



## **Índice**

1. Carátula .....	1
2. Información general y de contexto .....	3
2.1 Carta del máximo responsable de la organización.....	3
2.2 Estructura de gobierno.....	8
2.3 Estructura operacional.....	8
2.4 Valores y/o Principios.....	10
2.5 Principales actividades y proyectos.....	10
2.6 Identificación e involucramiento con Grupos de interés .....	13
2.7 Prácticas relacionadas con la evaluación y medición de la satisfacción de los usuarios ..	14
2.8 Participación en redes y coordinación con otros actores .....	14
2.9 Reclamos o Incidentes .....	14
2.10 Prácticas de gestión ambiental .....	15
3. Información de desempeño .....	15
3.1 Objetivos e indicadores de gestión .....	15
3.2 Indicadores financieros.....	15
4. Balance Tributario o Cuadro de Ingresos y Gastos .....	17
5. Manifestación de responsabilidad de la Dirección .....	19
ANEXOS .....	11
<input type="checkbox"/> Álbum fotográfico .....	11
<input type="checkbox"/> Estados financieros auditados.....	11
<input type="checkbox"/> Otros .....	11

## 2. Información general y de contexto

### 2.1 Carta del máximo responsable de la organización

Fundación Kumelén fue formada en 2016. Kumelén es una palabra en mapudungun que significa “estar feliz” y este concepto ancestral recogía el sentido del trabajo que venía por un lado haciendo la cineasta y comunicadora social Ainara Aparici, quien venía generando contenidos audiovisuales relacionados a la felicidad y por el otro el Dr. Carlos Llanos, quien a través de su labor como odontólogo venía ayudando a la salud, autoestima y felicidad de sus pacientes a través del cuidado y mejora de su sonrisa. De esta manera se creó una organización sin fines de lucro cuyo objeto es fomentar espacios de desarrollo cultural y social que mejoren la calidad de vida de las personas, buscando la sonrisa como elemento de bienestar y felicidad integral, a través del arte, la salud y la educación. Deseando poder llegar a las personas más desfavorecidas de la sociedad chilena, tanto social, como geográfica y económicamente con iniciativas inclusivas que mejoren su autoestima, inclusión y desarrollo personal. Y también a la sociedad en general para contribuir a la creación de una sociedad más respetuosa, solidaria, participativa en los desafíos y necesidades sociales, y por supuesto, más feliz, a través de la generación de contenidos inspiradores que planteen propuestas de transformación social positiva.

Sin embargo, en 2020 hubo un cambio sustancial en la organización, que se manifestó estructuralmente en marzo de 2021 con la salida del Dr. Carlos Llanos, que renunció como Fundador y Tesorero por motivos personales, así como Norma Díaz en su calidad de Secretaria, lo que supuso que Ainara Aparici queda como única fundadora de la organización para todos los efectos oportunos, manteniéndose como Presidenta y Representante Legal y continuando con el trabajo que se ha venido llevando a cabo, con un nuevo directorio conformado por Susana Quiroz como Secretaria y Camila Vergara como Tesorera.

Así, Fundación Kumelén sigue trabajando en sus líneas de trabajo vinculadas a la inclusión de las personas que son vulneradas por diferentes motivos por la sociedad, a través de iniciativas artísticas y educativas presenciales y virtuales, así como a través de contenidos audiovisuales educativos. Y a través de la inspiración, creando contenidos audiovisuales y comunicacionales llenos de historias inspiradoras que están cambiando el mundo y que nos sirven de inspiración para nuestra propia acción.

Así y con todas las dificultades, 2020 comenzó con mucha fuerza para nuestra organización. En enero pusimos en marcha un nuevo proyecto educativo llamado “Alimentación como Transformación Social” y produjimos un capítulo de “Homo Nova” incorporando así esta webserie educativa sobre equidad de género y masculinidades positivas como proyecto 100% producido y gestionado por la fundación, después de haber sido parte de éste desde la colaboración desde su creación en 2018, como proyecto colectivo.

Sin embargo, en marzo llegó el COVID-19 y esto hizo que algunos de los proyectos se ralentizaran y se transformaran, adecuándonos al distanciamiento social impuesto por la pandemia, pero también se avanzó en otros, lo que ha hecho que este 2020 haya sido un año realmente fructífero para la organización, a pesar de los desafíos de la crisis sanitaria y social que estamos viviendo.

De esta manera, los proyectos de Fundación Kumelén en 2020 han consistido y avanzado de la siguiente manera:

1. **Documental “130 Hermanos” + Campaña de Impacto “Acoger es”:** Documental que muestra la realidad de millones de niños, niñas y adolescentes en situación de desprotección familiar, pero desde una perspectiva constructiva a través de la historia de una familia que acoge niños, niñas y adolescentes sin posibilidad de adopción y en la actualidad tienen más de 130 hijos. Este documental tiene una campaña de impacto para sensibilizar sobre el acogimiento de niños, niñas y adolescentes en Chile, en conjunto con organizaciones que trabajan por los derechos de la infancia y adolescencia.
  - o Se realizó la postproducción de “130 Hermanos” casi terminando la película (se finalizará en 2021) con la casa de postproducción chilena Atómica, que se convirtió en coproductora de la

película junto a Mimbre Films y Fundación Kumelén. También se realizaron los subtítulos en inglés para su internacionalización. Esperando poder estrenar en 2021 o 2022.

- o La Directora, Ainara Aparici, sumó a Fundación Kumelén a la Red Acogida, red de fundaciones que trabajan por la protección de niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad, para hacer la campaña en conjunto.

La campaña “Acoger es” se lanzó con una primera fase de 4 meses en diciembre de 2020 (hasta abril de 2021), teniendo un gran impacto en la sensibilización e información sobre las familias de acogida como alternativa a la residencialización. Así en 2020 Kumelén planificó y produjo los diferentes elementos de la campaña (videos, una web informativa [www.acogeres.cl](http://www.acogeres.cl), materiales de difusión, un *briefing* explicativo y una campaña comunicacional por redes sociales), que fueron desarrollados y llevados a cabo junto a la Red Acogida. Se planifica una segunda fase a finales de 2021 o inicios de 2022 con el estreno de “130 Hermanos”.

El cuadro de abajo explica gráficamente de lo que se compone toda la campaña y que fue desarrollado gracias a la beca de CCDoc de “Creación de Campañas de Impacto” que se adjudicó en 2019 la directora de la campaña y la fundación, Ainara Aparici:



2. **Webserie “Homo Nova” + Proyecto educativo “Homo Nova School”:** “Homo Nova” es una webserie educativa sobre equidad de género y masculinidades positivas que busca aportar a la visibilización y comprensión de las violencias de género, inspirando el buen trato y la justicia social. “Homo Nova School”, es la sección educativa de “Homo Nova” que incluye guías de autorreflexión y dinámica educativas de libre acceso y difusión y talleres de reflexión y profundización para varones, basados en las temáticas de cada capítulo.

- En enero se realizó el capítulo “El Discurso” cuyo estreno presencial y actividad educativa en marzo se vio cancelado por el COVID y también su impacto en redes sociales, al quedar todo colapsado mediáticamente por la pandemia. Se planea su reestreno el próximo año.
- Encerrados en cuarentena, se realizó de manera remota (grabado con dispositivos personales) el capítulo de “Machismovirus” que tuvo un alcance de más de 2 millones de visualizaciones, lo que hizo que a finales de 2020, los 4 capítulos de Homo Nova sumaran al menos 50 millones de visualizaciones en Chile, Latinoamérica y Europa.
- Se postuló al Fondo de Fomento Audiovisual para poder realizar los 6 últimos capítulos de la 1ª temporada y se obtuvo el certificado de la Ley de Donaciones Culturales, para tratar de levantar financiamiento privado en 2021.
- Se comenzó a trabajar en la página web, en los contenidos de las guías educativas y en la programación de los talleres de “Homo Nova School” que van a sumarse como servicios de la fundación.
- Se logró llegar a 15.000 seguidores en las redes sociales de Homo Nova (Instagram y Facebook) donde además de subir contenido original, se hace un trabajo de editorial y de investigación de contenidos alineados, que permitan facilitar materiales educativos para el público interesado en la equidad de género y las masculinidades positivas.
- También se realizaron conversatorios en Instagram estando “Homo Nova” como invitada en otras organizaciones y también 2 ciclos de conversatorios, gestionados por “Homo Nova” conversando con otras personas invitadas.

**3. Programa “Pequeñas Sonrisas”:** En este programa realizamos intervenciones en establecimientos educacionales públicos y espacios culturales con una obra lúdico-educativa sobre salud dental “Muelas y Cepillos, una historia de amor”, entregamos dípticos informativos sobre autocuidado bucal y realizamos charlas demostrativas sobre técnicas de cepillado.

Sin embargo, este proyecto se vio tremendamente afectado por los cambios del 2020, por un lado, por la salida del Dr. Carlos Llanos y por otro, con la pandemia. Así la gira metropolitana que se estaba gestionando con los convenios realizados con los departamentos educativos de las municipalidades de Santiago, La Florida y Renca para 2020 se canceló, la 1ª temporada completa que teníamos en el Teatro Infantil de la Universidad Católica de Santiago se canceló, así como diferentes funciones en colegios, teatros y centros culturales. Sin embargo, se comenzó a trabajar en una versión virtual educativa, dándole además, un foco más integral en relación al cuidado de la sonrisa.

Desde 2020 “Pequeñas Sonrisas” no sólo trabaja en la promoción y educación de la salud dental, sino también trabaja en el desarrollo de la inteligencia emocional a través del clown, fomentando la sonrisa como reflejo de una salud física, mental y emocional positiva de los niños y niñas de Chile, en especial los que se encuentran en riesgo social. Así durante el 2020 pudimos realizar:

- 3 cápsulas educativas sobre autocuidado de la salud para niños y niñas que se lanzaron en redes sociales, parcialmente financiadas por diferentes colegios y centros dentales.
- 3 cápsulas musicales de las canciones de la obra, financiadas por la Universidad Católica ante la imposibilidad de hacer las funciones presenciales.
- Diferentes contenidos lúdicos para redes sociales, concursos y consejos de autocuidado.

Sin embargo, ante lo complejo de trabajar con la virtualidad de manera efectiva, con los pocos recursos que contábamos y con la gran cantidad de trabajo con los otros proyectos, decidimos ponerle pausa a éste, hasta que se pudiese retomar las intervenciones presenciales.

4. **Serie Documental “Caminos” y proyecto transmedia “Las Felicidades del Mundo”:** Éste es un proyecto documental inspiracional que recopila alternativas de vida satisfactorias en diferentes puntos de América Latina para la realización de una serie de TV. También incluye una plataforma transmedia participativa. Fecha estimada de lanzamiento: Mediados de 2022.

Durante el 2020, la serie “Caminos” participó del mercado DocMontevideo de Uruguay, gracias a un premio obtenido en el mercado Chiledoc Conecta 2019. Debido a la pandemia, este encuentro fue virtual y se realizaron algunos contactos para la posible distribución de la serie, cuando conseguimos los recursos para finalizarla.

5. **Alimentación como Transformación Social:** Éste es un proyecto educativo de salud, medio ambiente y transformación social que acerca a la comunidad de manera clara e inspiradora, los nuevos conocimientos en relación al impacto que genera nuestra alimentación en el cambio climático y la salud, así como en la escasez de alimentos, injusticias sociales y pandemias globales. En 2020 sumamos este proyecto ante la necesidad de encontrar formas creativas y comunicacionalmente claras del explicar el gran impacto que tienen nuestras decisiones alimenticias en el futuro de nuestro planeta.

- Logramos realizar una charla presencial en el patio de IF Blanco y Fundación Mustakis para los emprendimientos que allí trabajan, con un desayuno sustentable al que asistieron alrededor de 25 personas.
- Se comenzó a trabajar en una guía educativa y de libre acceso, sobre alimentación sustentable. Fecha estimada de lanzamiento: 2021.
- Se realizaron 3 charlas más de manera online a una asamblea barrial, a una asociación de jóvenes y a invitados directamente de las redes sociales de la fundación.

Con este proyecto, pretendemos poder realizar charlas de 60 minutos en empresas, escuelas, centros de salud e intervenciones virtuales, con entrega de materiales educativos y la posibilidad de recibir acompañamiento hacia una alimentación sustentable, basada en plantas, concientizando sobre el gran impacto transformador que cada uno/o de nosotros/as podemos generar como consumidores/as y ciudadanos/as.

Además, este 2020, recibimos una asesoría comunicacional en Fundación Kumelén, que nos condujo a hacer una renovación de la página web, la creación de las redes sociales de la fundación (y no sólo de los proyectos) para la difusión de nuestro trabajo y visión ética, además de la creación de una carpeta de proyectos que nos permita buscar alianzas y apoyos para su realización y crecimiento.

En relación al financiamiento de la fundación durante este año se realizaron algunas ventas de la obra de teatro a colegios, luego las cápsulas, pero los montos no fueron muy grandes, por lo que mayoritariamente, los costos fueron asumidos por la fundadora para poder seguir manteniendo los salarios de la productora y la community manager para mantener las redes sociales.

El proyecto de “Acoger es”, pudo financiarse con aportes, donaciones y trabajo con valores simbólicos y voluntarios, usando esos recursos únicamente para la ejecución de la campaña, por lo que los costos administrativos de la fundación y el trabajo de la Directora de la campaña, que es la propia fundadora de Kumelén, fueron asumidos por ella misma, cubriendo los costos y trabajando *ad-honorem*.

Se han postulado además a diferentes fondos de fortalecimiento y para el próximo año se planea poder crear un departamento comercial que pueda enfocarse en la sustentabilidad de la organización, ya que, a 4 años de haber

sido creada, aún no se ha logrado cubrir los costos y salarios necesarios para el funcionamiento óptimo y crecimiento necesario de la organización. Este año además se cambió de contadora, quien nos hará además una auditoría interna de los primeros 5 años de la organización y de la que informaremos en el próximo Fecu Social.

Sin embargo, igual sentimos que la fundación está logrando un gran impacto social, y con el resultado de nuestro trabajo y la maduración que vamos alcanzando como organización, tenemos la certeza de que podremos lograr mejoras económicas a futuro, esperando que para el 2021 podamos alcanzar las siguientes metas:

1. Aumento del equipo de trabajo y sustentabilidad financiera para salarios y costos de la fundación.
2. Financiamiento para la realización de la 1ª temporada completa de Homo Nova.
3. Lanzamiento de los talleres de “Homo Nova School” como servicio para empresas, organismos públicos, colegios y universidades.
4. Financiamiento para la 2da ola de la campaña “Acoger es” junto con el estreno nacional del documental “130 Hermanos”.
5. Estreno de “130 Hermanos” a nivel internacional por festivales, televisiones y plataformas VOD.
6. Mayor presencia en medios y RRSS para darnos a conocer entre la comunidad.

Para poder llegar a dichos objetivos, el plan estratégico que estamos planteando se basará en:

1. Postulación a fondos públicos y búsqueda de donaciones a través de la Ley de Donaciones Culturales y donaciones privadas para la serie “Caminos” y la webserie “Homo Nova”. Además de búsqueda de coproducciones con productoras audiovisuales y canales de televisión que puedan apoyar a los proyectos audiovisuales.
2. Gestionar el certificado de la ley de donaciones municipales para poder conseguir apoyos a la gestión interna de la organización.
3. Crear un equipo comercial que permita vender nuestros servicios como fundación.
4. Participación en mercados de documental para la serie y la película en búsqueda de financistas, coproducciones y/o compradores.
5. Ampliación del equipo voluntario de producción de la webserie “Homo Nova” para seguir generando contenidos y buscar apoyos que nos permita remunerar a los equipos que hasta la fecha son todos voluntarios.
6. Generar alianzas con otras organizaciones y convenios de colaboración con organismos públicos que nos permitan incidir más en la sociedad, con nuestro trabajo.

Nuestra intención es poder seguir avanzando en los proyectos de la fundación, consiguiendo una sustentabilidad de la misma que permita tener un equipo de trabajo constante y remunerado que nos permita seguir creciendo. Así nos sentimos satisfechas de los avances realizados teniendo en cuenta que aun somos una organización con un equipo reducido y sin apoyo financiero.

Ainara Aparici  
Rut: 24.287.216-9  
Presidenta & Directora Fundación Kumelén

## 2.2 Estructura de gobierno

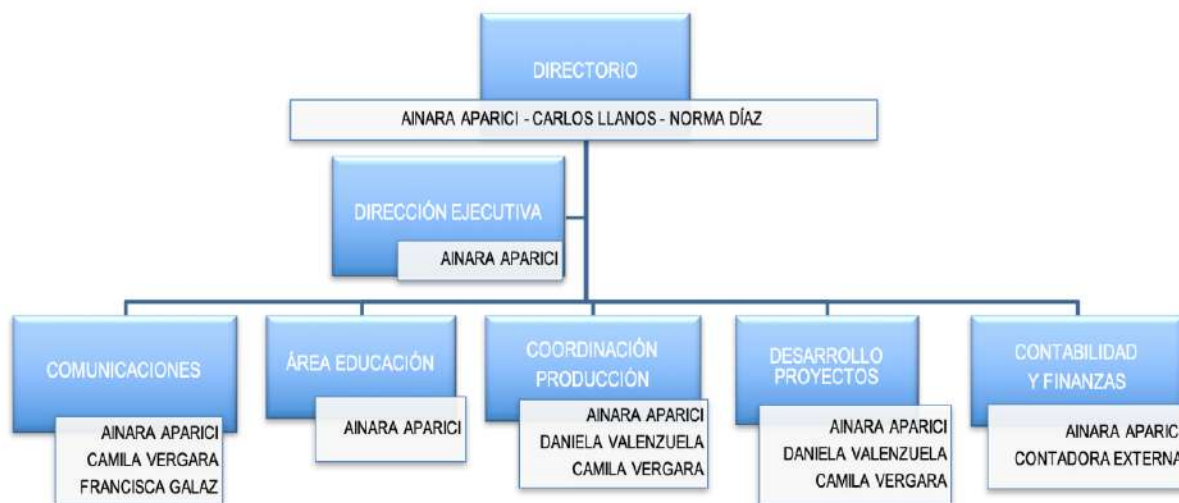
La Fundación es administrada por un Directorio que tiene a su cargo la dirección superior de la Fundación en conformidad con los estatutos. Éste está compuesto de un Presidente/a, un Secretario/a y un Tesorero/a. El Directorio durará 2 años. Los miembros del Directorio son designados por la socia fundadora, además de ser confirmados en sus cargos cada 2 años.

Durante el ejercicio se manifestó un distanciamiento de 2 miembros del directorio por razones personales. Esto hizo que en marzo de 2021, el socio fundador Carlos Llanos Díaz renunciara como Fundador y Tesorero, así como Norma Díaz Soto, en su calidad de Secretaria, lo que supuso que Ainara Aparici Ramírez quedara como única fundadora de la organización para todos los efectos oportunos, manteniéndose como Presidenta y Representante Legal y continuando con el trabajo que se ha venido llevando a cabo, con un nuevo directorio conformado por Susana Quiroz Saavedra, como Secretaria y Camila Vergara Torrico, como Tesorera.

DIRECTORIO 2020	
Nombre y RUN	Cargo
Ainara Aparici Ramírez 24.287.216-9	Presidenta
Norma Isabel Díaz Soto 7.317.025-7	Secretaria
Carlos Eduardo Llanos Díaz 15.936.000-8	Tesorero

DIRECTORIO 2021	
Nombre y RUN	Cargo
Ainara Aparici Ramírez 24.287.216-9	Presidenta
Susana Alejandra Quiroz Saavedra 13.830.394-2	Secretaria
Camila Alejandra Vergara Torrico 17.489.854-5	Tesorera

## 2.3 Estructura operacional



**Dirección Ejecutiva:** Dirige la fundación, diseña programas para su ejecución, gestiona los recursos económicos, propone postulaciones a fondos públicos y privados, actúa como jefe de personal.

**Comunicaciones:** Se encarga de las relaciones públicas de la Fundación, tanto en redes sociales como en medios, así como en la generación de alianzas y redes, realiza la documentación audiovisual de los programas de la fundación.

**Área Educación:** Desarrollar los lineamientos de acción para los programas que tengan un enfoque educativo y velar por la ejecución de éstos.

**Coordinación y Producción:** Realizan las labores de coordinación y producción necesarias para llevar a cabo los proyectos diseñados por el área de Educación y la Dirección Ejecutiva.

**Desarrollo de Proyectos:** Elaboración de planes de acción, búsqueda de financiamiento y estrategias de sostenibilidad de los proyectos.

**Contabilidad y Finanzas:** Se encargan de registrar y resumir las operaciones monetarias de la fundación.

En 2020, la Fundación Kumelén contó con un equipo conformado por la dirección general de la socia fundadora Ainara Aparici y la continuación de la contratación de los servicios part-time de la productora y gestora cultural, Camila Vergara, quien siguió apoyando en la búsqueda de financiamiento, la venta de funciones y cápsulas audiovisuales del proyecto “Pequeñas Sonrisas” y la realización de los materiales audiovisuales de promoción del mismo.

Además, en marzo de 2020, se contrató los servicios part-time de Francisca Galaz, para liderar el trabajo de redes sociales de la fundación y sus proyectos, planeado diferentes estrategias de impacto orgánico, investigando y redactando contenidos y gestionando el flujo de comunicaciones, para lograr una mayor visibilidad.

También se incorporó la productora audiovisual Daniela Valenzuela, quien comenzó como productora ejecutiva voluntaria de la serie Homo Nova, postulando fondos y produciendo 2 capítulos de la serie y luego, desde noviembre de 2020 fue incorporada, con contrato de honorarios, como productora general de la campaña de sensibilización sobre las familias de acogida “Acoger es”.

La fundadora ha continuado trabajando *ad honorem* en todos los proyectos durante el año 2020 para dar operatividad y continuidad a las iniciativas que la fundación desarrolla e impulsa. Junto a un equipo de voluntarios/as que se convocan por proyecto, es que es posible llevar a cabo todas las propuestas artísticas, culturales, educativas y comunicacionales, que la organización ejecuta.

La gira metropolitana de “Pequeñas Sonrisas”, fue suspendida por la crisis sanitaria, por lo que el productor externo con el que se trabajaba, ha dejado de participar en la fundación. De esta manera y dadas las diferentes situaciones sociales y personales que se dieron durante el 2020, el área de salud bucal que desarrollaba los lineamientos de acción para los programas que requerían intervención bucal del “Programa Pequeñas Sonrisas” han sido redireccionados, tomado una visión más integral de la salud de la sonrisa, incluyendo la promoción en salud dental preventiva, pero también en relación al bienestar físico, mental y emocional de los niños y niñas de Chile, que permita que puedan sonreír felices, dentro de las múltiples necesidades de autocuidado que esta pandemia nos ha impuesto.

Para las finanzas de la organización, la fundadora lleva el flujo de caja mensual y cuenta con los servicios de una contadora externa voluntaria, para la realización de los balances y declaración de renta.

Para el próximo año 2021, se pretende poder seguir desarrollando los proyectos con la incorporación de más voluntarios/as, mantener a las prestadoras de servicios, a pesar de la crisis económica que ha traído la pandemia, y seguir mejorando los sistemas de coordinación interna para el crecimiento de la organización y la expansión de su impacto positivo en la sociedad y los grupos más precarizados.

## 2.4 Valores y/o Principios

Kumelén es una palabra en mapudungun que significa "estar feliz" es por esto que, Fundación Kumelén busca fomentar espacios de desarrollo cultural y social que mejoren la calidad de vida de las personas, buscando la sonrisa como elemento de bienestar y felicidad integral a través del arte, la salud y la educación.

De esta manera, en Fundación Kumelén venimos desarrollando y poniendo en práctica la cultura de los cuidados en su amplio sentido para lograr una sociedad más feliz y participativa en los desafíos sociales y medio ambientales a los que nos enfrentamos. Es por esto que nuestros ejes principales de acción son la educación, la sensibilización y la inspiración positiva a través del arte y la comunicación en sus múltiples formas y lenguajes, de manera directa con intervenciones educativas y exhibiciones públicas, y diferida a través de contenidos audiovisuales positivos que permitan un alcance mayor desde las diferentes plataformas que hoy existen, porque creemos que es posible construir una sociedad más saludable y cooperativa desde un enfoque constructivo que inspire a la acción individual y colectiva como herramienta de transformación social.

Es por este motivo que nuestro trabajo se enfoca en los sectores más vulnerados y con la sociedad en general a través de un mensaje y acción positivos que genere un cambio de actitud hacia la vida y la relación con el mundo, co-creando con valores de solidaridad, ejemplo positivo y cooperación a partir del desarrollo de nuestros grandes valores de:

**Inclusión:** Creemos en un mundo plural donde las personas puedan desarrollar su máxima potencialidad a través de una vida saludable, así como a través de la creatividad personal y la solidaridad con los demás.

**Inspiración:** Creemos que es posible hacer un cambio, por lo que es fundamental mostrar a aquellos que ya lo están haciendo y que nos sirven de inspiración, para nuestra propia acción.

## 2.5 Principales actividades y proyectos

### a. Actividades

En Fundación Kumelén trabajamos en la generación de proyectos culturales y actividades educativas que planteen propuestas concretas de transformación social positiva, por esto:

- Generamos iniciativas comunicacionales, artísticas y educativas (campañas, obras de teatro, charlas, materiales educativos libres) que incluyan y apoyen a las personas más vulneradas. Porque creemos en un mundo plural donde las personas puedan desarrollar su máxima potencialidad a través de un cuerpo físico, mental y emocional sano, que permita darle espacio a la creatividad personal y la solidaridad con sus propias comunidades.
- Creamos contenidos audiovisuales (películas, series, cápsulas audiovisuales, videos educativos, cortometrajes) con historias inspiradoras que están cambiando el mundo. Porque creemos que es posible hacer un cambio, es fundamental darle voz y mostrar a aquellos/as que ya lo están haciendo y que nos sirven de inspiración para nuestra propia acción.

**b. Proyectos sujetos a rendición a terceros (públicos o privados)**

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	PROGRAMA PEQUEÑAS SONRISAS
<b>Patrocinador/financista</b>	Acogido a la Ley de Donaciones Culturales (aún sin donaciones efectivas)
<b>Público Objetivo / Usuarios</b>	Niños y niñas de 4 a 9 años. Madres, padres y educadores/as que nos siguen en rrss.
<b>Objetivos del proyecto</b>	Programa de promoción en salud oral, física y emocional para niños y niñas.
<b>Número de usuarios directos alcanzados</b>	4.000
<b>Actividades realizadas</b>	Funciones de la Obra “Muelas y Cepillos, una historia de amor” en colegios de Santiago y cápsulas audiovisuales educativas de libre acceso y difusión que se compartieron por redes sociales donde tenemos más de 4.000 seguidores.  También se realizaron cápsulas audiovisuales de las canciones la obra para el Teatro Familiar de la Universidad Católica de Chile, ya que teníamos programa una temporada en el teatro que quedó cancelada por la pandemia.
<b>Resultados obtenidos</b>	3 cápsulas educativas + 3 cápsulas musicales con más de 6.000 visualizaciones en nuestras redes sociales.
<b>Lugar geográfico de ejecución</b>	Región Metropolitana.
<b>¿Concluido al cierre del ejercicio?</b>	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> (marque con una X)

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	DOCUMENTAL “130 HERMANOS” + CAMPAÑA DE IMPACTO “ACOGER ES”
<b>Patrocinador/financista</b>	DOCUMENTAL: CORFO, Aportes de la Directora, Mimbre Films, Atomica Spa. CAMPAÑA: Aportes monetarios de fundaciones de la Red Acogida: Fundación DEM, San Carlos de Maipo, Opción, FADOP y María Acoge. Donaciones de personas naturales y una empresa. Aportes en trabajo <i>ad-honorem</i> de Fundación Kumelén, Pro Acogida y voluntariado externo.
<b>Público Objetivo / Usuarios</b>	Documental: Todo público.  Campaña: Familias y personas naturales interesadas en la protección de la infancia y adolescencia en situación de vulnerabilidad. Además esta campaña es un aporte para el propio Estado ya que hacemos el trabajo de sensibilización, información y localización de los programas para la captación de familias para puedan postular.
<b>Objetivos del proyecto</b>	Proyecto documental que habla sobre un tema contingente y de urgencia en todo el planeta: el abandono y vulneración de derechos de la niñez y adolescencia. Sin embargo, esta situación será expuesta desde una perspectiva constructiva, al mostrar la historia de una familia que ha decidido poner su tiempo y amor a criar a decenas de niños, niñas y adolescentes sin posibilidades de volver a su familia de origen o ser adoptados/as.  Campaña de impacto del documental, que busca informar y sensibilizar sobre la necesidad de sumar muchas familias de acogida al sistema de protección, para restituir el derecho fundamental de toda niña, niño y adolescente, de vivir en familia.

<b>Número de usuarios directos alcanzados</b>	Sin índices, trabajo en proceso.
<b>Actividades realizadas</b>	Postproducción del largometraje. Generación de alianza con la Red Acogida para la creación y difusión de la campaña de sensibilización asociada.
<b>Resultados obtenidos</b>	Sin índices, trabajo en proceso.
<b>Lugar geográfico de ejecución</b>	Documental: Chile, Costa Rica y México. Campaña: Santiago de Chile.
<b>¿Concluido al cierre del ejercicio?</b>	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> (marque con una X)

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	WEBSERIE HOMO NOVA + HOMO NOVA SCHOOL
<b>Patrocinador/financista</b>	Acogido a la Ley de Donaciones Culturales (aún sin donaciones efectivas)
<b>Público Objetivo / Usuarios</b>	Webserie: Público primario: Varones de entre 15 y 50 años con acceso a redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube y Twitter). Público secundario: público general con acceso a las mismas redes sociales.  Homo Nova School: Público online: Varones de entre 15 y 50 años con acceso a redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube y Twitter). Público offline: varones asistentes a talleres de reflexión sobre equidad de género, del mundo corporativo, institucional y jóvenes.
<b>Objetivos del proyecto</b>	"Homo Nova" es una webserie educativa sobre equidad de género y masculinidades positivas dirigida a un público masculino. Temas como las agresiones sexuales, los micromachismos, la irresponsabilidad sexual, el acoso callejero, las estructuras de poder, los conceptos básicos del feminismo o cómo el machismo también afecta a los hombres, serán tratados en una serie de piezas independientes de formato corto y libre acceso que llamen a la empatía y comprensión de esta problemática social, inspirando el buen trato y la justicia social.  Además "Homo Nova School" pone a disposición una colección de guías de autorreflexión y dinámicas grupales asociadas a cada capítulo para ser utilizadas libremente como material de educación no sexista. Y el próximo año comenzaremos a realizar talleres para empresas, instituciones públicas, educativas y jóvenes que permita la reflexión colectiva masculina, en torno a los temas tratados en cada uno de los capítulos.
<b>Número de usuarios directos alcanzados</b>	Los primeros 4 capítulos tuvieron al menos 50.000.000 de visualizaciones en redes sociales en Latinoamérica y Europa. Además de más de 100 apariciones en medios nacionales e internacionales.  Los conversatorios que se realizaron durante la pandemia en 2020 tienen número estimado de 2.000 participantes en total.
<b>Actividades realizadas</b>	Realización de 2 nuevos capítulos (ya bajo la producción de fundación Kumelén) con el apoyo de un equipo y elenco voluntario. Postulación a fondos públicos para terminar la primera temporada de la serie.

	Creacion de 2 guias de autorreflexión. Trabajo en la webserie oficial (aún sin finalizar) y fortalecimiento de las redes sociales a través de la recolección y difusión de materiales educativos relacionados. Realización de 2 ciclos de conversatorios virtuales (con 8 invitados/as) y participación en otros eventos virtuales como proyecto invitado.
<b>Resultados obtenidos</b>	50.000.000 visualizaciones de los 4 capítulos a la fecha. 10.000 Seguidores en rrss hasta la fecha.
<b>Lugar geográfico de ejecución</b>	Santiago de Chile.
<b>¿Concluido al cierre del ejercicio?</b>	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> (marque con una X)

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>CAMINOS</b>
<b>Patrocinador/financista</b>	CORFO Desarrollo + Aportes de la Directora + Crowdfunding Directora
<b>Público Objetivo / Usuarios</b>	Todo público.
<b>Objetivos del proyecto</b>	A través de una serie documental latinoamericana, de una plataforma transmedia y de diferentes exhibiciones y foros, pretendemos llegar al público latinoamericano para plantear otras realidades, ya que creemos que mostrando que hay múltiples maneras de vivir bien, se puede transformar la percepción de muchas de nuestras sociedades, permitiendo que tomen participación activa de su propia felicidad. "Caminos" se convierte así, en una ventana a otro mundo posible.
<b>Número de usuarios directos alcanzados</b>	Sin índices, trabajo en proceso.
<b>Actividades realizadas</b>	Asistencia a mercado y actividades y reuniones online de Doc Montevideo (gracias a un premio obtenido en Chiledoc Conecta 2019).
<b>Resultados obtenidos</b>	Sin índices, trabajo en proceso.
<b>Lugar geográfico de ejecución</b>	Chile, Argentina, Brasil, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Belice.
<b>¿Concluido al cierre del ejercicio?</b>	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> (marque con una X)

## 2.6 Identificación e involucramiento con Grupos de interés

<b>Grupo de interés</b>	<b>Forma de relacionamiento</b>
<b>Colegios Públicos y privados</b>	Con el programa "Pequeñas Sonrisas", realizar contactos con los colegios para hacer funciones, cápsulas educativas e intervenciones.
<b>Organizaciones de interés social</b>	Fundaciones de la Red Acogida siendo parte de esta red cuyo interés en aumentar y fortalecer las Familias de Acogida en Chile. Buscamos también poder generar más alianzas con otros organismos para potenciarnos mutuamente.
<b>Empresas privadas</b>	Aún tenemos pendiente un trabajo con el mundo empresarial que quieran potenciar su RSE desde los programas de la fundación, auspiciando las actividades a realizar. Durante este 2020 no se ha realizado. Solamente hubo una empresa que hizo un

	aporte al proyecto de “Acoger es”.
<b>Estudiantes o profesionales que quieran ser voluntarios</b>	Este año se hizo un trabajo de voluntariado potente para los proyectos que más energía se les puso “Acoger es” y “Homo Nova”. Nuestra intención es poder seguir sumando un voluntariado de mediano plazo que permita darle continuidad a los proyectos.

## 2.7 Prácticas relacionadas con la evaluación y medición de la satisfacción de los usuarios

Por el momento no tenemos sistemas de medición de evaluación de satisfacción.

## 2.8 Participación en redes y coordinación con otros actores

Durante el 2020, los vínculos generados para la gira metropolitana de proyecto “Pequeñas Sonrisas” quedaron en pausa de manera indefinida por la pandemia. Sin embargo, se hizo un trabajo muy profundo de alianzas para la campaña de impacto de “130 Hermanos” sobre las familias de acogida en Chile “Acoger es”.

Siendo la protección de la niñez y adolescencia en situación de vulnerabilidad una problemática muy grave, es que entramos a formar parte de la Red Acogida para llevar a cabo la campaña con las fundaciones expertas en las Familias de Acogida como Pro Acogida, Fundación DEM, FADOP o María Acoge, entre otras, buscando además apoyo en la difusión y alianzas con organizaciones en pro de los derechos humanos y la infancia y adolescencia, tales como: ACHNU (Asociación Chilena Pro Naciones Unidas), Fundación San Carlos de Maipo, Niños Primero, FundAmor, Fundación América Solidaria, Fundación Don Bosco, Corporación Crecer Mejor, Fundación San José para la adopción, Comisión de la infancia ACHM, Fundación +Unidos, Comunidad Organizaciones Solidarias, Fundación ideas para la infancia, Fundación Sentido, Corporación Opción, Theraplay, Fundación Abrazame, Formando Chile, Creciendo juntas, Defensoría de la Niñez, Fundación Huellas, Matrízica o Fundación para la Confianza, entre otros. Nuestra intención es seguir haciendo crecer esta coordinación con otras organizaciones, para sumar esfuerzos en la restitución del derecho a vivir en familia de niñas, niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad en Chile.

Con “Homo Nova” estamos trabajando en futuras alianzas de colaboración con organismos públicos y privados; para “130 Hermanos” se sumó a nuestra ya aliada Mimbres Films, la casa post-productora Atómica que nos ha apoyado en la finalización del documental y con “Caminos”, seguimos trabajando mano a mano con la casa productora Mimbres Films, participando en diferentes mercados e instancias internacionales que permitan conseguir apoyos para los proyectos.

## 2.9 Reclamos o Incidentes

No tuvimos reclamos o incidentes en la fundación durante el 2020, más allá del distanciamiento del cofundador y posterior renuncia en 2021 junto a la secretaria, por diversos motivos personales, como se explicó al inicio del informe.

Hasta la fecha, somos una organización pequeña que cuenta con un código ético que es firmado por todos/as los/as participantes de la organización, pero no contamos con un protocolo establecido de reclamos o incidentes.

## 2.10 Prácticas de gestión ambiental

Este 2020 sumamos un nuevo proyecto medioambiental fundamental ante la crisis climática y sanitaria que estamos viviendo y que pocas organizaciones están implementando en la difusión y en la práctica, y que tiene que ver con los hábitos alimenticios.

“Alimentación sólo Transformación Social” es un proyecto de charlas educativas gratuitas sobre el gran impacto que tiene sobre el medioambiente y el futuro de nuestro planeta, el consumo de animales y sus secreciones y cómo una alimentación basada en plantas podría solucionar la mitad de los problemas ecológicos que tenemos hoy como sociedad por el abuso de las zonas forestales, los mares y la contaminación y abuso del agua, la tierra y las emisiones de gases de efecto invernadero, entre otros, que genera la crianza y captura de animales para nuestro consumo.

Hemos realizado 1 charla presencial en el patio de Fundación Mustakis e IF Blanco y 3 virtuales con diferentes organizaciones interesadas, con especialistas en la temática. Además nos encontramos trabajando en una guía educativa para facilitar la transición a una alimentación sustentable, basada en plantas, y hacemos un trabajo constante en nuestras redes sociales de concientización sobre el impacto de nuestra alimentación, así como de otros hábitos de transporte, ocio y vestimenta, que podrían ser transformados positivamente para una mayor sustentabilidad.

## 3. Información de desempeño

### 3.1 Objetivos e indicadores de gestión

a. ¿Su organización cuenta con indicadores de desempeño definidos?

No, al ser aún una fundación joven, nos encontramos en proceso de definición.

### 3.2 Indicadores financieros

#### CUADRO DE INDICADORES FINANCIEROS

a. Ingresos Operacionales (en M\$)	2020	2019
- Con restricciones	7.425	0
- Sin restricciones	10.456	6.297
<b>TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>17.881</b>	<b>6.297</b>

b. Origen de los ingresos operacionales:		
$\frac{\text{Ingresos por ventas}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	12,64%	36,48%
$\frac{\text{Ingresos por proyectos}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	41,52%	0%

$\frac{\text{Ingresos por cuota socios}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	4,95%	7,86%
$\frac{\text{Ingresos por donaciones}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	0%	0%
$\frac{\text{Ingresos por aportes de la Fundadora}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	38,47%	55,66%
$\frac{\text{Ingresos provenientes del extranjero}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	2,42%	0%

**c. Otros indicadores relevantes:**

$\frac{\text{Donaciones acogidas a beneficio tributario(i)}}{\text{Total de ingresos operacionales}} \times 100$	0%	0%
$\frac{\text{Gastos de dirección y administración(ii)}}{\text{Total costos operacionales}} \times 100$	100%	100%
$\frac{\text{Remuneración principales ejecutivos(iii)}}{\text{Total remuneraciones}} \times 100$	0%	0%

i – Todas aquellas por las que se haya emitido un certificado de donación.

ii – Excluye remuneraciones. Corresponde a la cuenta con el mismo nombre, incluida en el estado de actividades.

iii – Debe coincidir con lo informado en la correspondiente nota explicativa a los estados financieros.

## 4. Balance Tributario o Cuadro de Ingresos y Gastos

65.126.979-2 - FUNDACION KUMELÉN  
Racoleta #1169, Racoleta, Santiago  
Representante Legal  
24.287.216-0, Alvaro Aparici Ramírez

Página 1 de 1

### BALANCE DE 8 COLUMNAS AL 1 DE DICIEMBRE 2020

CUENTA	DEBE	HABER	SALDO DEUDOR	SALDO ACREEDOR	ACTIVO	PASIVO	GASTOS	INGRESOS
CAJA	9.267.146	9.093.205	173.941	-	173.941	-	-	-
BANCO	12.343.821	5.312.037	7.031.784	-	7.031.784	-	-	-
IVA CF	436.265	436.265	-	-	-	-	-	-
MUEBLES Y EQUIPOS	1.025.835	-	1.025.835	-	1.025.835	-	-	-
DEPRECIACION ACUMULADA	-	876.105	-	876.105	-	876.105	-	-
PROVEEDORES	-	-	-	-	-	-	-	-
HONORARIOS POR PAGAR	-	3.885.000	-	3.885.000	-	3.885.000	-	-
RETENCION	-	-	-	-	-	-	-	-
DEPOSITO POR IDENTIFICAR	-	146.250	-	146.250	-	146.250	-	-
CUENTA DEL FUNDADOR	2.962.487	13.841.197	-	10.878.710	-	10.878.710	-	-
CAPITAL	-	1.000.000	-	1.000.000	-	1.000.000	-	-
REVALORIZACION DE CAPITAL	-	98.341	-	98.341	-	98.341	-	-
PERDIDA ACUMULADA	2.443.483	-	2.443.483	-	2.443.483	-	-	-
CUOTAS SOCIALES	-	885.000	-	885.000	-	-	-	885.000
DONACIONES	-	432.624	-	432.624	-	-	-	432.624
PROYECTO ACOGER ES	-	7.425.000	-	7.425.000	-	-	-	7.425.000
VENTAS	-	2.260.000	-	2.260.000	-	-	-	2.260.000
COSTO DE VENTAS	3.335.045	-	3.335.045	-	-	-	3.335.045	-
HONORARIOS	6.977.045	3.335.045	3.642.000	-	-	-	3.642.000	-
HONORARIOS ACOGER ES	3.390.000	-	3.390.000	-	-	-	3.390.000	-
HONORARIOS DEVENGADOS ACOGER ES	3.635.000	-	3.635.000	-	-	-	3.635.000	-
HONORARIOS DEVENGADOS	250.000	-	250.000	-	-	-	250.000	-
GASTOS PRODUCCION	54.390	-	54.390	-	-	-	54.390	-
GASTOS PRODUCCION ACOGER ES	286.000	-	286.000	-	-	-	286.000	-
IMPRESOS	-	-	-	-	-	-	-	-
DOMINIOS	334.402	-	334.402	-	-	-	334.402	-
DOMINIOS ACOGER ES	106.914	-	106.914	-	-	-	106.914	-
GASTOS DEL GIRO	61.621	-	61.621	-	-	-	61.621	-
GASTOS DEL GIRO KUMELÉN	-	-	-	-	-	-	-	-
EQU. Y ACC. AUDIOVISUALES	99.990	-	99.990	-	-	-	99.990	-
EQU. Y ACC. AUDIOVISUALES ACOGER ES	189.980	-	189.980	-	-	-	189.980	-
ARRIENDO OFICINA	213.706	-	213.706	-	-	-	213.706	-
COLACIONES - ACOGER ES	220.810	-	220.810	-	-	-	220.810	-
MOVILIZACION Y ESTACIONAMIENTO	44.740	-	44.740	-	-	-	44.740	-
MOVILIZACION Y ESTACIONAMIENTO ACOGER ES	334.193	-	334.193	-	-	-	334.193	-
GASTOS DE TELEFONIA ACOGER ES	15.800	-	15.800	-	-	-	15.800	-
PUBLICIDAD Y MARKETING	48.471	-	48.471	-	-	-	48.471	-
GASTOS BANCARIOS	25.241	-	25.241	-	-	-	25.241	-
GASTOS NOTARIALES	40.000	-	40.000	-	-	-	40.000	-
IVA NO RECUPERABLE	506.204	-	506.204	-	-	-	506.204	-
CORRECCION MONETARIA	42.390	26.969	15.421	-	-	-	15.421	-
DEPRECIACION	362.060	-	362.060	-	-	-	362.060	-
SUMAS	49.053.038	49.053.038	27.887.030	27.887.030	10.675.043	16.884.406	17.211.987	11.002.624
RESULTADO	-	-	-	-	6.209.363	-	-	6.209.363
SUMAS TOTALES	49.053.038	49.053.038	27.887.030	27.887.030	16.884.406	16.884.406	17.211.987	17.211.987

## Notas Explicativas a los Estados Financieros (Información de contexto analítica)

### 1. Información General

En 2016 se formó la Fundación Kumelén, motivada por las inquietudes sociales similares de los fundadores. La fundación se fundó con un patrimonio de \$ 1.000.000.- de pesos chilenos, monto facilitado por los propios fundadores. Durante el 2017, se realizó la adquisición de diferentes materiales, equipos, costos de mantención y administración y elementos de difusión, por lo que los fundadores pusieron \$ 1.500.000.- de pesos chilenos para hacer frente a estos costos. Durante ese año, la fundación no contó con ingresos, por lo que no hubo ningún trabajador remunerado. Sólo se trabajó de forma voluntaria, por ende, no hay egresos atribuibles a sueldos.

A partir de abril de 2018, los fundadores pusieron recursos para contratar los servicios de una productora a honorarios que pudiese apoyar durante algunas horas semanales en las tareas de búsqueda de recursos y gestión del proyecto "Pequeñas Sonrisas", también se hicieron algunas compras de equipos, materiales de oficina y difusión. También se realizó la primera venta y entrada de

recursos a la organización, sin embargo, la mayoría de los costos fueron asumidos por los fundadores, como impulso para la organización.

En 2019, la fundación realizó varias ventas de la obra de teatro del programa “Pequeñas Sonrisas” por un total de \$ 2.297.333.- y recibió \$ 495.000.- pesos en donaciones de los 10 socios que se sumaron en ese periodo, poniendo los fundadores \$ 3.505.000.- para cubrir los gastos de la fundación. Con esta entrada de recursos, se pudieron costear los servicios de la productora porque los ingresos por la obra se siguieron invirtiendo en los costos de la misma fundación y la Directora Ejecutiva siguió trabajando de manera voluntaria, sin sueldo, durante ese periodo.

Durante el 2020 y con la situación que generó la pandemia a partir de marzo, las ventas por la obra de teatro (y posteriores cápsulas audiovisuales, dadas las circunstancias) sólo suman un total de \$ 2.260.000.-, con un costo de ventas de \$ 3.488.522.- monto que corresponde al 50% del total de los honorarios pagados por Kumelén durante este año, viéndonos obligadas a pausar este proyecto. Así se le pone foco a terminar el documental “130 Hermanos” y crear y lanzar su campaña de impacto “Acoger es”.

Así, los gastos operativos pagados por Kumelén, asociados a su funcionamiento y administración, como lo son: honorarios de producción del proyecto “Pequeñas Sonrisas”, honorarios de *Community Manager* de Kumelén, gastos de producción, equipos audiovisuales, gastos de marketing, entre otros, ascendieron a \$ 8.783.290.- de los cuales \$ 6.523.290.- fueron financiados por la socia fundadora, mientras que el saldo, fue cubierto con los ingresos percibidos por ventas.

Los gastos cubiertos por la fundadora durante este periodo y que corresponden a pagos realizados por ella desde su cuenta personal, fueron sumados a la “cuenta del fundador” y su saldo a diciembre es de \$ 10.878.710.-

Para la campaña “Acoger es”, Kumelén y su Directora, Ainara Aparici, aportaron *ad honorem* todo el trabajo de creación, realización de cápsulas audiovisuales y material de difusión, gestión de la campaña y administración interna de la fundación en relación al proyecto. Y diferentes fundaciones y privados realizaron aportes para poder costear salarios simbólicos de terceros y gastos de la propia campaña. Esto significa que, los \$ 7.425.000.- que ingresaron en la fundación en 2020 para el proyecto de “Acoger es”, fueron usados al 100% para el pago de honorarios simbólicos y costos del proyecto.

Así en octubre, se comenzaron a registrar las primeras operaciones asociadas al proyecto “Acoger es”, el cual se concluye en abril 2021, por tal proyecto durante el 2020 Kumelén percibe ingresos por \$ 7.425.000.- de un total de \$ 14.135.000.-. La diferencia se percibe entre enero y marzo de 2021. Los gastos pagados por este proyecto en 2020 ascendieron a \$ 4.543.697.- mientras que los gastos devengados principalmente vinculados a honorarios profesionales fueron de \$ 3.635.000.- y que fueron pagados a inicios de 2021.

En relación a las donaciones, durante el 2020 la fundación recibe \$ 885.000.- por concepto de cuotas de parte de sus socios y \$ 432.624.- correspondiente a una donación de “Eh!”, un medio de comunicación iberoamericano con base en España para apoyar el proyecto “Homo Nova”.

El saldo del activo fijo a diciembre es de \$ 149.730.- correspondiente al dron comprado en octubre de 2017 y su vida útil al final del periodo es de 22 meses. El gasto por concepto de depreciación de este año fue de \$ 362.060.-

La fundación no es contribuyente de IVA, por lo que el saldo por \$ 436.265.- acumulado a diciembre 2019, fue reclasificado como gasto en 2020 en la cuenta “IVA no recuperable”.

Al final del periodo se determina una pérdida del ejercicio por \$ 6.209.363.- lo que nos indica que Kumelén aún no logra cubrir sus gastos operaciones con los ingresos y donaciones percibidas y, por lo tanto, debe ser todavía financiada permanentemente por su fundadora.

## **2. Criterios Contables Aplicados**

a. Período Contable. Los presentes estados financieros se encuentran referidos al período de doce meses comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020.

b. Bases de preparación. Los estados financieros han sido preparados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados en Chile.

c. Criterio de reconocimiento de ingresos. Los ingresos se reconocen sobre la base de lo devengado, al momento de establecerse compromisos contractuales o formales por donaciones o subvenciones, y por el perfeccionamiento de las ventas de bienes o servicios.

d. Activo Fijo. Los bienes del activo fijo se registran a su valor de adquisición y/o construcción. La depreciación es determinada en base al método lineal considerando la vida útil asignada según tabla publicada por el SII según Resolución nº 43, del 26-12-2002. Sección A, activos genéricos nº 29, esto es, Material de Audio y video: 5 años.

d.- El costo de venta corresponde al 50% del total de los honorarios profesionales pagados por Kumelén.

e.- Los gastos e ingresos asociados al proyecto "Acoger es" fueron separados de los gastos operacionales generales de la fundación.

## 5. Manifestación de responsabilidad de la Dirección

Los abajo firmantes se declaran responsables respecto de la integridad y veracidad de la información incorporada en el presente informe anual, referido al 31 de diciembre de 2020:

Nombre	Cargo	RUN	Firma
Ainara Aparici	Presidenta	24.287.216-9	_____

(Esta manifestación debe ser suscrita necesariamente por el Presidente del Directorio, sin perjuicio que concurran a ella los demás directores, el ejecutivo máximo, el responsable por las materias financieras o el contador. En la eventualidad de que, por razón fundada, el máximo representante no esté en condiciones de hacerlo, debe dejarse constancia expresa de esta circunstancia).

En caso de no constar firmas rubricadas en este documento electrónico por favor marque la siguiente casilla:

Las firmas constan en documento original entregado al Ministerio de Justicia

Fecha: \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021



# CERTIFICADO FECU SOCIAL

COMUNIDAD DE ORGANIZACIONES SOLIDARIAS  
RECONOCE A:

*Por el trabajo realizado en su FECU Social 2021, rindiendo su memoria y balance 2020 en formato estandarizado para organizaciones sin fines de lucro.  
A través de la transparencia fortalecemos la confianza, la gestión y el espíritu de ser comunidad.*

**HANS ROSENKRANZ**  
DIRECTOR EJECUTIVO  
COMUNIDAD DE ORGANIZACIONES SOLIDARIAS