

TRANSFORMANDO

LA FILANTROPÍA

REPORTE
ANUAL
2025

15

AÑOS

FAMILIA, EMPRESA
& SOCIEDAD

08 EDICIÓN

 FI Lantrópica

CRÉDITOS

info@filantropico.co

www.filantropico.co

(+57) 317.647.2826

ARTÍCULOS Y TEXTOS:

Mariana Castro Domínguez

CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA:

Camila Navas Röthlisberger

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

Maquinados

FOTOGRAFÍAS:

Poderosas

Juan Manuel Vargas - Fundación Juanfe

JUNTA DIRECTIVA:

Felipe Medina – Presidente

Alejandra Botero

Carolina Gómez

Andrés Maldonado

Roberto Navas

AGRADECIMIENTOS:

Felipe Medina

Angela Maria Tafur

Alberto Carrizosa

Valentina Agudelo

Mariana Sanz de Santamaría

Carlos Serrano

Roberto Navas

Enrique Harker

Maria Elvira Tamayo

Catalina Herrera

Manuela Jiménez

FILANTRÓPICO:

Mariana Castro Domínguez

Directora ejecutiva

A través de nuestro trabajo queremos seguir consolidando nuestra comunidad de filántropos estratégicos y facilitar la colaboración y el intercambio de mejores prácticas y lecciones aprendidas que incrementen el volumen de la filantropía inteligente en Colombia.

Lo invitamos a formar parte de Filantrópico articulando su compromiso y sumándose para incrementar el bienestar de nuestro país.

06

CARTA A LOS
LECTORES

DE ACUMULAR A IMPACTAR:
REFLEXIONES SOBRE LA
CULTURA FILANTRÓPICA
EN COLOMBIA

Felipe Medina
Presidente y fundador
de [Filantrópico](#)

12

INTRODUCCIÓN

TRANSFORMANDO
LA FILANTROPÍA: QUINCE
AÑOS TEJIENDO PUENTES
Y CONSTRUYENDO LEGADO

Mariana Castro Domínguez
Directora ejecutiva
de [Filantrópico](#)

ÍNDICE

REVISTA
TRANSFORMANDO
LA FILANTROPÍA
2025

19

HISTORIAS
DE FILANTROPÍA

CONSTRUIR LEGADO
CON PROPÓSITO

20 | Angela Maria Tafur
Presidenta y cofundadora
de [Give to Colombia](#)

15 AÑOS IMPULSANDO EMPRESAS
ASOCIATIVAS EN COLOMBIA.
HISTORIA Y REFLEXIONES
DE IC FUNDACIÓN

24 | Alberto Carrizosa
Presidente de [iC Fundación](#)

CUANDO LA SALUD NO LLEGA
A TIEMPO: TRANSFORMAR
EL ACCESO SALVA VIDAS

30 | Valentina Agudelo
CEO de [Salva Health](#)

UNA EDUCACIÓN PODEROSA

36 | Mariana Sanz de Santamaría
Fundadora y directora
de [Poderosas](#)

SER HUMANO NO ES
LO MISMO QUE TENER
HUMANIDAD

40 | Carlos Andrés Serrano
Fundador de Publicom
Casa Creativa BIC

47

ARTÍCULOS
DE INVERSIÓN SOCIAL

¿EN QUÉ PISO ESTAMOS?
UNA NUEVA MIRADA A LAS
FUNDACIONES DE SEGUNDO PISO

46 | Roberto Navas
Miembro de junta de [Filantrópico](#)

FAMILIAS EMPRESARIAS:
EL LEGADO QUE CONSTRUYE UN PAÍS

52 | Enrique Harker Vargas
Director ejecutivo de
[Family Business Network Colombia](#)

HACER EL BIEN
MIENTRAS NOS VA BIEN ...
¿QUIÉN NO QUISIERA ESO?

55 | María Elvira Tamayo
Gerente general de [Impacto Colombia](#)

DEL CONOCIMIENTO A LA ACCIÓN:
IA PARA ESCALAR EL IMPACTO

60 | Catalina Herrera
Directora de Conocimiento
de [Latimpacto](#)

FINANCIANDO SOLUCIONES
BASADAS EN LA NATURALEZA:
EL PAPEL DE LA FILANTROPÍA

65 | Manuela Jiménez
Coordinadora de Conocimiento
de [Latimpacto](#)

74

INFORME DE
GESTIÓN 2025

Mariana Castro Domínguez
Directora ejecutiva
de [Filantrópico](#)

CARTA A LOS LECTORES

DE ACUMULAR A IMPACTAR: REFLEXIONES SOBRE LA CULTURA FILANTRÓPICA EN COLOMBIA

FELIPE MEDINA
PRESIDENTE Y FUNDADOR
DE [FILANTRÓPICO](#)

QUERIDA COMUNIDAD DE FILÁNTROPOS Y FAMILIAS EMPRESARIAS,
Durante los últimos veinticinco años me he dedicado a estudiar cómo se ha formado la cultura filantrópica en Estados Unidos y a compararla con los orígenes de la filantropía en Colombia y América Latina. En Estados Unidos,

las donaciones filantrópicas representan cerca del 2% del PIB. En Colombia no existen cifras oficiales, pero es evidente que la proporción es apenas una fracción de la estadounidense. La historia de la filantropía estadounidense está profundamente ligada al espíritu de sus primeros colonos.

Los Pilgrims llegaron en busca de libertad y justicia, y construyeron una sociedad basada en la cooperación y la ayuda mutua. Compartían recursos, trabajaban juntos para sobrevivir y prosperar, y ese espíritu solidario sentó las bases de una cultura de comunidad y filantropía que perdura hasta hoy.

En Colombia, en cambio, aún enfrentamos varios obstáculos para fortalecer una verdadera cultura filantrópica. Uno de los más mencionados es la falta de incentivos fiscales. Y es cierto: en Estados Unidos existen muchas más ventajas tributarias. Sin embargo, mi experiencia demuestra que este argumento suele ser una excusa. Cuando se propone donar el valor neto, descontando lo que habría sido el beneficio fiscal, muchas personas que sostienen ese argumento se retractan.

Otro obstáculo importante es la desconfianza. Muchos donantes prefieren crear sus propias fundaciones operativas en lugar de apoyar organizaciones ya existentes. Como resultado, en el país hay muy pocas fundaciones de segundo piso. En este sentido, siempre me gusta resaltar el ejemplo de Warren Buffett, quien decidió no crear su propia organización, sino apoyar a la Fundación Gates, reconociendo su experiencia y capacidad. Es una clara muestra de cómo dejar el ego a un lado puede potenciar el impacto colectivo.

El obstáculo más profundo, sin embargo, está enraizado en nuestra historia. El legado colonial español instauró una cultura de tipo feudal, en la que

prevalece la idea de que el dinero pertenece a los hijos. Esta visión dificulta la noción de legado social. Por eso resulta tan inspirador el ejemplo de David Vélez, uno de los dos latinoamericanos que han firmado el [Giving Pledge](#). Su compromiso representa una nueva mentalidad: la de entender que el éxito económico puede, y debe, traducirse en impacto social.

Les comparto a continuación su [carta](#), en la que explica su filosofía de vida.

Aun así, Colombia posee un ecosistema social sorprendentemente vibrante en comparación con otros países de la región. Ya en el siglo XIX surgieron sociedades comunitarias como la Sociedad de San Vicente de Paúl, y a comienzos del siglo pasado aparecieron legados filantrópicos como los de

Zoraida Cadavid de Sierra y José Joaquín Vargas, cuya hacienda El Salitre dio origen a parques, colegios y hospitales públicos. Estos aportes ayudaron a sembrar una tradición de servicio que aún deja huella.

He identificado al menos media docena de fundaciones familiares con más de cincuenta años de historia, algo poco común en América Latina. Entre las historias que vale la pena destacar está la de Alejandro Ángel Escobar, quien en 1949 decidió destinar una parte significativa de su fortuna a la creación de un legado filantrópico. Inspirado por su visita a Suecia, quiso establecer en Colombia un equivalente del Premio Nobel. Hoy, la [Fundación Alejandro Ángel Escobar](#) celebra más de setenta años de operaciones continuas.



Fotografía - Juan Manuel Vargas - Fundación Juanfe

Otro caso ejemplar es el de la familia Carvajal. En 1961, Manuel Carvajal motivó a su familia a donar un porcentaje de las acciones de la empresa a un vehículo de inversión social. Actualmente, la Fundación es dueña del 23,5% de la compañía. Su visión dejó una enseñanza profunda:

“NO PUEDE HABER UNA EMPRESA SANA EN UN MEDIO SOCIAL
ENFERMO, PORQUE TARDE O TEMPRANO LOS MALES DE LA SOCIEDAD
REPERCUTEN EN SU DESEMPEÑO. POR ESO, EL EMPRESARIO
RESPONSABLE DEBE NECESARIAMENTE COMPROMETERSE
EN LA SOLUCIÓN DE LOS PROBLEMAS SOCIALES”.

*

De igual forma, en 1957, en medio del rápido y desordenado crecimiento de Medellín, cincuenta empresarios decidieron donar, cada uno, veinte mil pesos, aproximadamente ocho mil dólares de la época, para ayudar a familias sin vivienda. Así nació la [Fundación Fraternidad Medellín](#), que en 2027 celebrará setenta años de existencia.

Cuando acompañamos a familias que están estructurando su estrategia filantrópica, siempre nos gusta preguntar cómo formulan su presupuesto de donaciones. Algunas replican lo que hicieron el año anterior; otras responden según las necesidades o las oportunidades que surgen. Pero son pocas las que ajustan su presupuesto filantrópico de acuerdo con el crecimiento de su patrimonio. Esa diferencia explica por qué, en muchos

casos, el patrimonio familiar crece a un ritmo mucho más acelerado que la inversión social. La filantropía, idealmente, debería planificarse en términos relativos y no absolutos. Sería deseable e inspirador volver a prácticas como el diezmo, que muchas generaciones anteriores asumían con naturalidad como parte de su compromiso con la comunidad.

En general, las familias latinoamericanas suelen hacer sus donaciones de manera anual. En Estados Unidos, en cambio, muchas crean fondos permanentes (*endowments*) que les otorgan continuidad y solidez a sus inversiones sociales. Afortunadamente, en Colombia ya empezamos a ver familias que adoptan este modelo, estableciendo fondos que trascienden generaciones.

Ha llegado el momento de transicionar de la acumulación al impacto. La generosidad no solo transforma comunidades; también transforma a quien da. Diversos estudios demuestran que el acto de donar activa el sistema de recompensa del cerebro, liberando dopamina, el neurotransmisor del placer y la motivación, y generando lo que se conoce como el subidón del que ayuda. Además, incrementa los niveles de oxitocina, la hormona del amor, fortaleciendo los lazos sociales y el sentido de pertenencia. La generosidad reduce el cortisol, la hormona del estrés, y estimula la neuroplasticidad, fomentando la empatía y protegiendo la salud mental. En definitiva, dar no solo mejora la vida de otros: también la propia.



Felipe Medina
Presidente y fundador
de [Filantrópico](#).

INTRODUCCIÓN

TRANSFORMANDO

LA FILANTROPÍA:

QUINCE AÑOS

TEJIENDO PUENTES Y

CONSTRUYENDO LEGADO

MARIANA CASTRO
DIRECTORA EJECUTIVA
DE [FILANTRÓPICO](#)

Este año tiene un significado muy especial para nosotros: **FILANTRÓPICO** celebra quince años de vida. Quince años de aprendizajes, de caminar junto a familias empresarias, organizaciones sociales y aliados estratégicos; de sembrar ideas y cosechar transformaciones; de tender puentes donde antes había vacíos.

Cuando nació **FILANTRÓPICO**, en 2010, la filantropía familiar en Colombia era todavía un terreno poco estructurado, marcado, en muchos casos por gestos generosos pero dispersos, con impactos valiosos aunque difíciles de sostener en el tiempo. A lo largo de estos quince años, hemos sido testigos y partícipes de una transformación profunda. Las familias empresarias no sólo han fortalecido sus estrategias de inversión social, sino que también han comenzado a reconocerse como actores fundamentales en la construcción de país, con la capacidad única de combinar recursos, visión de largo plazo, valores y redes de colaboración.

El entorno en el que operamos ha cambiado radicalmente. Colombia ha transitado hacia la categoría de país de ingreso medio, y con ello, ha visto disminuir el flujo de cooperación internacional y la prioridad que representa en la agenda de donantes globales. Sin embargo, las brechas sociales persisten y en muchos casos se agudizan: desigualdades estructurales, desafíos en el acceso a la educación y salud, crisis migratoria, impactos ambientales y un Estado que no llega con la rapidez ni la profundidad que las comunidades requieren. En este escenario, la filantropía ha asumido un papel cada vez más estratégico. Ya no basta con “dar” desde la buena voluntad; hoy se trata de invertir con propósito, estrategia y visión de largo plazo. Y en ese proceso, la filantropía familiar se ha consolidado como un actor clave: no solo por los recursos financieros que moviliza, sino también por su capacidad de innovar, de mantenerse en el tiempo, de articular sectores y de inspirar a nuevas generaciones a involucrarse activamente en la transformación social.

Colombia cuenta actualmente con uno de los sectores sociales más organizados y dinámicos de América Latina. Fundaciones empresariales con décadas de trayectoria como Carvajal, Corona, Luker, Bolívar, Santo

Domingo, Davivienda o Fanalca han abierto camino. En paralelo, en los últimos años, la filantropía familiar ha ganado protagonismo: familias que, reconociendo su historia y su legado, han decidido ir más allá, estructurando su acción social con criterios de efectividad y sostenibilidad. Redes como Filantrópico, Family Business Network (FBN), AFE y Latimpacto han contribuido a fortalecer este ecosistema, creando espacios de aprendizaje compartido, visibilizando buenas prácticas y fomentando colaboraciones que hace una década parecían impensables.

Acompañar a tantas familias en este recorrido nos ha dejado profundos aprendizajes. Son lecciones que, más que teóricas, han sido vividas y comprobadas sobre el terreno, en conversaciones íntimas, en mesas familiares, en territorios y junto a nuestros aliados.

1. LA COLABORACIÓN ES IMPRESCINDIBLE

Ningún actor, ni el Estado, ni una empresa, ni una fundación, puede transformar por sí solo los desafíos estructurales que enfrentamos. La filantropía, por su flexibilidad, puede asumir riesgos que otros no, abrir caminos innovadores y luego escalar en alianza con el sector público o privado. Hemos visto cómo alianzas improbables se convierten en motores de cambio cuando existe claridad de propósito y confianza mutua.

2. LA ESTRATEGIA IMPORTA TANTO COMO EL MONTO

Durante años, se asoció el impacto con la cantidad de recursos invertidos. Hoy sabemos que no basta con invertir más: hay que invertir mejor. Las causas sociales son complejas y requieren foco, planeación rigurosa y capacidad de gestión. Cuanto más dispersos estén los esfuerzos, más difícil será generar cambios sostenibles.

3. LAS NUEVAS GENERACIONES ESTÁN TRANSFORMANDO LA FILANTROPÍA

Hijos, hijas, nietos y nietas de las familias empresarias están trayendo nuevas preguntas, nuevos lenguajes y nuevas formas de involucrarse. Quieren participar activamente, conocer las realidades de primera mano, cocrear con comunidades y explorar herramientas como la inversión de impacto, la innovación social o los emprendimientos híbridos. Su participación no sólo renueva la filantropía, sino que también fortalece la cohesión familiar y da continuidad al legado.

4. EL CONOCIMIENTO Y LAS CONEXIONES SON TAN VALIOSOS COMO EL CAPITAL

En muchos casos, un buen acompañamiento técnico, una alianza estratégica o un mentor adecuado transforma un proyecto social más que una donación puntual. Filantrópico ha sido testigo de cómo la transferencia de conocimiento, la asesoría experta y la creación de redes multiplican el impacto y evitan que cada organización tenga que “reinventar la rueda”.

5. DOCUMENTAR ES SEMBRAR FUTURO

El conocimiento no documentado se pierde. Las estrategias que dependen solo de personas individuales se desvanecen cuando estas ya no están. Por eso insistimos en la importancia de dejar por escrito visiones, procesos, aprendizajes y decisiones. Esto no solo fortalece a las organizaciones sociales, sino que también permite que las familias mantengan la claridad de su propósito a lo largo de generaciones.

Estas lecciones están profundamente ligadas a la idea de legado, un eje transversal en nuestro trabajo desde el primer día. Para muchas familias, la filantropía es el vehículo a través del cual se transmiten valores, principios y visiones de mundo a hijos y nietos. Es una manera tangible

de mantener viva la memoria de quienes iniciaron el camino familiar, de honrar sus trayectorias y proyectarlas hacia el futuro. Hablar de legado no es mirar al pasado con nostalgia: es construir hacia adelante con raíces firmes. Es preguntarse cómo queremos que nuestra historia familiar contribuya al país y qué huella colectiva queremos dejar.

Si tuviéramos que sintetizar nuestra labor en una imagen, sería la siguiente: Filantrópico ha sido, durante quince años, un puente. Un puente entre el capital y el impacto social; entre familias y comunidades; entre generaciones; entre visiones estratégicas y causas urgentes; entre el país que tenemos y el país que queremos construir. Hemos visto de cerca cómo la filantropía familiar puede convertirse en una fuerza transformadora cuando se combina con estrategia, apertura y colaboración. Hemos acompañado

a familias a convertir su historia en legado vivo, su generosidad en impacto sostenible y sus valores en acciones concretas que mejoran vidas.

Esta edición especial de Transformando la Filantropía no solo celebra un aniversario: marca un punto de partida hacia el futuro. Un futuro en el que la inversión social familiar sea más estratégica, más articulada y más ambiciosa. Un futuro donde más familias se sumen activamente a esta conversación y acción colectiva. Nuestro propósito sigue siendo el mismo: inspirar, movilizar y conectar a las familias para que hagan más y mejor inversión social; para que la filantropía sea un hilo conductor entre generaciones, un motor de innovación y un pilar en la construcción de una sociedad más justa y solidaria.

Gracias a todas las familias, aliados y organizaciones que han hecho parte de este camino. Lo que hemos construido juntos en estos quince años es solo el comienzo. El futuro de la filantropía en Colombia y América Latina se escribe en colectivo, con convicción, generosidad y estrategia.

mariana castro
Mariana Castro Domínguez
Directora de [Filantrópico](#).

Fotografía - Poderosas



I.

CONSTRUIR LEGADO
CON PROPÓSITO

II.

15 AÑOS IMPULSANDO
EMPRESAS ASOCIATIVAS
EN COLOMBIA. HISTORIA
Y REFLEXIONES DE
IC FUNDACIÓN

III.

CUANDO LA SALUD
NO LLEGA A TIEMPO:
TRANSFORMAR EL
ACCESO SALVA VIDAS

IV.

UNA EDUCACIÓN
PODEROSA

V.

SER HUMANO NO ES
LO MISMO QUE TENER
HUMANIDAD

HISTORIAS DE

FILANTROPÍA

|.

CONSTRUIR LEGADO CON PROPÓSITO

ANGELA MARIA TAFUR
PRESIDENTA Y COFUNDADORA
DE GIVE TO COLOMBIA

Mientras que en Estados Unidos y Europa el legado suele ser más institucional —a menudo enfocado en la reputación o en donaciones fiscalmente eficientes—, en América Latina el concepto de legado está profundamente ligado a la comunidad, la historia y la resiliencia. Aquí, se trata, sobre todo, de estar presentes y comprometidos con la sanación y la transformación de nuestras sociedades. En Colombia, la filantropía adquiere un matiz distinto: es profundamente personal, suele ser discreta y está arraigada en redes locales que nacen de una larga historia de desigualdad.

Como muchos en Estados Unidos, soy parte de la diáspora latinoamericana. Mi familia y yo llegamos allí en el año 2000, huyendo de bombardeos, intentos de secuestro y del asesinato de un miembro de la familia. A pesar de todo, queríamos mantenernos conectados con nuestras raíces.

Esa necesidad fue la que inspiró la creación de Give To Colombia: un intermediario de alto impacto que conecta a donantes internacionales con proyectos sociales en el país, beneficiando justamente a las poblaciones de las que huíamos: las personas desplazadas y desmovilizadas.

Al fundar Give To Colombia, buscamos transformar la amargura en acción y enseñar a nuestros hijos los valores de la compasión y la empatía. Para muchas familias —incluida la nuestra— no se trata solo de recursos o riqueza; se trata de reparar el tejido social y de crear oportunidades en las cuales los sistemas han fallado.

A través de esta plataforma, desarrollamos un enfoque a la medida para incorporar los valores y principios de las familias con las que trabajamos. Uno de los primeros casos fue una de la familia radicada en Texas: el padre había nacido y crecido en Colombia, pero tras estudiar en el exterior decidió quedarse en Estados Unidos, donde construyó una considerable fortuna. Cuando se acercó a nosotros, estaba listo para iniciar su camino filantrópico y dejar su legado.

Llegaron con su esposa y sus tres hijos, nacidos y criados en Estados Unidos, que apenas habían visitado Colombia un par de veces en su vida. La familia había creado un fondo asesorado por donantes y querían ver cómo esos recursos podrían destinarse a proyectos sociales en Colombia, pero necesitaban hacerlo a través de una organización 501(c)(3). Acudieron a nosotros no solo para usar nuestra estructura como intermediario, sino también para recibir orientación sobre dónde y cómo asignar sus fondos.

Los hijos tenían distintas edades e intereses. El mayor, de 22 años, quería proteger a los tiburones a lo largo de la costa del Pacífico; su hermana de 20, estaba interesada en promover el deporte como herramienta para empoderar a niñas vulnerables; y el menor, de 15, aún no tenía clara su causa. Por su parte, los padres querían apoyar a mujeres cabeza de familia

que eran víctimas indirectas de minas antipersonales. Finalmente, decidieron impulsar las tres iniciativas sociales.

El siguiente paso fue identificar las ONG adecuadas para ejecutar cada uno de los respectivos proyectos. En algunos casos encontramos organizaciones perfectas, que ya implementaban soluciones sostenibles, escalables y con liderazgo comunitario; en otros, tuvimos que fortalecer capacidades y brindar acompañamiento para dotarlas de las herramientas necesarias que les permitiera administrar los fondos de manera efectiva.

Con las ONG seleccionadas y los objetivos definidos, y a solicitud de la familia que quería ampliar el alcance de su contribución, buscamos recursos adicionales provenientes de otras familias, empresas e incluso del gobierno, que estaban dispuestos a cocrear, escalar y multiplicar el impacto alcanzado.

Una vez iniciada la ejecución de los proyectos, fuimos muy cuidadosos en monitorear su desarrollo y en compartir con la familia y los demás aliados los resultados programáticos, financieros y de impacto.

En resumen, Give To Colombia no solo canaliza recursos: diseña impacto a largo plazo, combinando visión estratégica, conocimiento local y colaboración entre sectores.

En los últimos años, hemos transformado nuestra manera de medir el impacto: ya no se trata solo de rastrear los dólares invertidos o el número de beneficiarios, sino de evaluar también el nivel de apropiación comunitaria de cada proyecto.

En 2014, con solo 200.000 dólares, gracias a una combinación de microfinanzas y filantropía, logramos llevar acceso a agua y saneamiento a un municipio rural de Colombia. En ese entonces, el edificio de servicios públicos era apenas simbólico y el agua llegaba por mangueras desde un

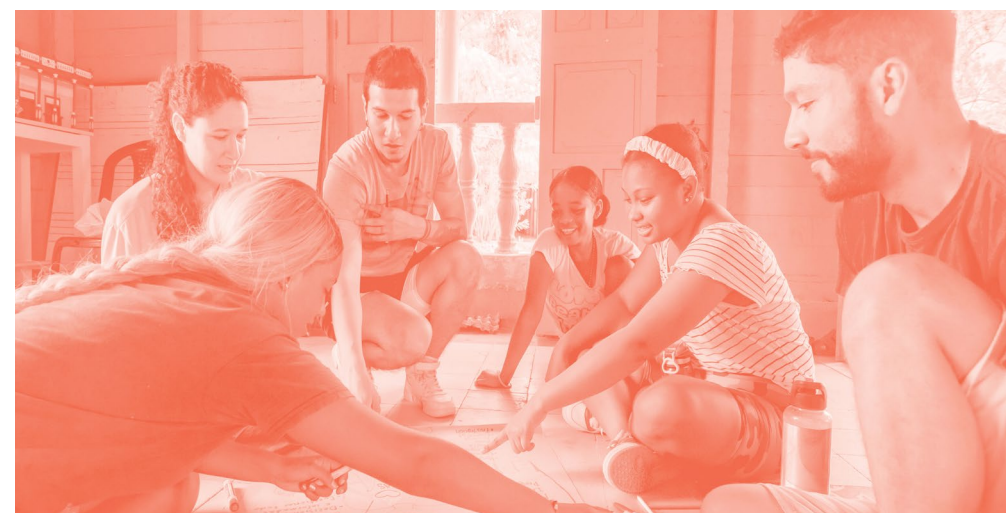
río cercano. Diez años después, el pueblo cuenta con un acueducto y un sistema de alcantarillado plenamente operativos; la empresa de servicios públicos es sostenible, los hogares pagan puntualmente sus facturas y todos los microcréditos han sido reembolsados.

Estos logros demuestran cómo los esfuerzos locales, cuando se combinan con la visión estratégica de Give To Colombia, pueden generar un impacto real y transformador, creando un legado tangible que inspira nuevas iniciativas filantrópicas.

Me emociona profundamente ver cómo la iniciativa Filantropía Transformadora, hoy conocida como Filantrópico, floreció hace quince años a partir del espíritu y la misión que compartimos en Give To Colombia.

Sé, por experiencia propia, el enorme reto y la pasión que implica impulsar proyectos filantrópicos, y admiro la dedicación y el compromiso con los que lo han hecho. Estoy cada vez más convencida de que nuestra labor genera un impacto real, construye futuro y deja un legado duradero para todos los que creemos que #ColombiaGivesBack

Eso, para mí, es el verdadero impacto: construir un legado del cual podamos sentirnos orgullosos y que inspire a otros a seguir dando.



Fotografía - Poderosas

II.

15 AÑOS IMPULSANDO EMPRESAS ASOCIATIVAS EN COLOMBIA. HISTORIA Y REFLEXIONES DE IC FUNDACIÓN

ALBERTO CARRIZOSA
PRESIDENTE DE IC FUNDACIÓN

iC Fundación fue creada en 2010 por mi padre, Julio Carrizosa Mutis, con la convicción de que los empresarios, más allá de desarrollar empresas responsables que generen empleo y paguen impuestos, podemos —y debemos— asumir un rol más activo en la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

Algunas ideas y reflexiones de mi padre —y de toda la familia— fueron clave para definir el propósito de iC Fundación:

1

Creemos en el poder de las empresas para generar desarrollo, proporcionando productos y servicios necesarios y generando ingresos y empleo dentro de la comunidad.

2

Confiamos en la fuerza de la asociatividad y en el potencial de las empresas asociativas para impulsar el desarrollo económico, especialmente en las regiones más pobres del país. Una persona de muy bajos recursos la tiene muy difícil si sale sola a competir en el mercado, su única opción real para ser competitiva y tener algún poder de negociación es unirse con otras.

3

Compartimos la metáfora bíblica “es mejor enseñar a pescar que regalar el pescado”, pero sabemos que **de nada sirve saber pescar si no se tienen las herramientas para hacerlo**.

4

Finalmente, como una familia que ha vivido muchas experiencias empresariales —algunas exitosas y otras no tanto— queríamos encontrar la forma de **compartir lo aprendido** para apoyar a quienes trabajan por sacar adelante proyectos empresariales con impacto en sus comunidades.

De la conjunción de estas ideas, nació la decisión de crear una fundación para contribuir a la superación de la pobreza en Colombia, mediante el apoyo al desarrollo empresarial y la inclusión financiera de empresas asociativas ubicadas en territorios vulnerables que estén intentando sacar adelante proyectos empresariales que benefician a su comunidad. Para cumplir este propósito, la fundación implementa actualmente un modelo de trabajo que tiene tres componentes: fortalecimiento empresarial, financiación directa y a la medida con créditos catalíticos y formación en liderazgo.

iC Fundación nació como una fundación familiar no empresarial, con un propósito que refleja la visión filantrópica de la familia y no necesariamente las políticas de sostenibilidad de las empresas en las que participamos. Esto es importante, porque garantiza que las actividades y la estrategia de la fundación no dependan ni estén supeditadas a las estrategias empresariales o de sostenibilidad de nuestras compañías, ni se limiten a sus territorios de influencia.

EL CAMINO QUE HEMOS RECORRIDO (2010–2025)

En 2010, cuando ya habíamos decidido crear una fundación para apoyar empresas asociativas, lo primero fue entender cuáles eran sus principales retos y necesidades. En ese momento encontramos que uno de los mayores obstáculos para las empresas asociativas en Colombia era la falta de acceso a líneas de crédito del sistema financiero. Por eso, iC Fundación nació como una especie de fondo de impacto, destinado a ofrecer créditos asociativos a cooperativas o asociaciones que estuvieran generando impacto económico y social en sus comunidades. El primer crédito fue de 10 millones de pesos a una cooperativa de productores de seda en el departamento del Cauca. Gracias a ese apoyo, lograron contar con el capital de trabajo necesario para producir los chales y bufandas de seda que, ese mismo año, vendieron con éxito en Expoartesanías en Bogotá.

Nuestro modelo como fondo de impacto para financiar asociaciones fue madurando con los años. Sin embargo, a finales de 2015 llegamos a un punto de inflexión que nos hizo detenernos y revisar el camino: ese año evaluamos más de 80 proyectos de asociaciones en todo el país que necesitaban recursos de crédito, pero solo aprobamos cinco.

Aunque nuestro modelo de evaluación era más flexible que el de una entidad financiera tradicional —y priorizaba el potencial de impacto social y económico por encima de la situación financiera del momento— comprendimos que, aun en proyectos empresariales con potencial

comercial y buenos liderazgos, muchas asociaciones presentaban debilidades en sus capacidades contables, administrativas y comerciales. Entendimos entonces que no era responsable otorgar créditos en esas condiciones. Un crédito puede ser una poderosa herramienta de desarrollo, pero solo cuando la empresa que lo recibe está realmente preparada para asumirlo.

Por esa razón, en 2016 empezamos a construir nuestro propio programa de fortalecimiento empresarial. A partir de un diagnóstico profundo, diseñamos e implementamos planes de mejora en áreas clave: administración, contabilidad, planeación financiera, desarrollo del modelo de negocio, gobernanza y estrategias comerciales, entre otras. El objetivo era claro: preparar a las empresas asociativas para que pudieran acceder a financiación de manera responsable y sostenible. Pasamos así de considerarnos un fondo de impacto en busca de buenos proyectos para financiar, a comprender que pocos proyectos estaban realmente listos para recibir financiación y que, antes de invertir, era necesario ayudarlos a fortalecerse.

En 2020, después de cinco años financiando y acompañando a numerosas empresas en sus procesos de desarrollo empresarial, nos dimos cuenta de algo fundamental: una vez alcanzado cierto nivel de madurez empresarial, el principal obstáculo que enfrentaban las empresas para seguir creciendo no era el desorden administrativo y contable, ni la falta de clientes, sino las limitaciones en las competencias emocionales y de liderazgo de sus gerentes. Reconocer esto, nos llevó a incorporar un nuevo componente en nuestro modelo de apoyo a asociaciones: un programa de formación en liderazgo, que en iC Fundación llamamos la Escuela de Liderazgo.

Nuestro modelo ha seguido evolucionado. Actualmente contamos con distintos programas de fortalecimiento empresarial y liderazgo, así como diversos vehículos de financiación adaptados a los diferentes niveles de

desarrollo de las empresas asociativas. Todos estos componentes se articulan dentro de una ruta que hemos diseñado y a la que llamamos: **“la ruta de la inclusión financiera”**.

NUESTRO IMPACTO

Después de quince años, hemos acompañado el fortalecimiento empresarial de más de 400 asociaciones y cooperativas de 26 departamentos y 62 municipios de Colombia. De ellas, 132 han recibido financiación directa de iC Fundación por más de 20.000 millones de pesos, beneficiando a más de 32.000 familias productoras en todo el país. Más allá de las cifras, nos enorgullece saber que, en muchos casos, fuimos los primeros en creer en proyectos empresariales en regiones remotas que hoy son historias de éxito. Después de varios años, muchas de esas asociaciones han logrado acceder a financiación de fondos de impacto o incluso de la banca tradicional. En este recorrido, hemos apoyado a muchas organizaciones a realizar sus primeras exportaciones de café y cacao de alta calidad a Europa y Estados Unidos; a montar fábricas de chocolate, plantas de transformación de caucho o centros de procesamiento de miel de abejas, en regiones que desde Bogotá pueden parecer lejanas: Tumaco, el Bajo Cauca antioqueño, el sur de Bolívar, la Amazonia, entre otras.

ALGUNAS REFLEXIONES DEL CAMINO

Quiero compartir algunas de las reflexiones que hemos tenido en este recorrido con iC Fundación:

1. Creo que una de las responsabilidades más importantes que tenemos las fundaciones es abrir nuevos caminos. Desde las fundaciones y el sector filantrópico podemos asumir riesgos y hacer apuestas que el sector público no siempre puede, y justamente por eso, debemos atrevernos a probar nuevas formas de hacer las cosas, explorar nuevas herramientas y metodologías, y sobre todo, aprender de los resultados: compartir lo que funcionó, lo que no salió tan bien, lo que aprendimos y lo que creemos que puede hacerse diferente.

2. No vale la pena trabajar solos. Cuando lo hacemos, perdemos la oportunidad de generar un impacto mayor. Es cierto que el trabajo en equipo implica costos —de coordinación, de negociación, seguimiento, entre otros—, pero si tenemos claros nuestros objetivos de impacto, sabemos qué hacemos bien (y qué no), y reconocemos lo que no hacemos ni queremos hacer, se vuelve mucho más fácil identificar a los aliados adecuados para construir colaboraciones que justifiquen esos costos y esfuerzos.

3. Una fundación pequeña, pero con un foco claro, puede generar grandes impactos. Probar nuevos modelos de hacer las cosas, impulsar colaboraciones con otros actores, contribuir a la construcción de sistemas de impacto y llenar vacíos dentro de esos sistemas pueden ser acciones relativamente pequeñas, pero de un enorme valor social.

El camino recorrido nos ha permitido comprender mejor la realidad de nuestro país y confirmar que existen palancas que, al moverse, pueden transformar positivamente muchas vidas. Por eso, después de quince años, seguimos firmes en la convicción de apoyar a quienes trabajan por sacar adelante sus proyectos empresariales en los territorios más olvidados, seguimos creyendo —como lo creyó mi padre— que detrás de cada empresa asociativa hay una oportunidad de futuro para Colombia.



Fotografía - Juan Manuel Vargas - Fundación Juanfe

III.

CUANDO LA SALUD NO LLEGA A TIEMPO: TRANSFORMAR EL ACCESO SALVA VIDAS

VALENTINA AGUDELO
CEO DE [SALVA HEALTH](#)

En Salva Health nacimos con una convicción clara: muchas mujeres en América Latina no mueren por falta de tratamiento, sino porque no llegan a tiempo al diagnóstico. El cáncer de mama es una enfermedad prevenible y tratable en la mayoría de los casos si se detecta a tiempo. Sin embargo, en nuestros países ese acceso temprano sigue siendo un privilegio, no un derecho.

Las barreras de acceso son múltiples y complejas. En las regiones más vulnerables del país no hay suficientes médicos especializados en diagnóstico; las mamografías requieren equipos costosos, infraestructura hospitalaria y personal capacitado que, en muchos territorios, simple-

mente no existen. Incluso donde sí hay acceso físico, los tiempos de espera, los costos del transporte y los trámites administrativos hacen que para muchas mujeres sea casi imposible realizarse un tamizaje a tiempo. Frente a este panorama, hace más de seis años decidimos poner nuestras capacidades al servicio de una solución. Desde entonces, Salva Health se ha convertido en el proyecto de vida que lideró con profunda convicción. Soy administradora de empresas del CESA con un MBA en INSEAD. Desde el inicio he tenido la fortuna de rodearme de un equipo científico, técnico y administrativo brillante, con quienes comparto el propósito de transformar el acceso a la salud en nuestras comunidades.

Desde el primer día entendimos que el tamizaje no es solo una herramienta médica: es una puerta de entrada a la vida. Identificar a tiempo a las mujeres con posibles riesgos y priorizarlas en su ruta diagnóstica no solo mejora los resultados clínicos, sino que también es un acto de justicia social. En Salva Health creemos que la vida no debería depender de la geografía ni del nivel de ingresos. Nuestro compromiso es llevar el tamizaje adonde nunca antes había llegado.

EL ORIGEN: DE UNA INQUIETUD PERSONAL A UN PROPÓSITO GLOBAL

Salva Health nació en una feria de emprendimiento e innovación de la Universidad CESA, cuando junto a un grupo de amigas decidimos crear un proyecto de mujeres para mujeres. Nuestro objetivo era claro: desarrollar una solución con impacto real que respondiera a una necesidad urgente de nuestra sociedad.

Fue entonces cuando nos enfrentamos por primera vez a una realidad contundente: en Colombia, el cáncer de mama sigue siendo la principal causa de muerte por cáncer en mujeres. Quienes viven en zonas rurales o en condiciones vulnerables son, además, las que menos oportunidades tienen de detectarlo a tiempo. A esa preocupación colectiva se sumó una experiencia cercana: una de nuestras compañeras atra-

vesaba un momento difícil con un familiar diagnosticado con cáncer. Esa vivencia nos sensibilizó aún más sobre la importancia del diagnóstico temprano y nos impulsó a actuar.

Así nació Julieta, el primer producto de Salva Health. Su nombre es un homenaje a Julieta Lanteri: médica, científica y activista argentina, pionera en la defensa de los derechos de las mujeres en América Latina y la primera mujer en votar en el continente. Su vida nos inspiró a creer que la tecnología también puede ser una herramienta de igualdad y transformación social.

Desde entonces, iniciamos un proceso de investigación que ha pasado por cuatro prototipos distintos, hasta llegar al dispositivo que hoy tenemos: portátil, sin radiación, no invasivo, fácil de usar y alimentado por inteligencia artificial. Cada versión fue desarrollada con rigurosidad científica y validada con usuarias reales, profesionales de la salud y expertos en tecnología.

Desde las primeras etapas, contamos con el apoyo de Sura, una de las aseguradoras de salud más reconocidas del país. Fueron aliados clave para iniciar los estudios clínicos y validar científicamente el dispositivo. Gracias a ellos pudimos comenzar las primeras pruebas incluso antes de la pandemia. Cuando llegó el COVID-19, el contexto cambió por completo. Los estudios clínicos se volvieron especialmente difíciles de realizar: las pacientes no podían asistir con facilidad a los centros médicos y muchos de estos espacios estaban destinados exclusivamente a atender la emergencia sanitaria. Fue un periodo de enorme incertidumbre, en el que avanzar requería una logística compleja, permisos especiales y un esfuerzo inmenso de todo el equipo.

A pesar de las dificultades, nunca perdimos el foco. Fue precisamente en medio de ese proceso de crecimiento, validación y aprendizaje cuando tomé una decisión que cambió mi camino profesional: dejar otros compromisos y dedicarme por completo a Salva Health. Sentí que ya no era solo un proyecto académico ni una idea en construcción; era una

misión de vida. Y necesitaba estar ahí, al frente, impulsando cada paso junto al equipo.

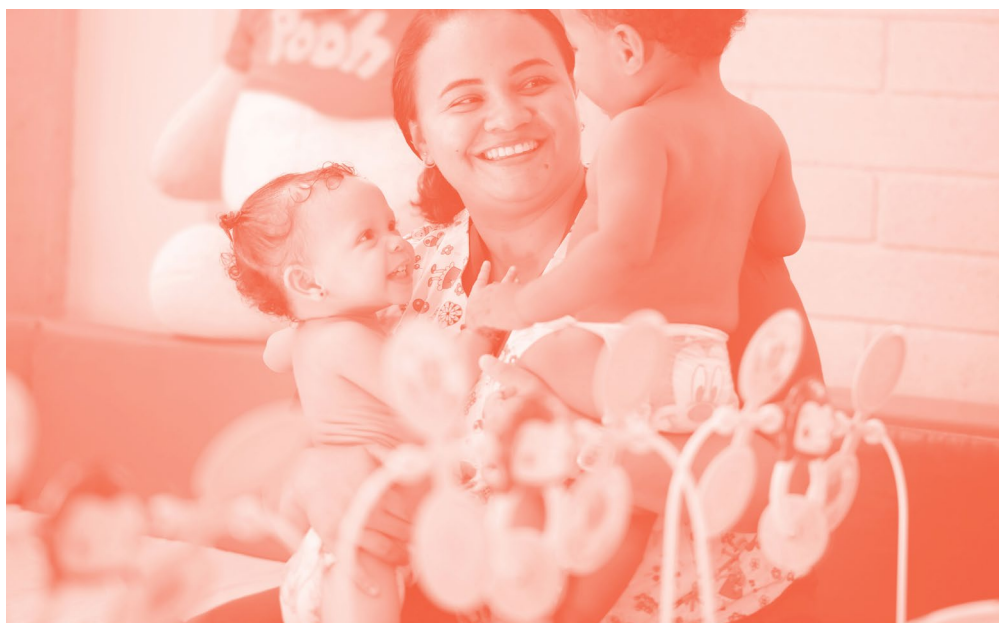
Gracias al respaldo de Sura y de otros aliados estratégicos del sector salud, logramos completar con éxito nuestros estudios clínicos. En diciembre de 2024 obtuvimos el registro sanitario del INVIMA, un hito que abrió oficialmente las puertas para la comercialización de Julieta y marcó el inicio de una nueva etapa para Salva Health. A la fecha, hemos impactado a más de 3000 mujeres en distintas regiones de Colombia, especialmente en zonas rurales y de difícil acceso a servicios médicos como La Guajira, Amazonas, Caquetá, Providencia, Malambo, Villeta, Puerto Inírida y Boyacá.

Actualmente, el servicio de Julieta está disponible para todas las mujeres que desean cuidar su salud de forma accesible, segura y sin barreras. Contamos con una red de aliados en la cual pueden encontrar a Julieta y realizarse el examen de manera cómoda, cercana y con la confianza de estar dando un paso esencial hacia su bienestar.

LOS APRENDIZAJES DEL CAMINO

Construir Salva Health ha sido un viaje lleno de retos, aprendizajes profundos y decisiones difíciles. Si algo hemos entendido, es que desarrollar tecnología médica no solo es complejo en lo técnico, sino también en lo humano, lo institucional y lo emocional.

Uno de los mayores desafíos ha sido enfrentar el ecosistema regulatorio. Lograr que un nuevo dispositivo médico sea aprobado no es sencillo, especialmente cuando se trata de una solución innovadora, diferente a lo que ya existe y diseñada para operar fuera de los entornos hospitalarios tradicionales. Cada etapa del proceso ha exigido paciencia, rigurosidad científica y un compromiso absoluto con la seguridad y la calidad. Pero también ha sido una lección sobre cómo navegar sistemas que, aunque lentos, están pensados para proteger vidas.



Otro reto ha sido ganar credibilidad dentro del sector salud. Presentarse ante médicos, directivos y tomadores de decisiones como una mujer joven al frente de un equipo con una propuesta tecnológica disruptiva no siempre ha sido fácil. Abrir puertas con una solución nueva, en un entorno tradicionalmente conservador, ha requerido construir confianza paso a paso. No basta con tener una buena idea: hay que demostrar su validez, su impacto y su sostenibilidad.

Y aunque el mundo de la inversión ha sido más receptivo de lo que imaginamos —y hemos tenido la fortuna de contar con aliados extraordinarios—, ingresar a este ecosistema siendo mujer, en una industria compleja, también ha sido un proceso de aprendizaje. Entendimos que no se trata solo de levantar capital, sino de hacerlo con los aliados correctos: personas y organizaciones que comprenden nuestro propósito, respetan nuestro ritmo y comparten nuestra visión de impacto.

Estos años nos han enseñado, sobre todo, a no desistir. Que la obsesión debe estar en el problema, no en la solución. Que si generamos valor al mundo, el mundo nos devuelve ese valor. Y que no basta con tener buenas intenciones: hay que hacer el bien, y hacerlo bien.

Hoy seguimos aprendiendo, creciendo y fortaleciendo el proyecto. Cada conversación, cada estudio, cada mujer atendida nos confirma que vamos por el camino correcto. Y aunque el reto sigue siendo enorme, también lo es nuestro compromiso.

UNA VISIÓN HACIA EL FUTURO: EL ECOSISTEMA SALVA

Julieta es solo el comienzo. Nuestro sueño más grande es construir un ecosistema de salud que acompañe a las personas en todas las etapas de su vida. Esto incluye no solo la detección temprana, sino también la prevención, la educación, el monitoreo y el acompañamiento emocional. La visión es clara: no se trata de un producto, sino de una plataforma integral de bienestar con impacto colectivo.

Queremos que la tecnología que actualmente impulsa a Julieta evolucione y pueda aplicarse también a otras enfermedades de alto impacto, como el cáncer de cuello uterino, las enfermedades cardíacas y la diabetes. Nuestro anhelo es que Salva Health crezca hacia un modelo regional —e incluso global— capaz de adaptarse a distintos contextos sociales y sistemas de salud.

Queremos que cualquier mujer, en cualquier rincón del mundo, tenga acceso a un diagnóstico temprano. Que pueda vivir tranquila, sabiendo que su salud está protegida, sin importar cuánto gane o dónde viva.

Imaginamos el Ecosistema Salva como una red viva e integrada que conecte dispositivos, herramientas clínicas, inteligencia de datos y alianzas institucionales para tomar decisiones informadas y generar verdadero impacto. No es sólo tecnología: es acceso, equidad y cuidado.

Creemos en un futuro donde hacer el bien —y hacerlo bien— no sea la excepción, sino la norma. Y en ese camino, Salva Health seguirá creciendo como una organización comprometida, innovadora y profundamente humana.

IV.

UNA EDUCACIÓN PODEROSA

MARIANA SANZ DE SANTAMARÍA
FUNDADORA Y DIRECTORA DE **PODEROSAS**

Me gradué de uno de los colegios más exclusivos de Bogotá, el Colegio Nueva Granada, donde nunca sentí que pertenecía. Mi inconformidad frente al privilegio, en un país marcado por la injusticia y desigualdad, no encontraba eco entre mis compañeros. Con la intención de aportar a la justicia social, decidí estudiar Derecho en la Universidad de los Andes. Sin embargo, pronto descubrí que seguía demasiado lejos de la realidad de la mayoría de los colombianos. Me involucré en múltiples iniciativas de activismo para la construcción de la paz: fui directora del comité de responsabilidad social del consejo estudiantil y participé en proyectos de voluntariado durante toda la carrera.

Siempre supe que mi verdadera vocación era la educación. Por esta razón, al graduarme en 2017 me postulé a [Enseña por Colombia](#), una organización de la red [Teach For All](#), para convertirme en profesora en una de las tantas comunidades vulnerables del país. Si quería ser parte



Fotografía - Poderosas

de la solución, leer y estudiar desde una posición privilegiada no sería suficiente: tenía que vivirlo. Una vez admitida, fui enviada a una pequeña comunidad afro en la isla de Barú, en el Caribe colombiano. Allí viví dos años como docente en la única escuela pública de la isla. Fue una experiencia que cambió por completo mi forma de entender la realidad colombiana, los desafíos de la educación rural y, sobre todo, un viaje personal profundamente transformador.

Fue allí donde comprendí realmente qué significa la brecha de género. Me impactó el alto costo que las desigualdades imponían a las niñas y mujeres —y, en consecuencia, a toda la comunidad—, reflejado en realidades dolorosas y aún invisibilizadas: la falta de educación sexual integral, los embarazos adolescentes, la ausencia de una gestión menstrual sostenible y las distintas formas de violencia sexual y de género. Decidí entonces crear un proyecto extracurricular para hablar de aquello de lo que nadie hablaba. En menos de un año logramos una reducción del 77% en los embarazos adolescentes, y el proyecto empezó a replicarse junto con mis estudiantes en otras comunidades cercanas.

Ellas mismas se llamaron Poderosas, porque habían fortalecido su poder más importante: el derecho a la elección. De regreso en Bogotá, trabajé como asesora de la Secretaría de Educación hasta diciembre de 2020. Pero ya me había convertido en una obsesionada con una convicción: la educación sexual es la única vía para cerrar las brechas de género, superar las trampas de la pobreza, romper los ciclos de violencia, construir la paz y garantizar niveles dignos de salud y bienestar.

Llamé amigos cercanos, voluntarios, mentores y asesores para construir una organización que nos permitiera expandir la metodología y el currículo que había desarrollado para educar en derechos sexuales y reproductivos, recaudar fondos y consolidar un movimiento: Poderosas. En América Latina, más del 20% de las mujeres embarazadas tiene menos de diez y nueve años y el 26% de ellas no tiene poder sobre sus deci-

siones sexuales, reproductivas ni sobre su atención médica. A esto se suman los retos de la gestión menstrual sostenible, la violencia sexual y de género, y su impacto social, económico y político.

Desde mi experiencia en Barú me convertí en una feminista convencida, defensora de los derechos humanos y de la educación. No hay vuelta atrás: dedicaré cada minuto y cada energía de mi vida a promover los derechos sexuales y reproductivos de los jóvenes. Porque el poder de decidir, una vez que se consista, nada ni nadie puede arrebatarlo, y solo la educación puede darte ese poder.

Gracias a una beca, cursé una maestría en la Escuela de Posgrado en Educación de Harvard, con el propósito de fortalecer la educación sexual y elevar su urgencia en la agenda pública. Al regresar, continué construyendo este proyecto con más convicción que nunca.

Actualmente, **PODEROSAS** es una ONG que promueve una educación integral en sexualidad para defender y garantizar los derechos de salud sexual y reproductiva (SSR). Nuestra red se ha expandido por todo el país, llegando a 35 comunidades y a más de 20.000 jóvenes mujeres y hombres. Hemos formado a más de 900 educadores, profesionales de la salud, líderes comunitarios y familias, y también trabajamos con empresas para ampliar el alcance de nuestras acciones y abrir conversaciones que siguen pendientes en la sociedad.

Estoy absolutamente convencida, —porque lo he visto, lo he vivido y lo he comprobado— de que la educación sexual integral es transformadora. Hablar de lo que no se habla cambia vidas, empodera comunidades y construye futuros más justos.

V.

SER HUMANO NO ES LO MISMO QUE TENER HUMANIDAD

CARLOS ANDRÉS SERRANO

FUNDADOR DE PUBLICOM CASA CREATIVA BIC

Soy el líder de una empresa familiar fundada en 1984. Después de 38 años de trayectoria, prestigio y esfuerzo, aquella primera compañía tuvo que entrar en un proceso de insolvencia y liquidación. Aprendiendo las lecciones que nos dejó esa experiencia, en 2017 nos refundamos con un nuevo propósito: **promover el desarrollo humano y la prosperidad de nuestra gente**. Ese ha sido, sin duda, nuestro mayor logro.

En una empresa tradicional las personas suelen ser un medio para alcanzar un propósito. En la nuestra, en cambio, las personas son el propósito y el fin mismo de la organización. Cuando el propósito se enfoca en crecer de la mano con la gente —desde el desarrollo del ser y el pensamiento crítico—, la empresa, como un efecto natural, crece también y

se convierte en un vehículo que impulsa el éxito de quienes la integran. En una empresa tradicional, los clientes están por encima de todo. En nuestra cultura, las personas están en el centro de la estrategia, porque creemos que el mayor catalizador empresarial es nuestra tribu. Lo más importante que tiene una organización —aunque no aparezca en los estados financieros— es su cultura, y la nuestra está profundamente centrada en el desarrollo del ser.

Les cuento un poco: somos una cultura que aprende, ejecuta y se adapta con rapidez. Con el tiempo comprendimos que el verdadero camino es la humanidad. Como líder he sido testigo de cómo una persona motivada y apasionada es más productiva, desarrolla una creatividad espontánea, apuesta por la excelencia y aprende con agilidad, evitando repetir los mismos errores. Pero para que todo suceda, es indispensable un clima laboral inspirador, que nutra la motivación, fomente la confianza, el respeto mutuo y el crecimiento personal y profesional.

Un entorno optimista cumple un papel esencial: En un ambiente positivo —donde hay asertividad, liderazgo participativo, reconocimiento, equilibrio y oportunidades de desarrollo personal y profesional— se estimula la motivación y la retención de talento. Del mismo modo que el optimismo impulsa la excelencia, el pesimismo conduce a la mediocridad. Cuando una persona está motivada, ama apasionadamente su trabajo. Esa afinidad genera compromiso genuino, creatividad espontánea y la voluntad de ir más allá: de hacer lo que sea necesario para alcanzar los objetivos, siempre con foco en la solución. Todo esto demuestra la importancia de una cultura organizacional sólida y con mentalidad de crecimiento.

Hemos construido una inteligencia colectiva que, a su vez, ha dado origen a un sistema de innovación holístico, en el que cada persona del equipo va recuperando, poco a poco, la creatividad de la niñez que el sistema de creencias instaurado en la adultez les había arrebatado. La mentalidad

de crecimiento y la confianza que caracterizan nuestra cultura impulsan a que todas las personas del equipo sean creativas y piensen de manera diferente. Quienes no se identifican con este espíritu simplemente deciden apartarse. Promovemos el optimismo y la capacidad de ver cada reto no como un problema, sino como una oportunidad o un peldaño hacia el crecimiento. Nuestro sistema de innovación ha fomentado que nuestra gente sea abierta y receptiva, con un alto nivel de motivación y sentido de pertenencia. Aquí no solo se le da la bienvenida al cambio: se busca, se abraza y se adopta con rapidez, en lugar de resistirlo, como suele ocurrir en otras culturas. Todo esto parte de dos valores esenciales: la confianza y el respeto mutuo. Cuando construimos y nos conectamos desde la confianza, todo fluye; en su ausencia, domina el miedo. Entendemos el respeto mutuo como la celebración de las diferencias, reconociendo que la diversidad es, en realidad, un regalo.

Todo lo que les he compartido en las anteriores líneas lo hemos logrado gracias a un Club de Lectura orientado al desarrollo del ser y el pensamiento crítico. En este espacio no solo exploramos libros, sino también vídeos, podcasts y aforismos; incluso realizamos análisis situacionales, combinando filosofía y estrategia aplicada desde la acción, siempre de forma práctica y concisa.

Este Club de Lectura, con enfoque en pensamiento crítico y desarrollo del ser —luego el saber, después el hacer y, finalmente, el tener— lo bautizamos “Escalar Colombia”. Decidimos llevarlo a la acción, al campo de juego real, y nos instalamos en una comunidad vulnerable, en una zona a la que no llega el internet. Iniciamos hace tres años con diez niños, primero “pirateando libros”: comprábamos uno y armábamos nueve más a punta de fotocopias. Comenzamos con dos horas semanales, los jueves de 2 a 4 de la tarde. Y les confieso que el ego me jugó una mala pasada: pensé en conformar una fundación. Sin embargo, comprendí oportunamente que la función del empresario es abrir caminos donde no los hay, apoyar, construir y tender puentes.

Por eso decidí, ser un actor de segundo piso y apoyar a la [Fundación Semillas de Ilusión](#), que desde hace más de diecinueve años lidera este tipo de iniciativas. La estrategia ha sido ganadora, porque más que responsabilidad social, lo que promovemos es transformación social, y eso la hace sostenible en el largo plazo.

Hoy soñamos con crear el primer Centro de Excelencia. Pasamos de las fotocopias al internet satelital Starlink de Tesla y a treinta computadores. Y lo mejor: de diez a trescientos cincuenta niños, con quienes hoy trabajamos no solo dos horas semanales, sino diez (los franceses leen seis).

El liderazgo de la Fundación Semillas de Ilusión es realmente inspirador. El convenio con el Banco de Alimentos, garantiza a los participantes una alimentación básica, lo que permite que puedan concentrarse plenamente en su desarrollo y aprendizaje. No puedo evitar emocionarme al contarlo, porque todo esto se complementa con actividades deportivas especializadas, diseñadas según los gustos y talentos de cada niño. Además, mediante el trabajo social conjunto con la escuela local, los profesores y los padres de familia, se ha logrado consolidar un territorio libre de trabajo infantil.

Hemos apostado por una formación más humana: una que forme carácter, autoconfianza, civismo, ética del trabajo y empatía, además de conocimientos y competencias técnicas. Todo esto, que tradicionalmente se enseña en la familia o en las instituciones religiosas, cultiva el respeto por las normas, el orden social y una ética de baja corrupción, y nos prepara para unirnos en un propósito común y trabajar bien juntos. Solo así podremos pasar de producir bienes básicos sin valor agregado a generar innovación e invención en nuevas tecnologías. Y en diez años, estos niños sabrán incluso votar bien y elegir mejor a sus mandatarios.

Porque finalmente comprendimos que el camino es la humanidad.

ARTÍCULOS DE

INVERSIÓN

I.
¿EN QUÉ PISO
ESTAMOS? UNA
NUEVA MIRADA A
LAS FUNDACIONES
DE SEGUNDO PISO

II.
FAMILIAS
EMPRESARIAS:
EL LEGADO QUE
CONSTRUYE UN PAÍS

III.
HACER EL BIEN
MIENTRAS NOS
VA BIEN... ¿QUIÉN
NO QUISIERA ESO?

IV.
DEL CONOCIMIENTO
A LA ACCIÓN: IA PARA
ESCALAR EL IMPACTO

V.
FINANCIANDO
SOLUCIONES BASADAS
EN LA NATURALEZA:
EL PAPEL DE LA
FILANTROPÍA

SOCIAL

|.

¿EN QUÉ PISO ESTAMOS?

UNA NUEVA MIRADA A LAS FUNDACIONES DE SEGUNDO PISO

ROBERTO NAVAS
MIEMBRO DE JUNTA DE [FILANTRÓPICO](#)

La idea de clasificar las fundaciones según el “piso” en el que actúan busca, sencillamente, organizarlas de acuerdo con la distancia a la que operan del terreno. Si bien el criterio es práctico e ilustrativo, también ha generado percepciones erradas sobre la naturaleza de las organizaciones y la forma en que trabajan.

Aceptando las limitaciones de la clasificación, podemos convenir que, según este esquema, las fundaciones se agrupan en tres categorías: de primer, segundo o tercer piso. Como puede inferirse, las de primer piso son aquellas que trabajan directamente en terreno y con los beneficiarios; las de segundo piso, por su parte, suelen apoyar o financiar a esas orga-

nizaciones de base, o de primer piso. Y las de tercer piso — una categoría más reciente— son las redes o plataformas que articulan a los distintos actores, agrupando tanto a las de primer como a las de segundo piso. Ejemplos de este último tipo de organizaciones en nuestro país serían la [AFE](#) (Asociación de Fundaciones Empresariales y Familiares) o [Latimpacto](#).

Por la posición que asumen, es evidente que las fundaciones de primer piso son aquellas que implementan programas y se concentran en aspectos muy específicos del problema que buscan resolver —aunque partan de un enfoque sistémico—. Su forma de evaluar el trabajo suele estar más acotada a resultados puntuales de logros cuantitativos, criterios de costo y eficiencia operativa, cumplimiento de hitos y metas concretas, y, en algunos casos, a las incidencias de mayor escala que dichos proyectos hayan podido generar.

Por el contrario, las fundaciones de segundo piso suelen tener un enfoque más amplio y buscan apoyar a varias organizaciones, proyectos o iniciativas, de manera que el conjunto de sus esfuerzos logre un impacto más profundo en el sistema. En este tipo de organizaciones, la visión sistémica cobra especial relevancia: sólo comprendiendo a fondo el sistema que buscan transformar pueden definir con claridad los criterios para seleccionar adecuadamente las iniciativas que apoyarán, las alianzas que promoverán y, en últimas, el cambio que aspiran generar. La evaluación de su trabajo resulta más compleja, pues implica agregar los resultados de varios actores apoyados, medir el impacto combinado de múltiples proyectos y, sobre todo, entender en qué medida la suma de esos esfuerzos está realmente transformando una realidad.

Finalmente, las organizaciones de tercer piso actúan como articuladores del sector. Más que intervenir en temas o territorios puntuales, se enfocan en generar y compartir conocimiento, conexiones y herramientas que permitan a las fundaciones de primer y segundo piso actuar de

manera más eficiente y mejor integradas con otros actores que comparten objetivos o enfoques similares.

Por su naturaleza, es común que las fundaciones de primer piso dependan de financiación de terceros, ya sea a través de procesos de consecución de fondos (*fundraising*), por estar vinculadas a una empresa —como suele suceder con las fundaciones corporativas— o porque el diseño mismo de sus proyectos incorpora un componente de financiación externa (por ejemplo, convocatorias, fondos de cooperación, esquemas de pago por resultados o financiación de entidades públicas). Las fundaciones de segundo piso, en cambio, suelen contar con financiamiento propio, ya sea mediante patrimonios institucionales (*endowments*) o por acceso no condicionado a fondos corporativos o familiares. En cuanto a las fundaciones de tercer piso, suelen operar como redes o plataformas de articulación que se financian principalmente a través de los aportes de sus afiliados, así como mediante programas de formación, asesoría o gestión de recursos compartidos.

Ahora bien, vale la pena aclarar que estas características son comunes, pero no limitantes. Existen numerosos ejemplos de fundaciones de primer piso que, aun trabajando directamente en terreno, presentan rasgos más propios de las de segundo piso. En muchos casos, las fundaciones de segundo piso también se ven en la necesidad de operar proyectos, y por ello, se reconocen como fundaciones mixtas, que en ciertos momentos actúan como fundaciones de primer piso y en otros como fundaciones de segundo piso.

De igual forma, la evolución del mundo de la inversión social ha llevado a que cada vez más organizaciones, de todos los tipos, definan y actúen a partir de una teoría de cambio, mediante la cual buscan incidir positivamente en un sistema desde su propio enfoque y capacidades, para generar transformaciones más profundas y duraderas. Este avance, además



Fotografía - Juan Manuel Vargas - Fundación Juanfe

de haber sido muy positivo para el desarrollo del sector, ha fortalecido la noción del continuo de capital, que busca romper los silos que históricamente dividían las distintas fuentes de financiamiento. Hoy no resulta inusual reconocer que, dependiendo del tema, el enfoque, la forma de trabajo o incluso el momento que atraviesa una organización, esta puede adoptar dinámicas diversas, propias de entidades de uno u otro tipo.

Para ilustrar el asunto de manera sencilla, pensemos en los actores que trabajan por la población mayor y el envejecimiento. Las organizaciones que operan los centros día o hogares para personas mayores serían las fundaciones de primer piso, mientras que organizaciones como la [Fundación Arturo Sesana](#), [La Fundación Saldarriaga Concha](#) o la [Fundación Ramírez Moreno](#) corresponden a fundaciones de segundo piso. Estas no

solo apoyan directamente con recursos a los operadores, sino que también les brindan acompañamiento estratégico, transferencia de conocimiento y promueven alianzas para una gestión más eficiente. Finalmente, redes como Plan Mayor o Divergeces agrupan a todos los actores que trabajan el tema del cambio demográfico y buscan potenciar su articulación.

Cada tipo de organización desempeña un papel importante dentro del sistema, y todas se necesitan mutuamente. Con este escrito no pretendo, en modo alguno, menospreciar la labor de las fundaciones de primer piso. Sin embargo, cuando observamos el sector de la filantropía en Colombia, como lo confirman los estudios realizados en los últimos años, el número de organizaciones de primer piso supera con creces el de las de segundo piso, y esto resulta nocivo para el equilibrio del sector. Por sus características, las fundaciones de segundo piso gozan de una mayor libertad de acción, lo que les permite no solo proyectarse a más largo plazo, sino también asumir riesgos e innovar en su forma de abordar los problemas. Pueden, por ejemplo, financiar la operación de organizaciones de primer piso con fondos no condicionados a proyectos específicos, respaldando aquello que los fondos de cooperación o los donantes particulares suelen restringir. Así mismo, pueden experimentar con mecanismos innovadores de financiación, como los modelos de *blended finance*, ofrecer capital catalítico y aprender de sus propios errores, generando conocimiento útil para otras organizaciones. Como lo mencioné anteriormente, esta clasificación “vertical” de las fundaciones ha generado percepciones erradas, al dar la impresión de que entre más alto el piso, más desconectadas del terreno. Sin embargo, esto es fácilmente evitable si las organizaciones mantienen el foco en quienes están en el centro de su misión e implementan mecanismos que promuevan la conexión, la empatía y, sobre todo, la escucha activa. Tener una visión de altura no implica desconexión, sino una mirada más amplia de las necesidades.

Otro aspecto que con frecuencia se malinterpreta sobre las fundaciones de segundo piso es la idea de que las organizaciones que aspiran

a serlo deben contar con patrimonios elevados. La realidad es que el elemento diferenciador no es el tamaño de su patrimonio, sino su enfoque. Como dijimos antes, estas organizaciones no solo proveen recursos financieros. A lo largo de todos estos años asesorando familias, en Filantrópico hemos observado cómo muchas fundaciones familiares ofrecen apoyos no financieros a las organizaciones que les acompañan: les abren puertas, comparten conocimiento, facilitan relaciones e incluso apoyo administrativo, que en muchos casos resulta vital para su operación y sostenibilidad. De igual manera, al trabajar con múltiples actores, las fundaciones de segundo piso tienen una posición privilegiada para formular alianzas, explorar sinergias e impulsar el trabajo conjunto entre organizaciones que comparten una misión similar.

La invitación, entonces, no es a pensar “en qué piso me quedo”, sino en comprender las bondades de los distintos modelos de operación y, con base en los recursos disponibles —no solo financieros—, reflexionar sobre cómo podemos generar un mayor impacto. Y, por supuesto, ojalá más familias, empresas y donantes se animaran a subir un piso: observar y analizar la realidad desde una perspectiva más amplia, sin perder el contacto humano con quienes la habitan.

II.

FAMILIAS EMPRESARIAS: EL LEGADO QUE CONSTRUYE UN PAÍS

ENRIQUE HARKER VARGAS
DIRECTOR EJECUTIVO DE
[FAMILY BUSINESS NETWORK COLOMBIA](#)

¿Alguna vez nos hemos detenido a pensar qué es lo que realmente sostiene a un país cuando los vientos soplan fuerte? Más allá de las grandes cifras económicas o los titulares de prensa, la respuesta suele encontrarse en algo mucho más cercano: en el nombre de una familia grabado en la fachada de una tienda de barrio, en una fábrica que ha visto crecer a generaciones o en ese campo que sigue dando frutos gracias al esfuerzo de abuelos, padres e hijos.

Es ahí, en el corazón de las familias empresarias, donde reside una fuerza silenciosa pero tenaz que se convierte en un pilar fundamental para el desarrollo del país y su transformación social.

Para estas familias, más que un simple negocio, lo que construyen son proyectos de vida y legado. La pregunta que guía sus decisiones no es

solo ¿cuánto ganaremos?, sino ¿qué huella estamos dejando? Este simple cambio de perspectiva lo transforma todo. Cuando el propio apellido está en juego, las decisiones dejan de tomarse únicamente con la calculadora y empiezan a tomarse con el corazón.

Este compromiso, que va más allá del dinero, es el que forja una resiliencia única. Y lejos de romantizar las empresas familiares —porque no es un secreto que trabajar en familia implica retos y dificultades adicionales al servicio empresarial—, debemos reconocer que las dinámicas familiares involucran sentimientos, egos y, en muchos casos, brechas de comunicación marcadas por heridas del pasado o conversaciones pendientes.

Uno de los grandes desafíos, por ejemplo, es aprender a diferenciar los vínculos familiares de los vínculos empresariales. Separar la función de padre, hermano o hijo del socio o jefe no es fácil. Sin embargo, es precisamente esa capacidad de navegar las tormentas internas la que moldea el carácter único que distingue a las familias empresarias.

Es en tiempos de incertidumbre, cuando la lógica del mercado podría dictar recortes o cierres, que estas familias suelen elegir el camino más difícil: resistir, proteger a su gente, a quienes muchas veces consideran una extensión de su propio hogar. No lo ven como un gasto, sino como una inversión en la confianza y la lealtad que las ha sostenido durante años. Es una visión elevada: la de quien trabaja sabiendo que tal vez no verá la catedral terminada, pero tiene la convicción de estar cimentando su estructura para futuras generaciones.

Esta forma de actuar no surge de una estrategia de responsabilidad social corporativa leída aprendida en un manual, sino de una vocación, de un sentido profundo de pertenencia y de valores heredados en familia. Son esos valores los que se convierten en el legado inmaterial que impulsa a la familia hacia adelante. Entienden que su empresa no es una isla: respira el mismo aire que su comunidad. Por eso, su apoyo no es esporádico, sino constante; nace de un impulso natural por mejorar el metro cuadrado que

habitan y convierte a estas empresas en motores de transformación para nuestras sociedades. Esa convicción se traduce en decisiones estratégicas: desde preferir a un proveedor local, aunque sea más costoso, hasta implementar programas de formación para los hijos de sus colaboradores.

Quizás, la mayor lección que nos dejan las familias empresarias no radica en la gestión de negocios, sino con la gestión de legados. Nos invitan a una profunda reflexión sobre nuestras propias familias: ¿Qué estamos construyendo que perdure más allá de nosotros? ¿Cómo impactamos positivamente en nuestro entorno, por pequeño que sea?

Al final del día, la construcción de un país no es tarea exclusiva de los gobiernos. Se teje con las decisiones diarias de miles de ciudadanos que apuestan por su tierra, cuidan de su gente y actúan con la convicción de que el futuro se siembra hoy.

Las familias empresarias, con su ejemplo de perseverancia y compromiso, nos recuerdan que tener un propósito que nos trascienda es, quizás, el motor más poderoso para superar cualquier adversidad.

Así que, la próxima vez que se reúnan en familia, la pregunta queda sobre la mesa: ¿Cuál es el legado que nuestra familia está construyendo hoy? Porque el legado no se hereda, se construye cada día, en las decisiones, en los valores que transmitimos, en la forma cómo cuidamos lo que otros nos confiaron. Y aunque el mundo cambie, el verdadero propósito de una familia empresaria sigue siendo el mismo: dejar un país un poco mejor del que encontramos.

III.

HACER EL BIEN MIENTRAS NOS VA BIEN... ¿QUIÉN NO QUISIERA ESO?

MARIA ELVIRA TAMAYO
GERENTE GENERAL DE [IMPACTO COLOMBIA](#)

La inversión de impacto encarna una idea simple, pero poderosa: ¿quién no quiere hacer el bien mientras le va bien? Ese lema resume la esencia de un movimiento global que, en los últimos años, ha cobrado cada vez más fuerza en Colombia. Se trata de una manera de invertir que une lo mejor de dos mundos: el rigor financiero y el poder transformador del impacto social y ambiental. En el caso de las familias inversionistas y las empresas familiares, representa además una oportunidad única para ampliar la huella de sus patrimonios, trascender generaciones y construir un legado que realmente importe.



La inversión de impacto se apoya en tres principios innegociables: tener una intención clara de generar un impacto social y/o ambiental positivo; buscar un retorno financiero, porque la sostenibilidad exige viabilidad económica; y medir y reportar los resultados con la misma seriedad con que se presentan los estados financieros. No se trata de filantropía disfrazada ni de inversión tradicional que ocasionalmente se “derrame” beneficios colaterales. Es un modelo que combina cabeza, corazón y cartera.

Este lenguaje conecta de manera natural con las familias inversionistas y las empresas familiares, que siempre se mueven al ritmo de un doble pulso: la rentabilidad y la preservación del legado. La inversión de impacto les permite destinar recursos a proyectos que generan retornos y, al mismo

tiempo, transforman comunidades, regeneran ecosistemas y abren caminos hacia un futuro más sostenible. Y lo hace en un contexto en el que ya no basta con crecer: las nuevas generaciones exigen que los portafolios reflejen valores, que las inversiones hablen de coherencia y que el capital se convierta en un puente hacia un mundo más justo.

Vivimos, además, un momento histórico. La cooperación internacional, tal como la conocíamos, se está transformando. La salida de USAID de Colombia es solo un ejemplo de cómo los recursos concesionales y las donaciones tradicionales serán cada vez más escasos. Esta coyuntura, lejos de representar un obstáculo, abre la puerta a repensar la cooperación del futuro. Y esa cooperación tiene nombre: inversión de impacto. Un tipo de capital que no depende de la filantropía, sino que se construye sobre bases sostenibles, financieras y de largo plazo. En otras palabras, esta transición cae como anillo al dedo para acelerar el crecimiento de la inversión de impacto.

Colombia, por su parte, es un terreno fértil para que esto suceda. En un país que aún enfrenta profundas brechas sociales y económicas, la inversión de impacto ya está mostrando resultados: proyectos que llevan energía limpia a comunidades apartadas; fondos que impulsan la inclusión financiera; iniciativas que transforman la educación y acercan la tecnología a la ruralidad; o cadenas productivas, como la del cacao y otros cultivos que, además de generar ingresos sostenibles, dignifican la vida de miles de familias campesinas. El abanico de oportunidades es amplio, tangible y rentable.

Además, Colombia cuenta con un ecosistema vibrante y articulado en torno a la economía y la inversión de impacto. Impacto Colombia, capítulo local de la red global [GSG Impact](#), ha logrado convocar a familias inversionistas, empresas familiares, fundaciones, fondos, organizaciones multilaterales, universidades, gobierno y cooperantes en un mismo propósito: movilizar capital hacia soluciones verdaderamente transformadoras.

El momento también está marcado por un cambio cultural profundo. Cada vez más, los proveedores, y, sobre todo, las nuevas generaciones exigen que los negocios se alineen con el cuidado de las personas y del planeta. Quien no se monte a este bus corre el riesgo de volverse irrelevante: sus negocios dejarán de ser competitivos y desaparecerán poco a poco. La historia lo demuestra: los seres humanos actuamos movidos ya sea por miedo al castigo o por convicción del bien. Y hoy, ambas fuerzas están presentes. Por un lado, surgen normas y regulaciones que obligan a avanzar hacia el impacto. Por otro lado, quienes se anticipan y actúan antes de que la ley los obligue terminan siendo, al final del día, más exitosos y competitivos.

Invertir con impacto no es una moda pasajera. Es, quizá, la forma más evolucionada de responder a una pregunta que toda familia inversionista o empresa familiar se plantea en algún momento: ¿qué legado queremos dejar? La respuesta ya no se mide solo en propiedades o cifras de balance. El verdadero legado está en la capacidad de haber contribuido a mejorar vidas, proteger el planeta y hacerlo de manera rentable, demostrable y escalable.

Por eso, desde Impacto Colombia invitamos a las familias inversionistas, a las empresas familiares y a sus asesores financieros a acercarse y descubrir cómo iniciar su camino en la inversión de impacto: cómo incorporarla en sus portafolios y cómo aprovechar, desde hoy, una estrategia que combina retorno y propósito. En este universo hay espacio tanto para quienes buscan rentabilidad competitiva como para quienes prefieren modelos con retornos más moderados pero con un alto impacto social y ambiental. Lo importante es dar el primer paso: acercarse a comprender cómo hacerlo de manera seria, estratégica y con visión de futuro. Hoy más que nunca, dirigir la riqueza hacia el impacto es una decisión inteligente y trascendental. Es asegurarse de que, mientras a su portafolio le va bien, al mundo también le vaya bien. La pregunta no es si vale

la pena hacerlo. La verdadera pregunta es: ¿quién no querría hacerlo? Porque, a estas alturas, negarse a explorar la inversión de impacto no solo significa perder una oportunidad, sino que empieza a parecer sospechoso.



Fotografía - Poderosas

IV.

DEL CONOCIMIENTO A LA ACCIÓN: IA PARA ESCALAR EL IMPACTO

CATALINA HERRERA
DIRECTORA DE CONOCIMIENTO
DE [LATIMPACTO](#)

En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser una innovación exclusiva de sectores tecnológicos avanzados para convertirse en un componente estratégico clave para todo tipo de organizaciones, incluidas aquellas enfocadas en generar impacto social y ambiental. Su adopción no busca reemplazar la toma de decisiones humanas, sino ampliar la capacidad analítica, mejorar la comprensión de contextos complejos y optimizar la asignación de recursos. Gracias a su potencial para procesar grandes volúmenes de información, la IA permite generar conocimiento accionable y fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia.

El uso de inteligencia artificial en el ecosistema de impacto ofrece oportunidades significativas en múltiples dimensiones. En primer lugar, permite

analizar información dispersa y proveniente de diversas fuentes, como artículos de prensa, reportes institucionales, redes sociales o datos de campo, de manera mucho más eficiente que los métodos tradicionales de recolección manual. En segundo lugar, facilita la consolidación y el análisis de indicadores de gestión, beneficiarios impactados, sectores de intervención o capital movilizado, integrando estos datos en visualizaciones o tableros interactivos que potencian el análisis estratégico. Finalmente, posibilita evaluaciones continuas y periódicas, lo que fortalece la capacidad de aprendizaje organizacional, mejora la planificación de programas y eleva la rendición de cuentas frente a donantes y aliados. Como ejemplo de aplicación práctica, algunas organizaciones en la región han comenzado a desarrollar herramientas de Inteligencia artificial que emplean algoritmos capaces de escanear grandes volúmenes de información, filtrar contenidos relevantes, eliminar redundancias y clasificar actividades según criterios de impacto social y ambiental. La experiencia demuestra que estas herramientas no solo agilizan la recopilación y el análisis de datos, sino que también permiten generar *insights* valiosos sobre tendencias emergentes, brechas del ecosistema y oportunidades de colaboración entre distintos actores.

Asimismo, vale la pena aclarar que el potencial de la inteligencia artificial no se limita al análisis de información. En la gestión de impacto, el desarrollo de modelos predictivos permite anticipar riesgos, detectar desviaciones y sugerir ajustes estratégicos antes de que los retos o problemas se materialicen. Del mismo modo, en la comunicación del impacto, el procesamiento de lenguaje natural y la generación automática de reportes facilitan la traducción de datos complejos en narrativas claras y visuales, accesibles para distintos públicos: financiadores, sector público, aliados y comunidades.

Con el propósito de fortalecer el ecosistema de impacto en la región, Latimpacto, en colaboración con la firma [Impact Intelligence](#), desarrolló la herramienta [SIAL \(Social Investment in Action in Latin America and the](#)

[Caribbean](#)). El objetivo de esta iniciativa es mapear el ecosistema regional de impacto mediante la identificación y el análisis automatizado de noticias, reportes y publicaciones digitales. Esta herramienta fue diseñada para extraer información clave, como: ubicación geográfica, beneficiarios, organizaciones involucradas, sectores de intervención, [Objetivos de Desarrollo Sostenible \(ODS\)](#) asociados y capital movilizado, integrando todos estos datos en un tablero interactivo que facilita la visualización y el análisis.

El desarrollo de SIAL nació de la necesidad de contar con información sistematizada y actualizada sobre el ecosistema de impacto en la región. Las herramientas tradicionales como encuestas o reportes manuales, presentan limitaciones importantes: la recolección de datos suele ser lenta, costosa y de alcance limitado, y la información obtenida no siempre es comparable ni está disponible de forma continua. SIAL ofrece una respuesta a estos desafíos mediante el uso de algoritmos de inteligencia artificial capaces de escanear grandes volúmenes de contenido en línea, filtrar la información, eliminar redundancias y clasificarla según criterios predefinidos. Este proceso automatizado permite mantener una visión actualizada del ecosistema, sin depender de la recolección manual, y facilita la identificación de tendencias, actores clave y oportunidades de colaboración.

En un primer análisis realizado con SIAL, se procesaron aproximadamente 1,2 millones de artículos, identificando cerca de 4600 actividades de impacto. Este volumen de información sería imposible de analizar manualmente en un tiempo razonable: se estima que un equipo humano tardaría más de diez mil años de trabajo a tiempo completo en realizar esta tarea. La combinación de técnicas de análisis de texto, filtrado de contenido irrelevante y clasificación automatizada garantiza que los datos extraídos sean de alta calidad y utilidad para la toma de decisiones estratégicas.

Además, la herramienta incorpora mecanismos que permiten dar contexto y sentido a la información obtenida. Por ejemplo, asocia cada actividad

con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) pertinentes, identifica las organizaciones participantes y determina los sectores involucrados, facilitando así un análisis multidimensional del impacto generado. Esta capacidad resulta especialmente valiosa en un ecosistema como el latinoamericano, en el que la información sobre iniciativas sociales y ambientales suele estar fragmentada y dispersa. Al conectar esos puntos, SIAL ayuda a revelar patrones, sinergias y oportunidades que, de otro modo, pasarían desapercibidas.

La adopción de inteligencia artificial en el mapeo del ecosistema ha generado impactos notables en distintas dimensiones. Por un lado, la eficiencia operativa se multiplica: los algoritmos permiten procesar grandes volúmenes de información de forma continua y con mínima intervención humana. Por otro lado, la calidad de análisis se eleva, al integrar diversas fuentes y aplicar criterios rigurosos de validación y clasificación. Finalmente, la toma de decisiones estratégicas se fortalece, pues los datos procesados hacen posible identificar oportunidades emergentes, anticipar riesgos y ajustar la asignación de recursos con mayor precisión y agilidad.

Más allá de SIAL, la inteligencia artificial abre la puerta a un sinfín de posibilidades para el ecosistema de impacto: desde la creación de herramientas de análisis predictivo y mapeo de actores, hasta la evaluación de programas y el monitoreo continuo de resultados. Gracias a su capacidad para procesar y conectar grandes volúmenes de información, la inteligencia artificial permite simular escenarios, detectar cuellos de botella y visualizar los posibles efectos de las intervenciones antes de implementarlas. Esto resulta especialmente relevante en programas de cambio sistémico, en los que los resultados dependen de múltiples factores interconectados y los impactos pueden ser tanto indirectos como multiplicadores.

En el ámbito de la comunicación del impacto, la inteligencia artificial facilita la transformación de datos complejos en narrativas claras, visibles y acce-

sibles para distintos públicos. Mediante el procesamiento de lenguaje natural, la generación automática de reportes y visualizaciones dinámicas es posible lograr que donantes, aliados y comunidades comprendan mejor los resultados y el valor generado. Esta capacidad fortalece la transparencia, impulsa la rendición de cuentas y refuerza la confianza dentro del ecosistema.

En el plan estratégico, el desarrollo y la aplicación de herramientas de inteligencia artificial para el mapeo y análisis del ecosistema de impacto abren la posibilidad de repensar los modelos futuros de financiamiento y gestión. La evidencia generada a partir de estos análisis automatizados ofrece un marco valioso para anticipar cambios estructurales, identificar oportunidades emergentes y diseñar estrategias que impulsen la sostenibilidad y la escalabilidad de las soluciones sociales y ambientales. Este enfoque propone, además, un cambio de paradigma: pasar de la simple mitigación de problemas a la regeneración de sistemas sociales, económicos y ambientales, mediante modelos basados en la biodiversidad, la inclusión, la economía circular y las soluciones inspiradas en la naturaleza.

En última instancia, más allá de la eficiencia operativa, la inteligencia artificial está ayudando a consolidar un ecosistema más transparente, colaborativo y orientado a la transformación sistémica. Ofrece a los actores de impacto una capacidad sin precedentes para comprender mejor la realidad, actuar con mayor precisión y generar cambios sostenibles en la región.

Fotografía - Poderosas



V.

FINANCIANDO SOLUCIONES BASADAS EN LA NATURALEZA: EL PAPEL DE LA FILANTROPÍA

MANUELA JIMÉNEZ
COORDINADORA DE CONOCIMIENTO
DE **LATIMPACTO**

América Latina y el Caribe, una región reconocida por su extraordinaria biodiversidad y, a la vez, por su alta vulnerabilidad frente al cambio climático, atraviesa un momento crucial en su camino hacia el desarrollo sostenible. Como señala el informe [Getting to Net-Zero Emissions: Lessons from Latin America and the Caribbean \(2019\)](#)¹, la región enfrenta desafíos complejos, pero también alberga oportunidades únicas para construir un futuro sostenible, resiliente e inclusivo, en el cual el progreso económico y la preservación ambiental puedan avanzar de la mano. El informe enfatiza la urgencia de una acción climática decidida: para limitar el calentamiento global entre 1,5°C y 2°C por encima de los niveles preindustriales, conforme al Acuerdo de París, los países de la

¹ Inter-American Development Bank, *Getting to Net-Zero Emissions: Lessons from Latin America and the Caribbean* (Washington, D.C.: Inter-American Development Bank, 2019), 11.

región deberán alcanzar emisiones netas de CO₂ iguales a cero para 2050, con reducciones sustanciales antes de 2030. Aunque las naciones latinoamericanas han asumido compromisos alineados con este acuerdo, sus Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional (NDC, por sus siglas en inglés) aún no son suficientes para alcanzar las metas establecidas.

La magnitud de la crisis climática actual deja en evidencia la necesidad urgente de movilizar recursos financieros adicionales. Sin embargo, la mayor parte del capital filantrópico y financiero global sigue concentrándose en la descarbonización y en el desarrollo de soluciones sostenibles para el Norte Global, mientras se descuida la financiación destinada a restaurar los ecosistemas del Sur Global, regiones donde la acción directa podría tener un impacto decisivo, especialmente en zonas críticas como la Amazonía. Además, las inversiones filantrópicas orientadas a la mitigación del cambio climático suelen enfocarse casi exclusivamente en el sector de energías limpias principalmente la electricidad, prestando poca atención, o incluso ignorando, los sectores más difíciles de descarbonizar.

El capital filantrópico tiene la capacidad de asumir riesgos, lo que lo convierte en un vehículo ideal para incubar soluciones basadas en la naturaleza y, posteriormente, atraer otras fuentes de capital que permitan

escalar su impacto. La acción pública y las regulaciones, aunque necesarias, han demostrado ser insuficientes para mitigar las externalidades negativas del sector productivo. De hecho, el informe más reciente [State of Finance for Nature](#) advierte que, a pesar de los compromisos climáticos internacionales, los gobiernos siguen otorgando incentivos financieros a actividades que agravan la crisis planetaria y deterioran el capital natural. Según este informe, alrededor de 7 billones de dólares de capital público y privado fluyen cada año hacia actividades dañinas para la naturaleza, mientras que solo 200 mil millones se destinan a soluciones basadas en la naturaleza².

Pero, hay motivos para la esperanza. Según el más reciente State of Blended Finance Report de Convergence, desde el 2018, los inversores filantrópicos han aportado alrededor de 400 millones de dólares a iniciativas de financiación combinada para el clima. Son, además, la única clase de inversores con un enfoque equilibrado entre mitigación y adaptación al cambio climático: más del 60% de sus inversiones se dirigen a proyectos de adaptación y medidas transversales. El informe destaca que los inversores filantrópicos destinan la mayor parte de sus recursos a fondos climáticos (49%) seguidos por inversiones directas en empresas (31%). Estas inversiones se concentran principalmente en países de ingresos bajos y medios (71 %), mientras y los países de ingresos altos y medios representan el 31 %, con énfasis particular en África subsahariana (51%) y América Latina y el Caribe (31%).

En este contexto, América Latina comienza a consolidarse como un hub de soluciones basadas en la naturaleza, en la cual la filantropía desempeña un papel clave en corregir ese desequilibrio. Actúa como catalizador, no solo al incrementar los recursos disponibles, sino también al fomentar alianzas que amplifican el impacto. El Fondo Verde Catalítico de Latimpacto es solo uno de los muchos esfuerzos que buscan impulsar la economía verde en la región.

²United Nations Environment Programme (UNEP). *State of Finance for Nature: The Big Nature Turnaround* (Nairobi: UNEP, 2023).8



[El Fondo Verde Catalítico](#)³, lanzado por Latimpacto en colaboración con [BID Lab](#), el [Green Climate Fund](#), la [Fundación Bayer](#) y Coca-Cola, ejemplifica el papel del capital filantrópico y catalítico en el impulso de la economía verde en América Latina y el Caribe. Con un enfoque en superar las barreras técnicas, financieras y de conocimiento que enfrentan las bioempresas y los emprendedores verdes —especialmente en la región amazónica—, el Fondo moviliza cinco millones de dólares para fortalecer a once Organizaciones de Apoyo al Emprendimiento (ESOs). Estas entidades impulsan modelos de negocio y tecnologías innovadoras orientadas a la descarbonización y al uso responsable de los recursos naturales.

Al finalizar el programa, se espera que las once ESOs apoyadas beneficien a unas 350 empresas, de las cuales al menos el 40% estarán lideradas o colideradas por mujeres, reafirmando así el compromiso del Fondo con la equidad de género en la acción climática. Los proyectos respaldados buscan capturar o evitar 6,2 millones de toneladas de CO₂ equivalente y mejorar la gestión de 2,5 millones de hectáreas de tierra y bosques. Estos resultados reflejan un enfoque sistémico que combina inversión, innovación e inclusión para generar retornos ambientales y sociales tangibles y medibles.

A través de este mecanismo innovador, el Fondo Verde Catalítico posiciona la filantropía como un puente entre la innovación temprana y las soluciones climáticas escalables. Al reducir el riesgo de las inversiones verdes y fortalecer a los actores del ecosistema, Latimpacto y sus aliados están sentando las bases para un crecimiento sostenible y una mayor resiliencia climática en una de las bioregiones más estratégicas y valiosas del planeta.

Tal como lo demuestra el Fondo Verde Catalítico, el capital filantrópico impulsa soluciones innovadoras y lideradas por las comunidades, capaces de trascender fronteras nacionales y beneficiar tanto a las personas como al planeta. Esta iniciativa se nutre del conocimiento local, combi-

nando la creatividad y la resiliencia de las comunidades con la experiencia técnica y las alianzas multisectoriales. Así, la filantropía trasciende el financiamiento tradicional para convertirse en un catalizador dinámico, capaz de cocrear soluciones escalables y sostenibles a largo plazo.

Sin embargo, aunque el panorama es prometedor, también pone de relieve la necesidad de construir una comunidad global de inversión más cohesionada, capaz de integrar iniciativas locales y fomentar el aprendizaje colectivo para escalar soluciones de manera regional. En América Latina y el Caribe, los distintos actores del ecosistema aún operan en gran medida de forma aislada, lo que hace que se pierdan valiosas oportunidades de colaboración. En este sentido, redes como Latimpacto desempeñan un papel fundamental al cerrar esa brecha mediante plataformas de intercambio de conocimiento, alianzas transfronterizas y una acción público-privada más coordinada, que permita unir capacidades y generar soluciones basadas en evidencia con impacto regional real y sostenible.

El verdadero poder del capital filantrópico radica en su capacidad para tender puentes entre sectores, fomentar la colaboración y mantener una visión de largo plazo. Al actuar como conector entre los inversionistas concesionales, los actores comerciales y las organizaciones de impacto, la filantropía puede unificar esfuerzos para abordar desafíos comunes. Esto implica no solo demostrar el potencial de las soluciones basadas en la naturaleza, sino también promover estrategias compartidas, como los modelos de financiamiento combinado, que permiten reducir riesgos, atraer capital privado y catalizar mayores flujos hacia proyectos ambientales de alto impacto. Combinado con la incidencia en políticas públicas y la colaboración intersectorial, este modelo amplifica el alcance y la efectividad de las soluciones, permitiendo que escale al ritmo que exige la crisis climática global. Al final del día, con un marco verdaderamente colaborativo, la filantropía puede transformarse en una fuerza motriz del cambio sostenible y sistémico.

³Conoce más sobre esta iniciativa aquí: <https://latimpacto.org/fondo-verde-catalitico/>

INFORME DE GESTIÓN FILANTRÓPICO 2025



MARIANA CASTRO DOMINGUEZ
DIRECTORA EJECUTIVA DE [FILANTRÓPICO](#)

En **FILANTRÓPICO**, creemos firmemente que la filantropía tiene el poder de transformar no solo a comunidades enteras, sino también a quienes deciden practicarla. El 2025 ha sido un año de fortalecimiento, crecimiento y nuevas conexiones, en el que celebramos quince años de trayectoria acompañando a las familias empresarias de Colombia en la construcción de un legado de impacto positivo.

Nuestra misión en **FILANTRÓPICO** es inspirar a las familias a ver la filantropía como una inversión social estructurada, que trasciende los aportes puntuales y se convierte en una fuente constante de cambio, desarrollo y transformación. Este informe celebra los avances alcanzados, no como simples hitos, sino como la materialización de un compromiso profundo y compartido con el bienestar de Colombia. Para alcanzar esta misión, trabajamos a través de tres objetivos fundamentales:

1

Motivar la inversión social y ambiental privada. Inspiramos a individuos y familias empresarias a incrementar su compromiso con el bienestar del país, entendiendo sus contribuciones, con o sin fines de lucro, como una inversión estratégica y sostenible hacia el desarrollo social.

2

Consolidar una comunidad de filántropos estratégico. Promovemos una red colaborativa que comparte buenas prácticas y aprendizajes para multiplicar el impacto colectivo. La filantropía prospera en la cooperación, y nuestra comunidad refuerza la capacidad colectiva de generar un cambio duradero.

3

Fortalecer el ecosistema filantrópico en Colombia. Impulsamos prácticas innovadoras, sostenibles y eficientes, fomentando un entorno que promueva resultados tangibles y un legado que trascienda generaciones.

Para cumplir con estos objetivos, desarrollamos un modelo de acompañamiento que combina asesorías personalizadas, espacios de encuentro entre pares y generación de conocimiento. Este enfoque permite a las familias empresarias evolucionar de la caridad tradicional hacia una filantropía estratégica, capaz de generar un impacto profundo, medible y sostenible.

Este año celebramos quince años de trabajo continuo junto a familias comprometidas con construir un futuro mejor. A lo largo de este camino, hemos acompañado a generaciones enteras en su viaje filantrópico, orientándolas para que su visión y sus recursos se conviertan en catalizadores de un cambio real y duradero. Cada avance reflejado en este informe reafirma nuestro compromiso de hacer de la filantropía una herramienta verdaderamente poderosa y significativa.

Agradecemos profundamente a cada familia que forma parte de **FILANTRÓPICO** por su confianza y por contribuir a una filantropía que no solo transforma vidas, sino que inspira a todo un país a seguir adelante.

ACTIVIDADES 2025

1. Asesorías

Durante el 2025, **FILANTRÓPICO** continuó acompañando a las familias empresarias en la construcción de sus legados, a través de asesorías estratégicas orientadas a definir, implementar y fortalecer sus prácticas filantrópicas. Nuestro objetivo es promover una visión clara, estructurada y con propósito, acompañándolas en cada etapa del proceso y fomentando el diseño de una tesis de inversión social significativa y duradera.

A lo largo del año, acompañamos a diversas familias empresarias en la definición de sus estrategias de filantropía familiar, la consolidación de sus órganos de gobernanza, la integración de nuevas generaciones y la alineación de sus estrategias de inversión social con los valores y principios de sus grupos empresariales. Estas asesorías permiten a las familias tecnificar su filantropía, hacerla más coherente, estratégica y sostenible, y mantener vivo su propósito de contribuir al desarrollo del país.

Nota: por motivos de privacidad no compartimos detalles de nuestros casos de asesorías.

2. Encuentros y conversaciones

Además de las asesorías, este año lideramos una serie de encuentros y espacios de diálogo diseñados para fomentar el intercambio de experiencias, fortalecer la comunidad y promover conversaciones honestas sobre el legado, el impacto y la función de las nuevas generaciones. Entre ellos, destacamos tres espacios muy significativos:

Desayuno Nueva Generación — Bogotá:

Reunimos a más de veinte participantes entre los veinte y treinta y cinco años en una conversación abierta sobre la filantropía estratégica y las formas en que las nuevas generaciones pueden involucrarse y generar acciones concretas. El encuentro fue liderado por una pareja joven perteneciente a una familia que actualmente adelanta su proceso de acompañamiento con **FILANTRÓPICO**, lo que permitió compartir experiencias reales, cercanas e inspiradoras entre pares.

Desayuno entre familias — Bogotá:

Este encuentro fue liderado por una familia que ya completó su proceso de acompañamiento con **FILANTRÓPICO** y ha obtenido resultados significativos en su estrategia de filantropía familiar. El objetivo fue compartir su experiencia con otras familias interesadas en iniciar este camino, generando una conversación cercana, transparente y motivadora.

Cena de legado — Medellín:

En alianza con la Fundación Alejandro Ángel Escobar y una familia empresaria comprometida con la filantropía, organizamos una cena que reunió a familias empresarias de Antioquia para conversar sobre la importancia de los legados filantrópicos familiares. Este espacio invitó a reflexionar sobre el valor de trascender a través de las generaciones y sobre la responsabilidad compartida de fortalecer el impacto social desde la familia y la empresa.

Estos encuentros se han convertido en un pilar fundamental para fortalecer la comunidad de filántropos estratégicos en Colombia, promoviendo el aprendizaje entre pares y la construcción de una red comprometida con el cambio social.

3. Conocimiento y comunidad

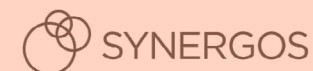
Durante este año, continuamos produciendo y compartiendo conocimiento para fortalecer la práctica filantrópica en el país. A través de documentos de legado, artículos, presentaciones y participaciones en espacios académicos, seguimos aportando ideas, herramientas y metodologías que inspiran a más familias a invertir con propósito y a construir un legado de impacto duradero. Asimismo, reforzamos nuestra participación activa en redes y alianzas con organizaciones como Family Business Network Colombia (FBN), Latimpacto, la Asociación de Fundaciones Empresariales (AFE), The Impact, Fundación Juanfe, Colombia Diversa, Profamilia y la Fundación Alejandro Ángel Escobar, consolidando una comunidad sólida, diversa y comprometida con el desarrollo del país.

A través de nuestro trabajo seguimos consolidando nuestra comunidad de filántropos estratégicos, facilitando la colaboración, el intercambio de aprendizajes y la adopción de buenas prácticas que fortalezcan tanto el volumen como la calidad de la inversión social privada en Colombia.

FILANTRÓPICO reafirma su propósito de acompañar, conectar e inspirar a las familias empresarias del país, para que, desde su legado y liderazgo, continúen siendo agentes de cambio y generadores de bienestar colectivo.

info@filantropico.co /
www.filantropico.co

ALIADOS



LO INVITAMOS A FORMAR PARTE
DE FILANTRÓPICO, ARTICULANDO
SU COMPROMISO Y SUMANDO
ESFUERZOS PARA INCREMENTAR
EL BIENESTAR Y EL DESARROLLO
DE NUESTRO PAÍS.



info@filantropico.co
www.filantropico.co

(+57) 317.647.2826