               |

Al cierre de 2021 el patrimonio presenta un aumento de 204,1% con respecto a 2020, gracias a los buenos excedentes del ejercicio.

Resumen del estado de situación financiera y estado de resultado:



**Fundación /**  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

| CUENTAS    | 2021                | 2020                | Var (%) |
|------------|---------------------|---------------------|---------|
| Activos    | \$ 4.347.918.642,31 | \$ 3.297.867.022,58 | 31,8%   |
| Pasivos    | \$ 2.732.710.872,01 | \$ 2.766.650.056,24 | -1,2%   |
| Patrimonio | \$ 1.615.207.770,30 | \$ 531.216.966,34   | 204,1%  |

Resumen del Estado de Resultados Integral:

| CUENTAS                             | 2021                       | 2020                       | Var (%)         |
|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
| Ingresos operacionales              | \$ 6.162.488.287,08        | \$ 5.054.420.349,24        | 21,9%           |
| Costos en proyectos con terceros    | \$ 2.388.638.299,15        | \$ 2.367.672.398,14        | 0,9%            |
| <b>Utilidad bruta</b>               | <b>\$ 3.773.849.987,93</b> | <b>\$ 2.686.747.951,10</b> | <b>40,5%</b>    |
| Gastos de administración            | \$ 1.447.333.983,01        | \$ 1.353.833.366,36        | 6,9%            |
| Gastos de ventas                    | \$ 1.331.731.435,01        | \$ 1.259.755.912,21        | 5,7%            |
| <b>Utilidad operacional</b>         | <b>\$ 994.784.569,91</b>   | <b>\$ 73.158.672,53</b>    | <b>1.259,8%</b> |
| Ingresos No Operacionales           | \$ 176.966.756,63          | \$ 92.455.965,79           | 91,4%           |
| Gastos No Operacionales             | \$ 85.258.658,58           | \$ 118.486.535,85          | -28,0%          |
| <b>Excedentes antes de impuesto</b> | <b>\$ 1.086.492.667,96</b> | <b>\$ 47.128.102,47</b>    | <b>2.205,4%</b> |
| Impuesto de renta y complementarios | \$ 2.501.864,00            | \$ 2.615.718,00            | -4,4%           |
| <b>Excedente neto del ejercicio</b> | <b>\$ 1.083.990.803,96</b> | <b>\$ 44.512.384,47</b>    | <b>2.335,3%</b> |

La operación de la Fundación Gabo (ingresos totales menos costos y gastos totales) arrojó un excedente neto de \$1.083.990.803,96 al fin del ejercicio 2021. Para efectos de comparación,

este resultado operacional, después de descontar los costos en proyectos con terceros y los gastos operacionales de administración y ventas, tuvo una variación positiva de 2.335,3% con respecto al año 2020.

#### 4. SITUACION JURÍDICA, ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVA DE LA FUNDACIÓN GABO

##### 4.1 JURÍDICA

Acontecimientos a tener en cuenta:

- Seguimos sin recibir respuesta por parte de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) al trámite de subsanación del segundo proyecto que tuvimos con ellos, identificado como “Calidad periodística y comunicación digital para el desarrollo de América Latina 10\_CAP\_1\_885”, por valor de 48.871,63 euros, cerrado hace 10 años. El riesgo de cobro total o parcial se registra todavía en las cuentas de orden.
- Se implementó el sistema de firma electrónica de documentos y contratos por medio de la plataforma DocuSign.
- Se firmó un convenio de cooperación interinstitucional entre la Alcaldía de Cartagena, Universidad Nacional de Colombia y la Fundación Gabo para facilitar la destinación de un lote de propiedad distrital en el área de la Matuna para el desarrollo del proyecto Casa Naranja/Centro Gabo.
- Para el establecimiento de la delegación de la fundación Gabo en España, se avanzó con la solicitud del certificado de denominación negativa, en el que consta que no existe inscrita en el registro de fundaciones de competencia estatal, una fundación con denominación idéntica o similar a la propuesta por la Fundación Gabo. El siguiente paso es el diligenciamiento de la documentación requerida para iniciar el proceso de registro.



**Fundación /**  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**

No existen actualmente controversias o conflictos con terceros o aliados que pudieran empañar la estabilidad jurídica de la Fundación.

Destacamos y agradecemos los excelentes servicios de asesoría jurídica *pro bono* que venimos recibiendo de la firma de abogados José Lloreda Camacho &Co. de Bogotá.

##### 4.2 ECONÓMICA

La situación económica de la Fundación Gabo se ha gestionado de manera estable y ordenada, como se observa en el informe de desempeño financiero. Todo ello en medio de un contexto de reactivación económica en la fase de salida de la pandemia global, pero ensombrecido por la incertidumbre debida a los problemas de inflación a nivel nacional y mundial, el empobrecimiento de los países de América Latina, las señales de retroceso global de la democracia y múltiples tensiones geopolíticas.

Mantenemos la capacidad crediticia y el portafolio de servicios financieros con el Banco de Occidente, lo cual le permitiría, de ser necesario, respaldar el desarrollo de proyectos y financiar obligaciones de corto plazo o largo.

Aunque no activamos en el año los rubros de ingresos de patrocinios y donaciones asociadas a productos editoriales, objetivo que se mantiene para 2022, destacamos en cambio otras donaciones y subvenciones recibidas en 2021 por valor total de \$901.935.000

## 5. EVOLUCIÓN PREVISIBLE DE LA FUNDACIÓN

Mantener la estabilidad y seguridad financiera es una política central del enfoque de gestión compatible con un enfoque de crecimiento orientado por los objetivos y prioridades del plan estratégico 2021-2023. Dentro de esos objetivos se plantea una estrategia de gestión de recursos no restringidos que permitan crear una reserva patrimonial, la gestión de proyecto Casa-Museo en Cartagena que en el largo plazo puede sumar ingresos a la sostenibilidad y la activación de una comunidad de micro-donantes potenciales compuesta por beneficiarios, seguidores y grupos de interés de la Fundación.

## 6. OPERACIONES CELEBRADAS CON LOS MIEMBROS Y CON LOS ADMINISTRADORES.

En 2021 se realizaron cuatro sesiones de la Junta Directiva de manera virtual que corresponden a las actas No. 51 del 19 de marzo, la No. 52 del 24 de abril, la No. 53 del 31 de julio y la No. 54 del 13 de noviembre de 2021.

## 7. ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y PAGO DE APORTES AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL

Certifico que la Fundación Gabo respeta plenamente los derechos de propiedad intelectual del software que utiliza y da pleno cumplimiento a las normas sobre derechos de autor que establece la Ley 603 del 27 de julio de 2000. Así mismo reporto que la institución ha cumplido lo estipulado en el decreto 1406 de 1999 en sus artículos 11 y 12, acorde a sus obligaciones de autoliquidación y pago de sus aportes al sistema de seguridad social Integral.

Cordialmente,



Jaime Abello Banfi  
C.C. 8.706.150  
Director General de la Fundación Gabo  
NIT. 800.241.770-9  
[jabello@fundaciongabo.org](mailto:jabello@fundaciongabo.org)



**Fundación** /  
Taller /  
Premio /  
Festival /  
Centro /  
**Gabo.**



# ≡ Informe anual de actividades 2021

*Impacto, Fortalecimiento, Sostenibilidad y Cheveridad.*



*12 de marzo de 2022*

# Contenido

**I. Prioridades, logros y desafíos en 2021**

**II. Resultados, proyectos y actividades por áreas**

- A. Programas (Taller de Periodismo, Educación y Ciudadanía y Proyectos Especiales)
- B. Comunicaciones, conocimiento y comunidad
- C. Institucional

# Nuestras prioridades en 2021

- Fortalecimiento organizacional
- Proyecto Arcadio (Casa Museo)
- Gestión de recursos no restringidos
- Formación para coberturas claves en la pandemia y escenarios post-covid
- Estímulos al periodismo de calidad, independiente e innovador
- Transición Premio/Festival Gabo (nuevos aliados, sedes y versiones)
- Desarrollo de área y programas de educación y ciudadanía

# Principales logros en 2021

- Mejor **alineación** del equipo y **rediseño organizacional**.
- Acuerdos sobre anteproyecto arquitectónico, plan operativo y avalúo de inmueble para **Casa-Museo**.
- Convenio con la Alcaldía de Cartagena y la Universidad Nacional para lote del **Centro Gabo**.
- Ingresos por **donaciones institucionales** que permitieron enjugar el déficit acumulado y comenzar a formar una reserva con ahorros propios.
- Mapeo de **medios nativos digitales** de América Latina, programa de **periodismo científico** y estímulos al **periodismo innovador** y emprendimientos.
- **Festival Gabo** en la virtualidad, con aumento del número de aliados, pese a la desvinculación de la Alcaldía de Medellín.
- Curso virtual de periodismo escolar **Cronicando con Gabo**.

# Principales desafíos en 2021

- Deterioro global de la **confianza en la democracia** y **amenazas a la libertad de expresión y de prensa**, en un contexto de crecientes tensiones geopolíticas.
- **Debilitamiento económico del sector de medios** y “arrinconamiento” tratando de adaptarse al frenesí digital.
- Impactos sociales y económicos negativos de la **pandemia** en los países de América Latina.
- Aguda **incertidumbre económica y polarización política** en Colombia.
- Ruptura del modelo de colaboración público-privada que enmarcaba el **Premio y Festival Gabo en Medellín**.
- **Fatiga digital** y estrés en nuestro equipo y en nuestras audiencias.

Fundación / Taller / Premio /  
Festival / Centro / Gabo.

PREMIO GABO

Maratón de las mejores historias de  
Iberoamérica: categoría Innovación



7º FESTIVAL G  
OCT. 02-04  
LAS HISTORIAS CON

ORGANIZA



MAJAZO



sura



@FESTIVALGABO

FESTIVALGABO.COM

# Programas



# Objetivos Estratégicos 2021-2023: Programas

1

Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica para promover las vocaciones, la excelencia, la coherencia ética, la innovación, la relación creativa con las audiencias y las coberturas de impacto sobre temas claves para la democracia y el desarrollo sostenible.

2

Contribuir a la **activación de ciudadanía**, a través de la creación de capacidades y la promoción de valores éticos para el uso del poder de investigar, contar y compartir historias desde la **comunicación** y la **innovación educativa**.

3

Propiciar **conversaciones ciudadanas** sobre el valor y función social del **periodismo como bien público para la democracia** y sobre la **ética comunicativa** de individuos y grupos en el contexto de la constante transformación digital.

4

Generar procesos de **apropiación colectiva del conocimiento sobre la memoria y legado de Gabriel García Márquez**, como fuente de inspiración y activo de desarrollo social y cultural.



**Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica** para promover las vocaciones, la excelencia, la coherencia ética, la innovación, la relación creativa con las audiencias y las coberturas de impacto sobre temas claves para la democracia y el desarrollo sostenible.

1

## Estrategias

» **Robustecer y sistematizar la oferta de formación práctica y de estímulos.**

» **Priorizar coberturas clave para el escenario Post-Covid**

» **Ampliar la línea de estímulos para incentivar y visibilizar referentes de excelencia.**

## Principales resultados y avances 2021

- Desarrollamos programas que integran **formación, mentorías y becas**, dando soluciones que contribuyen tanto a la calidad periodística como a la gestión y sostenibilidad de medios y proyectos periodísticos.

- Realizamos actividades de formación e intercambio con más de 9.000 periodistas iberoamericanos para la **cobertura de temas clave para la región como ciencia, salud, lucha contra la corrupción, medio ambiente, migración, entre otros.**

- Adelantamos una investigación para identificar, caracterizar y analizar el **ecosistema de medios nativos digitales en Latinoamérica** (1.523 medios mapeados), que servirá de insumo para proponer referentes de calidad y diseñar programas de generación de capacidades.

**1****Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

| <b>Indicadores cuantitativos</b>   |              | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b>  | <b>Variación %</b> |
|--|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------------|
| No. de postulaciones a actividades de formación (talleres)   | Presenciales | 5.530       | 391         | -            | -                  |
|  | Virtuales    | -           | 3.566       | <b>2.008</b> | -43%               |
| No. de periodistas participantes en actividades de formación (talleres)                                | Presenciales | 1.298       | 30          | -            |                    |
|  | Virtuales    | -           | 774         | <b>653</b>   | -15%               |
| No. de periodistas participantes en actividades de intercambio (charlas, seminarios, encuentros, etc.) | Presenciales | 45          | 48          | -            | -                  |
|  | Virtuales    | 939         | 8.030       | <b>8.487</b> | +6%                |
| No. de beneficiarios de becas/apoyos para la producción periodística                                   |              | 42          | 59          | <b>35</b>    | -40%               |
| No. de postulaciones a premios   | Premio Gabo  | 1730        | 1.443       | <b>1.585</b> | +10%               |
|  | Premio Roche | 675         | 876         | <b>611</b>   | -30%               |

**1****Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

| <b>Tipo de actividad</b>     | <b>No. de actividades</b> | <b>Principales líneas temáticas</b> | <b>Periodistas formados</b> | <b>Becas de producción</b> |
|------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Talleres presenciales        | -                         | Ciencia y salud                     | 45                          | 16                         |
| Talleres virtuales           | 27                        | Medio ambiente                      | 77                          | 4                          |
| Seminarios web / Charlas web | 27                        | Investigación                       | 24                          | 0                          |
| Seminarios-Taller            | 10                        | Periodismo local                    | 200                         | 15                         |
| Encuentros presenciales      | -                         | Periodismo de datos                 | 45                          | 0                          |

**1****Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

## » Perfil de periodistas formados (taller)

### Países:



**Colombia**  
43,0%



**Brasil**  
9,3%



**Argentina**  
7,1%



**Perú**  
6,3%



**México**  
5,8%



**El Salvador**  
3,7%



**Guatemala**  
3,4%



**Honduras**  
3,1%



**Venezuela**  
2,6%



**Ecuador**  
2,6%



**Chile**  
2,3%



**Nicaragua**  
2,1%



**Costa Rica**  
2,1%



**Paraguay**  
1,6%

### Género:



**Masculino**  
50,4%



**Femenino**  
49,6%

1

**Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

## **Programa 'Innovación y periodismo local en América Latina'**

### **Objetivo:**

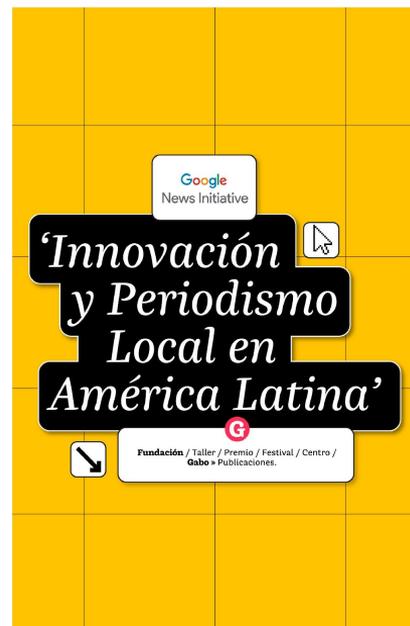
- **Contribuir mediante el ofrecimiento de formación y mentorías al mejoramiento del ejercicio del periodismo local e hiperlocal de medios nativos digitales de América Latina.**

### **Principales logros:**

- Vinculación de 200 equipos periodísticos
- Impacto en la transformación de 15 medios
- Elaboración y difusión libre y gratuita del [libro digital 'Innovación y periodismo local en América Latina'](#)

### **Aliados y financiadores:**

- Google News Initiative



1

**Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

## Programa de formación y estímulo al periodismo sobre ciencia

### Objetivo:

- **Mejorar la cobertura periodística sobre la ciencia en América Latina, con base en criterios de calidad, rigurosidad y ética.**

### Principales logros:

- Producción y publicación de 15 trabajos periodísticos de alta calidad
- Afianzamiento de capacidades y fomento al trabajo en red entre periodistas que cubren ciencia en la región.

### Aliados y financiadores:

- Instituto Serrapilheira
- Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe.



1

**Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

## Talleres 'Investigaciones digitales: ética, metodología y herramientas',

### Objetivo:

**Contribuir a formar periodistas para que resuelvan problemas a que se enfrentan cotidianamente al investigar temas de corrupción, abuso y cualquier otra injusticia.**

### Principales logros:

- Trabajo colaborativo entre periodistas, académicos y miembros de organizaciones civiles de América Latina para la investigación y el combate a la corrupción.
- Producción de trabajos periodísticos que investigan e incomodan al poder en la región.

### Aliados y financiadores:

- Centro Latinoamericano de Periodismo de Investigación (CLIP).
- Centre for Investigative Journalism (CIJ)



1

**Impulsar procesos de mejoramiento y cambio en las prácticas periodísticas en Iberoamérica.**

## Principales aliados





Contribuir a la **activación de ciudadanía**, a través de la creación de capacidades y la promoción de valores éticos para el uso del poder de investigar, contar y compartir historias desde la **comunicación** y la **innovación educativa**.

2

2

Contribuir a la activación de una ciudadanía responsable desde la comunicación y la innovación educativa.

## Estrategias

- » **Sistematizar y ampliar los programas competencias ciudadanas y habilidades transversales de niños, niñas y jóvenes.**
- » **Participar en alianzas y diálogos con actores locales en periodismo, comunicación, educación, cultura y economía creativa.**
- » **Adaptar y conectar los programas de la Fundación con las prioridades y necesidades de Cartagena y la Región Caribe.**

## Principales resultados y avances 2021

- Más de 5.000 niños, niñas, educadores y padres de familia participaron en el **curso virtual Cronicando con Gabo**.
- Hicimos una alianza con el portal **Colombia Aprende** del Ministerio de Educación y Computadores para Educar para dar mayor alcance a nuestros productos y contenidos.
- La **Universidad del Norte** se vinculó a la sistematización y medición de impacto de Cronicando y otros proyectos de Educación y Ciudadanía.
- Realizamos 4 **talleres virtuales para jóvenes y comunicadores del Caribe colombiano** para desarrollar competencias para contar historias que transforman la realidad.

## 2

## Contribuir a la activación de una ciudadanía responsable desde la comunicación y la innovación educativa.

| Indicadores cuantitativos   |              | 2019 | 2020 | 2021         | Variación % |
|---|--------------|------|------|--------------|-------------|
| No. de comunicadores participantes en actividades de formación, intercambio o apoyo.          | Presenciales | 25   | -    | -            | -           |
|   | Virtuales    | -    | 15   | <b>125</b>   | +733%       |
| No. de educadores participantes en actividades de formación, intercambio o apoyo.             | Presenciales | -    | -    | -            | -           |
|   | Virtuales    | -    | -    | <b>315</b>   | -           |
| No. de niños, niñas y jóvenes participantes en actividades de formación, intercambio o apoyo. | Presenciales | 240  | -    | -            | -           |
|   | Virtuales    | -    | 410  | <b>2.050</b> | +400%       |
| No. de aliados programas de educación y ciudadanía.   |              | 4    | 4    | <b>4</b>     | -           |

2

**Contribuir a la activación de una ciudadanía responsable desde la comunicación y la innovación educativa.**

## Proyecto Cronicando con Gabo

### Objetivo:

- **Generar competencias para contar historias de manera ética, crítica y creativa a partir del uso y apropiación de nuevas tecnologías.**

### Principales logros:

- 5.000 inscritos al curso.
- Desarrollo de una plataforma Moodle.

### Aliados y financiadores:

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia - MinTIC.



El futuro digital es de todos MinTIC

Participa por este trofeo en el curso de periodismo escolar

# Cronicando con Gabo

¡La Copa Gabo te está esperando y tú te la vas a ganar!

Inscríbete y explóralo en [centrogabo.org](http://centrogabo.org)

Fundación / Taller / Premio / Festival / **Centro** / Gabo.

2

Contribuir a la activación de una ciudadanía responsable desde la comunicación y la innovación educativa.

## Proyecto ¿Cómo comunicar la inmigración en Colombia?

### Objetivo:

- Generar espacios de sensibilización, formación e intercambio de experiencias sobre la comunicación de la inmigración en Colombia.

### Principales logros:

- 95 comunicadores de todo el país.
- Publicación de una [cartilla digital descargable](#).

### Aliados y financiadores:

- Acdi Voca/ Usaid

The poster is for a workshop titled "¿Cómo comunicar la inmigración en Colombia?". It features a background image of a woman in a patterned dress standing on a beach, looking out at the ocean. The text is overlaid on the image. At the top right, there are logos for USAID (El Fondo de Cooperación Unidos de América) and ACDI VOCA (Asociación de Organizaciones de Voluntarios en el Sur). Below these, it says "Fundación / Taller / Premio / Festival / Centro / Gabo." The main title "¿Cómo comunicar la inmigración en Colombia?" is in large, bold, black letters. To the right of the title is a red circular logo with a white 'G' and 'B'. Below the title is a small portrait of Tulio Hernández, a man with glasses, and his name "Tulio Hernández" in a serif font. Underneath his name, it says "(VEN) Columnista de El Nacional". At the bottom, there is a schedule table with three columns: "Mar 2 marzo", "Mié 3 marzo", and "Jue 4 marzo". To the right of the table, it says "10:00 a.m. a 12:30 p.m. (COL)". Below the table, it says ">Inscríbete en [fundaciongabo.org](#)".

2

Contribuir a la activación de una ciudadanía responsable desde la comunicación y la innovación educativa.

## Principales aliados





Propiciar **conversaciones ciudadanas** sobre el valor y función social del **periodismo como bien público para la democracia** y sobre la **ética comunicativa** de individuos y grupos en el contexto de la constante transformación digital.

3

## Estrategias

» **Potenciar el Festival Gabo como espacio de encuentro entre el periodismo y la ciudadanía.**

» **Ampliar los programas de ética periodística, con nuevas líneas y públicos objetivo.**

» **Desarrollar productos innovadores, orientados a la puesta en valor del periodismo.**

## Principales resultados y avances 2021

- Realizamos el 9o **Festival Gabo** en el segundo año de pandemia, con más de 3.000 conectados en vivo y más de 20.000 visualizaciones de las charlas, conferencias y talleres.

- Lanzamos con éxito el nuevo **Consultorio Ético** en formato podcast

- Estrenamos el podcast **En primera persona** con entrevistas a mujeres referentes e inspiradoras en el campo del periodismo, con más de 10 mil descargas en el primer mes y un 50% de público de entre 24 y 34 años.

## 3

## Propiciar conversaciones ciudadanas sobre el valor y función social del periodismo

| Indicadores cuantitativos                                    |              | 2019   | 2020   | 2021          | Variación % |
|--|--------------|--------|--------|---------------|-------------|
| No. de actividades Festival Gabo                             | Presenciales | 110    | -      | -             |             |
|  | Virtuales    | 0      | 78     | <b>36</b>     | -53%        |
| No. de asistentes/participantes en actividades Festival Gabo | Presenciales | 15.000 | -      | -             |             |
|  | Virtuales    | 6.800  | 49.000 | <b>21.113</b> | -56%        |
| Visitas a la Red de ética (Miles)                            |              | 717    | 769    | <b>738</b>    |             |
| No. de aliados Festival Gabo                                 |              | 12     | 11     | <b>14</b>     | +27%        |

### 3

## Propiciar conversaciones ciudadanas sobre el valor y función social del periodismo

### Festival Gabo

#### Principales logros:

- Realización de la segunda edición virtual del Festival Gabo con 36 actividades, 78 invitados de 16 países, 3 mil conectados en vivo y 20 mil visualizaciones.
- Ejecución del proyecto sin la alianza con el Municipio de Medellín

#### Aliados y financiadores:

- Bancolombia, Grupo Sura, ISA, Facebook Journalism Project, Google News Initiative, Oxfam, Dejusticia, Fundación BAT, Michael Jacobs Foundation for Travel Writing, Efigas, Serraphileira y Eurosocial.



3

Propiciar conversaciones ciudadanas sobre el valor y función social del periodismo

## Principales aliados





Generar procesos de  
**apropiación colectiva del  
conocimiento sobre la  
memoria y legado de  
Gabriel García Márquez,**  
como fuente de inspiración  
y activo de desarrollo  
social y cultural.

**4**

## 4

Generar procesos de apropiación colectiva del conocimiento sobre la memoria y legado de Gabriel García Márquez.

### Estrategias

» **Producir conocimiento y renovar las narrativas sobre Gabo en sus diferentes facetas.**

» **Desarrollar proyectos editoriales, productos innovadores e iniciativas de movilización cultural.**

» **Adelantar acciones de promoción de lectura y escritura con niños, niñas y jóvenes.**

### Principales resultados y avances 2021

- Realizamos activaciones en el Festival Gabo sobre la relación de **Gabo con el cine** y sobre su **preocupación por la democracia** en América Latina, más allá de su legado periodístico y literario.

- Produjimos la serie de podcast de 5 episodios sobre el **Relato de un naufrago** y sobre los **libros periodísticos**.

- Desarrollamos la estrategia **“Siguiendo los pasos de Gabo periodista”** (5 actividades virtuales para niños y niñas).
- Participamos en el **Festival de Cuento Infantil de Cartagena** de Indias (taller virtual con niños y niñas).

**4****Generar procesos de apropiación colectiva del conocimiento sobre la memoria y legado de Gabriel García Márquez.**

| <b>Indicadores cuantitativos</b>              | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b>  | <b>Variación %</b> |
|---|-------------|-------------|--------------|--------------------|
| Páginas vistas centrogabo.org (Miles)         | 685         | 1.132       | <b>1.016</b> | -10%               |
| Usuarios únicos centrogabo.org (Miles)        | 429         | 613         | <b>590</b>   | -3,7%              |
| No. de seguidores totales Centro Gabo (Miles) | 35          | 44          | <b>50</b>    | +13%               |

4

Generar procesos de apropiación colectiva del conocimiento sobre la memoria y legado de Gabriel García Márquez.

## Proyecto Relato de un naufrago: una travesía del periodismo a la literatura

### Objetivo:

- **Desarrollar un producto editorial innovador, inspirado en el legado de Gabo, que aborde la relación entre el periodismo y la literatura y entre Colombia y Barcelona.**

### Principales logros:

- Diseño y producción de 5 episodios de podcast.

### Aliados y financiadores:

- RTVC y Podium Podcast



4

Generar procesos de apropiación colectiva del conocimiento sobre la memoria y legado de Gabriel García Márquez.

## Principales aliados



La cultura  
es de todos

Mincultura

Fundación / Taller / Premio /  
Festival / Centro / Gabo.



# Comunicaciones, conocimiento y comunidad

## Objetivos Estratégicos 2021-2023: **Comunicaciones y mercadeo**

5

**Posicionar** a la Fundación Gabo por su contribución a la **construcción de ciudadanía en Iberoamérica a través de la promoción del uso ético y creativo del poder de contar historias**, dando soluciones a un periodismo en transición y ampliando su impacto a los campos de comunicación para el cambio social y la innovación educativa.

6

**Ampliar el impacto de los programas y el reconocimiento** de la Fundación en sus diferentes ámbitos de acción, a través de estrategias potentes e innovadoras de gestión de conocimiento y mercadeo.

7

**Desarrollar nuevas fuentes de recursos** apalancadas en el posicionamiento de la marca, la demostración de impacto, la creación de valor reputacional para socios, aliados y donantes y la venta de productos y servicios.



**Posicionar** a la Fundación Gabo por su contribución a la construcción de **ciudadanía en Iberoamérica a través de la promoción del uso ético y creativo del poder de contar historias**, dando soluciones a un periodismo en transición y ampliando su impacto a los campos de comunicación para el cambio social y la innovación educativa.

**(NUEVO OBJETIVO)**

5

**5**

**Posicionar a la Fundación Gabo por su contribución a la construcción de ciudadanía a través de promoción del uso ético y creativo del poder de contar historias.**

## Estrategias

» **Desarrollar las capacidades y el área de mercadeo**

## Principales resultados y avances 2021

- Viraje en el enfoque del área hacia comunicaciones y mercadeo y selección de un nuevo perfil de dirección, con fortalezas en marketing digital y experiencia en comunicación institucional y mercadeo.



**Ampliar el impacto  
de los programas y el  
reconocimiento** de la  
Fundación en sus diferentes  
ámbitos de acción, a través  
de estrategias potentes e  
innovadoras de gestión de  
conocimiento y mercadeo

6

# 6

## Ampliar el impacto de los programas y el reconocimiento de la Fundación

### Estrategias

- » **Posicionar la Fundación por su agenda post-Covid para el periodismo en Iberoamérica.**
- » **Insertar a la Fundación en el debate sobre desinformación, ética en la comunicación en redes y alfabetización mediática y digital.**
- » **Dar a conocer a la Fundación por su contribución al desarrollo de habilidades transversales en niños, niñas y jóvenes.**

### Principales resultados y avances 2021

- Publicamos quincenalmente el boletín del blog **Laboratorios de periodismo innovador**, duplicando el número de suscriptores.
  - Llevamos a cabo el **Foro de Innovación y Periodismo local**, con 814 inscritos.
  - Publicamos el libro digital **[“Innovación y periodismo local en América Latina”](#)**, que fue descargado por 1.535 usuarios.
- Aumentamos en 4.400 seguidores en todas las redes sociales de la **Red Ética**.
  - Produjimos 18 nuevas **publicaciones relacionados con desinformación** en la página de Red Ética.
  - Publicamos el libro digital **[“El periodismo ante la desinformación”](#)**, que fue descargado por 2.554 usuarios.
- Ejecutamos una gran campaña de difusión para el curso de periodismo virtual “Cronicando con Gabo”, incluyendo cuatro concursos para niños y jóvenes.

## 6

## Ampliar el impacto de los programas y el reconocimiento de la Fundación

| Indicadores cuantitativos                    |                | 2019   | 2020   | 2021          | Variación % |
|--|----------------|--------|--------|---------------|-------------|
| Alcance publicaciones redes sociales (Miles) | Fundación Gabo | 11.501 | 38.273 | <b>34.672</b> | -9%         |
|  | Festival Gabo  | 4.925  | 8.942  | <b>9.024</b>  | +1%         |
|  | Centro Gabo    | 5.690  | 6.645  | <b>3.983</b>  | -40%        |
| Interacciones totales redes sociales (Miles) | Fundación Gabo | 157    | 1.374  | <b>1.202</b>  | -13%        |
|  | Festival Gabo  | 68     | 285    | <b>95</b>     | -67%        |
|  | Centro Gabo    | 154    | 449    | <b>500</b>    | +11%        |
| No. de seguidores en redes sociales (Miles)  | Fundación Gabo | 234    | 261    | <b>276</b>    | +6%         |
|  | Festival Gabo  | 27     | 35     | <b>38</b>     | +10%        |
|  | Centro Gabo    | 35     | 44     | <b>50</b>     | +13%        |

## 6

## Ampliar el impacto de los programas y el reconocimiento de la Fundación

| <b>Indicadores cuantitativos</b> |                   | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>Variación %</b> |
|----------------------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| No. de usuarios únicos           | fundaciongabo.org | 903.254     | 1.533.702   | 1.222.829   | -20%               |
|                                  | festivalgabo.org  | 244.889     | 273.310     | 306.124     | +12%               |
|                                  | centrogabo.org    | 428.746     | 613.110     | 590.280     | -3,7%              |
| No. de suscriptores totales      |                   | 36.985      | 60.086      | 64.671      | +7%                |
| No. de miembros/socios comunidad |                   | N/A         | N/A         | N/A         | N/A                |

## Nueva narrativa latinoamericana sobre drogas



Un [libro digital](#) que recoge 18 trabajos periodísticos que profundizan sobre las variantes, historias y ángulos científicos, económicos, sociales y culturales que rodean la producción, el consumo y las políticas de drogas en Latinoamérica. Son historias producidas por periodistas que hicieron parte de la primera edición del Fondo para Investigaciones y Nuevas Narrativas sobre Drogas (FINND).

**En alianza con:** Open Society Foundations.

## “En primera persona”



Un [pódcast](#) que analizó el periodismo iberoamericano a través de las voces de periodistas ampliamente reconocidas por su excelencia, liderazgo y aportes. Constó de cinco episodios, conducidos por Pepa Bueno, con relatos cercanos de nueve periodistas, que dan cuenta de muchas de las cosas de las que se hablan en los pasillos de las redacciones sin que trasciendan a la agenda pública.

**En alianza con:** Google News Initiative

## ¿Cómo comunicar la migración venezolana en Colombia?



[Manual de herramientas](#) para ayudar a comunicadores y periodistas de Colombia y Latinoamérica a la hora de contar la migración protagonizada por los venezolanos. Recoge reflexiones que el sociólogo Tulio Hernández compartió en un ciclo de talleres en torno a la migración, sus características, sus causas, el contexto en el que ocurre, el enfoque de derechos humanos y recomendaciones para la cobertura responsable.

**En alianza con:** USAID y ACDI-VOCA

## “Gabriel García Márquez, amante del cine y la televisión”



Un [especial](#) publicado en **centrogabo.org** para celebrar los 94 años del nacimiento de Gabriel García Márquez recordando su pasión por el cine y la televisión. Además de un recuento histórico de su carrera en el mundo audiovisual, el especial contiene un listado de las películas y series televisivas que están basadas en su obra o que fueron pensadas y escritas por Gabo.



**Desarrollar nuevas fuentes de recursos** apalancadas en el posicionamiento de la marca, la demostración de impacto, la creación de valor reputacional para socios, aliados y donantes y la venta de productos y servicios.

7



## Desarrollar nuevas fuentes de recursos

| Indicadores cuantitativos                            |                                | 2019          | 2020     | 2021          | Variación %   |        |
|--|--------------------------------|---------------|----------|---------------|---------------|--------|
| Recursos no restringidos (\$ MM)                     | Patrocinios                    |               |          |               |               |        |
|  | Venta de productos o servicios | Inscripciones | \$ 102,2 | \$ 4,5        | -             | -100%  |
|  |                                | Libros        | \$ 15,3  | \$ 3,1        | <b>\$ 3,8</b> | +22,6% |
|  | Regalías                       | \$ 2,5        | -        | <b>\$ 1,3</b> |               |        |
|  | Donaciones institucionales     | \$ 70         | \$ 71    | <b>\$ 839</b> | +1.082%       |        |
| % de recursos no restringidos sobre ingresos totales |                                | 2,7%          | 2,4%     | <b>13,3%</b>  |               |        |

## Estrategias

- » **Ampliar el número de aliados y financiadores asociados al Festival Gabo**
- » **Afianzar la línea de proyectos editoriales.**
- » **Poner en marcha esquemas de membresía y donaciones individuales asociados a la comunidad Gabo.**

## Principales resultados y avances 2021

- Tres **nuevos aliados se vincularon al Festival Gabo**, dentro de ellos el Grupo ISA, que triplicó el aporte que había hecho a la Fundación en 2020 para otros proyectos.
- Avanzamos en el desarrollo de un nuevo modelo de comercialización en España de **Los Médicos de Macondo**, en alianza con la agencia Prodigioso Volcán.
- Avanzamos en la reedición de Gabo periodista, con nuevos capítulos y un diseño renovado.
- Apertura de la Tienda virtual para venta de libros y otros productos.
- Implementamos el índice de compromiso y el índice de excelencia para clasificar a los participantes en actividades de la Fundación según su nivel de “enganche”. Esta es la base para determinar el público objetivo del programa de membresías.
- Mejoramos nuestro sistema para exportar, homologar y consultar datos de nuestros usuarios.

Fundación / Taller / Premio /  
Festival / Centro / Gabo.



# Institucional

## Objetivos Estratégicos 2021-2023: **Desarrollo institucional**

8

Desarrollar y gestionar mediante alianzas público-privadas los proyectos **Casa-Museo** y **Centro Gabo** como espacios culturales de impacto nacional e internacional, diferenciados pero a la vez complementarios.

9

Actualizar y fortalecer el **modelo de gobierno**.

10

Consolidar las competencias y **capacidades del equipo interno**, fortalecer el nivel directivo y mejorar el **clima laboral**.

11

Profundizar el proceso de **transformación digital**.

12

Buscar la **autosostenibilidad financiera**, mediante una estructura de ingresos más diversificada, con más fuentes para generar recursos no condicionados a proyectos y una estructura de gastos más eficiente y con componentes variables.



Desarrollar y gestionar mediante alianzas público-privadas los proyectos **Casa-Museo** y **Centro Gabo** como espacios culturales de impacto nacional e internacional, diferenciados pero a la vez complementarios.

8

## Estrategias

» **Elaborar planes de actuación y esquemas organizativos para la planeación y financiación de ambas iniciativas.**

» **Estructurar los proyectos desde el punto de vista técnico y de vinculación de aliados y donantes.**

## Principales resultados y avances 2021

- Elaboramos planes de acción tanto para Casa-Museo como para Centro Gabo, con la asesoría técnica de la Universidad Nacional

- Firmamos un convenio de cooperación interinstitucional entre la Alcaldía de Cartagena, Universidad Nacional de Colombia y la Fundación Gabo para el desarrollo del Centro Gabo.
- Completamos el avalúo técnico de la Casa-Museo
- Avanzamos en la propuesta de intervención arquitectónica , museológica y de viabilidad financiera del proyecto Casa- Museo.
- Avanzamos en la estructuración de la fase 1 (estudios y diseños) del proyecto Centro Gabo Matuna



Actualizar y fortalecer  
el **modelo de gobierno.**

**(POR INICIAR)**

9



Consolidar  
las competencias y  
**capacidades del equipo  
interno**, fortalecer el  
nivel directivo y mejorar  
el **clima laboral**.

10

## Estrategias

» **Actualizar la estructura para claridad en procesos, mayor coordinación entre áreas y mejor gestión de proyectos.**

» **Establecer un proceso de seguimiento a los planes estratégico y operativo y un sistema de evaluación del desempeño.**

» **Medir el clima laboral y adelantar un plan de acción a partir de sus resultados.**

## Principales resultados y avances 2021

- Definimos el nuevo mapa de procesos de la Fundación, a partir del plan estratégico.
- Desarrollamos una propuesta de nueva estructura organizacional a partir de las recomendaciones de la consultoría en fortalecimiento.
- Definimos una estructura salarial por niveles, que comenzaremos a aplicar en 2022.

- Construimos entre todos nuestro plan operativo y acordamos indicadores y metas para medir qué tanto avanzamos.

- Aplicamos por primera vez una encuesta de clima laboral, con cinco dimensiones: orgullo/ propósito, dirección y liderazgo, colaboración y comunicación, trabajo diario y desarrollo.



Profundizar el proceso  
de **transformación  
digital.**

11

## 11 Profundizar el proceso de transformación digital.

### Estrategias

- » **Definir una estrategia de transformación digital, políticas y liderazgos de la gestión tecnológica.**
- » **Digitalizar la contratación y todos los procesos operativos posibles.**
- » **Priorizar la capacitación del equipo interno en habilidades relacionadas con gestión e innovación digital.**

### Principales resultados y avances 2021

- Definimos el plan para avanzar en el diseño de una estrategia de gestión de tecnología y transformación digital, que implementaremos en 2022.

- Implementamos la plataforma de firma digital DocuSign



Buscar la **autosostenibilidad financiera**, mediante una estructura de ingresos más diversificada, con más fuentes para generar recursos no condicionados a proyectos y una estructura de gastos más eficiente y con componentes variables.

**(NUEVO OBJETIVO)**

12

# Desarrollo Institucional

| <b>Indicadores cuantitativos</b>   | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b>      | <b>Variación %</b> |
|--|-------------|-------------|------------------|--------------------|
| Índice de Clima Laboral  |             |             | <b>73%</b>       |                    |
| Ingresos Operacionales (\$MM)  | \$6.880,8   | \$5.054,4   | <b>\$6.162,4</b> | +22%               |
| % de recursos no restringidos  | 2,7%        | 2,4%        | <b>13,3%</b>     |                    |
| % Eficiencia operativa (Gastos indirectos/Gastos Totales)                                  | 19,8%       | 27%         | <b>28%</b>       |                    |
| Reserva operativa en meses (Recursos Líquidos no restringidos/Gasto mensual fijo promedio) | -1,2        | 0,09        | <b>5,9</b>       |                    |
| Superávit/déficit del ejercicio (\$MM)   | \$ 39,7     | \$ 44.5     | <b>\$ 1.084</b>  | +2.335,9%          |
| Superávit/déficit acumulado (\$MM)   | (\$765.8)   | (\$726.1)   | <b>(\$681.6)</b> | -6,1%              |

Fundación / Taller / Premio /  
Festival / Centro / Gabo.



Gracias

