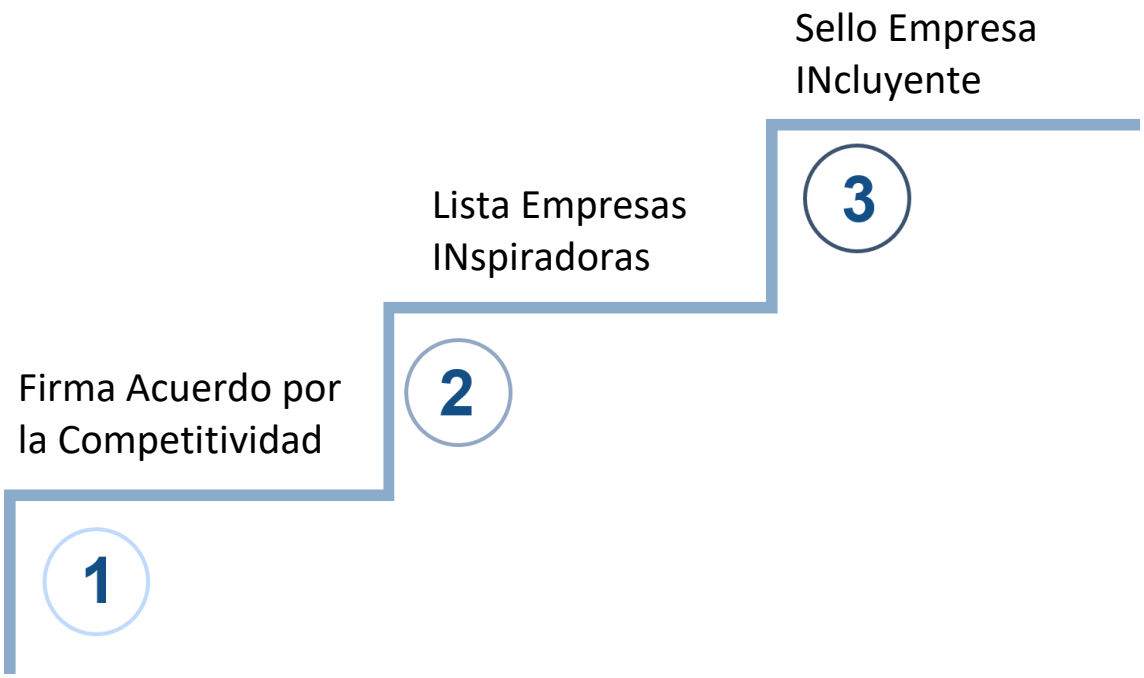
Guía para una postulación efectiva

empresas {in}spiradoras 2026

El Movimiento IN es una plataforma que reúne a las empresas que están unidas por un propósito: resolver desafíos sociales como parte de sus estrategias de negocio. Son aquellas empresas convencidas de la importancia de construir entornos sostenibles para ser más competitivos.

{¿Cómo ser una empresa IN?}



B. Categorías del Movimiento IN

- **Firma Acuerdo por la Competitividad:** Es el compromiso simbólico del sector privado por asumir un rol protagónico en la inclusión de poblaciones y territorios tradicionalmente excluidos de las dinámicas de crecimiento económico, entendiendo que una sociedad más equitativa e inclusiva será la oportunidad para crecer y volvernos más competitivos.

  Antes de postularse a la lista, las empresas deben firmar el acuerdo, lo cual podrá realizar en el siguiente link.

- **Lista Empresas INspiradoras:** Para solicitar el formato de postulación a la lista, debe escribir al correo de contacto de la Fundación ANDI: sebastian.gonzalez@fundacionandi.org.co y se le enviará un archivo de Excel que **debe ser diligenciado antes del 06 de abril** de este año. O bien, puede ingresar a nuestra página web aquí, para descargarlo.

- **Sello Empresa Incluyente:** Las empresas INspiradoras 2026, con las mejores prácticas de inclusión, tendrán la oportunidad de ser invitadas por la Fundación ANDI a participar de la auditoría del Sello Empresa Incluyente. Este sello no es un premio, es un proceso que certifica altos estándares de calidad en las prácticas de inclusión de las empresas.

C. ¿Qué es la Lista de Empresas INspiradoras?

Listado que busca visibilizar a las empresas que están generando valor económico al tener un impacto positivo en la sociedad. Es decir, **se busca reconocer iniciativas, estrategias o proyectos construidos desde el valor compartido,** entendido este como una estrategia que busca mejorar la competitividad de una empresa mediante el avance de las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera**.**

Antecedentes 'Change the World' - Revista Fortune

La Revista Fortune es reconocida internacionalmente por clasificar a las mejores empresas y ejecutivos del mundo a través de 30 diferentes tipos de rankings que presenta cada año. En el 2015, la revista -de la mano con la consultora internacional FSG- lanzó por primera vez el listado 'Change The World', el cual tiene como objetivo reconocer a las empresas que tienen impacto social positivo a partir de actividades que desarrollan como parte de su estrategia empresarial principal.

Específicamente, en este listado se identifican 50 compañías de todo el mundo que abordan diferentes problemáticas como función de su modelo de negocio, a partir de acciones tales como: reducción o mitigación de daños al medio ambiente, fortalecimiento de comunidades, servicio a población vulnerable y mejoramiento significativo en la calidad de vida de las personas.

Las empresas que hacen parte de este listado son evaluadas a partir de tres criterios: impacto social medible, resultados del negocio y grado de innovación. Con esta publicación no se pretende poner las empresas en una escala (o ranking) sino destacar una o más áreas en las que cada empresa tiene un impacto social positivo y medible. En este sentido, algunas compañías que han figurado en esta lista son: Nike, Nestlé, Unilever, GEB, Bimbo, MasterCard, Coca Cola, Pepsico, Johnson & Johnson, IBM, Walmart, Apple, JPMorgan Chase, entre otras.

¿Por qué hacer una lista así en Colombia?

En el mundo, las empresas de vanguardia y los innovadores de las nuevas generaciones están entendiendo que los grandes problemas sociales son las grandes oportunidades para los negocios. Ser social es rentable cuando lo social hace parte del modelo de negocio.

Las empresas que transforman el mundo desarrollan un propósito trascendental y transformador; entienden que ser líder no se mide únicamente por su participación en el mercado sino también por la capacidad de inspirar a todos sus grupos de interés. Alineando su estrategia social con su propósito de negocio.

El sector privado en Colombia tiene el reto de ser protagonista en la construcción de un país más equitativo, incluyente y reconciliado. Actuando desde su lógica privada y su visión de negocios, y no como donantes caritativos, puede convertirse en un eje de desarrollo social para el país. Las empresas que quieren transformar el país deben entender que una sociedad más equitativa e inclusiva será la oportunidad para crecer y ser más competitivos.

D. ¿Para qué?

Con esta lista buscamos inspirar a las empresas para que sean cada vez más conscientes de la necesidad de integrar en su modelo de negocio las necesidades sociales y así generar un impacto sostenible, al tiempo que se mejora la competitividad. Es por esto que **'Empresas INspiradoras'** es un **llamado a la acción para que llevemos a otro nivel la discusión sobre los temas sociales desde el sector privado**.

E. ¿Cómo se eligen las Empresas Inspiradoras?

Las empresas son evaluadas teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1

Contribución al impacto social:
- Desafío social que aborda.
- Pertinencia para el grupo poblacional y la empresa.
- Escala y durabilidad de la solución
- Validación del impacto social por expertos externos



2

Resultados para el negocio:
- Beneficios directos para la empresa (ej., ingresos, ahorro en costos)
- Beneficios indirectos para el negocio (ej., mejora clima laboral, mayor sentido de pertenencia)
- Mejoras en la competitividad para la empresa.

3

Nivel de inclusión:
- Inclusión de grupos históricamente desatendidos o marginados
- Alianzas y coaliciones para lograr cambio sistémico
- Grado al cual la compañía ha cambiado sus procesos internos para facilitar y/o aumentar la inclusión de estos grupos

Nota: Las empresas que al realizar su iniciativa social demuestren beneficios directos y cuantificables para el negocio (ej., ingresos adicionales, reducción en costos), tendrán una ventaja sobre las compañías que no lo hagan.

F. Instrucciones para una postulación efectiva

Antes de diligenciar el formulario de Excel que le enviamos desde Fundación ANDI, tenga en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. El formulario debe ser diligenciado con la participación de todas las áreas involucradas con la iniciativa postulada (ej., área de compras, área financiera, recursos humanos, entre otras).

2. Puede postular más de una iniciativa. **Se debe diligenciar un (1) formulario por iniciativa y enviar cada uno en archivo separado.**

   En el caso de que una iniciativa esté liderada por más de una empresa, ésta podrá ser presentada a la Lista de Empresas Inspiradoras. Se debe tener en cuenta que todas las compañías participantes deberán recibir beneficios directos e indirectos y tener un rol relevante dentro de la iniciativa.

3. Las iniciativas deben ser presentadas por empresas. Incluso si la iniciativa es implementada por la Fundación empresarial, se debe presentar en nombre de la empresa y no de la Fundación.
4. **La fecha límite de envío** del formulario a la Fundación ANDI es el 06 de abril de 2026**, al correo**: sebastian.gonzalez@fundacionandi.org.co
5. Las iniciativas enviadas después de la fecha límite **no serán tenidas en cuenta.**
6. La Fundación ANDI abrirá espacios para resolver las dudas sobre el formulario de postulación. Puede consultar estas fechas con Sebastián González al correo sebastian.gonzalez@fundacionandi.org.co
7. Tenga en cuenta que toda la información proporcionada será tratada con la mayor confidencialidad, y será usada únicamente con el propósito de evaluar las diferentes postulaciones. Solamente miembros del equipo de la ANDI podrán acceder a la información bajo estrictas cláusulas de confidencialidad.
8. Las iniciativas deben desarrollarse en Colombia y llevar mínimo un año de ejecución del proyecto, iniciativa o estrategia con el cual la empresa se postula.
9. La información solo será recibida en el formato de Excel.
10. Únicamente las empresas reconocidas serán contactadas. Los resultados de la Lista de Empresas Inspiradoras 2026 se darán a conocer en el mes de mayo. Si su iniciativa no es reconocida, usted puede solicitar un espacio de retroalimentación al correo sebastian.gonzalez@fundacionandi.org.co

Nota: Para las Empresas Inspiradoras reconocidas previamente:

Es posible que la compañía se postule de nuevo para la versión 2026, si cumple con alguno de los siguientes requisitos:

- La estrategia o iniciativa presentada es ***diferente*** a la postulada en los años anteriores.
- La estrategia o iniciativa presentada es la misma postulada en años anteriores, pero ***demuestra un avance significativo y verificable*** respecto a los indicadores iniciales.

  Ejemplos:
  - *La iniciativa logró aumentar significativamente el número de beneficiarios directos*
  - *Con la iniciativa, se incrementaron las ventas del producto en un 15% más que en año anterior.*

G. ¿Cómo contestar las preguntas?

Bloque 1: Información general

Las empresas deben proveer información básica sobre la empresa y datos de contacto de las personas que diligencian el formulario. Es posible que el equipo de la Fundación ANDI considere necesario realizar llamadas o encuentros para resolver dudas con respecto a la postulación.

Bloque 2: Descripción preliminar

P1. Nombre de la iniciativa, estrategia o modelo de negocio a postular.

Proporcionar nombre del proyecto, estrategia o iniciativa que se postula. En caso tal de que sea modelo de negocio, por favor especificar que es el modelo de negocio de la empresa.

P2. Tiempo, en meses, que lleva en ejecución el proyecto, iniciativa, estrategia o modelo de negocio.

P3. Nombre de área o áreas que se encuentran a cargo de la iniciativa.

P4 Proporcione una breve descripción de la iniciativa o estrategia que está postulando su empresa.

Responda esta pregunta teniendo en cuenta:

- ¿Qué hace la empresa?
- ¿Cómo lo hace?
- ¿Por qué lo hace?
- ¿Dónde lo hace?

Ejemplo:
La empresa XXX contribuye al desarrollo sostenible, el bienestar y mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades en los territorios de operación. Desde hace tres años, la empresa ha empleado directamente a población en situación de vulnerabilidad del territorio, para aportar al mejoramiento de las condiciones de vida de los pobladores, a la reconstrucción del tejido social y al impulso de la actividad empresarial en la región de XXX. Hoy en día la planta cuenta con más de XXX empleados de XXX donde el xx% es oriundo de la región, siendo un ejemplo de "Modelo de Negocio Inclusivo" a nivel global.

Bloque 3: Impacto social

Las empresas deben presentar programas/iniciativas específicas que tengan un impacto social positivo.

P5. ¿Qué problemática social está buscando resolver la iniciativa?

Explique cuál es esa problemática de raíz o desafío que la empresa busca resolver.

Ejemplo:
La falta de comunicación y la desconfianza entre vecinos de una misma vereda, originada por el conflicto armado del país, se traduce en escasas relaciones interpersonales y un tejido social muy débil dentro de la comunidad. Esto impide que puedan trabajar en conjunto con el propósito del desarrollo de su región.

P6: ¿Explique cómo la iniciativa es pertinente para el grupo poblacional que atiende?

Explique cómo la iniciativa atiende específicamente las necesidades de la población objetivo del programa.

Ejemplo:
Este proyecto genera primer empleo para jóvenes estratos 1 y 2 de zonas marginales de la región XXX que, por situaciones relacionadas con el conflicto, altos indicadores de pobreza y baja presencia de instituciones educativas se han convertido en "NiNis" (Ni estudian, ni trabajan). En este contexto, la salida de muchos de estos jóvenes ha sido la ilegalidad. Con nuestro proceso de formación pueden desarrollar habilidades duras y blandas y encontrar una oportunidad laboral en la legalidad.

P7: ¿Explique cómo la iniciativa es pertinente para los objetivos estratégicos de la organización?

Explique las necesidades puntuales de la empresa a partir de las cuales decidieron diseñar esta estrategia.

Ejemplo:
Una de las principales dificultades identificadas en la planta de la compañía estaba relacionada con el bajo nivel de interacción que tenía con su zona de influencia. A partir de esto, se diseñó una estrategia en la cual se pudiera formar a personal que vive en los alrededores para que cubriera vacantes disponibles en la planta. Asimismo, se caracterizaron los emprendimientos de la zona de

acuerdo con las necesidades de la planta y se inició un proceso de proveeduría local. Esto nos permitió tener una mejor relación con la comunidad de influencia directa y evitar bloqueos a los camiones de la empresa que resultaban en un paro de la operación.

P8. ¿Cómo la empresa garantiza que los resultados positivos de esta iniciativa perduren en el tiempo? Límite de 200 palabras

Describa qué aspectos de la iniciativa permiten la sostenibilidad de la iniciativa.

Ejemplo:
Es un proyecto educativo no asistencialista, que transforma hábitos y estilos de vida de las personas impactadas. Este proyecto apoya programas de educación y acompañamiento en sectores vulnerables de XXX para mejorar la calidad de vida de la población XXX, a través del cuidado, el vínculo afectivo y las buenas prácticas de higiene en el hogar. El bienestar infantil es uno de los focos esenciales del proyecto, con estrategias de prevención para combatir problemas como la desnutrición aguda en niños de 0 a 5 años, incluyendo la formación de educadores comunitarios quienes pueden educar a un mayor número de familias.

P9. ¿Hay expertos externos que reconocen la contribución de la empresa hacia este desafío social? ¿Quiénes son? ¿En qué manera reconocen la contribución de la empresa? ¿Qué resaltan de esta iniciativa o estrategia?

Por expertos externos entendemos evaluaciones o estudios de academia, gobierno, ONGs y cooperación internacional, así como reconocimientos en premios, rankings, publicaciones en medios, documentales, etc.

Bloque 4: Resultados para el negocio

Las empresas deben demostrar cómo dichas iniciativas o estrategias han mejorado su posición competitiva en el mercado.

P10. ¿Cómo se ha beneficiado la empresa de manera directa (ej., ingresos, ahorros) a causa de esta iniciativa o estrategia?

Enfatizar únicamente en los beneficios directos de tipo económico para la empresa, representados en ahorros en costos, aumento de ingresos, etc.

Ejemplo:

- *Un XX% de crecimiento en ventas en tiendas participantes de la iniciativa XXX, por encima del promedio de las tiendas de un mismo territorio.*
- *Aumento en ventas de XXX (parte de la iniciativa o estrategia) con crecimiento de más del 30% mes a mes.*
- *Ingresos de primeros 3 meses de operación por venta de XXX (parte de la iniciativa o estrategia) en promedio de COP XXXX mensuales.*
- *Disminución de XX% en la rotación de empleados ha conllevado a un ahorro de COP XXX anuales en gastos de reclutamiento y entrenamiento.*
- *Reducción en costos por XXX mensuales gracias a mejoras en la calidad de la materia prima (mejoras relacionadas a la iniciativa o estrategia).*
- *XX% de los compradores ahora lo hacen quincenalmente.*
- *En la medida que XXX prosperan, también prospera nuestro negocio.*

P11. ¿Cómo se ha beneficiado la empresa de manera indirecta (ej., mejoras reputacionales, satisfacción de empleados) a causa de esta iniciativa o estrategia?

Para responder esta pregunta, pregúntese: ¿qué reconocimientos internos o externos ha logrado la empresa a raíz de la implementación de esta iniciativa? ¿qué mejoras en el clima laboral puede identificar como parte de esta iniciativa?

Ejemplo:

El principal beneficio se ve reflejado en la satisfacción y fidelización de los beneficiarios del programa. El XXX% manifiestan estar entusiasmadas con el negocio, al representar una esperanza en sus vidas.

Uno de los beneficios que se pueden evidenciar es la mejora en el clima laboral desde la implementación del programa. Los colaboradores manifiestan que la implementación de esta iniciativa ha sido uno de los factores que los motivan a trabajar en nuestra compañía.

Reputacionalmente, el programa nos ha permitido posicionar a XXX ante Gobierno, ONGs y expertos como empresa líder en emprendimiento de base y empoderamiento. La participación de XXX en diferentes foros donde compartimos nuestra experiencia del programa ha despertado interés de entidades como ONU Mujeres y PNUD, quienes se han acercado con la intención de explorar oportunidades de trabajo en conjunto.

Nuestros empleados se encuentran muy motivados con la oportunidad de trabajar codo a codo en el desarrollo de estos nuevos negocios.

P12. ¿Cómo ayuda esta iniciativa a mejorar la competitividad de la empresa?

Basándonos en Michael Porter (1980), **competitividad** se define como una ventaja competitiva que se acumula en una empresa cuando puede hacer algo bien en comparación con sus rivales Es la capacidad de una empresa para desplegar sus recursos e integrar capacidades para lograr tareas específicas.

Las empresas necesitan transformar sus capacidades en competencias para que tales capacidades sirvan como fuente de ventaja competitiva. De esta forma, la competitividad se refleja en una cultura corporativa que le permite a las empresas ser rentables en el mercado y relacionarse con sus entornos desde el principio "Gana – Gana."

La competitividad tiene 4 elementos esenciales, que deben verse reflejados en la respuesta:

- Sostenibilidad: Procesos que garanticen una estrategia a mediano y largo plazo.
- Pertinencia: Consistencia con las necesidades del negocio y la comunidad.
- Resultados positivos: Beneficios tangibles e intangibles para la empresa y los grupos de interés.
- Replicabilidad: Procesos que son referente para replicar dentro o fuera de la empresa.

Ejemplo:
El canal XXX representa el XX% del volumen total de ventas de XXX en Colombia y el XX% de estas son lideradas por mujeres. Este canal es uno de los más competidos en nuestra industria. El programa XXX, por su estructura y objetivo principal de "transformar las vidas de nuestras mujeres", logra volverse una herramienta de fidelización que ni el programa de Trade y comercial más exitoso podría alcanzar. Una fidelización que se traduce en la preferencia natural de XXX hacia nuestros productos y de nuestras promociones. Asimismo, la ejecución de XXXX, al ser un claro ejemplo de generación de valor compartido para la sociedad, cuenta con las credenciales para ser un modelo escalable y replicable. XXXX se esfuerza por compartir esta buena práctica y mejorar su posición reputacional gracias al programa.

Bloque 5: Nivel de inclusión

P13. Grupo poblacional que impacta directamente esta iniciativa o estrategia. Aquí se debe seleccionar un grupo poblacional de la lista. En caso de que no figure, marque la opción **'Otro'** y justifique en la pregunta P14 la relevancia de incluir a dicha población en el contexto organizacional. Es importante mencionar que como una iniciativa puede incluir varios grupos poblacionales, se incluyen varias celdas, para que puedan seleccionar los diferentes grupos poblacionales o escribirlos, en caso de que sean muchos.

P14. ¿A qué tipo de población impacta directamente esta iniciativa o estrategia? ¿De qué manera los impacta? ¿Cómo los incluye? (ej. empleo, proveeduría de insumos o materias primas y/o canales de distribución)? Límite de 200 palabras.

Conteste esta pregunta haciendo énfasis en el tipo de población priorizada por la empresa y una explicación breve de por qué esta población se considera históricamente excluida de las dinámicas de crecimiento económica y si la atiende por medio de la vinculación a su cadena de valor. Las maneras para incluir población en la cadena de valor de una empresa son:

- Ofreciendo productos y servicios únicos para suplir las necesidades específicas de la población específica;
- Empleando directamente a estas personas dentro de su fuerza laboral;
- Encadenando a organizaciones compuestas por dicha población como proveedores de materias primas;
- Comprando sus insumos operativos a emprendimientos de población históricamente excluida de las dinámicas de crecimiento económico;
- Fortaleciendo canales de distribución compuestos por población excluida de las dinámicas de crecimiento económico;
- Apoyando el desarrollo de negocios liderados por población excluida de las dinámicas de crecimiento económico.

Ejemplo:
La población objetivo del programa es un grupo social históricamente relegado: las mujeres colombianas de estratos socioeconómicos 1 y 2. La tasa de desempleo de las mujeres (11.8%) fue casi el doble en comparación con la misma tasa de los hombres (6.7%) en 2015 (Observatorio Servicio Público de Empleo, 2016. Mujeres en el mercado laboral colombiano). Además, del 34.9% de la población en edad de trabajar que se encuentran económicamente inactiva, el 66.1% son mujeres. Finalmente, mientras que 56.4 % de los hombres inactivos se dedican a estudiar, 58.5% de las mujeres inactivas lo hacen a los oficios del hogar. Esta situación de marginación se hace más severa en estratos sociales bajos, a los que pertenecen las beneficiarias del programa XXXX.
XXXX es una intervención que trabaja con esta población vulnerable a la vez que desarrolla la cadena de valor del negocio hacia adelante, pues trabaja directamente con estas mujeres que son nuestros clientes y nuestras socias comerciales. La empresa cuenta con XXX proveedores liderados por estas mujeres y ha rediseñado su producto XXX con la participación y retroalimentación de mujeres en estratos 1 y 2.

P15. ¿Qué alianzas y coaliciones establece la compañía para desarrollar la iniciativa? ¿Cómo funcionan estas alianzas?

Responda teniendo en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿Con quién trabaja?
- ¿Cómo es la alianza?
- ¿Por qué la alianza?

Ejemplo:
Nuestro principal aliado para el entrenamiento masivo es XXX. Trabajamos con XXX de manera ecuánime, pues ellos se encargan de diseñar el curso de

entrenamiento (algo en lo que son expertos) y nosotros brindamos los parámetros de las destrezas y habilidades que buscamos en nuestros colaboradores. De esta forma garantizamos calidad en contenido y credibilidad de las beneficiarias en el programa.
XXXX, una ONG, es nuestro principal aliado para el elemento de inclusión financiera del programa. Gracias a la alianza, las beneficiarias pueden acceder a financiación a precios muy atractivos (sin comisión de microcrédito).
También para la selección de las beneficiarias, establecimos alianzas con entidades del gobierno y fundaciones sin ánimo de lucro como XXXX, XXXX, XXXX, entidades que cuentan con bases de datos de mujeres madres cabeza de familia interesadas en iniciar sus propios negocios.

P16. ¿Qué procesos internos (ej., contratación, entrenamiento, plazos de pago, creación de nuevos equipos) de la empresa se han modificado para lograr la inclusión de grupos históricamente desatendidos o marginados? ¿En qué manera han cambiado?

Si en la compañía se han llevado a cabo cambios en los procesos internos de operación con el fin de poder vincular a la población desatendida o marginada históricamente, hacerlos explícitos: qué cambios se han hecho, cómo y por qué.

Ejemplo:
El proceso interno que experimentó un cambio drástico es involucramiento del área comercial directamente con el programa. Esta no es una iniciativa ejecutada exclusivamente por el área de Sostenibilidad, sino más bien se trata de una co-ejecución con el área de Ventas. Ambas partes son igual de responsables en la concreción de objetivos y tienen asignadas funciones específicas de la intervención.
Nuestra área comercial es entrenada para trabajar con la óptica de sostenibilidad, siendo esta una transformación importante de la perspectiva que tienen de nuestro negocio. La Fuerza de Ventas de la empresa se capacita y se involucra para ofrecer a sus clientes el programa como una ocasión imperdible para ellas. Hemos ajustado la evaluación de nuestros empleados en el área de Ventas para incluir KPIs que fomenten la inclusión de esta población de manera proactiva. Poco a poco estamos trasladando las iniciativas de responsabilidad social a las áreas funcionales de la empresa, convencidos de que es la única forma de trabajar con sostenibilidad

H. Preguntas Frecuentes

1. **¿Los proyectos a postular deben haber culminado o estar en ejecución? Si es en ejecución, ¿hace cuánto?**

Las iniciativas deben estar en ejecución y debieron haber comenzado al menos hace un año.

2. ¿Aplican iniciativas que resuelvan desafíos ambientales?

Sí, siempre y cuando las iniciativas estén dentro del marco teórico del Valor Compartido[1].

3. ¿Tiene algún costo la aplicación?

No.

4. ¿Es posible inscribir en la convocatoria proyectos que estén en curso, pero con indicadores aún estimados?

Los proyectos deben estar en ejecución y las cifras que entreguen las empresas deben ser verificables de acuerdo con la implementación de la iniciativa. Es decir, los indicadores no pueden ser una proyección, sino, deben corresponder a un levantamiento real.

5. ¿Qué tipo de anexos se pueden enviar con el formulario? ¿si es un video existe un límite de tiempo?

No se reciben anexos con el formulario. Tenga en cuenta que la información consignada en el formulario está sujeta a verificación. Dentro del proceso de evaluación, la Fundación ANDI podrá solicitar documentos que soporten las respuestas.

6. ¿Es posible hacer postulaciones conjuntas de empresas?

En caso de que una iniciativa esté liderada por más de una empresa, esta podrá ser presentada a la Lista de Empresas Inspiradoras. Se debe tener en cuenta que todas las compañías participantes deberán recibir beneficios directos e indirectos y tener un rol relevante dentro de la iniciativa. Así mismo, si este es el caso, todas las empresas que participen en el proyecto, deberán presentar una sola postulación en conjunto.

7. ¿La población beneficiaria debe ser vulnerable?

Sí. Los proyectos deben realizarse con población históricamente excluida de las dinámicas de crecimiento económico. La Fundación ANDI define los siguientes grupos poblacionales: personas en pobreza y pobreza extrema, grupos étnicos,

[1] El Valor Compartido es una estrategia en la cual las compañías encuentran oportunidades de negocio en problemas sociales. Mientras que la Filantropía y la Responsabilidad Social Corporativa enfocan sus esfuerzos en “dar de vuelta” o minimizar el daño que las empresas podrían causar en la sociedad, el Valor Compartido se enfoca en maximizar el valor competitivo de resolver problemas sociales, accediendo a nuevos clientes o mercados, reducción de costos, retención de talento, entre otros.

personas con discapacidad, fuerzas militares retiradas por razones del conflicto, personas en ruta de reintegración o reincorporación, víctimas del conflicto, migrantes mujeres y jóvenes. Esta definición no es restrictiva y las empresas podrían incluir a otros grupos que consideren pertinentes siempre y cuando lo justifiquen.

8. **¿Aplica para pequeñas empresas productoras como asociaciones de productores rurales o artesanales?**

Sí, siempre y cuando las asociaciones estén conformadas por algún grupo poblacional en situación de vulnerabilidad.

9. **En cuanto a la región(es) en las que se opera: ¿Se debe incluir solo las zonas donde tiene influencia directa (donde están ubicadas las plantas) o puede ser nivel nacional ya que la empresa opera a nivel Nacional con sus Centros de Distribución?**

Las zonas de influencia de la compañía se refieren a los lugares donde se encuentran sus operaciones, sean de producción o distribución. En el formulario, se debe especificar a qué zona se refiere.

10. **En el "Indicador cuantitativo 5 del bloque 4-Resultados para el Negocio: *Posición en evaluaciones externas (ej., Merco, Great Place to Work)" y en la pregunta "8. ¿Hay expertos externos que reconocen la contribución de la empresa hacia este desafío social? ¿Quiénes son? ¿En qué manera reconocen la contribución de la empresa? ¿Qué resaltan de esta iniciativa o estrategia? Límite de 200 palabras."*, ¿aplican los resultados del total de la Compañía o se debe incluir una evaluación que se refiera específicamente a la iniciativa postulada?**

Ambas opciones son válidas. Debe tenerse en cuenta que obtendrán una mayor valoración si las evaluaciones de un experto se concentran sobre la iniciativa postulada.

11. **¿El reconocimiento en la lista, implica apoyo en recursos económicos?**

No. El reconocimiento implica únicamente la visibilización en los espacios determinados por la ANDI y la Fundación ANDI para tal fin. Las empresas reconocidas recibirán un protocolo de comunicaciones para que puedan difundir el reconocimiento en sus redes internas y externas.

12. **¿Cuándo publican la Lista de Empresas Inspiradoras 2026?**

La evaluación de la Lista culmina en el mes de mayo, únicamente las compañías que sean seleccionadas serán contactadas. Las empresas postuladas podrán consultar los resultados con el Gerente de Movimiento IN.

13. **Mi iniciativa no fue reconocida en la Lista de Empresas INspiradoras 2026 ¿Por qué?**

Si su iniciativa no fue reconocida, usted puede solicitar al correo sebastian.gonzalez@fundacionandi.org.co una sesión de retroalimentación, la cual será completamente gratuita y le permitirá conocer los resultados de su evaluación.

H. ¿Quiénes elaboran la Lista de Empresas INspiradoras?

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Cuenta con cerca de 1.300 empresas afiliadas que representan aproximadamente el 50% y el 55% del PIB nacional.

La Fundación ANDI busca que el sector privado sea un actor fundamental en la construcción de un país incluyente y reconciliado. Ofrece a las empresas el conocimiento práctico, la asesoría, el acompañamiento y las alianzas estratégicas que necesitan para resolver desafíos sociales como parte integral de su modelo de negocio.

Portafolio es el diario líder en noticias de economía y negocios en Colombia.

Recuerde las fechas clave del proceso:

- Plazo para solicitar y enviar formatos diligenciados a la Fundación ANDI: **06 de abril de 2026**

Contacto postulaciones:

Sebastián González
sebastian.gonzalez@fundacionandi.org.co