

2020

**Filantropía
Familiar
en Colombia**

Inversiones Sociales,
Estratégicas, Participativas
y Colaborativas

3

(edición)

Transformando la Filantropía

Créditos

Artículos & Textos:

Carolina Gómez & Mariana Castro

Corrección Ortográfica:

Camila Navas Röthlisberger

Diseño & Diagramación:

Maquinados

Fotografías:

Martín Anzellini

Agradecimientos:

Felipe Medina

Roberto Navas

Andrés Maldonado

Luis G. Gallo

Melissa Sesana

Kris Putnam - Walkerly

Bruno Carvajal

Monica Gómez Jaramillo

Enrique Cavelier Piedrahita

Daniel Haime Gutt

Nanook Smildiger Ponce de León

José Manuel Suso

6	Carta a los Lectores	Felipe Medina Filantropía Transformadora	Historias de Filantropía Familiar	41
9	Introducción	Carolina Gómez Filantropía Transformadora	Nuestra Relación con el Otro: Una Historia de Familia	a
12	Artículos de Filantropía		Fundación Grupo Familia	b
a	Filantropía Familiar, la Semilla para el Cambio	Roberto Navas Filantropía Transformadora	Fundación Levapan	c
b	Inversiones de Impacto en Colombia	Melissa Sesana Grajales	El Legado de la Fundación Carlos y Sonia Haime	d
c	Una Bola de Nieve Puede Propiciar una Avalancha	Luis G. Gallo	La Historia de la Filantropía en la Familia Carvajal	e
d	El Poder de la Filantropía Familiar	The Philanthropic Initiative (TPI)	Reinventarse es la Solución Permanente	f
e	The Untapped Potential of Philanthropic Families	Kris Putnam-Walkerly Putnam Consulting Group	Informe de Gestión 2019-2020	68
30	Caja de Herramientas - Estrategia de Filantropía			

Reflexiones de los Últimos Diez Años de Filantropía Transformadora

Desde que se creó la Iniciativa de **Filantropía Transformadora** en el 2010, ha habido muchos cambios en Colombia y en el mundo. La economía colombiana ha crecido de un PIB de 100 billones a 370 billones de dólares. El sector social también ha tenido un crecimiento importante durante esta última década. En los próximos quince años vamos a ver la transferencia patrimonial más grande que hemos tenido en la historia de Colombia. Las nuevas generaciones al heredar este patrimonio tendrán una responsabilidad muy importante como fiduciarios de este capital. En este artículo queremos compartir algunas de las lecciones aprendidas de la filantropía e inversión social privada de la última década que esperamos que puedan ser útiles para las nuevas generaciones y sus familias.

1. Uno de los aprendizajes más valiosos es el de visualizar la filantropía como un camino de doble vía y no únicamente un traspaso de los ricos a los pobres. El paradigma de “yo soy rico y tú eres pobre, entonces te doy plata” ya no funciona. Si uno tiene la humildad para escuchar a las personas que uno quiere ayudar descubrirá que tiene mucho que aprender de ellos pues todos tienen ideas valiosas que aportar.
2. El ser exitoso en el mundo corporativo no quiere decir que uno va serlo en el mundo social. Este es complejo y, como dice Samuel Azout “Para comprenderlo es importante coconstruir y cocrear con las comunidades”. Muchas veces, los filántropos diseñan programas, productos o servicios sin consultar a las personas que los van a utilizar, esto nunca ocurriría en el mundo corporativo. Antes de empezar una nueva estrategia filantrópica, nosotros recomendamos que se tome un periodo de seis a doce meses para conocer el contexto y la temática en los que se quiere contribuir y aprender de la(s) comunidad(es) con las que se quiere(n) trabajar así como investigar las organizaciones que vienen contribuyendo y junto con ellas su área de interés, así mismo, entender cuáles son sus retos y comprender cómo llegar a una escala de impacto atractiva. Investigue qué ha funcionado y qué equivocaciones se han enfrentado. Hay una alta posibilidad de que identifique una o dos organizaciones e iniciativas cuyos esfuerzos apalancados podrán tener mucho más impacto que si empieza algo de cero.
3. No todas las causas deben merecer la misma atención por esta razón recomendamos no basar únicamente las inversiones sociales según lo que le dice el corazón. También hay que considerar en donde tendrá mayor impacto su inversión social. De igual manera, hemos aprendido que aunque los recursos financieros son importantes los conocimientos, la capacidad de gestión y los contactos pueden ser igual o más valiosos. El altruismo efectivo reconoce que tenemos que aprender a pensar con el corazón y a sentir con el cerebro.

4. En la medida que las familias van creciendo de la segunda a la tercera y cuarta generación, se vuelve cada vez más difícil mantener a la familia unida. Así como las familias estructuran protocolos para el gobierno de la empresa y de la familia es importante tener una estrategia definida para las inversiones sociales ya que será su norte. Dentro de su estrategia es clave entender el portafolio de filantropía y definir sus proporciones. Una buena práctica que hemos observado en varias familias es enfocar por lo menos un 80% de los recursos de su filantropía en uno o máximo dos temas. El otro 20% será destinado a temas menos estratégicos, pero que sabemos que son importantes como las situaciones inesperadas como el COVID-19 y las invitaciones de amigos o familiares como las boletas o eventos de beneficencia, entre otros. Es importante que en el proceso de crear e implementar su estrategia de filantropía se involucren a todas las generaciones pues serán ellas las que continuarán con la gestión en el futuro. Otra opción en relación con su portafolio de filantropía es el de destinar un porcentaje para darle la oportunidad a las nuevas generaciones para definir su estrategia de inversión social. De esta manera, la filantropía se vuelve el hilo que mantiene a la familia unida.
5. La filantropía es la fuente de capital más flexible que existe para beneficio de la sociedad. Ninguna otra fuente de capital está posicionada para tomar riesgos y tratar nuevos esquemas que puedan resultar en cambios transformadores. Sin embargo, muchas veces la filantropía se enfoca en financiar proyectos sociales de bajo riesgo para así no desperdiciar el dinero. En muchas ocasiones, la adversidad al riesgo también causa una visión cortoplacista y hace que los filántropos tiendan a sobrediversificar sus inversiones sociales, en vez de apuntarle a proyectos de gran escala. Debemos ser audaces con nuestra filantropía y pensar en grande.
6. Uno de los cambios que hemos observado en la última década es que el ecosistema social está mucho más interconectado. Existen varias plataformas, redes y organizaciones que facilitan el intercambio de mejores prácticas e ideas. Actuar aisladamente ya no es una opción. Vemos una evolución hacia la colaboración y no la competencia. Este aprendizaje también ha conllevado a que los filántropos piensen en transformar un sistema (véase el artículo “¿Qué es cambio sistémico y cómo se hace?” de Manuel José Carvajal de la segunda edición de Transformando la Filantropía, 2018)¹ en vez de enfocarse en proyectos aislados como solían hacerlo, por ejemplo, al apoyar algo en generación de ingresos, algo en educación básica y algo en medio ambiente, entre otros.
7. Otra de las enseñanzas que hemos aprendido es la importancia de crear mecanismos y espacios innovadores para entender y compartir conocimientos, sobre lo que funciona y lo que no funciona en la filantropía. Compartir equivocaciones es igual de importante que las lecciones aprendidas para mejorar el impacto de todas las inversiones sociales. Como inversionistas y filántropos estratégicos, tenemos la posibilidad de influenciar cómo se estructura la evaluación de resultados y la relación con las

¹ Manuel José Carvajal, “¿Qué es cambio sistémico y cómo se hace?,” Transformando La Filantropía, no. 2 (2018): 14–17, <http://filantropia.org.co/reportes/2018%20TRANSFORMANDO%20LA%20FILANTROPIA%20-%20FILANTROPIA%20TRANSFORMADORA.pdf>

organizaciones que reciben acompañamiento y soporte financiero. A todos nos gusta saber que nuestra inversión social tuvo un impacto, por ende, cuando evaluamos la inversión a veces tomamos una actitud similar a la de un profesor de colegio. Cuando somos un profesor, consideramos dos resultados: o pasó o se rajó. A lo largo de los años hemos aprendido que esta actitud muchas veces hace que las organizaciones, los proyectos y las iniciativas no compartan abiertamente sus fracasos. Es por esto que invitamos a cambiar su visión y optar por una actitud de coach. Cuando optamos por ser coach, coinversionistas, colaboradores y cómplices entendemos de cerca por qué el proyecto fracasó. Los fracasos son grandes fuentes de conocimiento y si los compartiéramos con todos tendríamos un ecosistema social mucho más robusto, abierto y transparente.

8. Cuando trabajamos con familias que están estructurando su estrategia filantrópica, siempre nos gusta hacer la pregunta de cómo formulan su presupuesto filantrópico. Algunas nos dicen que observan qué hicieron el año anterior y hacen algo similar, otras responden que dependen de las necesidades u oportunidades de inversión que se presenten, pero muy pocas tienen una fórmula relacionada con el crecimiento del patrimonio familiar para este presupuesto. El resultado es que si uno compara el crecimiento del presupuesto filantrópico con los últimos diez y veinte años versus el crecimiento del patrimonio familiar hay una diferencia muy grande. Cuando uno determina su presupuesto filantrópico debe pensar en términos relativos y no absolutos. En general en Latinoamérica y en Colombia en particular las familias acostumbran a hacer sus donaciones filantrópicas anualmente. En Estados Unidos muchas familias acostumbran a crear un fondo o endowment para darle más solidez y continuidad a sus inversiones sociales. Hemos observado que algunas familias están considerando o han estructurado un fondo permanente para sus inversiones sociales. Filantropía Transformadora recientemente asesoró una familia para crear el primer Fidecomiso Filantrópico en Colombia.
9. En los últimos años hemos observado una profesionalización de la filantropía en Colombia. Muchas fundaciones familiares han empezado a crear juntas directivas más diversas y preparadas, invitando a personas externas a servir en las juntas. A raíz de esto, Filantropía Transformadora ha desarrollado un programa -**Juntas Efectivas**- para ayudar a estos órganos de decisión para estar mejor preparados y ser más eficientes en su misión.
10. La riqueza, como dice David Bojanini, no es la acumulación de dinero; la riqueza es cuando lo que hacemos le deja bienestar a muchas personas. En esta época de pandemia hemos encontrado una solidaridad muy fuerte y sería importante que este capitalismo consciente continuara aun cuando volvamos a la nueva normalidad.



Felipe Medina
PRESIDENTE JUNTA DIRECTIVA
FILANTROPÍA TRANSFORMADORA

Estimados lectores,

Mientras escribíamos esta tercera edición de nuestra **Revista Transformando la Filantropía** nos sorprendió el coronavirus. Oficialmente una pandemia nacional y mundial, el COVID-19 ha traído múltiples consecuencias negativas que todos conocemos. De igual manera, esta coyuntura ha traído una ola de generosidad en Colombia y el mundo que nos invita a reflexionar sobre el poder de la filantropía para contribuir a tantos nuevos retos que apenas estamos dimensionando. Debemos manejar con mucha inteligencia nuestras inversiones privadas y es por esto que la **filantropía estratégica** cobra en este momento más relevancia que nunca.

Seguramente, cada uno de ustedes ha tenido sus redes inundadas con campañas filantrópicas: desde mercados para familias que viven del día a día, apoyo en temas educativos para niños que no tienen acceso a plataformas virtuales, hasta soporte para el sector salud que debe acoplarse con urgencia. Tenemos y tendremos retos enormes en torno a la filantropía humanitaria (la supervivencia) pero, así mismo, la filantropía estratégica (el desarrollo) es actualmente más importante que antes pues el COVID-19 y su impacto son desconocidos para todos y debemos actuar, pero a la vez ser pacientes y pensar a largo plazo.

En **Filantropía Transformadora** estamos para ayudarlos y guiarlos para ser lo más efectivos en este momento tan retador. Por el momento los dejamos con las siguientes diez recomendaciones y una frase relevante:

La filantropía no puede reemplazar los esfuerzos del gobierno, pero sí puede ayudar a llenar los vacíos.

1. **Portafolio filantrópico:** Tenga presente su capacidad de inversión social y los diferentes frentes que quiere apoyar. ¿Cuánto de este portafolio quiere dedicárselo a la ayuda humanitaria? ¿Cuánto quiere prever para proyectos propios, de amigos o familia? ¿Cuánto quiere destinar a inversiones más estructurales?
2. **Tiempos:** Pausa. Piense en el inmediato, mediano y largo plazo. El impacto de COVID-19 es incierto para todos, pero sin duda aumentará la inequidad social de nuestro país y del mundo. No pierda de vista que estamos entrando en una maratón.
3. **Capacidad y experiencia:** Apoye organizaciones con la capacidad y experiencia para responder a este tipo de crisis. Analice si el ejecutor conoce el sector, las necesidades y la población objetivo, entre otros.
4. **Alianzas:** Priorice proyectos que estén trabajando en alianza con otros. Los retos en este momento son tan grandes que hay que ser estratégicos y escoger los que puedan tener mayor incidencia.
5. **Enfoque:** Hay personas en todo el país que nos necesitan, pero no olvidemos a nuestros empleados más cercanos y sus familias.

6. **Puente para el gobierno:** Contemple la posibilidad de servir como “puente” mientras que los recursos gubernamentales llegan a donde deberían llegar. Los recursos filantropicos pueden desembolsarse con mayor flexibilidad lo cual es clave en estos momentos.
7. **Geografía:** ¿En qué lugar puedo tener mayor impacto? Piense en las necesidades a nivel local, regional y nacional. Muchas veces apoyamos los lugares más cercanos a nosotros, pero no olvidemos los municipios con menor atención.
8. **Use su voz:** A veces podemos lograr más con un par de llamadas que con una donación. Tenga presente el poder de sus contactos y utilícelos, este es el momento de ser influyentes.
9. **Adaptabilidad:** Piense en escenarios inimaginables. Ninguno de nosotros sabe lo que va a pasar, pero tenemos que ser flexibles al cambio y adaptarnos.
10. **Proyección:** El COVID-19 si bien es una catástrofe es un evento coyuntural. Piense que esta situación es una oportunidad como país para unirnos y proyectarnos como una sociedad capaz y cohesionada. Oriente sus aportes a proyectos que sigan generando bienestar e igualdad cuando la pandemia pase.

Para los que no nos conocen, quiero compartirles quiénes somos y celebrar que este año estamos en nuestro décimo aniversario:

Filantropía Transformadora creada en el 2010, es una comunidad de filántropos estratégicos que buscan aumentar el impacto de sus inversiones sociales y ambientales. El objetivo de Filantropía Transformadora es que todas las familias empresarias de Colombia tengan una estrategia de inversión social estructurada, se conozcan entre si, y compartan sus logros asi como sus aprendizajes.

1. **¿QUÉ HACEMOS?:** Asesoramos a personas y familias para que su filantropía tenga un mayor impacto social y ambiental, al evolucionar de una cultura de caridad a una de inversión social estratégica.
2. **¿CON QUIÉN LO HACEMOS?:** Trabajamos con personas y familias, acompañándolas y apoyándolas en su camino de generosidad, altruismo y responsabilidad individual. Ayudamos a crear o avanzar en sus estrategias de filantropía.
3. **¿CÓMO LO HACEMOS?:** Organizamos múltiples conferencias, talleres, cursos y asesorías sobre cómo avanzar de la filantropía tradicional (caridad) a la filantropía estratégica (desarrollo humano).
4. **¿POR QUÉ LO HACEMOS?:** En la medida que los individuos y familias más privilegiadas del país desarrollan e implementen una estrategia de filantropía rigurosa, nos alejaremos de la caridad y haremos inversiones mejor pensadas, técnicas y de largo plazo. Esto permitirá una sociedad más inclusiva, equitativa y con bienestar.

Esta tercera edición de nuestra Revista, la cual abarca cuatro secciones que resumo a continuación, la hemos enfocado en la **filantropía familiar**, un tema muy relevante para un país compuesto principalmente por empresas de familia que desde muchas esferas le aportan al desarrollo socioeconómico de nuestra sociedad. Esperamos que sea interesante, útil e inspiradora.

En la primera sección –ARTÍCULOS– encontrarán cinco artículos, escritos por diferentes miembros de nuestra comunidad sobre los temas más importantes para fortalecer el ecosistema de la filantropía familiar en Colombia.

La segunda sección –PRÁCTICA– es una caja de herramientas creada por uno de nuestros aliados, **Stanford PACS** (Centro para el estudio de la filantropía y la sociedad civil de la Universidad de Stanford), que sirve como un punto de partida al momento de planear o replantear su estrategia de filantropía.

En la tercera sección –HISTORIAS– seis familias colombianas comparten sus historias sobre su proceso de filantropía familiar; esperamos que los inspiren y que puedan encontrar elementos en común que sirvan para fortalecer nuestra comunidad de filántropos estratégicos. Con mucho gusto podemos conectarlos con los autores si desean conocer más al respecto.

La cuarta sección - INFORME DE GESTION - es un recuento de nuestro trabajo durante el 2019 y 2020.

A lo largo de la Revista encontrarán una serie de fotos de Nueva Venecia, Magdalena (Colombia). Escogimos este lugar para acercarlos a otros hogares y paisajes de nuestro país. Al igual que las viviendas, personas, y familias de la Ciénaga Grande del Magdalena, las poblaciones de Colombia están llenas de saberes, conocimientos, energía, riqueza y belleza; valores locales que, con el impulso y el interés de filántropos como ustedes, generarán, a partir de sí mismos, un mejoramiento de las condiciones ambientales y sociales de Colombia, sus comunidades y su patrimonio cultural y social.

Y, por último, lo más importante, un agradecimiento a nuestros aliados. Sin ellos, no sería posible todo nuestro esfuerzo por transformar la manera de hacer filantropía familiar en Colombia y maximizar el impacto de los recursos privados orientados al bienestar social.

Esperamos que disfruten esta tercera edición de nuestra Revista y se sigan sumando a transformar la filantropía en Colombia.

Carolina Gómez
DIRECTORA EJECUTIVA
FILANTROPÍA TRANSFORMADORA

AR- TÍCU- LOS DE FILAN- TROPÍA.

Filantropía Familiar la Semilla para el Cambio

ROBERTO NAVAS, ASESOR DE PATRIMONIO Y MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA
FILANTROPÍA TRANSFORMADORA

La familia es por definición el núcleo de la civilización y como tal la unidad básica de la sociedad. Es además la institución educativa primordial. Los principios que mantienen unida una familia son en esencia los mismos principios de los que surgen todas las iniciativas filantrópicas: el respeto, la generosidad y el sentido de comunidad. Esos valores que se cultivan y a la vez nutren a la familia se manifiestan en la vida diaria en actos tan sencillos como la generosidad incondicional de los padres hacia sus hijos, o el respeto entre hermanos que demanda la vida en comunidad, y si bien muchas de esas lecciones se transmiten generalmente de forma tácita, está comprobado que hacerlas explícitas y ponerlas en práctica de manera consciente fortalece los vínculos, el sentido de pertenencia y construye un sólido legado.

La filantropía familiar tiene un doble propósito: es el vehículo ideal para expresar los valores familiares y es la expresión tangible de cuidado hacia los demás. En las acciones filantrópicas las familias tienen la oportunidad de poner en práctica los valores que constituyen la identidad de cada familia y al hacerlo construyen su legado, por eso resulta de vital importancia comenzar por identificar claramente esos valores: aquellos que nuestros padres nos transmitieron, aquellos que compartimos en familia y aquellos valores que guían nuestro actuar cotidiano. No hay experiencia más unificadora y que genere mayor afinidad que los logros obtenidos mediante el trabajo conjunto, por eso en la filantropía familiar al igual que en otros campos de la vida, es fundamental comenzar por identificar la motivación y las razones para trabajar juntos –en familia– en una estrategia filantrópica. Esto implica, por ejemplo, tener claras las expectativas y lo

“ LA FILANTROPÍA FAMILIAR
TIENE UN DOBLE PROPÓSITO:
ES EL VEHÍCULO IDEAL PARA
EXPRESAR LOS VALORES FAMILIA-
RES Y ES LA EXPRESIÓN TANGIBLE
DE CUIDADO HACIA LOS DEMÁS”.

“ (I) ES BIEN SABIDO QUE LAS FAMILIAS QUE NO INVIERTEN LA MISMA CANTIDAD DE RECURSOS EN PROMOVER SU CAPITAL HUMANO, SOCIAL Y FINANCIERO TIENEN MENORES POSIBILIDADES DE PROSPERAR Y MANTENERSE UNIDAS, LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA FILANTRÓPICA ES UNA FORMA PRÁCTICA DE CULTIVAR EFECTIVAMENTE ESOS TRES TIPOS DE CAPITAL, Y (II) AUNQUE TODO EL EJERCICIO CONSUME TIEMPO, REQUIERE PACIENCIA, ENTUSIASMO Y GANAS DE TRABAJAR JUNTOS, LOS RESULTADOS SON MUY ENRIQUECEDORES PARA LA FAMILIA Y QUIZÁS ES LA ÚNICA FORMA QUE TENEMOS TODOS DE CONTRIBUIR A DEJARLE UN MUNDO MEJOR A NUESTROS HIJOS”.

que se espera que cada miembro de la familia aporte, entendiendo que es una invitación a participar que le da a cada participante total libertad de retirarse y que esencialmente debe ser una experiencia agradable para todos. Por lo anterior, antes de comenzar a desarrollar una estrategia de filantropía familiar, es importante que las familias entiendan el valor de hacerlo juntos; no solamente porque así se logrará un mayor impacto de la filantropía, sino por el beneficio que ese trabajo conjunto traerá a la familia. Es un proceso que fomenta el aprendizaje entre todos los integrantes de la familia independientemente de su edad o experiencia.

Una vez se encuentran debidamente articuladas las razones de la familia para trabajar juntos, es importante establecer la filosofía y los mecanismos de toma de decisiones. Hay familias que prefieren que todas las decisiones se tomen por consenso mientras otras prefieren hacerlo de manera democrática o en otras ocasiones, los patriarcas se reservan el derecho de veto sobre decisiones

de donación. Esta decisión sobre el proceso de toma de decisiones es muy importante porque dice mucho sobre las relaciones de poder al interior de la familia y qué tan inclusiva puede llegar a ser la filantropía familiar. En este punto es recomendable no replicar automáticamente los mecanismos de toma de decisiones de las empresas familiares porque podría reforzar la sensación de exclusión a ciertos miembros de la familia y esto necesariamente afecta su motivación de participar activamente.

El siguiente proceso y quizás el más enriquecedor cuando lo precede un sentimiento legítimo de apertura y participación, es el proceso de definir el foco de la filantropía. Esto va más allá de simplemente establecer las áreas de interés, porque se trata de buscar cuáles causas, qué mecanismos, qué estrategias y qué vehículos resultan más adecuados para poner en práctica los valores familiares generando el mayor impacto positivo del ejercicio filantrópico. Este proceso puede generar los más enriquecedores diálogos intergeneracionales y unir más estrechamente a la familia. Sin embargo, es muy importante recalcar la importancia de hacer este trabajo con la mayor seriedad y diligencia porque se trata de buscar la participación de todos, la identificación de valores y pasiones comunes, así como la forma de manejar adecuadamente las pasiones e intereses divergentes. Por ejemplo, la familia puede optar por un foco particular de acción para desarrollar en familia y paralelamente establecer un mecanismo para apoyar las iniciativas e intereses de miembros de la familia que no encajan en esa visión.

Otra razón fundamental para realizar el proceso de focalización de manera consciente y estructurada es la que permitirá medir de manera más eficiente los resultados esperados de la estrategia de filantropía. La medición de resultados tiene múltiples beneficios; (i) permite saber qué tan eficiente está resultando la estrategia y corregir el curso para optimizar el impacto, (ii) se convierte en

un proceso de aprendizaje y formación para la familia, (iii) solo lo que se puede medir se puede valorar adecuadamente, y (iv) permite mantener una relación de primera mano con los beneficiarios. Otra enorme ventaja de la medición de resultados desde el punto de vista de la familia es evidenciar el sentido del deber cumplido que consigue que los integrantes de la familia se sientan útiles y esto a su vez se convierte en la principal motivación para seguir participando activamente. En este punto es importante mencionar que la medición y la evaluación deben extenderse también a la familia y su estrategia filantrópica (no solamente a los proyectos o fundaciones beneficiarias) para evaluar periódicamente cómo está funcionando el trabajo en equipo, los mecanismos de decisión, la calidad y efectividad de las reuniones, etcétera.

Si bien en todas las familias hay algún grado de experiencia con la filantropía, y quizás algunos integrantes tienen conocimientos más profundos en la materia, siempre es importante promover la educación y capacitación de toda la familia en esta materia. Este proceso de aprendizaje debe entenderse de forma amplia; es decir, desde aprender sobre las nuevas tendencias y modelos exitosos de filantropía estratégica hasta mantener contacto cercano con las comunidades que se quieren apoyar para entender mejor sus necesidades primordiales. Existen múltiples recursos disponibles para aprender, y cuando se aprovechan adecuadamente resultan actividades familiares sumamente gratificantes. Tomar talleres o cursos en familia sobre filantropía, o participar juntos en actividades de voluntariado, normalmente aumenta el sentido de familia y profundiza el conocimiento colectivo que impulsa la filantropía familiar.

Para finalizar, quisiera resaltar dos puntos adicionales a favor de la filantropía familiar. (i) Es bien sabido que las familias que no invierten la misma cantidad de recursos en promover su capital humano, social

y financiero tienen menores posibilidades de prosperar y mantenerse unidas, la implementación de una estrategia filantrópica es una forma práctica de cultivar efectivamente esos tres tipos de capital, y (ii) aunque todo el ejercicio consume tiempo, requiere paciencia, entusiasmo y ganas de trabajar juntos, los resultados son muy enriquecedores para la familia y quizás es la única forma que tenemos todos de contribuir a dejarle un mundo mejor a nuestros hijos.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)



Inversiones de Impacto en Colombia

MELISSA SESANA GRAJALES, INVERSIONISTA DE IMPACTO

Si le quitamos la jerga financiera, el debate sobre los diversos métodos de medición y la lista de acrónimos que cada día es más larga, encontramos que de raíz las **inversiones de impacto** son decisiones que se toman conscientemente al incorporar factores ambientales y sociales. Son estrategias diseñadas bajo el entendimiento de que toda actividad económica tiene consecuencias y si alineamos esas consecuencias con nuestros valores, además de rendimientos financieros, logramos crear un impacto social positivo y medible.

Se es inversionista de impacto por casualidad solo una vez (la primera) y es por esta razón que la intencionalidad del inversionista de impacto juega un papel clave. En mi caso sucedió a finales del 2017 cuando, por medio de Asiri S.A.S., vimos la oportunidad de hacer parte del *joint venture* que trajo a Kingo Energy, una compañía que provee energía solar prepago a familias y negocios en zonas no interconectadas de Colombia. Está claro que además de ser una propuesta de negocio con proyecciones financieras interesantes es una compañía que lleva la sostenibilidad en el corazón.

A partir de la creación de Kingo Colombia mi búsqueda de emprendimientos sociales con alto impacto se volvió más enfocada. Si consideramos que según el Global Impact Investing Network (GIIN) el tamaño global del mercado de inversiones de impacto a finales del 2018 era de 502 billones de dólares³,

“ SON ESTRATEGIAS DISEÑADAS BAJO EL ENTENDIMIENTO DE QUE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA TIENE CONSECUENCIAS Y SI ALINEAMOS ESAS CONSECUENCIAS CON NUESTROS VALORES, ADemás DE RENDIMIENTOS FINANCIEROS, LOGRAMOS CREAR UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO Y MEDIBLE”.

es evidente que se necesita una estrategia concreta y unos buenos aliados para cumplir el propósito. Afortunadamente, el ecosistema de impacto es reconocido por el entusiasmo y generosidad con las que diferentes entidades realizan investigaciones y difunden conocimiento con el fin de atraer nuevos jugadores y expandir el campo. Organizaciones como The ImPact, Toniic, Nexus, y Young Investors Organization (YIO) ofrecen herra-

³Abhilash Mudaliar y Hannah Dithrich, “Sizing the Impact Investing Market,” Global Impact Investing Network, 2019, <https://thegiin.org/research/publication/impinv-market-size>.

mientas y conexiones expertas que ayudan a disipar la niebla y hacer más navegable el mundo de las inversiones de impacto.

Al momento de crear una estrategia de impacto es importante, en primer lugar, identificar los valores que guían al individuo, familia, o grupo. Aunque pueda parecer superfluo es un ejercicio que no solo sirve como plantilla para priorizar oportunidades, sino que también nos hace asumir responsabilidades sobre las consecuencias de nuestras inversiones. En su forma más básica esto se manifiesta como un filtro excluyente hacia sectores, compañías o prácticas que promueven servicios o productos nocivos para la sociedad y el medio ambiente (como la fabricación de armas, tabaco, alcohol y energías fósiles). Sin embargo, las verdaderas inversiones de impacto buscan ir más allá de “no hacer daño” pues buscan explícitamente generar resultados sociales y ambientales positivos (cuantificables) sin sacrificar la rentabilidad.

Para hacer más motivadora la estrategia se pueden seleccionar geografías o temáticas que nos apasionan. Un buen punto de partida son los “17 Objetivos de Desarrollo Sostenible” establecidos por la ONU. A nivel mundial hay un número abrumador de fondos, emprendimientos, bonos y otras operaciones con objetivos de impacto. Pero en Colombia la oferta de productos financieros con estos propósitos apenas se está desarrollando.

La creación de Kingo Colombia recalcó para mí que la “financiación innovadora,” o el uso del capital privado con términos flexibles y a largo plazo, puede efectivamente ser catalítica para emprendimientos sociales que buscan solucionar problemáticas que enfrenta la población de la base de la pirámide. En los últimos años, Colombia se ha destacado en la región como uno de los principales generadores de emprendimientos que utilizan tecnología para resolver dificultades de eficiencia de recursos. De esta manera

han nacido empresas que incorporan tecnologías de información y comunicación (TIC) para facilitar la educación en zonas remotas, otras que con tecnología agrícola mejoran los niveles de transparencia en las cadenas de producción, y otras más en los sectores de transporte, telecomunicaciones y finanzas que ya están transformando al país. Por medio del capital privado es posible apoyar las iniciativas que generan modelos económicos inclusivos y crean oportunidades para que miembros de comunidades marginadas puedan entrar a formar parte de una economía productiva.

La aceleradora companybuilder Toberín Valley fue fundada bajo el criterio de invertir en aquellas compañías que utilizan nuevas tecnologías para beneficiar comunidades vulnerables. Como socia fundadora, una de las intenciones de Asiri ha sido la de promover temas de sostenibilidad e impacto dentro de las empresas del portafolio de Toberín Valley. Esta ha sido una tarea fácil pues hemos tenido la gran fortuna de trabajar con socios ya alineados en términos de valores. Es importante resaltar que la influencia que tenemos como accionistas (miembros de junta) es una de las herramientas más efectivas y básicas para un inversionista de impacto que quiere asegurarse que sus valores estén reflejados en su trabajo y en su portafolio.

Mi pensamiento es que ser caritativo es algo que viene en el ADN colombiano. Como nación, nos caracterizamos por nuestra alegría y generosidad. Es algo que se ve reflejado en la cantidad de familias empresariales colombianas que de alguna manera y por años vienen haciendo inversiones con impacto, inclusive antes de que se reconocieran como tales. Las familias están en una posición notable y pueden ejercer una influencia catalítica en el mercado de las inversiones de impacto, pues cuentan con mayor discreción y flexibilidad en la toma de decisiones, de objetivos y de prioridades

“ (...) LAS VERDADERAS INVERSIONES DE IMPACTO BUSCAN IR MÁS ALLÁ DE “NO HACER DAÑO” PUES BUSCAN EXPLÍCITAMENTE GENERAR RESULTADOS SOCIALES Y AMBIENTALES POSITIVOS (CUANTIFICABLES) SIN SACRIFICAR LA RENTABILIDAD”.

de sus inversiones. Según el último reporte de LAVCA (**The Association for Private Capital Investment in Latin America**) en el 2016 y 2017 se colocaron 86 millones de dólares en 42 inversiones de impacto en Colombia.⁴ Con más de 8.4 trillones de dólares⁵ en las manos de familias y personas de alto patrimonio en América Latina, existe una oportunidad importante para impulsar el crecimiento de las inversiones de impacto en la región.

Además del apoyo económico y la canalización de recursos privados a iniciativas locales se señala al mercado que hay apetito para vehículos de inversión con impacto. Es fundamental crear una variedad de productos financieros de impacto que movilicen capital de diversas fuentes. Si bien contamos con la presencia de más de treinta fondos de impacto, entre nacionales e internacionales operando en Colombia, no hay gran diversificación en otros tipos de activos. A la fecha, se han lanzado dos bonos de impacto social: Empleando Futuro a nivel nacional y Cali Progresá con Empleo a nivel de gobierno local. Ambas han sido valiosas herramientas de aprendizaje para el desarrollo de modelos de financiación basados en resultados. Sin embargo, la oportunidad de diversificar el mercado con productos de inversión con impacto en acciones públicas, renta fija y activos reales es una que debemos tomar.

La coyuntura del COVID-19 nos brinda un momento para reflexionar sobre los sistemas actuales que no están funcionando y el papel que juega el capital privado en nues-

tra sociedad. Más allá de ser parte de la reacción y recuperación podemos liderar el desarrollo de sistemas locales que puedan responder mejor a una futura crisis global. La necesidad de considerar con disciplina factores ASG (Ambientales, Sociales, y de Gobernanza) a la hora de invertir y operar empresas se vuelve cada vez más evidente; esto continuará siendo la norma después de este periodo. Sin duda estamos afrontando problemas que no podemos solucionar solos; como tal nos corresponde fomentar un ecosistema de impacto que contribuya al desarrollo de un país que esté alineado con nuestros valores y principios.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

⁴Abigayle Davidson et al., “El Panorama de La Inversión de Impacto En América Latina. Tendencias 2016; 2017,” Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE), The Association for Private Capital Investment in Latin America (LAVCA), 2018, www.cdn.ymaws.com/www.andeglobal.org/resource/resmgr/research_library/latam_reports/LATAM_IMPINV_ESP_2018_Digita.pdf.

⁵“World Wealth Report 2019,” Capgemini, 2019, www.capgemini.com/es-es/wp-content/uploads/sites/16/2019/07/World-Wealth-Report-WWR-2019.pdf.

Una Bola de Nieve Puede Propiciar una Avalancha

LUIS G. GALLO

En los más de veinte años que llevo metido en el ecosistema de impacto social, the space, como lo bautizaron los filántropos californianos, he encontrado algunos seres humanos que me han impresionado profundamente y me han motivado a dedicar mayores esfuerzos, tiempo y recursos para “devolver” versus “acumular”. Estos seres son muy diversos en sus edades, orígenes, preparación académica, trayectoria profesional y motivaciones personales, pero todos han dejado una huella muy profunda en mi peregrinaje por este apasionante, pero algunas veces, ingrato espacio.

Ante la pandemia que hoy invade nuestro planeta y frente a los enormes retos sanitarios, personales, sociales y económicos que enfrentamos como país, más que nunca, creo importante resaltar a estas personas. Son seres inspiradores, disruptivos, innovadores, pero, ante todo, apasionados y temerarios en creer que es posible cambiar el mundo para bien y generar procesos de impacto social a gran escala y que transformen las realidades adversas de barrios, ciudades, países, continentes y el planeta.

La persona más intrigante que he encontrado en “el espacio” (the space) se llama Charles Francis Feeney, más conocido como Chuck Feeney. Este nombre no le dice nada a casi nadie, ni siquiera a los más expertos en el sector social, precisamente porque la condición esencial de Feeney en el hecho de donar y tener un inmenso impacto en siete países y en millones de personas es porque lo hace de manera anónima; su interés no es que su nombre quede impreso en un

edificio importante o en el nombre de una fundación. De hecho, solo vine a descubrir quién era Chuck Feeney en abril del 2012 cuando me topé con la Revista Forbes en cuya portada están retratados 10 billonarios, sentados en la Biblioteca Pública de Nueva York, en una reunión histórica de **The Giving Pledge**. Uno de los principales artículos de esa edición, que se enfocó en los grandes cambios que estaban ocurriendo en el espacio, fue sobre Chuck Feeney.

Chuck Feeney nació en 1931 en Elizabeth, Nueva Jersey, en medio de la Gran Depresión, en un barrio de clase trabajadora de ascendencia irlandesa. Feeney es nieto de inmigrantes irlandeses, que llegaron a los Estados Unidos de América en busca de mejores oportunidades y escapando de las hambrunas europeas del siglo XIX. Fue el único hijo varón; su padre, un corredor de seguros y su madre, una maestra trabajaron para lograr educar a sus dos hijas y a Chuck.

A los 18 años, Feeney ingresó a la Fuerza Aérea y prestó servicio en la guerra de Corea. Al terminar la guerra, ingresó a la Universidad de Cornell, mediante una beca otorgada por el ejército norteamericano, siendo el primero en su familia en acceder a una educación superior. Estudió hotelería y turismo y tras graduarse en 1956 viajó a Europa. En plena Guerra Fría, empezó a venderle licor y cigarrillos a los marinos de los 50 barcos norteamericanos estacionados en el Mediterráneo y pronto descubrió que también era factible venderle productos libres de impuestos a los turistas.

“ SON SERES INSPIRADORES, DISRUPTIVOS, INNOVADORES, PERO, ANTE TODO, APASIONADOS Y TEMERARIOS EN CREER QUE ES POSIBLE CAMBIAR EL MUNDO PARA BIEN Y GENERAR PROCESOS DE IMPACTO SOCIAL A GRAN ESCALA Y QUE TRANSFORMEN LAS REALIDADES ADVERSAS DE BARRIOS, CIUDADES, PAÍSES, CONTINENTES Y EL PLANETA”.

Rápidamente, con tres socios, montaron el negocio de los Duty Free y crearon la empresa DFS en 1960. Abrieron una tienda en el aeropuerto de Honolulu y otra en el de Hong Kong y empezaron a vender grandes cantidades de trago y perfumes a turistas japoneses dada la gran diferencia de precios con los de Japón. Para los años setenta, cuando el crecimiento del turismo internacional se disparó, DFS empezó a crecer aceleradamente en diferentes países del mundo y a generar enormes ganancias. Los cuatro socios conformaron familias, compraron lujosas casas, viajaron por todo el mundo, organizaron grandes fiestas y disfrutaron de la buena vida. La vida fue dulce para Chuck y su familia y hay infinidad de fotos y videos en los que aparece con su esposa e hijos disfrutando de los bienes materiales y de los viajes a los que podían acceder gracias al éxito de sus negocios.

Sin embargo, Feeney tenía un plan maestro que nadie conocía, ni siquiera su familia. En noviembre de 1982, después de dejar un monto modesto para asegurar la estabilidad económica de su familia, traspasó todo su patrimonio, que para entonces sumaba más de un billón de dólares a una fundación llamada **Atlantic Philanthropies (AP)**. Para esa época, Chuck era una de las treinta personas más ricas del mundo, pero nadie lo sabía y mucho menos Forbes Magazine. De hecho, DFS tenía ventas superiores a las de Sacks Fifth Avenue y Neiman Marcus, juntos. A partir de entonces, los jugosos dividendos de DFS correspondientes a Chuck (un 38%) fueron a parar a AP. Luego, en 1997, Feeney y sus socios llegaron a un acuerdo con Bernard Arnault, el dueño de Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMC), para venderle DFS por 4.2 billones de dólares. Atlantic Philanthropies recibió 1.6 billones de dólares y su patronato ascendió a 3.9 billones de dólares. Para entonces, AP ya había realizado donaciones anónimas por mas de 600 millones de dólares.

A través de Atlantic Philanthropies y en forma absolutamente anónima, Feeney hizo donaciones por más de 8.000 millones de dólares entre 1982 y 2016, donando por muchos años más de 400 millones de dólares. En 1996 Colin McCrea el vicepresidente de AP afirmó: “Para alcanzar la meta de donar todo el patronato de AP para 2016, deberíamos donar al menos un millón de dólares por día durante los próximos nueve años”. En el 2016, al cumplir Feeney sus 85 años AP hizo su última donación, según el plan maestro que había diseñado treinta años atrás tras iniciar su odisea donativa.

Los billones de dólares que AP donó beneficiaron particularmente a Irlanda (1.2 billones de dólares) también se vieron reflejados en la creación de una gran universidad en la localidad de Limerick, en la Universidad de Cornell, en la Universidad de California en San Francisco y en la Isla Roosevelt en el East River de Nueva York, en donde se creó un gran centro

de innovación tecnológica. De igual manera, contribuyó con la paz de Irlanda al ser Feeney una ficha clave en la desmovilización del IRA, en Vietnam y en muchas otras entidades sin ánimo de lucro.

Las condiciones que Feeney exigía a sus receptores eran dos: 1) Que el aporte de AP fuese apalancable y disruptivo y 2) que la identidad del donante fuese totalmente secreta. Solo hasta que Bill Gates le informó a Forbes Magazine en el verano del 2012 que tanto él como Warren Buffet habían sido grandemente influenciados y motivados por Chuck Feeney para conformar The Giving Pledge fue que la gran cruzada de Feeney como donante se hizo pública, treinta años después de su inicio. Tal como lo estableció Feeney, ningún edificio de los cientos que donó a universidades y a entidades de investigación científica lleva su nombre, ningún monumento existe exaltando su legado, ni ningún gran reconocimiento se hizo en los medios. Solo hasta el final de su misión altruista, y para motivar a otros millonarios y billonarios de que es mucho más emocionante donar en vida que estando muerto y que las capacidades gerenciales son mejor empleadas en generar impacto cuando se está

“ NUNCA FALTARÁ GENTE A LA QUE
PUEDAS APOYAR, ES UN MERCADO
QUE SIEMPRE EXISTIRÁ”.

vigente, fue que Feeney hizo pública su causa.

Desde hace más de treinta años y después de contar con más de 8.000 millones de dólares, Chuck terminará su vida con un patrimonio que no superará los 2 millones de dólares. Como lo resumió Harvey Dale, presidente de AP entre 1985 y 2001 “Chuck no es dueño de una casa ni un automóvil, tiene solo un par de zapatos y utiliza un reloj de 15 dólares”. Pero es uno de los cinco seres humanos que más dinero ha donado en la historia, o tal vez el que más. “Nunca

faltará gente a la que puedas apoyar, es un mercado que siempre existirá”, dice Feeney en el ocaso de su vida.

El segundo personaje que más me ha impactado en relación con este mismo tema filantrópico se llama Craig Kielburger. Su nombre tampoco le dice nada a los expertos del espacio social pero su historia es también muy inspiradora. Cuando Craig tenía doce años (16 de abril de 1995) leyó en un periódico de Toronto, en Canadá donde vivía, que Lqbal Masih, un niño pakistaní de doce años, había sido asesinado por delatar una red de trabajo infantil en la industria de tapetes. Impactado por la noticia, investigó sobre el trabajo infantil y la esclavitud e hizo una presentación a su clase de séptimo grado. Luego, invitó a diez amigos a su casa a comer pizza y a discutir sobre el problema del trabajo infantil. Este pequeño grupo se organizó nombrándose The Group of Twelve Twelve Year Olds y empezaron a buscar formas de atacar el trabajo infantil que afecta a más de 300 millones de niños en el mundo.

En ese mismo año, junto con su hermano mayor Marc, de 17 años, y operando desde su casa, crearon un movimiento que, primero se llamó Free de Children, y luego, Me to We. En diciembre de 1995, poco más de seis meses después de leer la noticia del diario, Craig destinó el ahorro de sus mesadas y trabajos varios para comprar un tiquete y viajar a Bangladesh, Tailandia, India, Nepal y Pakistán para visitar los campamentos y tugurios en donde trabajaban miles de niños en condiciones de alto riesgo. Antes que Craig y Mark cumplieran 16 y 22 años respectivamente, Free the Children ya contaba con más de 100.000 niños y jóvenes apoyando la organización, en más de 27 países e impactando a más de 18.000 colegios y a más de 3.5 millones de personas. **We Charity**, como se conoce hoy la fundación que conformaron Craig y Mark, es la organización mundial más grande lide-



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

rada por jóvenes. We Charity ha construido más de 650 colegios que proveen educación de calidad a más de 55.000 niños en una docena de países. Antes de la mayoría de edad, Craig se volvió un activista social y una celebridad y comenzó a apoyar diversas causas en torno a los derechos de la niñez. Hoy, a sus 37 años, Craig sigue impactando en los derechos de la niñez; ha recibido múltiples reconocimientos y tiene una vida por delante para seguir generando impacto social transformacional.

En Colombia, también hay personajes que me han impactado profundamente en estos veinte años. Uno de ellos es David Zuluaga a quien conocí cuando él tenía 15 años y era el coordinador de las cinco fundaciones que la familia Escobar Aristizábal, dueños de Aceso, tenía operando en Colombia. En el 2005, Felipe Medina y yo invitamos a David a ser expositor en una conferencia sobre Filantropía Familiar en Miami a la cual asistieron veinte familias colombianas de alto patrimonio. David compartió el podio con Luis Alberto Moreno, Peggy Dulany (Patricia Rockefeller, hija de David Rockefeller), Alejandro Santo Domingo y varios expositores del mismo nivel. Zuluaga hipnotizó a la audiencia con su exposición y su sencillez. Habló de Cervantes, recitó de memoria pasa-

jes de Cien Años de Soledad, citó leyes que estaban siendo debatidas en el Congreso de Colombia al cual asistía regularmente, acompañando a su padre, Oscar Iván Zuluaga quien fue senador, y expuso sobre los factores clave de éxito de fundaciones familiares. Luego, a los 24 años, David fue el jefe de campaña de su padre en la contienda por la presidencia de Colombia en el 2014. Su padre no ganó las elecciones y David terminó investigado por la Fiscalía General de la Nación por el caso del hacker Sepúlveda y hoy reside fuera de Colombia. No obstante estos hechos que siguen siendo motivo de debate, David me ha impactado de manera profunda, por su preparación, juventud, pasión y determinación por hacer de Colombia un mejor país.

Los tres personajes que he resaltado, con orígenes, motivaciones y perfiles diversos, han dejado una huella en el *espacio* y han servido de ejemplo y motivación para que otros trabajemos con mayor entusiasmo y dedicación en el ecosistema de impacto social. Los tres han sobresalido en distintos frentes y han demostrado que se puede tener impacto social sin importar la edad, los recursos económicos, la nacionalidad o la causa. Ojalá nuestro país y nuestro planeta tuviesen más personas como Chuck, Craig y David.

El Poder de la Filantropía Familiar

ESTE ARTÍCULO ES UNA ADAPTACIÓN DEL ORIGINAL EN INGLÉS: [“THE POWER OF FAMILY PHILANTHROPY”](#) ESCRITO POR ELLEN REMMER², [THE PHILANTHROPIC INITIATIVE](#).

El dinero puede muchas veces destruir una familia, pero también puede unirla. Existen familias unidas de más de cuatro generaciones que tienen muy claro que la filantropía los ha ayudado a mantenerse juntos, fomentando sus valores, creando un legado y beneficiando diferentes causas. Sin duda, para estas familias la filantropía es mejor cuando se hace junta.

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE UNA FILANTROPÍA FAMILIAR EXITOSA:	PUNTOS CLAVE PARA UNA FILANTROPÍA FAMILIAR EFECTIVA:
~ Fortalecer el sentido de unión, conexión y comunidad entre los miembros de familia y la sociedad a través de una iniciativa en común (organización, proyecto o fundación). ~ Servir como una plataforma familiar para articular los valores compartidos, definir prioridades de la familia y poner los valores familiares en acción. ~ Convertirse en un campo intergeneracional en el que las diferentes generaciones puedan compartir sus conocimientos, experiencias, habilidades, pasiones y perspectivas para así juntos empezar un proceso de aprendizaje. ~ Ofrecer oportunidades para que los miembros de la familia puedan desarrollar competencias y habilidades referentes del sector. ~ Construir un puente entre la riqueza, el propósito y la sociedad. ~ Desarrollar, fortalecer y perpetuar un legado familiar para las futuras generaciones.	1. Identificar los objetivos y el “sueño en común”. Cualquier definición de éxito es relativa al propósito, lo mismo pasa con la filantropía familiar. Se dice que la viabilidad de una organización, como una fundación, depende de su conexión con los objetivos e intereses de sus participantes. Para lograr eso, los objetivos personales de los miembros deben estar coordinados y alineados para poder alcanzar el “sueño” y los objetivos de la filantropía. Algunas preguntas que pueden servir para identificar el “sueño en común” y que deben responderse por los miembros de familia y personas cercanas a la organización son: ~ ¿Por qué la filantropía? ¿Cuáles son las razones personales para dar? ~ ¿Por qué la filantropía familiar?

² **Ellen Remmer**, “The Power of Family Philanthropy” en A Family Guide to Wealth: Insights from Thought Leaders and Pioneers, 2009 https://www.tpi.org/sites/default/files/pdf/power_of_family_philanthropy_0.pdf.

- ¿Qué beneficios espera que este tipo de intervenciones e inversiones traiga a la familia?
- ~ ¿Cuáles son sus valores individuales y compartidos? ¿Cómo estos valores influirán en las donaciones de su familia?
- ~ ¿Cuál es su visión del impacto que su filantropía le traerá a la sociedad y a la familia?
- ~ ¿Cómo se quiere involucrar personalmente?
- ~ ¿Cuál será el propósito o misión de su filantropía familiar?

El sueño común inicial puede ser tan amplio como “querer unir y fortalecer las relaciones de familia”, “pasar los valores familiares a la siguiente generación” o “empezar a construir un legado familiar”. Este objetivo inicial de la filantropía familiar irá cambiando a medida que la familia gane experiencia en el sector; mientras que las primeras generaciones se pueden ir desconectando de la empresa una nueva generación puede comenzar a involucrarse más en el negocio y en la filantropía. Para definir el “sueño en común” se deben invitar a todos los miembros de la familia y permitirles tomar la decisión a cada uno de su voluntad de involucrarse o no. Este proceso ayuda a que la familia trabaje en conjunto y fortalezca las relaciones para poder encontrar un objetivo en común. Es importante que las reuniones familiares se repitan no solo al principio del proceso, sino que sean constantes y se revisen periódicamente.

2. Desarrollar una estructura y construir destrezas.

Muchas familias se resisten a estructurar algo más formal o algún tipo de gobernanza cuando apenas quieren empezar su filantropía familiar. Pueden pensar que no es necesario debido a que es algo pequeño y únicamente de la familia y que la empresa

ya está acostumbrada a trabajar junta. Los hechos han demostrado que la mayoría de las familias filantrópicas que estructuran sus intervenciones sociales desde el comienzo se benefician inmensamente en aspectos como la toma de decisiones y de esto la manera como son tomadas las decisiones, cada cuanto se van a reunir, qué información se quiere que sea pública y qué tipo de reportes se piden para que los beneficiarios rindan, entre otros. El proceso de estructurar estas decisiones ayuda a tener muy claras las expectativas de cómo funcionará la filantropía familiar, qué procesos son más fáciles de llevar y ayuda a que la familia se enfoque más en la filantropía pura resolviendo algunos procesos o malentendidos.

Las mejores prácticas de una filantropía familiar exitosa también constan de disponer del tiempo y del esfuerzo para desarrollar las habilidades de sus participantes. Estas habilidades pueden ir desde el conocimiento de procesos hasta otras habilidades más técnicas como las de evaluar propuestas y reportes. Una organización filantrópica exitosa debería ofrecer una plataforma de conocimiento a sus participantes para desarrollar esas habilidades del sector social que ayudan a que la organización se fortalezca al igual que sus miembros.

3. Enfocarse en el impacto

La mayoría de las familias que hacen inversiones sociales esperan que estas no solo tengan un impacto positivo en los beneficiarios y la organización, sino también en la parte emocional de la familia. No es raro encontrar que algunas familias sacrifiquen una parte de su filantropía para preservar la armonía de la familia ya que el proceso requiere de mucho compromiso por parte de todos los miembros. Pero la experiencia ha mostrado que aquellas familias que se toman este trabajo de manera más seria llegan a

tener un impacto positivo en las relaciones familiares. Los participantes desarrollan un verdadero sentido de orgullo; son pocas las experiencias de unión familiar más poderosas que el sentido de deber cumplido después de un largo trabajo. En muchos casos las familias expresan que una de las maneras que encontraron de unirse, perpetuando los valores familiares, fue a través de su fundación o iniciativa social.

Las iniciativas familiares que logran un impacto social significativo probablemente: 1) tienen una o dos áreas de foco para sus inversiones en algún aspecto, causa, comunidad o estrategia, 2) trabajan duro y continuamente para aprender de las causas y necesidades que les interesan 3) consideran cada donación como una inversión seria que pasó por su debido proceso de diligencia; y 4) van más allá de únicamente firmar un cheque y se involucran con la organización.

Es común que todos los miembros de familia tengan diferentes intereses, pero esto no hace imposible que se pueda encontrar una estrategia enfocada en las donaciones a nivel familiar. Hay diferentes maneras de ayudar a las familias para que encuentren y desarrollen una estructura para sus inversiones sociales que pueda hacer una gran diferencia en la comunidad y en la misma familia.

EMPRESA Y FILANTROPÍA FAMILIAR

Existen muchos retos y oportunidades para las familias que manejan la empresa familiar y operan una filantropía familiar a la vez. Es común que ambas organizaciones estén entrelazadas, especialmente si la empresa familiar se encuentra en la comunidad donde la mayoría de la familia vive o trabaja. En este caso, la familia se siente orgullosa de su contribución, así como los colaboradores que trabajan para la empresa y la comunidad se benefician.

Sin embargo, mezclar el negocio y la filantropía familiar puede crear tensiones y reducir algunas oportunidades que hubieran podido estar disponibles con esfuerzos independientes. En el mejor de los dos casos, una filantropía promovida desde el negocio está alineada con la estrategia de negocios de la empresa y ayuda a construir fidelidad de los empleados cuando ellos se involucran en actividades sociales. Si el negocio familiar está únicamente enfocado en los intereses de la familia, se estarán perdiendo de ese tipo de oportunidades con los empleados. De igual manera sucede si la filantropía familiar solo se enfoca en los intereses del negocio; así se estaría perdiendo la oportunidad de involucrar a un grupo más grande y de construir un legado familiar.

Los asesores de patrimonio resaltan la importancia de invertir en el “capital social” de las familias como manera de perpetuar la riqueza. Así como cada familia tiene una cultura, valores y dinámicas diferentes cada filantropía familiar será diferente y diseñada según las necesidades e intereses de esta para así alcanzar sus objetivos filantrópicos. Muchas familias optan por comenzar su filantropía familiar por razones muy parecidas; enviar un mensaje a la nueva generación sobre el significado y propósito de la riqueza. Muchos padres se preocupan por los riesgos que un patrimonio heredado puede traerle al desarrollo y desenvolvimiento de sus hijos, su autoestima, iniciativas y valores. Y es aquí, donde la filantropía puede tener una función importante ante esos posibles riesgos. Los estudios han revelado que las generaciones jóvenes están asumiendo el compromiso para contribuir a la sociedad muy en serio. Es muy importante y conveniente para las primeras generaciones, los temas que las nuevas generaciones traen a la mesa.

TENDENCIAS GENERACIONALES

El Centro de Filantropía de la Universidad de Indiana realizó un estudio en el 2008 que compara las diferentes tendencias de donación en cinco generaciones diferentes. El estudio demostró que la generación de los *millennials* (nacidos después de 1981) es igual de filantrópica a las generaciones pasadas al aportar a causas tradicionales como la educación, generación de ingresos y servicios religiosos. Por otro lado, las generaciones más jóvenes les apuestan a temas para hacer “un mundo mejor”, se enfocan en tener un impacto global y tienen menos interés en las causas religiosas. Otros aspectos para resaltar son el uso de redes sociales en la vida diaria de las nuevas generaciones y su compromiso con el activismo social. Es importante resaltar que este grupo de los más jóvenes es el que más realiza labores de voluntariado; las organizaciones han identificado que el voluntariado pago es una de las mejores maneras de atraer a los jóvenes para contribuir a las causas sociales.

Las familias con algún tipo de capital que quieran invertir en el sector social pueden motivarse y aprender de las nuevas generaciones. Muchas familias han tenido éxito organizando un fideicomiso para que los más jóvenes manejen sus inversiones sociales. En estos casos, muchas familias han reorganizado sus estrategias de donación basadas en los intereses y experiencias de trabajo de la nueva generación. Los programas de asesorías multigeneracionales ayudan a las familias a fortalecer las relaciones aprendiendo entre ellos. Las actividades entre abuelos y nietos, son una perfecta oportunidad para fortalecer lazos, fomentar la filantropía y construir un legado.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

The Untapped Potential of Philanthropic Families

BY KRIS PUTNAM-WALKERLY, [PUTNAM CONSULTANT](#)

An opportunity for high-net-worth families to work together for change.

Today, while many influential and high-net-worth individuals in Colombia may donate to charity, their potential to engage their families in philanthropy is not yet realized. In addition to a chance to deepen relationships among family members, this intentional approach to giving can also help seed and deepen Colombia’s culture of giving and the philanthropy sector’s ability to make meaningful change now and into the future.

How might this look? It could be called something like, “Domingo de filantropía.” Maybe every couple of months, when families come together on Sunday to enjoy a meal and each other’s company, people could set aside a couple of hours to talk about giving. How should families frame the conversation and set the tradition up to evolve? Here are five tips to help donors get started.

~ **FIRST, YOU HAVE TO START.**

This type of idea is easy to put on a to-do list and then never do. Humans are good at limiting their potential by stalling even as they think they are making progress. Creating elaborate rules around “Domingo de filantropía” would be one way to feel like the effort is progressing when it’s not. Asking a bunch of friends if and how they would do this, but never actually bringing it up to the family, doesn’t count. Instead, put it on the calendar. Tell the family about it. Engage them in an active process that continually moves forward and soon and regularly make actual donations.

~ **FRAME THE CONVERSATION AROUND ABUNDANCE AND NOT SCARCITY.**

Focus on expanding minds and hearts, rather than squabbling over political ideologies and a limited amount of money. Maybe each “Domingo de filantropía”, you draw a name out of a hat and have that person decide where a set amount of money gets donated. Or let people put in a cause and why it’s important to them, and then give accordingly. Keep the practice evolving. Come up with new ways to invite and engage people so that everyone’s awareness grows about who you are as a family and as individuals and what you value.

~ **INVITE, DON’T PRESCRIBE.**

During “Domingo de filantropía”, create an atmosphere of deep listening and curiosity. Ask relevant questions like why is this problem so troubling? Or what are all the ways we can help? By asking opening versus closing questions, you can set your family up to think critically together in a safe atmosphere. This approach leads to trust, clarity, and growth, and it’s a recipe for better relationships and transformational change.

~ **KEEP GOING AND ACCEPT FAILURE AS PART OF THE LEARNING PROCESS.**

If the first efforts fall flat, don’t give up. Engage others in coming up with a format that will stick and evolve. Or pass the torch of leadership from one person to the next. Anything worth doing, like building a family culture of giving, take time and effort. Not everything will work. But the opportunity to go deep on money and values and engage and teach across generations is worth the effort.

~ **INVEST IN YOURSELVES.**

Think of ways to continually invest in relationships and grow the family’s knowledge and skills. Buy a book that everyone reads together. Bring in an expert to expand horizons, add insight, and change the dynamic. Plan a retreat or a field trip with a guide or a facilitator. Order in food on “Domingo de filantropía” if it means that more family members can offer their perspective and participate instead of cook.

Colombia already has a long history and culture of giving. In 2017, as many as 40,000 giving and direct service entities existed, many in operation for as long as a century. During the 20th century, many of these organizations, started by wealthy business owners, focused on improving living conditions. During the past 20 years, enterprises have created entities that have invested more strategically, such as giving thematically or regionally.

Today, if more families join this strategic-giving movement by leading a cultural trend like a “Domingo de filantropía,” they will advance the sector. They can also look forward to fulfillment, deepened relationships, and a sense of purpose and legacy as they transform their wealth into societal change across generations.

Kris Putnam-Walkerly is a global philanthropy expert, speaker, and author of the new book, [Delusional Altruism: Why Philanthropists Fail To Achieve Change And What They Can Do To Transform Giving](#) (Wiley, 2020). Learn more at <https://putnam-consulting.com/>



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

CAJA DE HERRAMIENTAS

ADAPTADO Y TRADUCIDO DEL
STANFORD CENTER ON PHILANTHROPY AND CIVIL SOCIETY (STANFORD PACS)⁶

La Caja de Herramientas de Filantropía fue diseñada para ayudar a familias e individuos que quieran empezar a estructurar sus líneas de inversión social estratégica. Se pueden trabajar todos los módulos completos para aquellos que quieran estructurar una línea de inversión desde el principio o se pueden trabajar los módulos por separado, dependiendo del interés y la necesidad de la familia. Encontrarán componentes para principiantes y otros para personas con más conocimiento en el tema filantrópico.

Alcanzar una filantropía estratégica y organizada requiere de planeación y trabajo de familia; al no tener experiencia o conocimiento del tema puede que parezca un poco complejo. La caja de herramientas lo guiará por cada parte de su estructuración filantrópica en la que podrá encontrar información

que le ayudará para que su filantropía quede bien estructurada. En Filantropía Transformadora estamos para apoyarlo y acompañarlo en este proceso.

¡Esperamos que sea de mucha ayuda y que disfruten del proceso en familia!

⁶Stanford Center on Philanthropy and Civil Society 2010-2020, "The Philanthropy Toolkit. An Introduction to Giving Effectively," Stanford Center on Philanthropy and Civil Society (Stanford PACS), n.d., <https://pacscenter.stanford.edu/the-philanthropy-toolkit/>.

Módulos

1. ENCONTRAR EL FOCO

- A. ENCONTRAR SUS MOTIVACIONES Y VALORES.
- B. ACOTAR EL FOCO.
- C. CONTRIBUIR CON SU TIEMPO Y CONOCIMIENTO.

2. INVOLUCRAR A LA FAMILIA

- A. INVOLUCRAR A SU FAMILIA EN LA FILANTROPÍA.
- B. INVOLUCRAR A LA NUEVA GENERACIÓN.

3. ESTRUCTURAR SU LÍNEA DE INVERSIÓN SOCIAL

- A. DETERMINAR SU PRESUPUESTO FILANTRÓPICO.
- B. SELECCIONAR SU VEHÍCULO FILANTRÓPICO.

4. PRIORIZAR Y ANALIZAR ORGANIZACIONES O INICIATIVAS

- A. ENCONTRAR ORGANIZACIONES O INICIATIVAS DE SU INTERÉS.
- B. ENTENDER CÓMO LAS ORGANIZACIONES PUEDEN ALCANZAR SUS OBJETIVOS.
- C. ANALIZAR E INDAGAR ORGANIZACIONES O INICIATIVAS.

5. APORTES Y SEGUIMIENTO

- D. APORTAR A LAS ORGANIZACIONES SELECCIONADAS.
- E. SEGUIMIENTO DE SU FILANTROPÍA.
- F. CONSIDERAR EXPANDIR O REDEFINIR SU FILANTROPÍA.

6. INVOLUCRAR A OTROS

- A. APRENDER MÁS SOBRE FILANTROPÍA EFECTIVA.
- B. ASESORÍA PROFESIONAL.
- C. APRENDER DE OTROS DONANTES.
- D. COLABORAR CON OTROS DONANTES.

7. MANEJO DEL RIESGO

- A. DEFINICIÓN DE RIESGO.
- B. TIPOS DE RIESGO.
- C. MANEJO DEL RIESGO.

ENCONTRAR EL FOCO

a.
IDENTIFICAR SUS MOTIVACIONES Y VALORES

Identificar sus motivaciones y valores le ayudará a desarrollar un plan efectivo de filantropía y con un foco definido en vez de apoyar varias causas u organizaciones cada vez que se lo piden. Sus motivaciones y valores le darán un marco para tomar decisiones en todo su camino filantrópico.

b.
¡FOCO! ¡FOCO! ¡FOCO!

La manera más simple de organizar su filantropía es acotando el foco y escogiendo uno o varios temas específicos, esto lo ayudará a priorizar sus recursos. Esto no significa que en una emergencia no pueda donar a otra cosa, pero sí lo ayudará en enfocar la mayoría de sus esfuerzos y recursos de una manera efectiva, estratégica y sostenible.

c.
CONTRIBUIR CON SU TIEMPO Y TALENTO

Adicional a sus contribuciones financieras, puede considerar –dependiendo de su interés en la filantropía– en donar su tiempo y conocimiento como voluntario en alguna organización. Ser voluntario es una de las maneras en las que más podrá aprender sobre el foco y los intereses. Una excelente manera de contribuir con su tiempo y conocimiento es siendo parte de la junta directiva de una organización social. Las organizaciones están generalmente identificando prospectos y candidatos basados en sus habilidades y experiencias que puedan contribuir con la organización. Tenga en cuenta que ser miembro de una junta directiva es un trabajo que requiere de mucho compromiso.

INVOLUCRAR A LA FAMILIA

a.
INVOLUCRAR A SU FAMILIA EN LA FILANTROPÍA

Puede involucrar a la familia de diferentes maneras; desde involucrarlos para la toma de decisiones muy puntuales hasta prepararlos para que sean parte de todo el proceso. Antes de involucrar a otros miembros, es importante que usted tenga claro a qué nivel los quiere involucrar para que cuando ellos hagan parte de su filantropía sepan que es lo que se espera de ellos.

b.
INVOLUCRAR A LA NUEVA GENERACIÓN

Uno de los procesos más importantes en la filantropía es involucrar a la nueva generación. La filantropía es una perfecta oportunidad para juntar a toda la familia buscando un objetivo en común, comunicar valores, generar un sentimiento de responsabilidad social y empezar a crear un legado como familia. Hablar como familia sobre la importancia de retribuir a la sociedad puede generar que como familia se empiecen a hacer diferentes actividades en torno a eso. Este módulo lo ayudará con diferentes maneras a introducir la nueva generación a su filantropía.

ESTRUCTURAR SU LÍNEA DE INVERSIÓN SOCIAL

a.
DETERMINAR SU PRESUPUESTO FILANTRÓPICO

Determinar su presupuesto para apoyar iniciativas es una decisión personal que si es el caso debe hablarlo con su familia y depende de sus intereses y necesidades monetarias.

Hay dos maneras de determinar su presupuesto filantrópico; usando sus donaciones anteriores y ajustarlas proporcional al crecimieto de su capital o empezando de cero para determinar cuánto quiere dar.

Tipos de donaciones:

- » **DONACIONES PROACTIVAS:** incluye sus contribuciones a las organizaciones escogidas.
- » **DONACIONES REACTIVAS:** incluye aquellas donaciones que le pidieron por medio de familiares o amigos para apoyar una causa específica, en ocasiones diferentes a las suyas.
- » **DONACIONES DE EMERGENCIA:** son aquellas donaciones que se hacen cuando pasa una emergencia o desastres naturales.

b.
SELECCIONAR SU VEHÍCULO FILANTRÓPICO

El vehículo filantrópico es lo que le da la estructura a su línea de inversión social. Deberá identificar cuál es el vehículo más apropiado para sus preferencias y necesidades personales, financieras y filantrópicas. Tenga en cuenta que usted podrá alcanzar sus objetivos mediante cualquier vehículo; pero el objetivo aquí es asegurar que el vehículo que escoja sea el que mejor se alinea con sus intereses.

Ejemplo de vehículos:

- » **DONACIONES DIRECTAS**
- » **FIDEICOMISOS FILANTRÓPICOS**
- » **FUNDACIONES DE PRIMER Y SEGUNDO PISO**

La siguiente lista, resalta las consideraciones importantes a la hora de escoger el vehículo filantrópico. Recomendamos hablar con sus asesores de filantropía y otras personas conocedoras del tema filantrópico sobre las consideraciones relevantes para usted:

- » **SOPORTE ADMINISTRATIVO**
- » **ANONIMATO**
- » **CRECIMIENTO DE POSIBLES ACTIVOS**
- » **CONTROL SOBRE SUS APORTES**
- » **REQUERIMIENTOS PARA DISTRIBUCIÓN**
- » **INVOLUCRAMIENTO DE LA FAMILIA**
- » **PERPETUIDAD**
- » **ALIANZAS PÚBLICAS**
- » **IMPUESTOS**

MÓDULO 4:

PRIORIZAR Y ANALIZAR ORGANIZACIONES O INICIATIVAS

a.
ENCONTRAR ORGANIZACIONES O INICIATIVAS DE SU INTERÉS

Identificar organizaciones o iniciativas para apoyar en vez de apoyar las que lo busquen hace que su filantropía sea más efectiva, estratégica y alineada a sus prioridades y motivaciones. El proceso de búsqueda e investigación lo ayudará también a conocer el ecosistema de su foco y tener más conocimiento del tema. La manera más fácil de empezar a buscar su foco es revisando sus pasiones, hablando con su asesor filantropico, con personas del sector o investigando online.

b.

ENTENDER CÓMO LAS ORGANIZACIONES PUEDEN ALCANZAR SUS OBJETIVOS

La siguiente tabla describe tres diferentes enfoques para abordar los problemas sociales. Los enfoques no son excluyentes entre ellos, si es necesario se pueden utilizar los tres para afrontar el problema.

De acuerdo con las organizaciones que ya tiene en mente y son de su interés, identifique qué enfoques se podrían utilizar para alcanzar sus objetivos filantrópicos.

Enfoque

¿Qué es?

Proporcionar bienes o servicios	Trabajar con los beneficiarios directamente a través de programas y servicios. EJEMPLO: Comedores comunitarios.
Promover el conocimiento	Promueve la generación de conocimiento, organizaciones de educación y cultura. EJEMPLO: Investigaciones médicas.
Abogacía y construcción de movimiento	Generalmente, se enfoca en atacar las causas principales y estructurales del problema (cambio sistémico) a través de la influencia en políticas públicas, protección de derechos y promoción de intereses. EJEMPLO: Campañas para mitigar el cambio climático o campañas alimenticias en los empaques de alimentos para niños.

c.

ANALIZAR E INDAGAR ORGANIZACIONES O INICIATIVAS

Ahora puede analizar las organizaciones que haya listado mediante el debido proceso. La debida diligencia de las organizaciones implica analizar entre otros, el estatus legal de las organizaciones, su gobierno, la dirección, los programas y el impacto. También es importante hablar con los aliados con quienes trabajen. Al completar este proceso ya tendrá la información y el conocimiento para la toma de decisiones sobre qué organizaciones o causas apoyar.

La tabla a continuación tiene las áreas de análisis donde se deberá hacer la debida diligencia de cada organización o iniciativa:

Monitoreo y evaluación:

Entender cómo una organización aprende de sus experiencias es un componente esencial de una debida diligencia efectiva. El proceso de aprendizaje se separa en dos categorías: monitoreo y evaluación. La información de monitoreo y evaluación de las organizaciones generalmente no aparece en la página web. Se puede pedir en caso de necesitarla para considerar hacer un aporte a la organización.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

Área de análisis	¿Qué se considera importante?	Puntos negativos
Estado legal	Solo se dan beneficios tributarios cuando la organización es una fundación.	Que no sea una fundación para que me pueda dar un certificado de donación.
Historia de la organización	Experiencia de la organización y resultados.	Tenga una mala reputación.
Objetivos	Las organizaciones efectivas tienen muy claros sus objetivos y su enfoque para alcanzarlos.	Cambios repetitivos en la estrategia y visión de la organización. Utilizar varias estrategias poco claras con recursos muy limitados.
Estrategias	Las buenas organizaciones e iniciativas tienen programas consistentes y complementarios en sus temas.	Los programas/servicios están dispersados y desconectados del área de foco.
Gobernanza y administración	El staff de la organización debe tener el conocimiento y la experiencia para alcanzar los objetivos de la organización. Los miembros de la junta deben tener la experiencia para orientarla estratégicamente en la dirección correcta.	Cuando hay muchos cambios a nivel de dirección. Cuando los miembros de la junta directiva o donantes importantes, tienen conflictos de intereses. Cuando los miembros de la junta directiva no tienen experiencia.
Finanzas	Las organizaciones deben asegurar el uso efectivo y transparente de sus recursos y una buena recaudación de fondos.	Malas prácticas financieras y balances. Déficit del presupuesto y volatilidad financiera. Dependencia de un solo donante o muy pocos.
Monitoreo y evaluación	Las organizaciones efectivas deben ser ejemplo para otras, obteniendo sus resultados y comentarios sobre su trabajo para futuras planeaciones.	Ningún reporte en últimos programas o resultados. Los reportes reflejan que las estrategias no están siendo utilizadas. Malos resultados.
Aliados	Conocer y tener referencia de los aliados (por ejemplo, otras organizaciones) con quienes trabajar sea vital para confirmar el tipo de trabajo que se hace.	Los aliados no corroboran lo que la organización en cuestión dice.

APORTES Y SEGUIMIENTO

a.

APORTAR A LAS ORGANIZACIONES SELECCIONADAS

Cuando haya seleccionado sus organizaciones o intervenciones a apoyar, el siguiente paso es asignar su presupuesto filantrópico.

Recuerde qu si tiene planeado aportar a una iniciativa o causa que no esté estructurada como fundación los beneficios tributarios serán diferentes. Si este tema es de su prioridad, es importante que lo analice. También puede considerar ser voluntario con las organizaciones que ha seleccionado, eso le servirá para obtener experiencia, aprender del tema y posiblemente después servir como miembro de junta. Lo más importante es que su talento y conocimiento puedan aportar a la organización para alcanzar las metas esperadas.

Después de que haya decidido qué organizacio- nes apoyar, necesitará crear un plan de financia- miento para sus áreas de foco.

Tipo de financiamiento a organizaciones:

Cuando se da una donación en dinero a las organi- zaciones, usted puede decidir si esos recursos están condicionados o no. Generalmente, los donantes dan los recursos a la organización para algo muy específico, pero a veces no tienen en cuenta que las organizaciones necesitan recursos para operar también; lo cual hace que las donaciones no condi- cionadas sean muy importantes. Después de todo, al hacer una debida diligencia usted ha seleccionado unas organizaciones transparentes y efectivas con sus recursos que administrarán su donación de la mejor manera posible en lo que ellos consideren más efectivo. Si usted prefiere dar recursos a algo muy puntual dentro de la organización, hable con los directores y pregúnteles primero para qué específi- camente necesitan recursos.

b.

SELECCIONAR SU VEHÍCULO FILANTRÓPICO

Su camino filantrópico no termina tan pronto haya hecho sus donaciones. Este punto lo ayudará a registrar y aprender de sus aportes para incremen- tar su efectividad.

Entender el impacto de su filantropía: muchas veces los donantes quieren evaluar su aporte filan- trópico en un impacto medible, este comporta- miento muchas veces está mal. Evaluar cada aporte, incluso si fuera posible, desviaría a la organización de su misión para poder hacer este tipo de evalua- ciones con cada donante.

Hablar de impacto en ocasiones puede ser muy confuso. ¿Qué es exactamente impacto? Evaluar y medir impacto de proyectos o actividades puede llegar a ser muy complicado y costoso, requiere de mucho tiempo, ya que los procesos sociales son largos. Intentar evaluar el impacto de una organiza- ción es mucho más complicado; esto va mucho más allá de evaluar la organización y los alcances obteni- dos; son muchas las variables que se deben tener en cuenta. Para saber realmente cuál fue el impacto de un programa, la organización tiene que comparar los resultados de este con lo que se hubiera obtenido sin la intervención.

Mantenerse al tanto de las organizaciones que apoya.

Evalúe sus contribuciones de tiempo y cono- cimiento: adicional de hacer aportes en dinero, muchos donantes son voluntarios de las organi- zaciones o son miembros de la junta directiva. Su tiempo es uno de los más importantes aportes que las organizaciones pueden recibir.

Tipo de aporte		Consideraciones
Aporte no condicionado: aportes que la organización puede destinar a cualquiera de sus programas o para su operación.		
No condicionado–aporte para operación en general.	Darles a las organizaciones la mayor autonomía para asignar los recursos y que los puedan invertir en lo que ellos consideren necesario para poder alcanzar sus objetivos.	
Los aportes no condicionados para operación en general son los má solicitados dentro de las organizaciones.		
Aporte condicionado: aportes para un propósito en especial, generalmente para la planificación e implementación de un programa o actividad en particular.		
Soporte a programas: Los recursos van directamente a programas o actividades específicas.	Generalmente, es cuando el donante no está tan alineado con la misión de la organización en general, pero sí con una iniciativa en particular.	
Creación de capacidades: Se enfoca en actividades que le permiten a la organización ser más efectiva y/o mantener los programas durante el tiempo. Generalmente, son aportes para construcciones, capacitaciones del staff o planeación estratégica.		
	Tener en cuenta que la organización sí necesite recursos para eso en específico.	
	Aportes muy importantes que son raramente recibidos.	
	Contribuye a un impacto a largo plazo.	

c.

CONSIDERAR EXPANDIR O REDEFINIR SU FILANTROPÍA

A medida que usted apoya a organizaciones o iniciativas y desarrolla más confianza con sus intervenciones, puede analizar si está en capacidad de incrementar sus aportes para apoyarlos más. Adicional a incrementar los aportes considere también hacerlos más recurrentes, estos aportes pueden ayudar a la sostenibilidad de organizaciones o programas dentro de ellas.

Con el tiempo, de pronto le interesará apoyar a otras organizaciones. Es importante informar a las organizaciones que ha venido apoyando que ya no lo hará más para que ellos se preparen y no cuenten con esos recursos.

INVOLUCRAR A OTROS

a.

APRENDER MÁS SOBRE FILANTROPÍA EFECTIVA

Hay mucho material de lectura disponible para donantes sobre filantropía efectiva y el sector social que le puede servir para conocer e indagar más sobre el tema. Estos son algunos documentos que les pueden interesar.

Revista Transformando la Filantropía 2015, 2016 & 2017 – Filantropía Transformadora

Revista Transformando la Filantropía 2018 – Filantropía Transformadora

Stanford Social Innovation Review (SSIR) – Stanford PACS: <https://ssir.org/>

Manifesto for a Moral Revolution – Jacqueline Novogratz: Libro

Give \$mart – Thomas J.Tierney & Joel I. Fleishman: Libro

Delusional Altruism – Kris Putman: Libro

Money Well Spent: A Strategic Plan for Smart Philanthropy – Paul Brest and Hal Harvey: Libro

Giving 2.0: Transform your Giving – Laura Arrillaga- Andreessen: Libro

Su Hoja de Ruta en Filantropía – Rockefeller Philanthropy Advisors & Centro de Filantropía e Inversiones Sociales UAI

Hablando con su Familia sobre Filantropía – Rockefeller Philanthropy Advisors & Centro de Filantropía e Inversiones Sociales UAI

b.

ASESORÍA PROFESIONAL

Filantropía Transformadora (FT) creada en el 2010, tiene como propósito asesorar a familias empresarias en Colombia a lograr un mayor impacto y efectividad con sus inversiones sociales. Para lograrlo, ayuda a diseñar e implementar su estrategia de filantropía y los conecta con su comunidad de filántropos estratégicos.

En los últimos diez años, FT ha acompañado a diferentes familias a definir o redefinir sus estrategias de filantropía, a sumar a las nuevas generaciones que vienen con nuevas ideas en cómo hacer inversión social, o a pensar en cómo lograr un mayor impacto.

Asimismo, ha organizado múltiples conferencias y programas educativos sobre cómo avanzar de la filantropía tradicional a la filantropía estratégica y contribuir a una Colombia más equitativa y pacífica. En su Revista Transformando la Filantropía podrán encontrar historias de filántropos estratégicos así como artículos de filantropía inteligente.

c.

APRENDER DE Y COLABORAR CON OTROS DONANTES

Intercambiar perspectivas y experiencias con otros pares y no repetir errores ni doblegar esfuerzos.

La mayoría de los donantes están dispuestos a compartir sus experiencias, lecciones aprendidas y conocimiento del sector. No dude en hablar con otros pares que le puedan ayudar a hacer de su filantropía una más efectiva y a no cometer los mismos errores.

MANEJO DEL RIESGO

Uno de los grandes errores dentro de la filantropía, que hace que el impacto no sea el esperado y les cuesta a los inversionistas billones de dólares al año, es la ausencia de prácticas de manejo de riesgo en el proceso de donación o inversiones sociales.

El riesgo es un componente clave para el éxito de los filántropos. Los filántropos o inversionistas invierten dinero para alcanzar unos resultados esperados, y como cualquier inversión, esa transacción depende del juego entre el riesgo y el retorno. Mientras que durante los últimos años el sector social ha enfatizado en la importancia y necesidad de monitoreo y evaluación de proyectos para medir y determinar el retorno –conocido como impacto– se ha ignorado que el riesgo es una ficha clave para alcanzar los resultados esperados.

a.

DEFINICIÓN DE RIESGO

El riesgo lo hemos definido como la probabilidad de que ocurra un evento que cause algún tipo de efecto negativo o indeseable. Estos eventos pueden ocurrir en cualquier lugar o momento. Pueden ser predecibles o no, y causados por variables internas o externas. El riesgo es un espectro, y por esta razón, eventos idénticos pueden considerarse más o menos riesgosos según quien lo vea. En resumen, el riesgo es considerado relativo.

b.

TIPOS DE RIESGO

- Riesgo financiero
- Riesgo reputacional
- Riesgo de gobernanza
- Riesgo de impacto

c.

MANEJO DEL RIESGO

Un primer paso para manejar el riesgo es el de construir un perfil de riesgo en una organización y que se vuelva parte de la cultura. Sin una apropiada estructura de prevención de riesgo toda la organización puede asumir ese riesgo y resultar afectada.

En otras palabras, si no se tiene la capacidad de identificar y manejar el riesgo, nunca se podrá tomar algún riesgo. Con algunas prácticas para prevenir resultados no deseados, Judith Rodin, presidente de Rockefeller Foundation afirma: “Smarter risks rather than safer bets”.

El manejo del riesgo es la implementación de unas políticas y procedimientos designados para disminuir la probabilidad de que algún evento de riesgo ocurra y/o para reducir efectos perjudiciales de posibles hechos. Como el monitoreo y evaluación de proyectos, el manejo del riesgo es un proceso en curso.

El proceso de manejo de riesgo incluye los siguientes 4 pasos:

- a) Evaluación de riesgo:**
identificar, evaluar y priorizar los riesgos basados en las potenciales consecuencias.
- b) Mitigación del riesgo:**
determinar y tomar medidas para manejar los riesgos identificados.
- c) Plan de contingencia:**
desarrollar un plan alternativo en el evento que algo inesperado o impredecible suceda.
- d) Monitoreo del riesgo:**
determinar procesos que monitoreen los riesgos existentes y otros que aparezcan.

HISTORIAS DE FILANTROPÍA FAMILIAR

NUESTRA RELACIÓN CON EL OTRO: UNA HISTORIA DE FAMILIA

ENRIQUE
CAVELIER
PIEDRAHITA

Según Judith Butler⁷, la filósofa italiana Adriana Cavarero sugiere que la constitución del yo (mi propia existencia) viene de una relación con el tú (la existencia del otro)⁸. De esa forma yo existo para ti y por tu virtud. Esto nos da un punto de partida para pensar en nuestra propia subjetividad con interdependencia del otro. De tal forma que, yo solo existo afuera de mí en el reconocimiento del otro. Para términos prácticos, definamos el otro como la composición de múltiples actores que existen alrededor nuestro: el planeta tierra, la fauna y la flora, la sociedad, comunidad, vecinos, amigos, familia, hermanos. Yo dependo totalmente del otro, de sus recursos, de las leyes y derechos existentes, de sus normas, de su trabajo y de su afecto.

Sin embargo, esa dependencia la hemos ido olvidado e ignorando en nuestra carrera de ratones de interés propio y egoísmo. El otro es olvidado por las prácticas individualistas preocupadas y muy concentradas en los derechos y en las posibilidades del yo. Este individualismo que define cada vez más nuestra sociedad contemporánea insiste en una competencia del más apto, el más poderoso (como lo sugiere el darwinismo social) que utiliza a título propio todos los recursos sociales, ecológicos y políticos para su propia “supervivencia” sin importar las consecuencias que esto tenga sobre el otro. No nos deberían por ello sorprender titulares que hablen sobre crisis climática, crecimiento de la desigualdad, políticas corruptas, etcétera,

⁷Judith Butler,
“Giving an Account of Oneself,” *Diacritics* 31, no. 4 (2001): 22–40.

⁸Butler,
p. 24. Traducción al español del autor.

ya que son los frutos de nuestra carrera solitaria basada en la meritocracia concéntrica.

¿Qué nos estamos haciendo a nosotros mismos cuando en nuestra búsqueda por nuestros propios éxitos y metas destruimos al otro? ¿Es posible vivir en un planeta totalmente agotado de cualquier recurso? ¿Es posible generar algún tipo de valor económico sin una sociedad “justa”? No quiero sonar totalmente pesimista poniendo todo esto sobre la mesa, pero quiero utilizar estos hechos para visualizar la pregunta que quiere de alguna forma sugerir y contestar este artículo: ¿Cómo podemos recuperar nuestra relación con el otro?

“ YO DEPENDO TOTALMENTE DEL OTRO, DE SUS RECURSOS, DE LAS LEYES Y DERECHOS EXISTENTES, DE SUS NORMAS, DE SU TRABAJO Y DE SU AFECTO”.

Soy un verdadero partidario y positivista de que la filantropía transformadora (o en su definición más económica la inversión de impacto) puede ser una forma de repensar esta relación. Me refiero a la filantropía transformadora y no a la filantropía de caridad, siendo la filantropía transformadora capaz, como su nombre lo sugiere, de transformar no solo al otro, pero a nosotros mismos. Es una práctica transformadora de los dos lados. Desde la historia de mi familia quiero contarles cómo hemos tratado de recuperar la relación con el otro y cómo nos hemos transformado al redefinir esta relación.

Desde la fundación de Alquería en 1959 con el lema “Una botella de leche, una botella de salud” como familia nos hemos preocupado por el bienestar de las familias colombianas, llevándoles a sus casas productos alimenticios sanos de la más alta calidad. Lo que empezó como un sueño de un médico y su hijo (nuestro bisabuelo y abuelo) de llevar nutrición a los colombianos a través de un vaso de leche, con los años fue trans-

formando los estándares de producción de leche en Colombia con la introducción del primer empaque de cartón parafinado en el país en 1962, la bolsa de leche en 1970, el cartón plastificado en 1978, y el proyecto larga vida en 1995.

Durante estos años nos dimos cuenta cómo, a través de la innovación y el trabajo en conjunto con los colaboradores y sus familias, pudimos transformar el acceso a productos de la más alta nutrición en Colombia. Esto también le mostró a la familia la manera como podíamos tener una mayor influencia en mejorar el bienestar de los hogares colombianos. Igualmente, esto conllevó a que en el 2002 se creara una alianza con el Banco de Alimentos de Bogotá para llevar nuestros productos en buen estado, pero no comercializables que antes alimentaban terneros, a las familias más necesitadas. Esta alianza se profundizó con la creación de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO) en nuestra misma sede en Cajicá en el 2009, en coordinación y con presencia del WFBN (World Food Banking Network) basado en Chicago. ABACO nos permitió llegar a muchos de los hogares necesitados de Colombia. Por otra parte, desde el 2010 celebramos el Día Mundial de la Leche con una donación de 1.7 millones de vasos de leches anuales, llegando a beneficiar 2.2 millones de personas en comunidades vulnerables. Este año con la crisis humanitaria nos comprometimos a donar 10 millones de vasos de nuestros productos.

“ SOY UN VERDADERO PARTIDARIO Y POSITIVISTA DE QUE LA FILANTROPÍA TRANSFORMADORA (O EN SU DEFINICIÓN MÁS ECONÓMICA LA INVERSIÓN DE IMPACTO) PUEDE SER UNA FORMA DE REPENSAR ESTA RELACIÓN”.

Estas donaciones y el trabajo con el Banco de Alimentos se convirtieron en un nuevo punto de quiebre en el cual nos dimos cuenta que como familia y con el apoyo de Alquería podíamos soñar más grande, por lo cual en el 2009 creamos la Fundación Alquería Cave-lier con la meta de transformar la educa- ción en Cundinamarca. Desde entonces, con esfuerzos colectivos con el estado, entida- des gubernamentales y no gubernamenta- les hemos contribuido al mejoramiento de la calidad educativa y el acceso de jóvenes talentosos a la educación superior. Actual- mente, con el trabajo conjunto del gobierno municipal de Cajicá logramos que se convir- tiera el municipio con el mejor sistema de educación pública del país y hemos logrado que 313 jóvenes talentosos estén estudiando sus carreras profesionales en las mejores universidades del país.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

En el 2008, con la intención de contribuir al proyecto de paz en Colombia, empezamos a trabajar con 1100 familias en la zona de la Macarena para que dejaran los cultivos ilícitos para vincularse en la ganadería. A través de proyectos de transferencia tecnológica y formación hemos transformado la vida de estas familias comprándoles más de 60.000 litros de leche diarios con ingresos anuales totales de 20.000 millones de pesos.

En el 2018 conscientes de la crisis ambien- tal por la cual atraviesa el mundo, decidimos comprometernos a que en el 2030 Alquería sea una empresa con una huella de carbono negativa. Con lo cual hemos empezado a reducir en un 10% el plástico de los empaques, a movilizar nuestros productos en camiones eléctricos, y a firmar un acuerdo de cero deforestación de la cadena láctea para prote- ger los bosques y páramos de Colombia. Por



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

ello también seremos una **Empresa B** al final de este año: esto nos implica tener un triple balance, el económico, el social y el ambien- tal de manera que afecte positivamente no solamente a nuestros colaboradores y stake- holders, sino a nuestras comunidades y nues- tro medio ambiente.

A finales del 2018 emprendimos la tarea de trabajar en los valores y la historia de la familia para poder trazar nuestro camino al futuro. Viendo nuestra historia para mis hermanos y yo no fue sorpresa descubrir que nuestros padres se hubieran conocido mientras mi abuela materna trabajaba en la fundación Carvajal y mi mamá hacia proyec- tos de auto construcción en Cali. O ver cómo, preocupada por el deterioro del muni-

cipio de Cajicá, nuestra madre se lanzara al concejo municipal y la alcaldía de Cajicá para luchar contra la corrupción desde el sector público. O ver cómo a través de un pequeño fondo de inversiones de hermanos, apenas nos llegó la oportunidad, inverti- mos sin pensarlo dos veces en un empre- dimiento que busca darle una educación a distancia a jóvenes de bajos recursos a cero costo durante sus estudios. Este trabajo en familia logró definir nuestra historia como familia que, a través de proyectos por mejo- rar nuestra relación con el otro, nos hemos transformado a nosotros mismos. Como lo sugiere Cavarero, *una verdadera trans- formación del otro necesariamente es una transformación del yo.*

FUNDACIÓN GRUPO FAMILIA

MÓNICA MARÍA
GÓMEZ JARAMILLO

PRESIDENTA JUNTA DIRECTIVA
FUNDACIÓN GRUPO FAMILIA

Mi papá tenía doce años cuando su tío le ordenó que dejara el curso de primero de bachillerato para ayudar a sostener a su mamá y sus hermanas. Su papá, Antonio José Gómez Zapata, había muerto de fiebre en la selva donde estaba empezando a explotar una mina de oro, cuando él tenía cinco años. Estudió mientras su hermano Jorge Gómez vivió, pero para desgracia familiar, este murió ahogado en un río en 1929 en plena contracción económica mundial. Mi papá portaba entonces pantalones cortos; era la costumbre hasta que los muchachos cumplían 16 años, edad en que podían usar pantalones largos que eran una representación de tener la hombría necesaria para trabajar.

Su confusión fue mayor: “¿Trabajar, yo?” “¿En qué?” “¿En dónde?” La orden de salirse del colegio había sido la mala noticia que su tío le tenía. La buena era que tenía lugar donde podía ir a trabajar de mensajero: la oficina de abogado de su primo Jaime Restrepo, quien recién graduado tenía una biblioteca surtida de biografías, teorías económicas y derecho. Como poco trabajo había, su primo le pidió que semanalmente le presentara un resumen de un libro que hubiera leído en esa semana. Y así se enamoró mi papá de los libros y se llenó de conocimientos.

Setenta años después, John Gómez Restrepo, empresario y hombre exitoso en los negocios, le pide a la junta directiva de

Productos Familia S.A. que estableciera en Medellín algunas bibliotecas en zonas deprimidas de la ciudad a fin de que otros niños de escasos recursos –como lo fue él algún día– pudieran acceder a bibliotecas que les permitieran saciar su deseo por conocer otros mundos y que les ayudara a abrirse a nuevos horizontes. Es así como la primera Fundación Familia empieza con el apoyo a tres bibliotecas en tres barrios diferentes: La Esperanza en el barrio Castilla, El Raizal en el barrio Manrique y Villa Tina que lleva el mismo nombre del barrio; estas fueron dotadas y atendidas por la compañía como donante sin más intervención que la realizada por dos entidades aliadas que velaban por su funcionamiento. En el 2008 la empresa decide retomar la Fundación iniciada por mi padre en 1996 a fin de coordinar la operación de estas bibliotecas junto al sinnúmero de donaciones que se hacían mes a mes a diferentes organizaciones de caridad en el país.

Enfrentados con el reto de establecer una Fundación a los que nos asignaron esta tarea, empezamos a soñar. Ahondamos en repensar nuestra labor para ampliar el espectro de influencia de la Fundación. La compañía siempre había utilizado –actualmente lo hace– papel reciclado en su proceso de operación. En el 2019 el país importó 135.000 toneladas de papel reciclado, papel necesario para abastecer las necesidades de materia prima para el proceso productivo de Productos Familia S.A. y otras empresas papeleras. La recuperación de papel en el país no abastece las necesidades anuales de la demanda. Empezamos a indagar y a entender el tema de responsabilidad social. Y luego de muchas conversaciones, establecimos como objetivo principal de la Fundación Grupo Familia el de dignificar la labor de los recicladores y aprender junto con ellos cómo era su vida.

Nos encontramos con un drama humano importante. Las familias recicladoras son, en su mayoría, recicladores de tradición. Quien crece en la basura, muchas veces permanece

en la basura. Las manos son importantes en el volumen diario que logra reciclarse y del volumen depende el ingreso; por tanto, niños de familias recicladoras tienen gran posibilidad de no atender los horarios escolares por ayudar a reciclar. Son grupos humanos que normalmente no son “vistos”. La gran mayoría de las unidades residenciales y edificios tienen un reciclador permanente que hace su labor en silencio y es tolerado por la portería si no deja la basura tirada.

Pocos saben su nombre. Por costumbre tienden a formar núcleos informales de reciclaje, así protegen su ingreso al establecer precios de venta de lo reciclado y se protegen de intermediarios. Estos grupos, o Unidades de Reciclaje (UDER), normalmente no tienen estructuras adicionales con qué contar más que una bodega y escasos elementos como bolsas gigantes para empa-car el material. Encontramos que allí los conflictos son frecuentes, hay poca confianza entre ellos, no hay contabilidad, a menudo el que maneja el asunto se pierde con la plata, en fin, encontramos que necesitaban apoyo administrativo que acompañara estas asociaciones paso a paso en la construcción de un programa empresarial, y por lo tanto esto se convirtió en nuestro segundo eje de trabajo –muy acorde también al espíritu de nuestro fundador– el fortalecimiento empresarial y productivo de las UDER.

Los retos que hemos enfrentado desde el 2008 a hoy han sido enormes, pero también enormemente gratificantes. Hemos incur-sionado en la mejora de la calidad de vida de nuestros grupos recicladores. Hemos instau-rado programas de salud, vivienda y educa-ción que se convirtieron para ellos en sueños a lograr. Hemos formado también comuni-dades al fomentar la cultura del reciclaje en barrios, escuelas, unidades residenciales y entidades comerciales. Un reciclador puede doblar su ingreso diario si encuentra vivien-das donde se separa el producto reciclado del desecho orgánico. Es así de simple. Y es así de difícil cambiar la cultura social.

Al ir aprendiendo a colaborar con las comunidades recicladoras del país –hoy acompañamos 39 proyectos de reciclaje urbanos– nos fuimos convirtiendo en especialistas sobre el tema. La Fundación Grupo Familia fue buscada para la estructuración y ayuda en la implementación de la política pública sobre el reciclaje. Actualmente, pertenecemos a la de Alianza Nacional por el Reciclaje, integrada por ministerios, gremios y entidades del tercer sector. También nos buscaron otras fundaciones para ayudar a comunidades rurales para establecer sistemas en cuanto al manejo integral de residuos. Es así como hemos acompañado hasta el momento doce proyectos rurales en los que le ayudamos a la comunidad para que defina sus protocolos y prácticas de reciclaje y disposición de residuos, en comunidades que no tenían ningún referente ni manejo adecuado de estos con proyectos exitosos en la Sierra Nevada de Santa Marta, Rincón del Mar, San Basilio de Palenque y Vigía de Fuerte, entre otros.

Actualmente, la Fundación Grupo Familia sigue atendiendo sus tres ejes de trabajo fundamentales que son manejo de residuos, promoción de hábitos de higiene y fortalecimiento de la red de bibliotecas comunitarias en la ciudad de Medellín. De las tres bibliotecas iniciales que aún se conservan –y que son lugares referentes de paz y armonía en sus barrios– hemos podido añadir 23 adicionales de la Red de Bibliotecas Populares de Medellín y una en Bogotá. Las atendemos en conjunto con la Fundación Ratón de Biblioteca, con el que tenemos una estrecha relación de soporte.

La Fundación Grupo Familia junto con sus recicladores atiende todo tipo de reciclaje, no solo el de papel y cartón, sino todo aquello que es residuo aprovechable domiciliario e industrial. De esta manera logramos las siguientes cifras en el 2019: apoyo a 3233 recicladores, 2300 de ellos organizados bajo 39 UDER a las cuales acompañamos en su

fortalecimiento empresarial y cuyo proceso productivo arroja como resultado el reciclaje de 1 723 202 toneladas de material que dejó de ir a los rellenos sanitarios para volver a la cadena industrial, y que sirvió de fuente de ingresos en promedio mensual de 706.000 pesos por mes para el reciclador que ya tiene un lugar fijo de trabajo. Este ingreso es la suma de la venta del material más el ingreso por la tarifa pública por reciclaje, esta última lograda porque su UDER se convierte en una empresa prestadora del servicio. Para aquellos recicladores que vemos en las calles atendiendo las casas en los diferentes barrios, el ingreso mensual estimado es alrededor de 500.000 pesos mensuales.

A futuro tenemos retos enormes; hay una base de recicladores que sigue creciendo, existen necesidades de nuevas normas ambientales y de implementación de la política pública de reciclaje que debemos atender y necesitamos que muchas personas pasen de la sensibilización del reciclaje a una práctica frecuente conectada con la entrega al reciclador para que mantenga su sustento. Sin embargo, es muy satisfactorio ver cómo los principios de nuestro fundador

“ LA FUNDACIÓN GRUPO FAMILIA SIGUE ATENDIENDO SUS TRES EJES DE TRABAJO FUNDAMENTALES QUE SON MANEJO DE RESIDUOS, PROMOCIÓN DE HÁBITOS DE HIGIENE Y FORTALECIMIENTO DE LA RED DE BIBLIOTECAS COMUNITARIAS EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN”.

John Gómez Restrepo que fueron respetar ante todo la dignidad humana y fomentar el orden y el conocimiento como pilares del crecimiento personal, se ven reflejados en cada acción que emprendemos desde la Fundación Grupo Familia. Esperamos seguir con esta labor por muchos años más.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

FUNDACIÓN LEVAPAN

NANOOK SMILDIGER
PONCE DE LEÓN

DIRECTORA EJECUTIVA
FUNDACIÓN LEVAPAN.

Para mi abuelo la constitución del colegio era una obsesión fundamentada en una doble necesidad. La que él tuvo por la carencia de oportunidad de acceder al sistema educativo en su niñez y la de la población de Tuluá que estaba desamparada de educación estable y de calidad.

Al ser conscientes de que la educación incluyente es el motor del progreso, el colegio Levapan tomó la decisión de usar los recursos empresariales para optimizar el proyecto, generar mayor impacto social y dignificar la educación brindada. Esta cimentada en formar seres humanos íntegros y aun cuando en su momento el proyecto fue concebido solamente para la etapa inicial de la primaria, fue ampliado y se dio paso a un colegio completo de primaria y bachillerato.

Este proceso de ampliación inició hace siete años en el 2013. Lo primero que se hizo fue trasladar el colegio que aún estaba dentro de la fábrica y construir unas instalaciones que, ante todo, dignificaran el espacio para aprender; son modernas, agradables para el aprendizaje y con mucho verde a su alrededor. Paralelamente, se buscó a expertos en bilingüismo para cambiar el pensum y que los alumnos se graduaran 100% bilingües, esto, sin dejar de lado que se necesitaban a los mejores profesores para lograr la excelencia propuesta.

61 años después de la fundación del colegio, cuando se aproxima la graduación de la primera promoción de grado once, y contando con personal y órganos administrativos y directivos de lujo, la meta de responsabilidad social trasciende al colegio mismo y se idealiza en una fundación que impacte positivamente a la ciudad de Tuluá, incidiendo en política pública.

Llegó el momento de compartir lo que sabemos hacer bien, soñamos con un mejor Tuluá y estamos convencidos de que podemos ayudar a mejorar los índices de progreso de nuestro querido y aporreado corazón del Valle del Cauca. También conocemos que solos no podemos y que debemos buscar alianzas tanto públicas como privadas para lograr obtener el impacto pretendido.

Adicionalmente, se hizo una alianza con la Universidad de Emory y con la Fundación del Dalai Lama para que junto con ellos se pueda expandir la metodología “SEE Learning” (que le apunta al aprendizaje social, emocional y ético), consistente en una

“ EL COLEGIO LEVAPAN ABRIÓ SUS PUERTAS A SUS PRIMEROS 35 ALUMNOS PARA QUE A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN Y CITANDO A NELSON MANDELA, CAMBIARA AL MUNDO O, POR LO MENOS, A LA PARTE DE LA SOCIEDAD QUE SE ENCONTRABA A SU ALCANCE”.

forma novedosa y comprobada de inculcar valores e inteligencia socioemocional en los años escolares. Con esto, pretendemos tener un impacto positivo no solo interno, respecto de los alumnos del colegio –hoy Colegio Guillermo Ponce de León–, sino además externo, trabajando de la mano con el gobierno local para mejorar la educación socioemocional y ética en todos los colegios públicos del municipio.

El 2020 es nuestro año piloto en el que estamos trabajando de la mano con siete instituciones públicas en la implementación de SEE Learning, para luego implementarlo en todos los colegios públicos de Tuluá. Es así como este proyecto pasó de ser un sueño propio para convertirse en hoja de ruta y prioridad para la pasada y actual alcaldía.

Esto demuestra el poder que tiene la empresa privada en el desarrollo y progreso

del país, pues no se trata solamente de generar empleo, sino de mejorar las condiciones del entorno en donde opera. En nuestro caso, lo que empezó como un colegio de primaria se ha convertido en un proyecto más ambicioso, que busca contribuir al mejoramiento de la educación de toda una región.

Espero que nosotros, la tercera generación de la familia, podamos seguir heredándole a las que nos siguen ese amor por la educación, esa entrega en la que uno siempre recibe más de lo que da, porque no hay nada más gratificante en la vida que hacer parte de la solución, sobre todo en un país como el nuestro, en donde esa solución, sin lugar a duda, está en la educación y en la formación de valores.

Sin querer la Fundación Levapan se convirtió en mi más grande reto, pero también en mi más grandiosa satisfacción pues vivo orgullosa de sus logros y emocionada de todo lo que está por venir. Claramente, es un proyecto apasionante del cual agradezco todos los días ser parte.

“ ESTO DEMUESTRA EL PODER QUE TIENE LA EMPRESA PRIVADA EN EL DESARROLLO Y PROGRESO DEL PAÍS, PUES NO SE TRATA SOLAMENTE DE GENERAR EMPLEO, SINO DE MEJORAR LAS CONDICIONES DEL ENTORNO EN DONDE OPERA. EN NUESTRO CASO, LO QUE EMPEZÓ COMO UN COLEGIO DE PRIMARIA SE HA CONVERTIDO EN UN PROYECTO MÁS AMBICIOSO, QUE BUSCA CONTRIBUIR AL MEJORAMIENTO DE LA EDUCACIÓN DE TODA UNA REGIÓN”.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

FUNDACIÓN CARLOS Y SONIA HAIME

ENTREVISTA A:
DANIEL HAIME GUTT

PRESIDENTE FUNDACIÓN
CARLOS Y SONIA HAIME (FCSH)

Daniel Haime describe el pasado, presente y futuro de una organización que nació para ayudar, creció para entregar herramientas de desarrollo a las comunidades y evolucionó hacia una apuesta regional de salud y calidad de vida que nos beneficiará a todos.

¿Cómo y por qué nace la FCSH?

Por más de sesenta años la familia ha cultivado una vocación filantrópica que se venía realizando en nombre de sus ancestros o compañías. El éxito empresarial de mi padre, don Carlos Haime y su gran labor social en compañía de mi madre, doña Sonia Gutt, pusieron en evidencia la necesidad de crear una fundación propia que permitiese encauzar esfuerzos en beneficio de comunidades vulnerables a las cuales la Fundación Carlos y Sonia Haime ha servido con cariño y con las cuales seguirá existiendo una relación de cara a su nuevo futuro.

¿Por qué es importante para la familia tener un proyecto social?

Como familia hemos tenido la bendición de Dios y la fortuna de contar con salud, cultura, principios y capacidad de trabajo. Estas bondades nos han permitido salir adelante y comprender el verdadero significado del éxito. Hay quienes lo entienden como un bien propio que no se comparte, por ende, desplazan a todo aquel que se encuentre en su camino. Para nosotros, el éxito es algo contagioso, que tiene el poder de expandirse y multiplicarse, por ello, creemos que cuando te acompañas en tu recorrido por la vida y surges de la mano de otros, creas un círculo virtuoso en donde personas, familias, empresas y sociedad resultan ganadoras.

¿Por qué llegó la Fundación a Manzanillo del Mar en Cartagena?

Manzanillo del Mar fue un caserío de pescadores, sanos y trabajadores, aislados del desarrollo. Don Carlos Haime adquirió tierras a su alrededor y se convirtió en su benefactor. Con el paso de los años, se desarrollaron negocios importantes en Cartagena que generaron recursos y nos permitieron, como familia, devolver a la ciudad su calorosa bienvenida y acogimiento. Qué mejor retribución social que acompañar a una comunidad de seres humanos con necesidades, pero también con sueños nobles sobre su futuro y el de sus familias. Ahora, ante la concepción de un proyecto de vida como lo es Serena del Mar, el conocer, entender y velar por el bienestar de las comunidades ligadas a él es un deber y un compromiso.

¿Qué experiencia recuerda de su contacto con las comunidades cuando era niño?

Las tierras de “Los Morros”, como se llama la finca que rodea a Manzanillo del Mar fueron el sitio de esparcimiento y recreación de mi familia por muchos años. Manzanillo era un pueblito donde prosperaban pocas familias; centenarias, de personas nobles y creyentes, que se congregaban en año nuevo buscando su aguinaldo. Por estas fechas, don Carlos y doña Sonia esperaban con gran emoción la llegada de padres e hijos vestidos de celebración, quienes, con gran dignidad y elegancia, saludaban y felicitaban a la familia, deseando bienestar y prosperidad para el siguiente año. El aguinaldo era siempre un aporte significativo para el mejoramiento del pueblo y de su calidad de vida. Medio siglo más tarde, estas familias representan el alma del pueblo, gracias a sus principios y tradición.

La vocación de servicio y el apoyo a las comunidades, ¿se hereda o se nace con ella?

Pienso que las dos cosas. Por un lado, las enseñanzas de padres sabios se transmiten

a sus descendientes, por el otro, con cada generación el compromiso social crece y se reafirma, por eso ambas son viables y complementarias, tal es el caso de mi familia.

¿Cómo no traspasar la delgada línea entre responsabilidad social y asistencialismo?

Como dice la anécdota, “Hay que enseñar a pescar”. Debemos asegurar que no haya desventajas estructurales en la primera infancia de las futuras generaciones. Lo anterior, mediante un sistema de méritos que ofrezca oportunidades para aquellos que las sepan apreciar y aprovechar, buscando que cada cual se gane su futuro. Lo importante es compensar algunas desventajas que le restan la habilidad de surgir al ser humano, pero debe quedar claro que es su capacidad y empuje lo que los saca adelante.

¿Qué testimonio o agradecimiento de la comunidad recuerda?

En realidad, no se busca agradecimiento alguno. La satisfacción se siente al ver a las personas surgir con honestidad e integridad en la vida. Sin embargo, la sonrisa sincera de un niño feliz o de una madre agradecida, me llenan de emoción, convicción y energía para seguir siendo un buen colombiano.

¿Cuál es el legado de la FCSH para Manzanillo del Mar y cuál para Colombia?

El legado de la FCSH para Manzanillo fue una llave maestra que abrió un sinnúmero de puertas hacia un mejor futuro. Desde la nutrición, la educación y el trabajo, se forjaron los derroteros del crecimiento personal y social. En esta línea, la Fundación ofreció oportunidades para todos, por mas de diez años, oportunidades que inculcan valores y promueven la educación como el mejor camino hacia el

desarrollo económico y cultural de los habitantes de Manzanillo.

Por su parte, el legado de la FCSH para Colombia continua y seguirá sembrando y cosechando bienestar social en diferentes regiones del país, mediante la ejecución de programas de educación, la promoción del arte y de la cultura, la prestación de servicios de salud de la más alta calidad y la participación en iniciativas de alto impacto que mejoren la vida de miles de familias colombianas.

Si tuviera que definir hitos o grandes logros de la FCSH en estos doce años de operación, ¿cuáles serían?

En el 2008, la FCSH bajo el liderazgo de Andrea Echavarría dio inicio al reto de diseñar su estrategia en Colombia. El desafío de transformarla de una entidad donante a una entidad comunitaria, que ejecutaría directa-

mente por primera vez en su historia programas de base, fue muy importante. Recuerdo que se comenzó diseñando talleres para promover el Manzanillo Soñado, iniciativa que nos retó a la familia a soñar y a construir con la comunidad sobre imaginarios colectivos. Esta intervención (Bottom-Up Approach) se convirtió en el mapa de ruta de nuestra organización por más de diez años y fue la iniciativa catalizadora de los cambios sociales sobre los que hoy se construye nuestro proyecto Serena del Mar (<https://serenadelmar.com.co>).

Hoy, después de más de doce años de trabajo social, veo orgulloso cómo los sueños se han convertido en cientos de testimonios de cambio de vida y cómo muchas de las ideas que surgieron en el 2008 y junto con la ayuda de muchas organizaciones aliadas –porque nunca lo hacemos solos– actualmente son realidades en un contexto de cambio positivo.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

Desde el 2018, la culminación de nuestra etapa de trabajo comunitario representa otro grande hito, ya que la Fundación Carlos y Sonia Haime evoluciona, regresa a sus orígenes como entidad de segundo nivel y cumple con el reto de innovar como inversionista social y con la nueva misión de apoyar proyectos de salud, educación, arte y cultura alrededor del país.

Celebro esta evolución de la Fundación que bajo el mismo liderazgo nos reta como familia para seguir soñando en nuevas dimensiones y para mantenernos vigentes participando de la construcción de un mejor país y traduciendo nuestros esfuerzos de filantropía en proyectos visionarios.

¿Cuál será la relación de la FCSH con el Centro Hospitalario Serena del Mar?

La Fundación Carlos y Sonia Haime está en una etapa de evolución para convertirse en una fundación con inversiones en proyectos de alto impacto social. En este nuevo frente, a partir del 2018 se decidió invertir los recursos filantrópicos en las áreas de salud, educación, arte y cultura. También estará muy concentrada en ofrecer una mejor oferta de salud para Cartagena, la región Caribe y en general en Colombia cuando entre en operación el Centro Hospitalario Serena del Mar que contará con 158 camas y servicios y será operado por la Fundación Santa Fe de Bogotá (FSFB). Junto con el funcionamiento de este nuevo proyecto icónico, la Fundación Carlos y Sonia Haime como accionista recibirá valiosos ingresos que serán dedicados a proyectos meritorios a lo largo y ancho de nuestro gran país.

En 1959, en Tuluá ubicada en Valle del Cauca y fundado por Guillermo Ponce de León, el colegio Levapan abrió sus puertas a sus primeros 35 alumnos para que a través de la educación y citando a Nelson Mandela, cambiara al mundo o, por lo menos, a la parte de la sociedad que se encontraba a su alcance.

La realización del colegio permitió el inicio de una fuerte política de responsabilidad social empresarial de Levapan, a través de la cual se hizo posible brindar bienestar a los hijos de sus empleados y a otros niños de la comunidad. Así, aún cuando inicialmente el proyecto estuvo destinado a hijos de trabajadores, pronto se amplió a niños externos, sin importar su procedencia, credo o raza.

“ DESDE EL 2018, LA CULMINACIÓN DE NUESTRA ETAPA DE TRABAJO COMUNITARIO REPRESENTA OTRO GRANDE HITO, YA QUE LA FUNDACIÓN CARLOS Y SONIA HAIME EVOLUCIONA, REGRESA A SUS ORÍGENES COMO ENTIDAD DE SEGUNDO NIVEL Y CUMPLE CON EL RETO DE INNOVAR COMO INVERSIONISTA SOCIAL Y CON LA NUEVA MISIÓN DE APOYAR PROYECTOS DE SALUD, EDUCACIÓN, ARTE Y CULTURA ALREDEDOR DEL PAÍS”.

LA HISTORIA DE LA FILANTROPÍA EN LA FAMILIA CARVAJAL

BRUNO
CARVAJAL

MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA
FUNDACIÓN CARVAJAL

Desde 1904, año en que inicia operaciones el periódico El Día en Cali, la familia Carvajal ha buscado impulsar el progreso económico y social de todos, haciendo las cosas bien. Hoy, más de 115 años después, es así como la familia define su propósito superior. Es una forma de abordar la actividad empresarial, familiar y filantrópica, en la que la economía está al servicio del hombre y no el hombre al servicio de la economía.

Más allá de fundar un periódico, Manuel Carvajal Valencia buscaba impulsar tres campañas de importancia para la región: culminar el ferrocarril del Pacífico, la creación del departamento del Valle y la creación de la Diócesis de Cali. Unos años más tarde, al ver alcanzadas las metas, el periódico deja de publicarse, pero sigue el negocio que se transforma en lo que hoy conocemos como Carvajal.

Micaela Borrero, su esposa, dedicaba las tardes a enseñar a leer y escribir, hacer operaciones aritméticas y dar a conocer el catecismo a las empleadas y mensajeros analfabetas; algo común en la época. Este era un espacio sagrado para ella y exigía que la familia lo respetara.

Fue así como inició el espíritu de ayuda al prójimo en la familia, de buscar tener un impacto más allá de lo económico que sigue hoy más vivo que nunca en las siguientes generaciones.

En 1961, Manuel Carvajal Sinisterra, miembro de la tercera generación de la familia, se adelanta a sus tiempos y recoge estos esfuerzos filantrópicos creando la Fundación Carvajal. Así busca la manera de consolidar la ayuda social y crear programas de solidaridad a gran escala.

En la década de los sesenta la situación social de Cali era crítica. Las migraciones por la violencia de la década de los cincuenta hicieron que Cali tuviera la segunda tasa más grande de crecimiento demográfico en América Latina. Este crecimiento desbordó la capacidad de la ciudad y generó invasiones con déficit de servicios públicos, desempleo y pobreza. Cali era una bomba de tiempo.

Conscientes de que “una empresa no puede prosperar indefinidamente en un medio social enfermo” porque “tarde o temprano los males del medio afectarán su desempeño” la familia Carvajal dona un 23.5% de sus acciones de la empresa a la Fundación. De esta forma garantiza la autonomía y sostenibilidad de la Fundación Carvajal. Esta es una donación que se hace en vida y a perpetuidad; ha sido una premisa fundamental para la familia.

Al construir empresa se deben tomar decisiones importantes todos los días, asumiendo los riesgos inherentes en cada una de ellas. El éxito que había tenido la empresa hasta el momento lo atribuían, en buena medida, a la ayuda que Dios había brindado en cada uno de esos momentos. Por eso cuando a Manuel le indagaban sobre el origen de la Fundación, él respondía: “Dios es el principal socio de esta empresa; la Fundación es el instrumento que nos permite entregarle su dividendo”.

Manuel y la familia plasmaron su filosofía de vida en las premisas centrales de La Fundación Carvajal: educar para la vida, ayudar a la gente a ayudarse a sí misma y aprender haciendo. Así se involucran a las personas en la solución de sus problemas, se canaliza la fuente inagotable de energía de aquellos que quieren progresar y se dignifica al individuo que es capaz de salir adelante con su propio esfuerzo.

Durante los primeros años de la Fundación, las personas que vivían en las zonas más deprimidas de la ciudad carecían de los servicios más básicos a los que deben tener acceso los ciudadanos. Fue así como

“ UNA EMPRESA NO PUEDE PROSPERAR INDEFINIDAMENTE EN UN MEDIO SOCIAL ENFERMO” PORQUE “TARDE O TEMPRANO LOS MALES DEL MEDIO AFECTARÁN SU DES-EMPEÑO”.

la Fundación Carvajal, de la mano con el arzobispo de Cali, crearon los centros parroquiales. Estos le permitieron a la Fundación acercarse a la comunidad y prestar servicios de salud, educación, recreación y capacitación para el trabajo.

Más adelante se crearon unos almacenes llamados “comisariatos” para la venta de alimentos, medicinas y materiales de construcción, evitando así que los más necesitados pagaran los precios más altos de la ciudad por la cantidad de intermediarios que intervenían para llegar a esas zonas remotas.

En la década de los ochenta la Fundación Carvajal se concentró en el modelo de centros de servicios en el distrito de Aguablanca; abriendo proveeduría de materiales de construcción y alimentos para acabar con la especulación y los altos precios, ayudando en los procesos de legalización de predios, dando acceso al sistema financiero, notarias, etcétera. En cierta forma llevando al Estado donde este aún no llegaba. Durante este tiempo también se dio fuerza al programa de microempresarios, vital para permitir que las personas pudieran generar sus propios ingresos y ser autosuficientes. Este programa gozó de gran impacto y fue escalado a nivel nacional e internacional.

Los años pasan y la Fundación evoluciona. Actualmente, la Fundación Carvajal concentra sus esfuerzos en Cali y Buenaventura con operación directa en programas de educación, generación de ingresos y desarrollo social y comunitario. Varios de los programas que opera directamente han sido evaluados por expertos como Harvard, Georgetown y Swissocial, confirmando un alto nivel de impacto. Esto ha animado a la Fundación Carvajal a ampliar la cobertura



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

de esos programas en Colombia y América Latina de la mano de aliados estratégicos como los gobiernos locales, nacionales y organizaciones internacionales.

A veces, genera frustración ejecutar programas de alto impacto, haberlo hecho durante tantos años y no ver que estos se reflejen en los indicadores macro de la región. Por eso hoy en día la Fundación Carvajal revisa su futuro y cómo maximizar el impacto a la luz de este mundo que cambia aceleradamente mientras otros poco avan-

zan en su situación de pobreza. Es parte de la motivación, la pasión y entrega de una familia que busca hacer las cosas bien.

Esta es una labor continua, que no termina, sino que se transforma. Por eso como familia debemos pasar ese legado generación tras generación para asegurar la continuidad de la Fundación y traer nuevas perspectivas y nuevas ideas.

La Fundación y su obra siempre están cerca de la familia. En las reuniones familiares los más pequeños juegan fútbol con los

niños de Golazo. A los más grandecitos se les invita a visitar los programas que tiene la Fundación y vivir esa experiencia de primera mano. Y cuando ya adquieren experiencia laboral ofrecemos un puesto en la junta directiva de la Fundación para un “NextGen”, un miembro de la familia menor de 40 años.

Así vamos creando cercanía, interés, conciencia. Fomentamos que las nuevas generaciones se involucren y así capturamos nuevos aires para definir la Fundación del futuro. Ahora mismo, la Fundación hace un

ejercicio de planeación estratégica, para que, con el input de todos, logremos maximizar el impacto social que llevamos a las diferentes comunidades.

En estos casi sesenta años de la Fundación y la empresa, impulsando el progreso económico y social, han sido una fuente constante de energía, de retos y de satisfacciones. Es un motivo de orgullo y alegría para la familia que espera seguir aportando al desarrollo de la región por muchas generaciones más.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

REINVENTARSE ES LA SOLUCIÓN PERMANENTE

JOSÉ MANUEL SUSO

GERENTE
ARROCERA LA ESMERALDA S.A.S.

Las crisis suelen generar oportunidades que son aprovechadas por personas con espíritu visionario. Formados o no en el arte de la empresa, el éxito es alcanzado si el camino ha sido cultivado con pasión y responsabilidad. Esta máxima no la inventé yo. La aprendí de mi padre quien, a su vez, la aprendió de mi abuelo. Ambos capotearon vendavales en tiempos duros de los que salieron victoriosos y con el faro encendido para las generaciones que seguiríamos su camino.

Mi abuelo Faustino Suso fue un español que llegó a Colombia en 1917. Pronto se casó con Blanca Julia Cárdenas y fundaron una familia junto con sus seis hijos (entre ellos, mi padre Manolo, el segundo). Por aquellos años muchas empresas cerraron debido a la guerra. Mi abuelo que trabajaba en una compañía de compra de pieles para exportación quedó desempleado.

Eran tiempos duros y había que tomar decisiones que, aunque dolorosas, debían garantizar la supervivencia de cada uno en la familia. Comenzaba la década de los años treinta, mi abuelo desempleado, tuvo que repartir entre sus familiares a sus tres hijos mayores para que no les faltara el techo ni la comida. Mi padre, que se destacaba por ser buen estudiante, fue enviado al seminario jesuita donde recibió formación en filosofía y letras. La austeridad y el sacrificio fueron valores que forjarían su carácter para toda la vida.

La abuela Blanquita había recibido de herencia una casa, y mi abuelo Faustino, le pidió que la vendiera para invertir en un molino de arroz en Buga, fundado en 1935. Él, conocedor de su capacidad de trabajo, se apoyó en un socio que era familiar de Blan-

quita. Juntos, tuvieron la visión de sacar adelante una empresa que pudiera sostener a la familia. Ellos sabían que el camino estaría plagado de riesgos. Perderlo todo no era una opción, esta era la única oportunidad de asegurar refugio y comida para la familia.

Faustino, mi abuelo el vasco, con su ejemplo enseñó a los trabajadores que el amor y la disciplina era los pilares para ser buenos y laboriosos hombres y mejores padres de familia. Me atrevería a decir que, para aquella época, Faustino tomó una de las decisiones más audaces en gerencia equitativa. El pago lo hacía de manera directa a las esposas de los trabajadores y pronto gozó del apoyo de todas las señoras del pueblo que no dudaron en ser compradoras fieles del arroz del molino. Amor con amor se paga.

En 1945 cuando la segunda guerra mundial llegaba a su fin, mi padre salió al mundo de la vida civil. Ya había recibido su título como profesional en filosofía y letras. Atrás quedaba colgada la posibilidad de ser sacerdote. Encontró la oportunidad de ganarse la vida vendiendo seguros, pero pronto, sintió el llamado del molino y con la pasión y la mística que lo caracterizaban, fue aprendiendo el oficio de hacer un comercio y trato justo con los proveedores y los trabajadores.

Don Jaime Saavedra, el socio de mi abuelo, tuvo una segunda visión. Llevó a mi padre para fundar la arrocería La Esmeralda en Jamundí, una zona bendecida por la generosidad de sus tierras y la abundancia del

“ EL PAGO LO HACÍA DE MANERA
DIRECTA A LAS ESPOSAS DE LOS
TRABAJADORES Y PRONTO GOZÓ
DEL APOYO DE TODAS LAS SEÑORAS
DEL PUEBLO QUE NO DUDARON
EN SER COMPRADORAS
FIELES DEL ARROZ DEL MOLINO”.

agua. Mi padre aceptó la gerencia y en 1950 junto con los otros cinco socios que habían invertido en esta empresa arrancaron con

éxito el molino que, al día de hoy, es el más antiguo de Colombia. Nunca se ha detenido el reloj de sus fértiles jornadas.

Desde el inicio, Manolo supo que con esta planta en Jamundí se podrían generar grandes beneficios no solo a los socios, sino a los agricultores, a los trabajadores y a la comunidad misma. El pueblo carecía de colegio, de hospital y de luz eléctrica. Unos pocos años después, asumió el cargo de concejal y con el apoyo de la empresa ayudó a resolver cada carencia de toda la comunidad.

Mi madre Stellia Domínguez también asumió un papel determinante junto a mi padre. Ella sabía que la tierra era prodigiosa y podía generar bienestar para todos y por igual. La casa estaba cerca de la planta. Stellia estaba al frente de una pequeña lechería y un corral de gallinas ponedoras que les ayudaba económicamente y les permitía alimentar a los trabajadores de la arrocería.

Mi padre empleaba los principios filosóficos en cada una de sus decisiones. Manuel Carvajal Sinisterra también fue uno de sus pilares de inspiración en el modelo de valor compartido. Es lo que hoy conocemos como responsabilidad social empresarial.

Crecimos bajo la luz de la ética y el amor por la relación entre la empresa, la comunidad y el medio ambiente. Con los años, cada uno de los hijos de Manolo nos fuimos vinculando desde nuestras formaciones profesionales a esta empresa que ya llega a sus setenta años y que hemos visto crecer casi tres veces en la última década.

Hoy sabemos que tenemos un consumidor más consciente y mejor informado. Por ello somos certificados y reconocidos como empresa con sello de **Sistema B** y Responsable con comercio justo. Es decir, ejercemos triple impacto mientras compartimos valor.

Estamos seguros de que en Colombia aun cuando se aproxima al pico del contagio por el coronavirus o COVID-19, se están aprendiendo lecciones que pueden transformar no solo el comportamiento de las personas, sino también de las empresas con respecto a su



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

responsabilidad con los demás y con el medio ambiente.

Este duro periodo que afectó a muchísimas empresas, algunas hasta llegaron al punto de tener que cerrar, también ha sido la oportunidad para que otras hayamos podido sobrevivir.

Vale la pena reflexionar que no se trata de hacer utilidades, sino de poder conservar la estabilidad que garantice el empleo para todos y así tener el máspreciado de los bienes que es la salud, la tranquilidad y el sosiego.

No todo el panorama es tan malo. Es alentador que ya se escuchan programas y se leen muchísimas columnas de grandes empresarios colombianos y de multinacionales del

business roundtable en Estados Unidos en los que inclusive, antes de esta pandemia, ya habían reconocido públicamente que se debe producir bajo un modelo consciente que vaya junto con la filantropía transformadora de sociedades equitativas y prósperas.

El secreto de la fórmula que garantice el crecimiento y la riqueza de un país como el nuestro no es otro que asumir un compromiso social y ambiental capaz de generar y compartir riqueza humana y material.

El mensaje es claro, no se trata de modelos socialistas ni mucho menos, sino de una nueva visión de empresa como la habían diseñado grandes visionarios como Manuel Carvajal Sinisterra.

Para “Arroz Blanquita”, como mi padre la bautizó en honor a su querida madre, no solo son los 350 empleos directos ni los 1100 agricultores que generan más de 5.000 trabajos permanentes los que nos impulsan a seguir haciendo los esfuerzos, sino que son los compromisos de hacer una agricultura regenerativa los que nos motivan a seguir trabajando con sostenibilidad.

Ya somos casi ocho mil millones de personas en este planeta y pronto seremos nueve mil, no tendremos cómo alimentarnos al menos que optemos por hacer una agricultura responsable como lo pide FOLU, con la tierra, el agua y el aire.

En estos tiempos que nos correspondió vivir, la crisis nos alcanzó a todos hasta el último rincón del mundo. Los empresarios no fueron la excepción. Es el momento de materializar con acciones la palabra más pronunciada en esta pandemia: “reinventarse” como sociedad. Cada persona, empresaria o no, debe asumir un papel de reingeniería y aprender de los pasos mal dados para no volver a aquella normalidad que nos hizo vivir estos tiempos duros. Reinventarse como lo hicieron Faustino y Manolo, que, al día de hoy, seguirán siendo los faros en las tormentas de una empresa B como “Arroz Blanquita”.

IN- FORME DE GES- TIÓN

2019-2020.

El objetivo de **FT** es que todas las familias empresarias de Colombia tengan una estrategia de inversión social estructurada, se conozcan entre si, y compartan sus logros así como sus aprendizajes. Para alcanzar nuestro objetivo central, trabajamos a través de tres objetivos específicos:

- ~ Motivando a individuos y familias a hacer más inversión social privada sin ánimo de lucro y con ánimo de lucro.
- ~ Consolidando una comunidad de filántropos estratégicos que compartan mejores prácticas, absorban lecciones aprendidas y tengan un profundo compromiso por el cambio social.
- ~ Fortaleciendo el ecosistema de la filantropía para que promueva prácticas de inversión más innovadoras e inteligentes.

Estos tres pilares los concretamos por medio de conferencias y talleres, programas educativos y asesorías familiares sobre cómo poder pasar de la filantropía tradicional a la filantropía estratégica, todo esto con el fin de contribuir a una sociedad más equitativa y pacífica.

CONFERENCIAS Y TALLERES

Nuestras conferencias y talleres ofrecen espacios de reflexión en torno a la función y el potencial de la filantropía en el desarrollo del país. Reunimos líderes del sector privado, público y la sociedad civil, a nivel nacional e internacional, para compartir perspectivas y fortalecer la confianza entre los distintos actores. Estos encuentros le permiten a nuestra red de filántropos conocer nuevos modelos y tendencias de filantropía estratégica para así continuar robusteciendo y profesionalizando su trabajo.

- ~ Café + Naturaleza: Hernando García – Director Instituto Humboldt.
- ~ Café + Educación: Cristina Alvarez – Cofundadora CoSchool.
- ~ Café + Educación: Andrea Escobar – Directora Empresarios por la Educación.
- ~ Café + Inversión de Impacto: Roberto Navas – Asesor de Patrimonio y miembro de junta Filantropía Transformadora.
- ~ Café + Recaudación de Fondos: Juan Carlos Lozano y Ana María Espín – Innpectia.
- ~ Café + Medio Ambiente: María Clara Domínguez – Directora Fundación Zoológica de Cali
- ~ Café + Reciclaje: Monica Gómez – Presidenta Fundación Grupo Familia.
- ~ Café + Filantropía Familiar vs. Empresarial: Daniela Fainberg – Directora Synergos Brazil.

PROGRAMAS EDUCATIVOS

A través de nuestros programas educativos –La Academia & Juntas Efectivas–, compartimos conocimiento a las nuevas generaciones y a miembros de juntas de organizaciones sociales en cómo hacer más y mejor inversión social. Nuestro objetivo es facilitar la creación de alianzas, fortalecer sus técnicas, compartir lecciones, y fomentar buenas prácticas en relación con los aportes privados.

La Academia V

Una de las tendencias más fuertes del futuro de la filantropía es el poder de las nuevas generaciones, los llamados millennials. Sin duda, tienen un plan de vida diferente al de sus padres o abuelos pues no quieren esperar para pensionarse de sus trabajos para contribuir a la sociedad; prefieren consumir productos que se han manufacturado responsablemente desde el punto de vista social y ambiental y buscan en sus actividades diarias, significado y trascendencia. En el 2019 innovamos nuestro programa, dirigiéndonos a madres y padres que ya empiezan a pensar cómo educar a sus hijos con privilegios, pero en un país con tantas complejidades sociales: *El Poder del Privilegio– Educando Hijos con Empatía Social*.

ASESORÍAS FAMILIARES

A través de nuestra línea de asesorías, apoyamos a personas y familias para crear, implementar y/o avanzar en su estrategia de filantropía estratégica. Ayudamos a explorar, diseñar, implementar, y/o hacerle seguimiento a sus estrategias para maximizar su impacto. Durante el 2019 y 2020 trabajamos con varias familias en diferentes frentes de su filantropía:

- ~ Estructuramos los primeros dos retiros con las juntas directivas de dos fundaciones familiares muy reconocidas en Colombia. El objetivo de estos retiros fue facilitarles a los miembros de la junta conversaciones más estratégicas para que ellos, como órgano de direccionamiento,

definieran qué ajustes, cambios o modificaciones debían hacer para adecuarse a los cambios que se están dando en el país y el entorno donde operan. Esto fue un hito importante en la filantropía de nuestro país puesto que no es una práctica común.

- ~ Diseñamos, implementamos y acompañamos la Estrategia de Filantropía y Legado Familiar de una familia en su tercera generación que quiso organizar sus diferentes donaciones y tecnificar su manera de tomar decisiones en torno a su filantropía. Fue un proceso muy enriquecedor para la familia poner en práctica los valores que constituyen su identidad familiar y a la vez conocer los retos y oportunidades del sector social en Colombia. Además de esto, la familia fue muy innovadora en decidir que su vehículo para hacer sus inversiones sociales sería un fideicomiso filantrópico, el primero en el país.

- ~ Realizamos un curso: “Introducción a la filantropía estratégica en Colombia” para una pareja colombiana y estadounidense que quería conocer sobre el sector social en Colombia antes de tomar decisiones sobre unas donaciones que querían hacer. El curso tuvo una duración de ocho sesiones virtuales (ellos viven fuera de Colombia) en las que les compartimos los principales retos y oportunidades del ecosistema, los actores y sectores, los temas más trabajados (por ejemplo, educación), así como los diferentes tipos de organizaciones y formas de acción. Nuestro trabajo permitió que esta pareja conversara y creara confianza con los directivos de varias organizaciones cuyos temas les apasiona apoyar.

- ~ Creamos otro curso similar con una persona que quería conocer más sobre el sector de la filantropía estratégica en Colombia antes de definir los detalles de un proyecto que tenía en mente. El curso de “Introducción a la filantropía estratégica” le ayudó a 1) reenfocar y tecnificar sus planes filantrópicos, 2) explorar unos frentes que no había considerado, 3) conocer sobre las nuevas organizaciones que inclusive le invitaron a participar en sus juntas directivas.

Nota: Por motivos de privacidad no podemos compartir el detalle de nuestros casos de asesorías, pero les compartimos algunos testimonios:

TESTIMONIO A

MARIA CLAUDIA SANTOS
COORDINADORA GENERAL - FUNDACIÓN ARTURO & ENRICA SESANA (FAES)

¿Cómo podemos ser estratégicos para generar mayor impacto con los recursos que tenemos?

Durante los siete años que llevo trabajando en la Fundación Arturo y Enrica Sesana (FAES), la junta directiva ha planteado esta pregunta permanentemente: ¿Cómo podemos ser más estratégicos para generar mayor impacto con los recursos que tenemos? Esta inquietud, poco común en el sector social en el que trabajo hace 18 años, a nivel filantrópico es muy valiosa, en el caso de la Fundación ha motivado un análisis de la labor desde una perspectiva de mejora continua. Gracias a esta pregunta, FAES ha mejorado a nivel estratégico, estableciendo criterios objetivos para entregar sus aportes; ha mejorado sus procesos de selección, monitoreo y evaluación de sus proyectos; ha invertido en la generación de capacidades de sus socios y ha desarrollado un proceso de intercambio de aprendizajes y colaboración con pares.

Sin embargo, en esta búsqueda de mejora continua, los límites son fácilmente alcanzados cuando únicamente se ve al interior de la organización. Con lo hecho hasta ahora, FAES puede mostrar fácilmente el impacto que genera y cumple a cabalidad con la labor con la que fue concebida. Aún así la pregunta de la junta seguía siendo muy vigente, y forzar los límites era necesario para descubrir todo el potencial que la Fundación podría tener. Pero para identificar ese potencial era necesario adoptar un enfoque que nos permitiera comprender nuestra labor, no solamente para solucionar los síntomas del problema, sino para atacar efectivamente las causas. Y a principios del 2019, decidimos empezar

a investigar sobre el enfoque sistémico, que estaba siendo exitosamente usado por organizaciones a nivel mundial, que compartían las mismas inquietudes que nosotros.

Filantropía Transformadora, fue un gran aliado en esta búsqueda, especialmente para orientar la conversación con la junta directiva, para la comprensión de lo que un enfoque sistémico requiere por parte de la organización y de su ente directivo.

La metodología permitió que, en un corto periodo de tiempo, la junta tuviera una comprensión general de las tendencias filantrópicas; identificara la que mejor se adapta a la fundación; conociera algunas experiencias exitosas de otras organizaciones que adoptaron este enfoque; y logró aclarar todas las inquietudes para dar este gran paso de la Fundación en la búsqueda de ser más estratégicos con los recursos que tenemos.

Gracias a este Retiro, realizado en junio del 2019, la junta decidió enfocarse exclusivamente a mejorar la calidad de vida de las personas mayores en Colombia y se definió que la estrategia para los próximos diez años iba a construirse bajo un enfoque sistémico.

Actualmente, la Fundación está haciendo un mapeo participativo del sistema de envejecimiento y vejez en Colombia, el cuál se espera sea un insumo que pueda ser utilizado por cualquier actor del sistema, con miras a identificar los puntos de apalancamiento en los que es más estratégico el actuar de cada uno. En el caso de FAES, este mapa nos permitirá desarrollar nuestra estrategia 2020–2030, bajo este enfoque gracias al cual podremos evaluar no solo nuestra labor, sino cómo esta labor esta generando un sistema de envejecimiento y vejez más saludable en Colombia.

TESTIMONIO B

ANÓNIMO

MIEMBRO DE FAMILIA FAMILY BUSINESS NETWORK (FBN)

El curso que tomé con Filantropía Transformadora fue transformador porque sus charlas, lecturas y videos sugeridos me permitieron aprender sobre lo que realmente es la filantropía que genera impacto a largo plazo y concientizarme de la importancia de generar alianzas con quienes realmente saben y ya han hecho la curva de aprendizaje logrando resultados concretos.

Este curso me llevó a descubrir mi propósito en esta etapa de mi vida después de haber logrado mis sueños profesionales en el mundo corporativo y estar convencida del proyecto en el cual trabajar durante los próximos diez años.

Ha sido muy enriquecedor la amplia red de contactos y de alto nivel de FT, lo cual me ha abierto una puerta a un mundo desconocido permitiéndome no solo estructurar el proyecto de educación integral para el área rural, sino entrar a la junta directiva de Enseña por Colombia, hacer un par de inversiones sociales, conocer personas muy valiosas y comenzar a recorrer un camino fascinante de aprendizaje sobre la educación en el país.

Recomiendo tomar este curso de forma privada para poder tener no solo los fundamentos teóricos sobre filantropocapitalismo, sino la asesoría de Carolina para identificar el proyecto a trabajar y el acompañamiento para su estructuración, identificación de aliados y ante todo, concientización de ciertas características clave para tener en cuenta para lograr resultados de alto impacto.



NUEVA VENECIA (MAGDALENA - COLOMBIA)

A través de nuestro trabajo, seguimos consolidando nuestra comunidad de filántropos estratégicos y facilitando la colaboración e intercambio de mejores prácticas y lecciones aprendidas que incrementen el volumen de la filantropía inteligente en Colombia.

CONÉCTESE,
INVOLÚCRESE
Y APORTE

**Lo invitamos a formar parte
de Filantropía Transformadora
articulando su compromiso
y uniéndose para incrementar
su inversión social en el país.**

info@filantropia.org.co / www.filantropia.org.co
(317) 647-2826 / (310) 790-8108





Conéctese, Involúcrese & Aporte

info@filantropia.org.co

www.filantropia.org.co

(310) 790 8108