

INFORME DE GESTIÓN 2020

AlbertoLineroGo BIC SAS

Señores Asamblea General

Ciudad

Introducción

Dando cumplimiento a los estatutos de la sociedad y de conformidad con las normas legales vigentes (los artículos 46 y 47 de la Ley 222 de 1995 y la Ley 603 de 2000), presento a la Asamblea General de Accionistas el Informe de Gestión en donde se describen las actividades más relevantes ejecutadas durante el año 2020.

La sociedad se constituyó como BIC, el 19 de febrero de 2019, fecha en la que no se había proferido el Decreto 2046 de 2019 que contiene las dimensiones de las actividades BIC.

Como consecuencia de lo anterior, la compañía no conocía las dimensiones de las actividades BIC y, por consiguiente, la Sociedad corrige la información reportada, esto es determinar las actividades BIC por cada una de las dimensiones.

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

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

Por el año 2021, el sector de la sociedad tendrá como centro las siguientes actividades: 1) la realización del negocio de generación de contenido audiovisual para transformar vidas, mediante la difusión de la cultura a todos los niveles de la sociedad. 2) organización, promoción y/o gestión de convenciones, conferencias, reuniones donde se encuentren incluidas o no la gestión de esas instalaciones y la dotación de personal para su funcionamiento 3) actividades de distribución de películas cinematográficas, videos programas, anuncios y comerciales de

televisión. 4) la realización del negocio editorial con carácter general y en especial la edición, producción, distribución y venta de toda clase de publicaciones tales como libros, folletos, impresos, gráficos, mapas y cualesquiera otras. la compra y venta de libros, revistas, folletos, impresos y/o virtuales, discursos, alocuciones y cualesquiera otras obras de la misma naturaleza. 5) la realización de investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y humanidades.

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

- a) Favorecer los intereses y beneficios tanto de corto como de largo plazo de la Sociedad.
- b) La debida consideración que los directores, gerentes, apoderados y trabajadores deben darle a aquellas materias que consideren importantes para la Sociedad, incluyendo sin limitación: 1) los intereses y beneficios indicados en el párrafo anterior; 2) los efectos sociales, económicos, legales y de otra índole que tenga cualquier acción respecto del accionista, trabajadores, proveedores y demás personas y organizaciones a quienes la actividad de la Sociedad afecte directamente y de algún modo significativo; y 3) las áreas del medioambiente y la economía directamente afectadas por la actividad de la Sociedad, sea en el ámbito local, regional, nacional o internacional.

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

ANÁLISIS DE RESULTADOS 2020

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

El trabajo de educación experiencial es el que nos permite interiorizar y poner en práctica las reflexiones que generan un contenido; por eso hoy con un grupo de facilitadores que nos acompañan desarrollamos talleres y actividades que permitan cambiar las didácticas de la enseñanza de habilidades sociales y personales.

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

¿Que nos quedó? Revolucionar la forma en la que satisfacemos nuestra necesidad fundamental del ocio, encontrar vías para invertir nuestro tiempo de entretenimiento. Y la mejor manera es en internet, ya sea desde un computador, el televisor o incluso desde el celular hemos entrado en la onda de los cursos en casa, que además de formar, entretienen, con tal variedad que pareciera que hay uno para cada gusto.

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

Los hay dictados por entidades universitarias reconocidas hasta los dictados por barberos de barrio que buscan mantenerse en contacto con sus clientes; Los hay pagos, pero hay muchas posibilidades gratuitas, Google ofrece sin costo cursos de comercio electrónico, marketing digital, desarrollo web y ciberseguridad. Más de 1200 alumnos se inscribieron en el curso: “Psicología y Buena Vida” convirtiéndose en la clase más popular que ha tenido la Universidad

de Yale a lo largo de su historia. También tenemos experiencias como las de Massimo Bottura, uno de los mejores cocineros de Italia, que aprovecha la cuarentena para dar clases vía Instagram.

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

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

En este contexto AlbertoLineroGo mudó su modelo de negocios del 100% de actividades presenciales al fortalecimiento de su oferta digital, que se evidenció en tan sólo 3 actividades presenciales (la conferencia abierta al público Mi Vida de Otra Manera en Montería y Sincelejo, la charla corporativa para Van Camps y la presentación en Bogotá durante el Happy Fest). Todas antes de la primera semana de marzo de 2020 V.S. La realización de un curso virtual a través de AlbertoLineroGo.com

Charlas corporativas (24)

Participantes de 4 cursos virtuales (839)

Participantes en una mega charla virtual (1887)

Libros físicos vendidos (305)

Libros virtuales vendidos (264)

Métricas globales de generación de contenido gratuito para la comunidad:

Youtube: Países: Colombia, USA, México, Venezuela, Ecuador. Genero: Femenino 80%-Masculino 20%. Tiempo de vista en videos 10 min. Vistas al canal 22.120.807 views. Edad: 18-24: 5,5%; 25-34:11,1%; 35-44: 15,4%; 45-54: 24,2%; 55-64: 25%; +65: 18%.

Temas claves: Lifestyle, espiritualidad, actualidad.

Facebook: Países: Colombia, USA, México, Venezuela, Ecuador. Género: Femenino 80%-Masculino 20%. Tiempo de vista en videos 2 min. Seguidores: +1M.Edad: 13-17: 0,353%; 18-24: 8%; 25-34:31%; 35-44:30%; 45-54: 16%; 55-64: 8%; +65: 3,767%.

Tópicos: Post, lifestyle, espiritualidad, actualidad.

Instagram: Países: Colombia, USA, México, Venezuela, Panamá. Género: Femenino 80%-Masculino 20%. Seguidores: 1M. Edad: 13-17: 1%; 18-24: 12%; 25-34:38%; 35-44:29,2%; 45-54: 13%; 55-64: 5%; +65: 2%.

Tópicos: Post, lifestyle, espiritualidad, actualidad.

Twitter: Países: Colombia, USA, México, Venezuela, Ecuador. Género: Femenino 33%-Masculino 67%. Seguidores: +3MEdad: 13-17: 1%; 18-24: 12%; 25-34:38%; 35-44:29,2%; 45-54: 13%; 55-64: 5%; +65: 2%.

Tópicos: Tweets lifestyle, espiritualidad, actualidad.

En el 2021 el compromiso de AlbertoLineroGo es reforzar las actividades a todo nivel para el crecimiento del beneficio de interés colectivo BIC.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'María Alcira Matallana Batista', is written over a light grey circular graphic element.

María Alcira Matallana Batista

Representante Legal

W: nadiemos@albertolinero.com T: +57 5192462 D: Carrera 12A # 77A – 03. Bogotá, Colombia

