

Comunidades — Grupo de Inversiones Suramericana S.A. (Grupo SURA) (2024)

“ Estado: ? Verificado (fuente y datos re-verificados)

Verificado por: Claude — verificación automatizada independiente de fuente

Fecha de verificación: 2026-08-04

Versión: 1.1

Identificación

Campo	Valor
Empresa	Grupo de Inversiones Suramericana S.A. (Grupo SURA)
País	Colombia
Ciudad	Medellín
Tamaño	grande
CIU principal	6420
CIU secundarios	N/A
Sector descriptivo	Holding de inversiones en servicios financieros (seguros, pensiones, ahorro e inversión)

Práctica Documentada

Campo	Valor
Eje ASG	Social
Capítulo(s)	comunidades, estrategia

Campo	Valor
Título de la práctica	Inversión social articulada e iniciativas de inclusión y educación financiera con alcance regional medido

Descripción

Grupo SURA articula su gestión del entorno social a través de dos vías complementarias: iniciativas de inclusión y educación financiera desarrolladas desde los negocios de sus filiales Suramericana y SURA Asset Management, y la inversión social directa canalizada por las compañías y la Fundación SURA en focos de calidad de la educación, arte y cultura, y ciudadanía y democracia.

En 2024 las compañías del grupo empresarial desarrollaron 41 iniciativas de inclusión y educación financiera (25 de educación financiera y 16 de inclusión financiera) en 8 países de América Latina, con la participación de 9.4 millones de personas. Entre ellas se destacan cuentas de ahorro dirigidas a mujeres y jóvenes en México (Afore SURA), que beneficiaron a 2.8 millones de personas, y el acceso a soluciones previsionales para más de 586 mil personas de bajos ingresos o en condición de pobreza en Perú a través de AFP Capital.

En paralelo, la inversión social directa de las compañías del grupo totalizó COP 45,136 millones en 2024, de la cual cerca del 68% se canalizó a través de la Fundación SURA, con impacto en más de 3.3 millones de personas y 2,855 organizaciones sociales, educativas, culturales y académicas. Los aportes totales con impacto social (incluyendo aportes a gremios y entidades afines) sumaron COP 82,512 millones en el año, distribuidos por líneas de inversión reportadas públicamente (educación 18.2%, arte y cultura 12.9%, fortalecimiento institucional 12.0%, entre otras).

El modelo se apoya en alianzas: la Fundación SURA trabajó con 168 organizaciones aliadas que a su vez movilizan a otras 1,769 entidades, con impacto directo en más de 700 mil personas en 9 países, y la convocatoria #PensarConOtros para construir ciudadanía y democracia, realizada en alianza con la Fundación Bolívar Davivienda, recibió 823 iniciativas postuladas de 11 países, de las cuales 10 fueron seleccionadas para ejecutarse en 2025.

Dato Verificado

Indicador	Valor	Unidad	Año del dato
Iniciativas de inclusión y educación financiera desarrolladas por las filiales	41 iniciativas con 9.4 millones de personas participantes	iniciativas y personas en 8 países	2024
Inversión social directa del Grupo Empresarial SURA	COP 45,136 millones	pesos colombianos (millones)	2024
Personas y organizaciones impactadas por la inversión social directa	más de 3.3 millones de personas y 2,855 organizaciones	personas y entidades destinatarias	2024
Aportes totales con impacto social (incluye gremios y afiliaciones)	COP 82,512 millones	pesos colombianos (millones)	2024

“ **Regla:** Solo incluir datos que aparecen textualmente en la fuente citada.

Fuente

Campo	Valor
Tipo de fuente	reporte_integrado
URL	https://www.gruposura.com/wp-content/uploads/2025/03/sura-grupo-informe-anual-web-2024.pdf
Título del documento	Informe Anual 2024 – Grupo SURA (Informe Periódico de Fin de Ejercicio)
Fecha de publicación	2025-03
Página/sección	pp. 80-85, C6 'Nuestro compromiso con el desarrollo social' (Inclusión y educación financiera; Inversión social)

Relevancia para PyMEs

Campo	Valor
Relevancia directa para PyME	Media
Justificación	Los montos y el alcance regional son de gran empresa, pero la lógica —usar el conocimiento propio del negocio para educar a clientes y comunidad, y medir personas alcanzadas y monto invertido— es aplicable a cualquier escala.

Adaptación PyME

Una pyme no necesita una fundación ni COP 45,000 millones para hacer inversión social con enfoque estratégico: el activo más valioso que puede compartir es su conocimiento. Puede replicar la lógica de SURA eligiendo un solo foco alineado con su negocio (por ejemplo, una ferretería que enseña presupuesto de obra a maestros de construcción, o una empresa de alimentos que forma a tenderos de barrio en manejo de inventario) y organizando 2-4 talleres gratuitos al año para clientes, proveedores o vecinos del barrio. La clave que sí debe copiar de la gran empresa es la medición: registrar cuántas personas participaron, qué aprendieron y cuánto costó cada actividad, para poder reportarlo a clientes corporativos que hoy piden evidencias de gestión social en sus cadenas de valor. Aliarse con la cámara de comercio, el SENA o una ONG local multiplica el alcance sin aumentar el costo.

Ejemplo de primer paso para una PyME:

“ Definir un único foco social conectado con el negocio y programar el primer taller gratuito de conocimiento para clientes o comunidad en los próximos 90 días, registrando asistentes y costo total de la actividad.

Metadatos de Grafos

Relación	Destino	Notas
PERTENECE_A_SECTOR	64	
APLICA_A_CAPITULO	comunidades	
APLICA_A_CAPITULO	estrategia	
REFERENCIA_ESTANDAR	GRI 413; ODS 1, 4, 8 y 10	

Historial

Fecha	Acción	Por
2026-08-03	Creado como borrador	Cowork (Claude)
2026-08-04	Verificado automáticamente contra la fuente citada	Claude (verificador independiente)

Revisión #2
Creado 2026-08-04 04:42:40 UTC por Angelica Diaz
Actualizado 2026-08-04 05:45:19 UTC por Angelica Diaz