

**Fortalecimiento de la comunicación comunitaria en la Fundación Semillas de Amor Cali
desde un enfoque de Investigación-Acción**

Daniela Rodríguez Salcedo

Asesor

Vivian Juliette Blanco García

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

El presente trabajo examina la experiencia social y organizativa de la Fundación Semillas de Amor Cali desde el enfoque de la comunicación comunitaria y la construcción de redes sociales solidarias. La investigación se desarrolla bajo la metodología de Investigación-Acción (IA), priorizando la participación activa y el trabajo colaborativo entre los distintos actores de la fundación. Se resalta la importancia de las relaciones horizontales y del compromiso colectivo que sostiene su labor con niños, niñas y adolescentes diagnosticados con cáncer, así como el acompañamiento integral a sus familias.

El estudio permite identificar fortalezas como la cohesión humana y el sentido solidario de su comunidad, así como desafíos vinculados con la ausencia de presencia digital y la necesidad de fortalecer los canales de comunicación interna y externa. Desde una perspectiva transformadora, se proponen estrategias orientadas al fortalecimiento comunicativo, la visibilidad institucional y la articulación de nuevas alianzas que impulsen la sostenibilidad del proyecto.

Este análisis reafirma el papel de la comunicación como herramienta de cambio social y de las redes comunitarias como espacios esenciales para el desarrollo participativo y la esperanza compartida.

Palabras clave: Comunicación comunitaria, Investigación-Acción, Redes sociales, Solidaridad, Participación comunitaria.

Abstract

This work examines the social and organizational experience of the Fundación Semillas de Amor Cali from the perspective of community communication and the construction of social solidarity networks. The research is developed under the Action Research (AR) methodology, emphasizing active participation and collaborative work among the different actors of the foundation.

It highlights the importance of horizontal relationships and the collective commitment that sustains its work with children and adolescents diagnosed with cancer, as well as the comprehensive support provided to their families.

The study identifies strengths such as human cohesion and the community's solidarity spirit, as well as challenges related to the lack of digital presence and the need to strengthen internal and external communication channels. From a transformative perspective, it proposes strategies aimed at communicative strengthening, institutional visibility, and the creation of new alliances that promote the sustainability of the project. This analysis reaffirms the role of communication as a tool for social change and of community networks as essential spaces for participatory development and shared hope.

Keywords: Community communication, Action Research, Social networks, Solidarity, Community participation.

Tabla de Contenido

Introducción.....	8
Aprestamiento.....	11
Justificación de la OSP.....	13
Conceptualización.....	15
Informe de Identificación.....	18
Implicación.....	21
Informe Sociopráxico.....	23
Construcción.....	25
Informe de Investigación.....	33
Proyección.....	36
Estrategia de Fortalecimiento Comunicativo y Organizacional.....	36
Comunicación Transformadora.....	41
Informe Final.....	41
Conclusiones.....	45
Referencias Bibliográficas.....	48

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	11
Tabla 2 <i>Ficha de Información Descriptiva</i>	15
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	21
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	27
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	29
Tabla 6 <i>Líneas de Acción y Actividades</i>	39

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma*.....25

Figura 2 *Diagrama de Conjuntos de Acción*.....26

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	52
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	53
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	54
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	55
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	56
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	57
Apéndice G <i>Registro Fotográfico</i>	58
Apéndice H <i>Enlace Video Socialización</i>	59

Introducción

El presente trabajo es un documento – informe presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC), opción de trabajo de grado para el programa de Comunicación social. La identificación y análisis se centra en la Fundación Semillas de Amor Cali como Organización Social Participativa (OSP). La elección de esta organización responde a la relevancia de su labor social orientada a la atención integral de niños, niñas y adolescentes diagnosticados con cáncer, así como al acompañamiento constante a sus familias durante el proceso de tratamiento.

La investigación se desarrolla desde el enfoque de la Investigación-Acción (IA), que promueve la horizontalidad y el trabajo en red como pilares fundamentales para fortalecer la participación activa, la cooperación y la confianza entre los distintos actores sociales. Este enfoque permite comprender las dinámicas comunicacionales y organizativas de la fundación, potenciar su capacidad de gestión y consolidar su papel como un espacio de apoyo, esperanza y transformación social en beneficio de la comunidad que atiende.

La actividad se estructura en varias fases que incluyen la lectura y análisis de contenidos teóricos, así como la continuación del proceso de investigación con la Fundación Semillas de Amor Cali, lo cual se consolida de manera formal mediante una Carta de Solicitud o Intención, y se complementa con el diligenciamiento de una Ficha Descriptiva, que permite conocer mejor el contexto organizacional, comunitario y comunicacional de la OSP.

Asimismo, se elabora un Informe de Identificación, en el cual se argumenta la elección de la organización con base en las lógicas de horizontalidad que esta promueve en sus relaciones, alineadas con los principios de la Investigación-Acción. Este informe no solo justifica la selección de la OSP, sino que también anticipa posibles desafíos y limitaciones que podrían

presentarse a lo largo del proceso, con el fin de prever soluciones y estrategias de intervención adecuadas.

En el desarrollo del trabajo de campo, se realiza un ejercicio de observación participante que permite contribuir al objetivo de la fase 3 del diplomado, en el cual se establece la relación entre el desarrollo social de la comunidad y el fortalecimiento de las redes sociales de comunicación entre sus integrantes. En esta oportunidad, se participó en una actividad de integración entre los colaboradores activos y los niños de la fundación, con el propósito de promover espacios lúdicos y participativos que fomentaran la convivencia, el bienestar y la solidaridad.

Para el desarrollo de la fase 4 se trabaja el sociograma como herramienta de análisis visual y estructural, útil para representar y comprender las redes de relación que se tejen dentro de una organización. El propósito de este documento es también aplicar una matriz de posicionamiento y una matriz comparativa como instrumento de análisis de las redes sociales presentes en la Fundación Semillas de Amor Cali, así como en OSP con características similares, con el fin de reconocer los diferentes tipos de interacción que se generan y los niveles de influencia que estructuran la vida social dentro de la organización. De esta manera, se redacta un informe clave para comprender cómo circula la información, quiénes actúan como nodos estratégicos y qué aspectos pueden fortalecerse para mejorar la cohesión y la comunicación interna.

A medida que avanzamos en el documento, llegamos a la fase 5, que es una etapa crucial de proyección. Aquí es donde se unen los conocimientos teóricos y las experiencias adquiridas durante todo el proceso formativo. Esta fase se centra en diseñar e implementar una estrategia de comunicación participativa que, a través de un enfoque de investigación-acción, busque

fortalecer tanto la organización como la comunicación de la OSP, basándose en el perfil sociopráxico que se ha construido previamente, en donde es fundamental la comunicación horizontal entre el investigador y la comunidad, así de manera conjunta se pueda encontrar las soluciones pertinentes que se ajusten al contexto real.

En la fase final del documento se incorpora un Informe que reúne y reflexiona sobre todos los hallazgos del proceso investigativo, analizando la realidad contextualizada de la Fundación Semillas de Amor Cali desde las categorías de comunidad, comunicación participativa y red social. Este informe integra los avances, resultados, desafíos, estrategias formuladas y la experiencia vivida dentro de la organización, constituyéndose como la síntesis interpretativa y analítica de todo el ejercicio desarrollado en el diplomado.

De esta manera, el ejercicio académico se convierte en un proceso riguroso, pertinente y con un impacto social significativo, donde el conocimiento no se queda en el papel, sino que se comparte, se discute y se transforma junto con la comunidad.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de identificación general

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla.	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1 <i>Fundación Chiquitines Cali</i>	Fundación de Cali con más de 60 años, orientada al cuidado, protección y educación integral de niños en primera infancia en situación de vulnerabilidad. Atiende a niños desde los 0 hasta los 5 años, trabajando con programas de nutrición, salud, pedagogía y acompañamiento a familias.	ESAL, sin ánimo de lucro. Abierta a procesos comunitarios y de fortalecimiento comunicacional. Trabaja en red con familias y comunidad.	- Implementar estrategias de comunicación comunitaria para visibilizar su impacto. - Diseñar narrativas que fortalezcan la participación de las familias. - Aportar al diseño de campañas digitales para captar recursos y voluntarios.	- Alta institucionalización, con procesos ya definidos que pueden limitar la flexibilidad investigativa. - Agenda interna que podría restringir tiempos de acceso.
OPS 2 <i>Fundación Ser Para Ser Cali</i>	Organización que busca el desarrollo humano integral mediante programas de educación emocional, salud mental, formación	Entidad Sin Ánimo de lucro, orientada a lo social, educativo y comunitario. Disposición a procesos de	- Potenciar la comunicación para la sensibilización social en salud mental. - Implementar redes de apoyo	- Recursos limitados para campañas comunicacionales de gran alcance. - Posible dispersión de comunidades atendidas, lo que

	liderazgo, trabajo con reflexión crítica y comunidades y poblaciones vulnerables. Se enfoca en empoderamiento, prevención de violencias y acompañamiento psicosocial.	acción transformadora (afinidad con IAP).	comunitario mediante plataformas digitales. - Proyectos de Storytelling con beneficiarios.	implica coordinación logística.
OSP <i>Semillas de Amor Cali</i>	Es una ONG sin ánimo de lucro, con personería jurídica y licencia expedida por el ICBF. Atiende integralmente a niñas y adolescentes con problemas de adicción (o también casos oncológicos, según línea de atención) a través de un modelo de hogar terapéutico con enfoque sistémico e interdisciplinario. Ofrece atención individual, grupal y familiar, priorizando salud, desarrollo personal y proyectos	Cumple con los criterios: es una organización comunitaria y no lucrativa (ONG); muestra apertura a procesos formativos y participación; sus acciones son integrales y transformadoras; y hay posibilidad de establecer confianza y compromiso mutuo para desarrollar Investigación-Acción.	- Fortalecer estrategias de comunicación interna y externa para visibilizar su labor y atraer voluntariado y donación. - Diseñar narrativas colaborativas que empoderen a las niñas y sus familias como protagonistas de su historia. - Establecer canales digitales para seguimiento comunitario, sensibilización y	- Atención delicada por tratarse de poblaciones vulnerables, lo que demanda ética y consentimiento cuidadoso. - Recursos humanos y tiempo limitados, afectando disponibilidad para la investigación. - Posible reticencia por parte de familias de su equipo ante nuevas intervenciones externas.

de vida. Además,	redes de apoyo.
cuenta con aliados	- Aplicar
como ICBF,	metodologías de
instituciones	IAP para evaluar y
educativas y de salud	mejorar sus
para formación,	programas desde
rehabilitación,	la participación de
educación y apoyo	beneficiarias,
ocupacional.	familias y aliados.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada de las organizaciones.

Justificación de la Escogencia de la OSP

La Organización Social Participativa (OSP) que decidí seleccionar es la Fundación Semillas de Amor (Cali). Ya que esta entidad trabaja en la atención integral de niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad a través de un modelo terapéutico y educativo con enfoque interdisciplinario. Su misión se articula directamente con los criterios de selección planteados en el diplomado: Es una organización sin ánimo de lucro, abierta a la participación comunitaria, y con un fuerte compromiso social orientado a la transformación de la vida de las beneficiarias y sus familias.

Además, considero que la Fundación Semillas de Amor guarda una profunda conexión personal para mí, pues la he escogido también en homenaje a mi suegra, quien recientemente falleció a causa del cáncer, y a mi padre, que actualmente lucha contra esta enfermedad. En ese sentido, siento que trabajar con una organización que acompaña procesos de salud, resiliencia y construcción de proyectos de vida es una forma de honrar sus luchas, a la vez una oportunidad para aportar desde mi profesión a causas que generan un impacto real en la comunidad. La Fundación, además, se vincula con varios ODS, entre ellos el ODS 3 (Salud y Bienestar), ODS 4

(Educación de Calidad), ODS 5 (Igualdad de Género) y ODS 10 (Reducción de Desigualdades), lo que reafirma su pertinencia como escenario de investigación y fortalecimiento comunicacional.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha de Información Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La fundación Semillas de Amor funciona como hogar de paso y atención integral para niños, niñas y adolescentes diagnosticados con cáncer y enfermedades no infectocontagiosas que requieren tratamiento oncológico en Cali. Ofrecen alojamiento temporal sin costo, alimentación, acompañamiento psicológico y social, atención básica de salud y actividades recreativas y educativas para mejorar la calidad de vida durante el tratamiento.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar espacio de alojamiento y alimentación para menores en tratamiento oncológico que no residen en Cali. • Ofrecer acompañamiento profesional (psicológico, trabajo social) y actividades lúdico-recreativas para apoyar la recuperación emocional y social de los niños. • Formar redes de apoyo con entidades de salud, EPS y donantes para facilitar el acceso al tratamiento y a oportunidades educativas.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	La fundación funciona como hogar de paso para la atención continua mientras duran los tratamientos. Realizan actividades lúdicas, acompañamiento emocional y sesiones interdisciplinarias como psicología, trabajo social de forma regular en lo posible cada 8 días. Además, cuentan con el “Club activo solidario” el cual es el encargado de organizar jornadas y convocatorias de voluntariado; las campañas y proyectos de recaudo se desarrollan según cronograma anual.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios: niños y jóvenes menores de 18 años remitidos por EPS/centros de salud, y su acompañante, generalmente la madre. • Equipo profesional: personal administrativo, profesionales en trabajo social, psicología y apoyo médico/consultas. • Voluntariado y donantes: grupo de voluntarios denominado Club activo solidario, empresas y donantes particulares a través de los programas de recaudación y certificación Sembrador de Semillas de Amor.
Tamaño de organización de la OSP	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad física: Cuenta con instalaciones para albergar hasta 30 niños con sus acompañantes en alojamiento

(número de integrantes, cobertura territorial)	<p>múltiple.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobertura territorial: La fundación atiende niños provenientes de regiones de alta vulnerabilidad que requieren tratamiento en Cali, tiene un alcance regional/nacional en la medida en que los menores son remitidos por EPS/centros de salud. La Fundación indica haber beneficiado a más de 1.000 niños en 22 años de gestión.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	<ul style="list-style-type: none"> • La Organización cuenta con personería jurídica, oficina administrativa y espacios técnicos como lo son los: consultorios, comedor, sala de actividades, cocina, lavandería. • La Fundación cuenta con representante legal y equipo interdisciplinario como lo son: trabajadores sociales, psicología y personal de apoyo.
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	<p>Los vínculos interdisciplinarios entre los profesionales y con las familias de los beneficiarios se maneja bajo una cultura institucional siempre orientada al acompañamiento emocional, la solidaridad y el voluntariado.</p>
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	<p>De manera interna la participación del personal, los profesionales y voluntarios es a través de las actividades de cuidado y formación del Club de voluntariado el cual promueve la acción solidaria. Y de manera externa por medio de donaciones individuales, convenios con empresas por medio del programa “Sembrador de Semillas de Amor” y articulación con EPS/centros de salud para la remisión de casos.</p>
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	<p>La comunicación interna se maneja principalmente a través de grupos de WhatsApp, lo que permite coordinar de manera ágil entre directivos, profesionales y voluntarios. Este canal facilita la organización de actividades, el seguimiento a los beneficiarios y la programación de reuniones o campañas, aunque carece de un sistema más formal de registro y archivo.</p>
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	<p>La comunicación externa de la Fundación no se basa en redes sociales activas ni en una página web actualizada. Se realiza principalmente por medio de la voz a voz, contactos personales, conocidos y seguidores cercanos o íntimos de la organización. Esto genera un estilo de difusión más directo y comunitario, pero limita la visibilidad institucional frente a un público más amplio y potenciales aliados externos.</p>

Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.

- Meta a corto y mediano plazo: Implementar en la Fundación salas para procedimientos de alto costo, como trasplantes de médula ósea, que fortalezcan la atención integral a los niños y adolescentes beneficiarios.
- Meta a futuro: abrir una segunda sede para ampliar la cobertura y capacidad de atención.
- Proyección estratégica: conseguir nuevos patrocinadores, tanto del territorio nacional como internacionales, para garantizar la sostenibilidad económica y el crecimiento institucional.
- Fortalecimiento comunicacional: trabajar en la consolidación de estrategias de comunicación y posicionamiento en redes sociales, para mejorar la visibilidad institucional, atraer más aliados y sensibilizar a la sociedad sobre la misión de la Fundación.
- Programas activos: beca “Semillas de Conocimiento: Margarita Restrepo”, Club activo solidario con campañas de donación y actividades de recaudo.
- Atención sostenida de un gran número de beneficiarios, más de 1.000 niños atendidos en 22 años.
- Implementación de programas de apoyo integral como: alojamiento, alimentación, apoyo psicosocial y creación de mecanismos de recaudación certificados para donantes, vínculo con empresas.

Logros de proyectos exitosos.

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.

Otros aspectos para comentar.

Sostenibilidad financiera y necesidad de donaciones constante y retos logísticos para atender menores provenientes de regiones distantes y la coordinación con EPS/entidades de salud.

Limitaciones en comunicación digital: actualmente la Fundación no cuenta con página web activa ya que perdieron los accesos y no tienen redes sociales activas, lo cual dificulta su visibilidad, la difusión de campañas y la atracción de nuevos donantes.

Actualmente el director de la Fundación reconoce que su mayor reto estratégico actual es superar la falta de posicionamiento digital. La limitada visibilidad en redes sociales impacta directamente la sostenibilidad y el crecimiento institucional, por lo que considera prioritario fortalecer la comunicación digital para ampliar su alcance y atraer más patrocinadores.

Nota. Elaboración propia con base en información de entrevista con la OSP.

Informe de Identificación

La identificación de una Organización Social Participativa (OSP) constituye un paso fundamental en el marco del proceso de Investigación-Acción (IA) que se adelanta en el DCRSC, dado que permite establecer el escenario en el cual se llevará a cabo la construcción colectiva del conocimiento y la implementación de estrategias de transformación social. En este contexto, se eligió a la Fundación Semillas de Amor Cali, institución que desde hace más de dos décadas desarrolla un trabajo solidario y de acompañamiento integral a niños, niñas y adolescentes diagnosticados con cáncer, así como a sus familias.

La elección de la Fundación Semillas de Amor Cali se justifica en la trascendencia de su labor social, pues constituye un espacio de apoyo integral en el que convergen profesionales, voluntarios y familiares para brindar alojamiento, alimentación, acompañamiento psicosocial y actividades lúdicas a los menores en tratamiento. Su misión no se limita a suplir necesidades materiales, sino que busca fortalecer la dignidad y la calidad de vida de sus beneficiarios, configurando una red de solidaridad que conecta actores diversos en torno a un propósito común.

Desde la perspectiva teórica, Beltrán resalta “la importancia de superar los modelos verticales de comunicación en América Latina, promoviendo esquemas horizontales que reconozcan a los sujetos como interlocutores activos” (1979). La dinámica de la Fundación refleja este principio, al sostenerse en la cooperación entre actores y en la construcción de vínculos basados en la confianza mutua, antes que en jerarquías rígidas.

En este sentido, la organización se configura como un escenario que encarna las lógicas de horizontalidad en red, en las cuales las relaciones no dependen únicamente de estructuras jerárquicas, sino del intercambio solidario y participativo. Las prácticas de comunicación

externa, basadas en él, voz a voz y los vínculos cercanos, aunque limitadas en alcance, evidencian la importancia de las redes interpersonales como soporte de su sostenibilidad.

La Fundación Semillas de Amor Cali ofrece un contexto idóneo para la implementación de la Investigación-Acción, entendida como un proceso en el cual los actores sociales participan activamente en la producción de conocimiento y en la transformación de su realidad. Tal como plantea Villasante “la IA es una praxis transformadora que articula el saber académico con el saber comunitario, generando procesos colectivos que conducen al cambio social” (2010).

En este marco, la organización presenta diversas posibilidades. En primer lugar, sus dinámicas de horizontalidad facilitan la participación de los distintos actores como profesionales, familias y voluntarios en la construcción del conocimiento, lo cual enriquece el proceso investigativo. En segundo lugar, la Fundación ha identificado como prioridad el fortalecimiento de su comunicación y el posicionamiento en redes sociales, una necesidad que puede ser abordada directamente desde la IA con propuestas innovadoras que respondan a sus limitaciones actuales. Finalmente, la apertura de la institución a la colaboración y el reconocimiento de sus debilidades hacen viable un trabajo conjunto orientado a la mejora institucional.

Pese a las oportunidades, también existen limitaciones que deben ser consideradas en el desarrollo del proceso investigativo. Una de las más relevantes es la ausencia de página web activa y de redes sociales actualizadas, situación que restringe la visibilidad de la Fundación y limita el alcance de sus campañas de recaudo y sensibilización. La organización misma reconoce que esta es su principal debilidad, pues la falta de presencia digital impide llegar a una audiencia más amplia y captar apoyos suficientes para cumplir sus objetivos.

Otra limitación significativa es la dependencia de donaciones y patrocinadores, lo cual condiciona la implementación de proyectos y la sostenibilidad de sus programas,

adicionalmente, la atención a una población altamente vulnerable como lo son los niños y adolescentes en tratamiento oncológico, exige que el proceso investigativo se rija por principios éticos rigurosos que protejan la dignidad y el bienestar de los beneficiarios.

La Fundación Semillas de Amor Cali representa un escenario privilegiado para el desarrollo de un proceso de Investigación-Acción en el marco del DCRSC. Su práctica solidaria, basada en relaciones horizontales y en el tejido de redes de apoyo comunitario. Aunque enfrenta limitaciones en su visibilidad digital y en la sostenibilidad económica, estas condiciones se convierten en oportunidades para que el proceso investigativo aporte soluciones colectivas que fortalezcan la comunicación estratégica y consoliden el posicionamiento institucional. De esta manera, el trabajo conjunto con la Fundación no solo permitirá comprender sus dinámicas internas y externas, sino también contribuir a la ampliación de su impacto social y al cumplimiento de su misión.

Implicación

Tabla 3

Diario de campo

OSP: Fundación Semillas de Amor	Actividad: Integración entre los colaboradores activos y los niños de la fundación.	Fecha: 27/09/2015
Hora inicio: 3:00 pm	Hora finalización: 5:00 pm	Lugar: Fundación Semillas de Amor
Participantes: Administrativos, voluntarios y niños de la fundación.		Investigador: Daniela Rodríguez Salcedo
Descripción	Interpretación	Desahogo
<p>La actividad se llevó a cabo en las instalaciones de la Fundación Semillas de Amor el sábado 27 de septiembre de 2025, desde las 3:00 p.m. hasta las 5:00 p.m.</p> <p>Participaron los miembros del Club Activo Semillas de Amor, que reúne voluntarios de todas las edades comprometidos con brindar tiempo, talento y energía para generar espacios de esperanza y alegría a los niños con cáncer pertenecientes a la fundación.</p> <p>La integración se organizó a través del grupo de WhatsApp del club, mediante el cual un vocero contactó al director de la fundación para proponer la actividad. Tras recibir su aprobación, el director y la asistente administrativa convocaron a las madres y a los niños beneficiarios, así</p>	<p>La actividad permitió evidenciar el espíritu solidario y colaborativo que caracteriza a la Fundación Semillas de Amor y su comunidad. El proceso de convocatoria, gestionado a través de canales digitales como WhatsApp, refleja una forma de comunicación horizontal, donde distintos actores (voluntarios, administrativos y familias) participan activamente en la organización de las actividades.</p> <p>Sin embargo, se identificaron limitaciones en la comunicación institucional, dado que la fundación no cuenta actualmente con presencia activa en redes sociales, lo que restringe las posibilidades de llegar a nuevos donantes y aliados estratégicos. Esta carencia</p>	<p>La experiencia generó una profunda sensación de empatía y compromiso hacia la labor que realiza la fundación. Observar la alegría de los niños y el esfuerzo de los voluntarios me hizo reflexionar sobre la importancia de la comunicación como herramienta de transformación social.</p> <p>A la vez, percibí la urgencia de mejorar los canales de comunicación digital y la gestión de información dentro de la organización, pues esto sería clave para garantizar la continuidad de sus proyectos y el bienestar de los niños que dependen de ellos.</p> <p>Personalmente, esta experiencia reafirma mi motivación de aportar, desde la comunicación social, estrategias que contribuyan a</p>

como a otras personas interesadas en participar. Durante el encuentro, los miembros del club manifestaron la necesidad de crear contenido audiovisual para redes sociales, con el fin de difundir la campaña que busca recaudar fondos para la construcción de una segunda habitación destinada a niños trasplantados. Además, se socializó la iniciativa de apoyo a las madres que elaboran artesanías para cubrir algunos de sus gastos personales. Mientras tanto, los niños disfrutaron de una proyección de películas y juegos de mesa, en un ambiente alegre y participativo. Hacia el final de la jornada, se recibieron donaciones de alimentos por parte de personas externas a la fundación.

reduce su capacidad de visibilización y limita el impacto de sus campañas solidarias. Durante el intercambio, también se planteó la necesidad de organizar y mantener actualizada la base de datos de donantes y aliados, con el fin de fortalecer las relaciones con quienes aportan a la fundación. Contar con una base de datos actualizada permitiría involucrar a estos actores en futuras actividades, garantizando mayor sostenibilidad y estabilidad para los niños beneficiarios. Adicionalmente, se evidenció que la página web de la fundación se encuentra fuera de funcionamiento, lo cual restringe aún más su alcance y le hace perder oportunidades valiosas de recibir donaciones virtuales o dar a conocer su labor a un público más amplio. Estos aspectos representan retos importantes dentro del proceso de fortalecimiento comunicacional que se busca acompañar desde el diplomado.

fortalecer su presencia pública, promover la solidaridad y consolidar redes de apoyo sostenibles.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP.

Informe Sociopráxico

La experiencia desarrollada durante la fase de recolección de información en la Fundación Semillas de Amor Cali me permitió comprender la profundidad del ejercicio socio-práxico. En coherencia con lo planteado por Villasante “la sociopraxis se entiende como un proceso implicative en el que la reflexión, la acción y la transformación se entrelazan para generar aprendizajes significativos tanto en el investigador como en la comunidad” (s. f.). Es decir, esta experiencia me permitió comprender que esta metodología promueve una participación activa y consciente, donde los actores sociales no son simples receptores de ayuda, sino co-constructores del conocimiento y protagonistas de los procesos de cambio. Tal como lo plantea Beltrán “la comunicación horizontal se constituye en un pilar esencial para fortalecer la democracia participativa y potenciar las capacidades organizativas de las comunidades de base” (1979).

La vivencia en la fundación se configuró como un espacio de aprendizaje colectivo. La práctica permitió reconocer la importancia de la comunicación como eje transversal de los procesos organizativos, al tiempo que reveló las limitaciones que enfrenta la OSP en términos de visibilidad, gestión de la información y presencia digital. En este sentido, la observación participante se convirtió en una herramienta esencial para comprender la dinámica interna de la organización y las formas en que sus integrantes interactúan, cooperan y construyen vínculos afectivos que sostienen su misión.

Durante la actividad de integración entre colaboradores y niños, fue posible identificar cómo la fundación encarna los valores de participación y compromiso comunitario. Las acciones desarrolladas no solo promovieron la recreación y el bienestar emocional de los niños y madres beneficiarios, sino que también evidenciaron el papel del trabajo en red como medio para

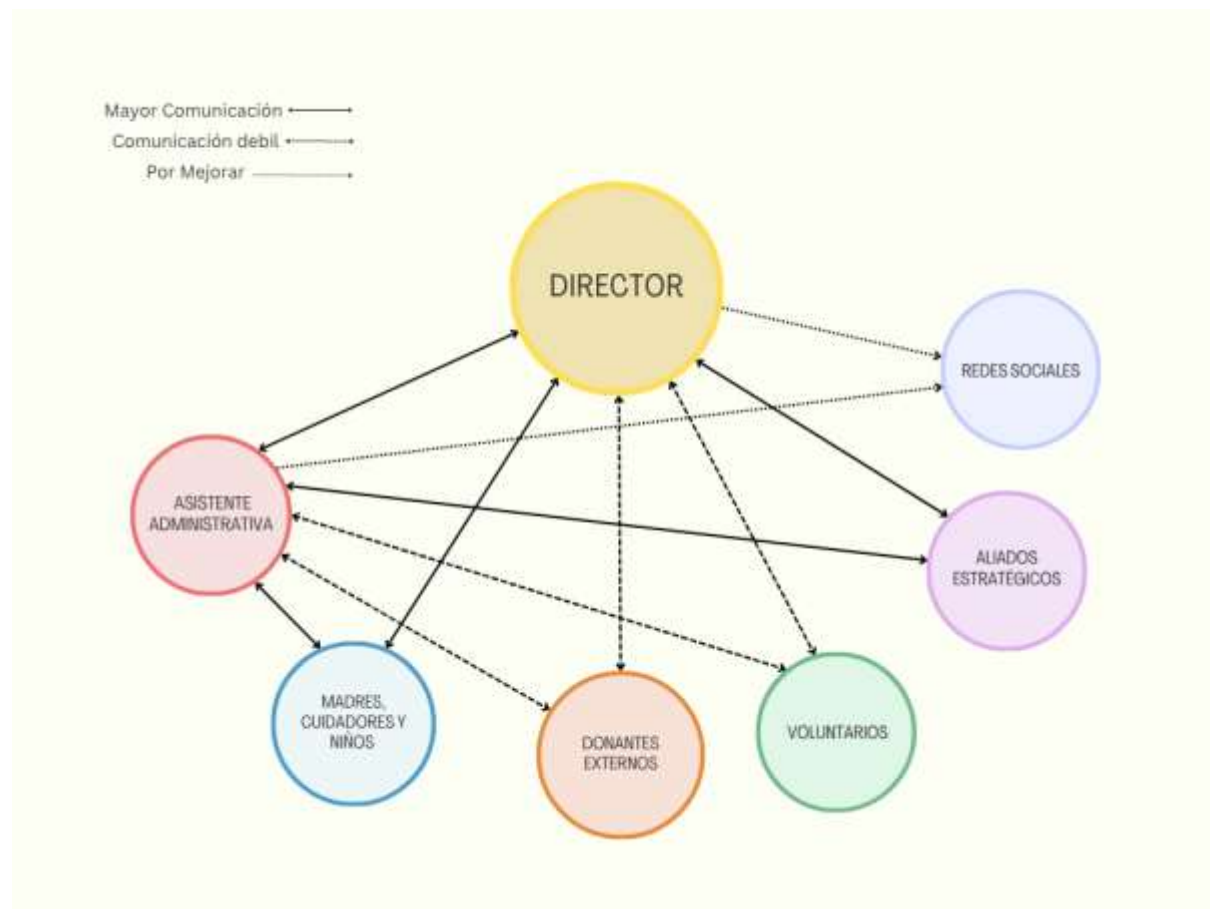
sostener su labor social. Sin embargo, el análisis de la experiencia permitió reflexionar sobre las dificultades comunicacionales que limitan su proyección como lo es la ausencia de redes sociales activas, la falta de una base de datos de donantes y colaboradores actualizada y el sitio web fuera de funcionamiento ya que son elementos que restringen su capacidad de generar alianzas estratégicas y atraer nuevos donantes. Según gallego “las redes sociales digitales, a través de sus dinámicas de participación e interacción, facilitan la creación de lazos sociales y promueven la cooperación en iniciativas de interés común” (2016). En este sentido las redes digitales pueden convertirse en espacios de encuentro y colaboración para la fundación, donde los usuarios participan activamente, se comunican entre sí y construyen comunidades virtuales que apoyan proyectos o iniciativas colectivas.

La relevancia en este proceso de la Investigación-Acción (IA), ofrece el marco metodológico idóneo para la identificación de sus potencialidades y limitaciones con miras a impulsar procesos de cambio sostenibles. Por otro lado, el autor Chadi de Yorio, quien resalta que “las redes sociales no solo se constituyen a través de interacciones, sino también mediante la construcción conjunta de significados y objetivos” (2007). Así que esta práctica me permitió reafirmar que no se trata solo de analizar realidades, sino de comprometerse con ellas para alcanzar objetivos hacia una transformación social. Acompañar a la Fundación Semillas de Amor desde una mirada comunicativa implica asumir una postura ética frente a la vida, el dolor y la esperanza. Ver el esfuerzo de los voluntarios, las sonrisas de los niños y la entrega de quienes lideran la organización evidenció que la transformación social no surge únicamente de grandes recursos, sino de la unión solidaria y del poder de la comunicación para movilizar voluntades. Desde este aprendizaje, el reto comunicativo ahora consiste en construir puentes que visibilicen aún más su labor, amplifiquen su mensaje y mantengan viva la esperanza que los inspira.

Construcción

Figura 1

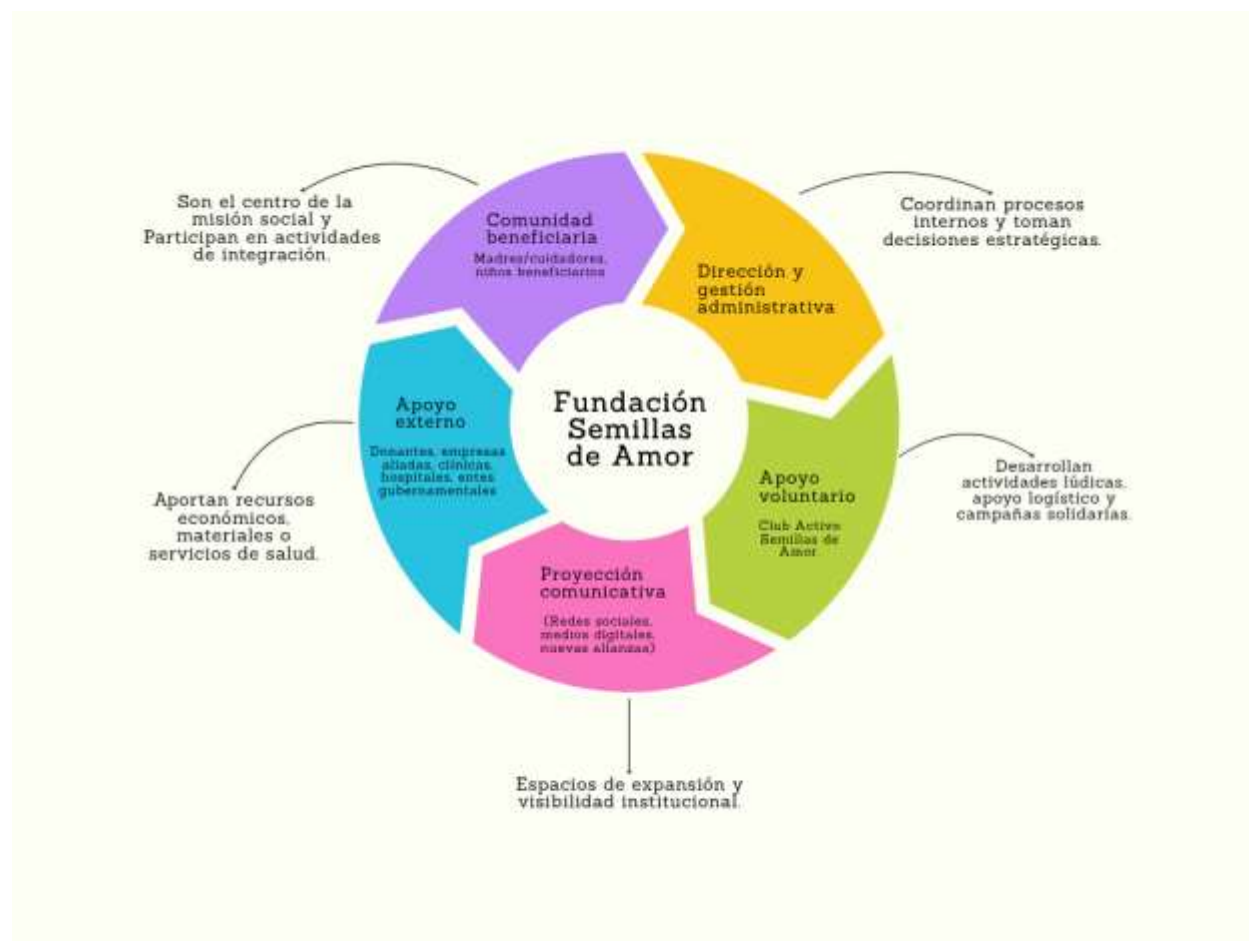
Sociograma Fundación Semillas de Amor



Nota. Elaboración propia con base en información recolectada en la OSP.

Figura 2

Conjuntos de acción



Nota. Elaboración propia con base en información recolectada en la OSP.

Tabla 4*Matriz de posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Director	Comparte plenamente la misión social y promueve la cooperación solidaria entre los actores.	Se diferencia en su rol jerárquico respecto a los demás miembros, ya que debe tomar decisiones estratégicas.	En ocasiones se distancia de algunas actividades operativas por la carga administrativa.	No existen posturas contrarias; el liderazgo se mantiene alineado con la filosofía institucional.
Administrativos	Comparten los objetivos institucionales y el compromiso con el bienestar infantil.	Presentan limitaciones en el manejo de herramientas digitales y estrategias comunicativas.	Diferente en su enfoque operativo, centrado más en la gestión que en la planeación estratégica.	
Voluntarios	Afines al propósito solidario y participativo; aportan energía y compromiso social.	Algunos muestran diferencias en disponibilidad de tiempo y continuidad en las actividades.	En ciertos casos no participan en las decisiones administrativas.	
Madres/Cuidadores	Comparten el sentido de comunidad y gratitud hacia la fundación	Diferente en cuanto a la participación activa en procesos administrativos o de planeación.	Algunas madres nuevas desconocen las dinámicas internas y los canales de comunicación institucional.	
Niños beneficiarios	Afines como centro del proyecto; son	No participan en las decisiones administrativas.	Son ajenos a los procesos administrativos	Se diferencian por su papel pasivo dentro

	la razón principal de las acciones solidarias.		y de comunicación institucional.	de la gestión organizativa
Donantes externos	Afines en la intención de apoyar causas humanitarias.	Diferente en su nivel de involucramiento, limitado a la entrega de recursos.	En algunos casos desconocen las dinámicas internas de la fundación.	
Aliados estratégicos (clínicas, empresas, entes gubernamentales)	Afines a los objetivos de salud y bienestar infantil. Son los que envían los niños que residen fuera de la ciudad y necesitan de hogar de paso mientras reciben su tratamiento.	Diferentes en los métodos de gestión y prioridades institucionales	En ocasiones ajenos a las dinámicas comunicativas cotidianas de la fundación.	Opuestos en ciertos procedimientos burocráticos que algunas veces dificultan la atención o coordinación directa con la fundación.
Presencia en redes sociales (En construcción)	Afín al objetivo de fortalecer la visibilidad institucional.	En desarrollo, falta de estructura comunicativa formal y recursos humanos especializados.	Actualmente ajena a las dinámicas institucionales por ausencia de gestión digital activa.	

Nota. Elaboración propia con base en la información recolectada en la OSP.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP Escogida para el ejercicio investigativo Fundación Semillas de Amor	OSP 1 Funicáncer	OSP 2 Fundación La Divina Providencia	OSP 3 Fundación Sanar
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Es una organización sin ánimo de lucro con sede en Cali, dedicada a brindar apoyo integral a niños y niñas diagnosticados con cáncer y a sus familias. Objetivo: Sembrar esperanza y mejorar la calidad de vida de quienes más lo necesitan, ofreciendo acompañamiento emocional, ayudas médicas, programas educativos y actividades recreativas. Misión: Sembrar esperanza, transformar vidas. Buscamos mejorar la	Fundación Nacional de Atención Integral al niño con Cáncer, es una fundación sin ánimo de lucro. Objetivo: Hogar de Paso dirigido al niño, niña y adolescente con diagnóstico de cáncer y a su familia, que han sido remitidos a la ciudad de Medellín para realizar su tratamiento oncológico. Misión: Brindar al niño, niña y adolescente con diagnóstico de cáncer y a su familia atención integral que permita mayor adherencia al tratamiento y	Organización sin ánimo de lucro que apoya a niños con cáncer y sus familias con asesoramiento integral y tratamiento especializado. Misión: Acompañar a niños, niñas y adolescentes diagnosticados con cáncer, así como a sus familias, brindándoles apoyo integral desde el diagnóstico hasta la finalización del tratamiento, para favorecer la adherencia, el bienestar físico, emocional y espiritual. Visión: Ser una fundación líder a nivel nacional en	Organización sin ánimo de lucro dedicada a acompañar de forma integral a niños, niñas, adolescentes con cáncer, y a sus familias. Misión: Sanar apoya a niños, niñas y adolescentes con cáncer y a sus familias en su lucha contra la enfermedad, resignificando y transformando la esperanza y el sentido de la vida. Visión: Sanar será reconocida nacional e internacionalmente como referente y pionera en la comprensión profunda de la experiencia del cáncer pediátrico, así como en el desarrollo de procesos para la

	<p>calidad de vida de niños y sus familias a través de programas de apoyo emocional, educativo y social, creando una red solidaria que inspire el amor y la solidaridad.</p> <p>Visión: Ser una fundación líder en el suroccidente colombiano en la atención, apoyo y acompañamiento a niños en situación de vulnerabilidad, fomentando una sociedad más empática y comprometida con la niñez.</p>	<p>mejore su calidad de vida.</p> <p>Visión: Ser una fundación destacada nacionalmente por su eficiencia y liderazgo en el apoyo integral al niño, niña y adolescente con diagnóstico de cáncer y su familia.</p>	<p>el acompañamiento integral a pacientes pediátricos con cáncer y sus familias, fortaleciendo la esperanza, la calidad de vida y la construcción de redes de apoyo solidarias.</p>	<p>resignificación y transformación de la esperanza y el sentido de la vida en los niños, niñas, adolescentes y sus familias.</p>
Localización	Cali, Valle del Cauca	Medellín, Antioquia	Cali, Valle del Cauca	Bogotá, Colombia. Cuenta con seccionales en Barranquilla, Pereira y Bucaramanga.
Miembros	30 personas vinculadas directamente a la fundación entre beneficiarios, acompañantes, administrativos, profesionales de la salud y 5	Personas vinculadas directamente a la fundación entre beneficiarios, acompañantes, profesionales de la salud, administrativos	Cuenta con un equipo interdisciplinario conformado por profesionales de la salud, psicólogos, trabajadores sociales, administrativos y	Equipo interdisciplinario altamente calificado que se conforma por profesionales de la salud, psicólogos, trabajadores sociales, administrativos y

	voluntarios.	y voluntarios.	voluntarios, además de un número importante de familias beneficiarias	voluntarios, además de un número importante de familias beneficiarias a nivel nacional.
Proyectos desarrollados	Actividades lúdicas, campañas de donación, acompañamiento emocional, metas de infraestructura (segunda habitación para trasplantados)	Hogar de Paso, apoyo psicosocial, nutrición, campañas de donación y acompañamiento para familias en tratamiento	Programa de acompañamiento integral al paciente pediátrico oncológico: atención psicosocial, espiritual y médica complementaria. Programa de Padrinos de Vida: personas o empresas que apoyan económicamente el tratamiento y bienestar de los niños. Actividades recreativas y donaciones solidarias: espacios lúdicos y campañas permanentes de apoyo para las familias.	Programas de sobrevivencia, apoyo psicológico y social, dotación de medicamentos oncológicos, acompañamiento integral en hospitales afiliados, programas de prevención del abandono del tratamiento.
Aliados	Sostiene alianzas con empresas, instituciones clínicas, hospitales,	Otras fundaciones en Medellín, Bogotá, Cartagena, Cali	Hace parte de la red internacional Childhood Cancer International (CCI) y mantiene	Empresas privadas y públicas, además La fundación es miembro de plataformas

	educativas, donantes individuales, voluntariado.	y Barranquilla. Hospitales y benefactores locales.	alianzas con instituciones médicas, educativas y donantes particulares que apoyan sus programas.	internacionales como Childhood Cáncer International – LATAM y miembro fundador del Observatorio Interinstitucional de Cáncer Infantil (CONACAI). Además del Colegio Italiano Leonardo Davinci, Pilas Con el Ambiente, Fundación Teatro Nacional, Institución Nacional de Cardiología- ESE, Efectimedios, BBGS Abogados, Banco de Bogotá, Banco Av villas, 4-72, entre otros.
Antigüedad	22 años	23 años	La fundación tiene 25 años de labor social continua, acompañando a niños con cáncer en el suroccidente colombiano.	Fundación con más de 40 años de trayectoria en Colombia
Descripción de sus redes sociales	Actualmente no cuenta con redes sociales institucionales activas; sitio web fuera de funcionamiento; uso de WhatsApp para coordinación.	Presencia activa en Facebook e Instagram y páginas Web en donde difunden de campañas y actividades.	Cuenta con sitio web oficial y presencia activa en redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube). Publica historias de vida, campañas de donación y actividades de	Presencia digital activa en su sitio web con información institucional, campañas de sensibilización, donaciones en línea y redes sociales como Instagram y Facebook.

Tipo de comunidad ética	Comunidad solidaria, participativa y centrada en empatía, esperanza y apoyo a la niñez	Comunidad asistencial y hospitalaria centrada en apoyo humanitario	sensibilización sobre el cáncer infantil. Comunidad médico-solidaria y humanitaria, basada en la empatía, la fe y la corresponsabilidad social frente al cáncer infantil. Promueve valores de esperanza, dignidad y compromiso colectivo.	Comunidad médico-solidaria centrada en la atención integral de la infancia oncológica, fundamentada en valores de amor, servicio y compromiso.
Fuentes	Consultas y observación participante.	Información institucional en su Página Web y reseñas online de Funicáncer	Información institucional en su Página Web	Información institucional en su Página Web y Redes sociales.

Nota. Elaboración propia con base en la información recolectada en las OSP.

Informe de Investigación

La fundación Semillas de Amor, es una organización social participativa sin ánimo de lucro ubicada en la ciudad de Cali, funciona como casa hogar y brinda acompañamiento integral a niños, niñas y adolescentes con diagnóstico de cáncer, así como a sus familias que no residen en la ciudad. Su labor se fundamenta en la solidaridad, el cuidado y la creación de entornos protectores que permitan mejorar la calidad de vida de los beneficiarios a través de actividades lúdicas, apoyo emocional, donaciones y campañas de bienestar. Este informe se realiza con la intención de analizar la forma en que la fundación se configura como red social comunitaria, desde el enfoque de la investigación–acción se pretende identificar los vínculos que la sostienen y reconocer los desafíos que enfrenta para fortalecer su sostenibilidad relacional y comunicativa.

Durante la observación fue posible identificar que la fundación funciona como una red en la que convergen distintos actores como lo son: el director, la auxiliar administrativa, los niños beneficiarios, sus cuidadores, algunos donantes externos, clínicas aliadas y voluntarios no permanentes. De acuerdo con Fresno et al “las redes sociales permiten identificar nodos y la calidad de los vínculos que los conectan” (2014). En ese sentido, durante este proceso fue posible reconocer que la fundación funciona como una red en la que convergen distintos actores, todas las personas que hacen parte de la fundación se relacionan, pero la mayoría lo hace a través del director, quien es el punto de conexión principal. Los vínculos que se sostienen dentro de la OSP son más por cercanía afectiva que por una planificación estructural.

A pesar de lo anterior la fundación busca desarrollar un modelo participativo, aunque en algunas ocasiones se evidencian tensiones. Villasante considera que “las metodologías participativas pueden producir fricciones cuando rompen con estructuras jerárquicas o tradiciones establecidas” (s.f.). Dentro de la OSP existen tensiones que están ligadas a la falta de herramientas de planificación y a la improvisación en los procesos de comunicación limitando la posibilidad de expansión y fortalecimiento de la red.

El sentido comunitario dentro de la fundación es profundamente sólido. Niños, cuidadores, donantes y voluntarios construyen lazos basados en la empatía, el amor y la esperanza. Este sentido de comunidad se fortalece cuando existe un proyecto compartido y una interacción constante que generan pertenencia y corresponsabilidad. Tal como señala Chadi de Yorio “El sentido de comunidad se potencia cuando existe un proyecto compartido y una interacción constante que genera pertenencia y corresponsabilidad” (2007). Esto se evidencia en las actividades recreativas que se desarrollan en pro de los niños, en los encuentros solidarios y en el vínculo emocional que se establece entre quienes conviven en la casa hogar.

La fundación presenta formas de comunicación abiertas y directas. No existen jerarquías rígidas, el acceso al director es sencillo y existe disposición para recibir ideas y propuestas externas. Esta práctica de inclusión y participación activa constituye un ejemplo claro de lo que Beltrán denomina “comunicación horizontal liberadora” (1979). La horizontalidad no está reglamentada, pero se vive desde la calidez humana y la cercanía cotidiana. Sin embargo, esa horizontalidad no se encuentra institucionalizada en canales o mecanismos permanentes: no hay bases de datos formales, no existe un grupo de difusión oficial, no hay registro digital de donantes ni voluntarios, y la página web se encuentra inactiva.

Aun así, es evidente que la comunicación comunitaria cumple un papel clave en el sostenimiento de la fundación. Gallego enfatiza que “estas prácticas comunicativas fortalecen el tejido social y promueven la cohesión comunitaria” (2016). Lo cual se refleja en cada jornada de integración, donde más que una actividad logística, lo que se construye es una relación afectiva entre los asistentes. No obstante, la ausencia de canales estables también representa un riesgo para la sostenibilidad. Tal como advierten Hein et al “la comunicación en red puede profundizar brechas si no se diseña desde una lógica inclusiva” (2013). Y ese es uno de los principales desafíos de la fundación, pasar de una comunicación afectiva a una comunicación estructurada, sin perder su esencia solidaria.

El mayor reto ahora para la fundación es fortalecer su dimensión comunicativa ya que no existe una base de datos actualizada, lo que hace difícil mantener contacto con donantes y aliados. Tampoco hay un sistema interno de comunicación entre voluntarios y familias, lo que provoca que la participación sea intermitente. La comunicación digital es débil ya que la página web no funciona, las redes sociales no están activas y no existe un canal institucional exclusivo para compartir avances, necesidades o convocatorias. La consecuencia directa es que la

fundación depende casi por completo del director como nodo central de información, gestión y relaciones. El desafío ahora es convertir esos vínculos en red organizada. La fundación ya tiene comunidad, pero necesita sistema; ya tiene participación, pero necesita estructura; ya tiene causa, pero necesita estrategia. Convertir esta OSP en una red estructurada es su principal reto y, al mismo tiempo, su mayor oportunidad de crecimiento y reconocimiento.

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Comunicativo y Organizacional

La estrategia de fortalecimiento comunicacional para la Fundación Semillas de Amor Cali se sustenta en una comprensión amplia de la comunicación como proceso social que da sentido, organiza y moviliza la acción colectiva. Desde esta perspectiva, resulta clave reconocer que “La información es el resultado final del proceso de comunicación. La información es lo que da sentido a la comunicación, es decir, si no existe información no hay comunicación” (Gallego, S. 2016). Esto implica que toda acción comunicativa debe garantizar el flujo adecuado de información para evitar vacíos, confusiones o rupturas en la relación entre los actores que conforman la organización.

La estrategia se fundamenta también en la socio-praxis y la Investigación-Acción, entendida según Villasante “como un proceso que articula teoría y acción para comprender las dinámicas organizacionales mediante la participación activa de los actores implicados” (s.f.). Este enfoque permite analizar relaciones, redes, conflictos y potencialidades, generando rutas colectivas de transformación que no se imponen desde afuera, sino que nacen del involucramiento directo de la comunidad.

El principio de horizontalidad guía este proceso, en coherencia con la noción de que “El libre e igualitario proceso de comunicación por acceso-diálogo-participación está basado sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos” (Beltrán, L. 1979). Esto significa que la estrategia propone fortalecer canales que permitan a todos los actores, director, cuidadores, niños, voluntarios, donantes y aliados, acceder a la información, dialogar y participar en la toma de decisiones relacionadas con la vida organizacional.

La estrategia reconoce, además, que los procesos comunicativos no buscan reemplazar lo que ya existe, sino potenciarlo mediante articulaciones más sólidas. En coherencia con ello, se asume que “El avance de este procedimiento organizativo no implica demoler lo que está, para construir algo nuevo, sino integrar procesos que fortalezcan la activación y orden en los puentes de comunicación” (Chadi de Yorio, M. R. 2007). Por tanto, el fortalecimiento comunicativo se concibe como un proceso progresivo, respetuoso de la identidad de la Fundación, que integra nuevas herramientas sin alterar la esencia humana, solidaria y comunitaria que caracteriza su labor.

Para garantizar que las acciones comunicacionales sean pertinentes, sostenibles y coherentes con la realidad de la Fundación, se adopta el principio de que “Para asegurar que la estrategia es pertinente y efectiva, debe ser diseñada con la comunidad para tener en cuenta sus prioridades y sus aspiraciones” (Kamlongera, C., Mafalopulos, P. 2008). Por ello, la estrategia propone una construcción colectiva que incluye la voz de todos los actores implicados, reconociendo la importancia del diálogo y la concreción como elementos centrales para el fortalecimiento organizacional.

El propósito de la estrategia es fortalecer los procesos comunicativos internos y externos de la Fundación Semillas de Amor Cali mediante la creación, optimización y sistematización de canales, prácticas y redes de comunicación que permitan mejorar la coordinación interna, ampliar la visibilidad institucional y consolidar alianzas estratégicas para garantizar la sostenibilidad y el bienestar de los niños y familias beneficiarias.

Se propone el siguiente objetivo general para garantizar la estrategia:

Fortalecer la comunicación interna y externa de la Fundación Semillas de Amor Cali mediante acciones organizativas y digitales que aumenten la articulación entre actores, consoliden redes comunitarias y potencien la sostenibilidad institucional.

Así mismo los siguientes objetivos específicos:

- Optimizar los canales de comunicación interna entre director, auxiliar, cuidadores y voluntarios.
- Incrementar la presencia digital institucional para ampliar la visibilidad y atraer nuevos donantes y aliados.
- Consolidar un sistema organizado de base de datos de actores clave (donantes, voluntarios, aliados, clínicas).
- Implementar acciones comunicativas que refuercen la identidad institucional y fortalezcan la red externa.
- Promover prácticas comunicativas participativas y horizontales dentro de la organización.

Tabla 6*Líneas de Acción y Actividades*

Acción	Responsable	Recursos	Tiempo de implementación	Resultado esperado
Crear grupo institucional (WhatsApp/Telegram)	Director + Auxiliar	Celulares, lista de contactos	1 semana	Comunicación interna fluida
Elaborar base de datos institucional	Auxiliar administrativa	Excel/Drive	1 mes	Información organizada y accesible
Reactivar la página web	Director + apoyo externo	Hosting, diseño	1 mes	Página funcional con donaciones
Crear redes sociales oficiales	Auxiliar + voluntario de comunicaciones	Instagram, Facebook, TikTok	2 semanas	Mayor visibilidad
Diseñar estrategia mensual de contenidos	Voluntario comunicación	Canva, fotos, historias	Continuo	Incremento de interacciones
Registro oficial de voluntarios	Auxiliar + Director	Formulario	2 semanas	Voluntariado estable
Reunión mensual con voluntarios	Director	Espacio físico o virtual	Mensual	Mayor articulación
Campañas trimestrales de donación	Director + voluntarios	Redes, flyers	Trimestral	Aumento de recursos
Creación de boletín digital	Auxiliar + voluntarios	Mailchimp o PDF	Semestral	Fidelización de donantes

Nota. Elaboración propia con base en la información recolectada en las OSP.

Se esperan los siguientes resultados:

- Comunicación interna más clara, organizada y participativa.
- Mayor presencia digital y fortalecimiento de la identidad institucional.
- Incremento en el número de donantes, voluntarios y aliados estratégicos.
- Red comunicacional más sólida, con vínculos estables y actores comprometidos.
- Optimización de la gestión organizativa y reducción de sobrecarga administrativa.
- Mayor sostenibilidad económica para garantizar la misión y proyectos de la fundación.
- Articulación más efectiva entre cuidadores, administrativos y voluntarios.
- Mayor capacidad de respuesta para actividades, campañas y convocatorias.

La propuesta de fortalecimiento comunicacional plantea una ruta clara para organizar, dinamizar y hacer más efectiva la comunicación interna y externa de la Fundación Semillas de Amor. A partir del diagnóstico realizado, se evidencia que mejorar los canales de información, consolidar una red de apoyo más estable y proyectar una presencia digital activa permitirá optimizar la gestión diaria y ampliar el alcance social de la Fundación. Se espera que, con la implementación de estas acciones, la organización logre una comunicación más fluida entre sus actores, aumente la participación de voluntarios y donantes, fortalezca sus alianzas estratégicas y consolide procesos sostenibles que respalden su labor con los niños y familias beneficiarias. En conjunto, la estrategia propone no solo mejorar la circulación de la información, sino también fortalecer el sentido de comunidad y la capacidad organizativa de la Fundación en el mediano y largo plazo

Comunicación Transformadora

Informe Final

El proceso investigativo desarrollado con la Fundación Semillas de Amor Cali permitió comprender de manera integral la dinámica organizacional, los vínculos que sostienen su labor social y las oportunidades de fortalecimiento desde la comunicación participativa. Este informe final integra los avances, resultados y aprendizajes obtenidos a lo largo de las diferentes fases del ejercicio, articulando el análisis en torno a tres categorías centrales trabajadas en el diplomado: comunidad, comunicación participativa y red social.

En este sentido, es importante recordar que “La comunicación es un proceso humano y social de interrelaciones de expresión y comprensión que involucran momentos de producción, circulación, intercambio – desigual - de significaciones, enmarcados cultural e históricamente, y que pueden ser o no, mediados por tecnologías” (López Rojas, J. H. 2012). Esta comprensión permitió analizar cómo los significados y las relaciones dentro de la Fundación se construyen en lo cotidiano y se fortalecen a través de la participación y el diálogo.

Las actividades observadas, especialmente las jornadas de integración, evidenciaron que la comunidad no solo se sostiene en la misión institucional, sino en la cercanía que se construye entre quienes atraviesan situaciones similares. Las madres encuentran apoyo en otras madres, los niños interactúan en espacios seguros, y los voluntarios consolidan lazos desde el servicio y la empatía. Esta red emocional funciona como base para sostener la labor social diaria y refleja la importancia del acompañamiento humano como eje estructural de la fundación. De acuerdo con Chadi (2007), este tipo de tejido comunitario solo es posible cuando existe un vínculo sustentado en el respeto y la colaboración entre los miembros, una unión que, aunque individual, busca el bien común y dificulta que la cadena de apoyo se fracture.

No obstante, también se identificó que este fuerte tejido comunitario convive con necesidades organizativas que requieren ser atendidas. La informalidad en algunos procesos, la falta de registros actualizados y la dependencia excesiva de actores puntuales dificultan que la comunidad pueda proyectarse con mayor estabilidad. Esto plantea el reto de fortalecer la dimensión organizativa sin perder la esencia humana que caracteriza a la institución.

El análisis comunicativo evidenció una comunicación cercana, directa y con un alto nivel de horizontalidad entre los integrantes de la Fundación. Las decisiones y coordinaciones suelen surgir del diálogo abierto entre director, auxiliares, madres, voluntarios y otros actores, lo cual favorece la participación y la cohesión. Sin embargo, esta fortaleza también presenta limitaciones al no estar acompañada de canales formales y estrategias sostenidas. Se identificaron dificultades como: la ausencia de una base de datos organizada de donantes, aliados y voluntarios, grupos de WhatsApp utilizados de manera informal, página web inactiva, falta de redes sociales institucionales activas y la ausencia de un equipo o rol definido para la comunicación.

Estas falencias restringen la circulación interna de la información, reducen las posibilidades de articulación externa y limitan la visibilidad de la labor social. Por esa razón, es necesario implementar mecanismos que faciliten estos procesos, pues “el fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, así como métodos, técnicas y medios de comunicación. Debe hacerse con la gente, no solo para la gente” (Kamlongera, C., y Mefalopulos, P. 2008). Este enfoque coincide con la realidad de la Fundación Semillas de Amor, donde la comunicación debe construirse colectivamente para responder a sus necesidades reales.

Asimismo, los autores también señalan que “El proceso de diseño de una estrategia de comunicación empieza en el campo con la recolección de datos, conociendo a la comunidad e intercambiando información” (Kamlongera, C., y Mefalopulos, P. 2008), lo cual se relaciona directamente con el proceso vivido durante la investigación.

En cuanto a la red social, la fundación funciona como una red comunitaria donde convergen actores internos (niños, madres, voluntarios, profesionales) y actores externos (clínicas, donantes, empresas, aliados estratégicos). Sin embargo, el sociograma y las matrices de análisis evidenciaron que la red está altamente concentrada en un nodo principal: la figura del director. La mayoría de los vínculos, decisiones y contactos externos dependen directamente de él. En este punto, vale recordar que las redes sociales según Uña y Martín (2009), citados por Gallego (2011) pueden entenderse “como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia” (p.115). Esta definición coincide con la realidad de la Fundación, aunque también deja ver la necesidad de ampliar y descentralizar esa red para lograr una estructura más sólida y sostenible.

La centralidad en un solo actor genera riesgos organizativos, pues limita la distribución de responsabilidades y dificulta la sostenibilidad de procesos cuando la carga recae sobre una sola persona. Aunque los vínculos afectivos fortalecen la cohesión interna, la red social requiere avanzar hacia un modelo donde otros miembros asuman roles complementarios en comunicación, gestión y relaciones externas.

Por otro lado, se identificó que la red digital es prácticamente inexistente. La ausencia de redes sociales institucionales, página web activa o mecanismos digitales de visibilización afecta directamente el crecimiento de la red externa y limita la entrada de recursos, voluntarios y

alianzas estratégicas, recordemos que “el internet está introduciendo cambios radicales en la manera de comunicar de las personas y las organizaciones. Ha variado los esquemas lineales, sencillos y previsibles de la comunicación mediática tradicional” (Noguera Vivo, J.M. 2011). En este sentido, la fundación necesita adaptarse a estas transformaciones para fortalecer su presencia y ampliar su alcance social.

El proceso investigativo permitió identificar necesidades puntuales y formular acciones realistas para fortalecer la comunicación institucional. Entre las estrategias propuestas se encuentran: la creación de un grupo institucional formal para comunicación interna, la organización de una base de datos actualizada de donantes, voluntarios y aliados, la reactivación de la página web institucional, la apertura de perfiles oficiales en redes sociales, el diseño de una estrategia de contenidos, la implementación de campañas de donación y el fortalecimiento del voluntariado. Todas estas acciones se estructuraron desde la perspectiva de la Investigación-Acción, priorizando soluciones alcanzables que respondieran directamente a las condiciones reales de la fundación.

La experiencia vivida dentro de la Fundación Semillas de Amor Cali permitió comprender la fuerza transformadora de la comunicación en contextos comunitarios. El contacto directo con los niños, madres y voluntarios evidenció que la comunicación no es solo un intercambio de información, sino un proceso que construye vínculos, sostiene emocionalmente a las personas. El ejercicio permitió reconocer que la fundación posee un potencial humano invaluable, pero requiere fortalecer sus procesos comunicativos y organizativos para proyectarse hacia un futuro más sostenible. La investigación desarrollada contribuyó a visibilizar estas necesidades y a proponer líneas de acción que pueden ser implementadas sin alterar la esencia solidaria que caracteriza a la OSP.

Conclusiones

La Fundación Semillas de Amor Cali constituye un ejemplo significativo de cómo las organizaciones sociales pueden generar impacto a partir de la solidaridad, la cooperación y el trabajo comunitario. Su labor con niños, niñas y adolescentes diagnosticados con cáncer, junto a sus familias, refleja un compromiso profundo con la dignidad y el bienestar de poblaciones altamente vulnerables.

El análisis permitió reconocer que, aunque la organización cuenta con un fuerte tejido de apoyo mutuo y relaciones horizontales que fortalecen la participación de sus actores, enfrenta limitaciones importantes relacionadas a debilidades estructurales en la comunicación interna y externa que requieren atención prioritaria. Como la falta de una base de datos organizada de donantes, aliados y voluntarios, la ausencia de canales digitales activos, la inactividad de la página web y la carencia de un equipo de comunicación permanente limitan el alcance de la fundación y reducen sus posibilidades de gestión de recursos. Estas debilidades, sin embargo, también representan oportunidades para implementar estrategias de comunicación y gestión que amplíen su visibilidad y garanticen la continuidad de su misión social.

En este sentido, el trabajo desarrollado no solo permitió comprender las dinámicas internas y externas de la Fundación, sino también proyectar alternativas de mejora que puedan contribuir a su crecimiento y consolidación. Frente a esto, se propone la creación de un sistema de registro y seguimiento de donantes y aliados estratégicos, la activación de redes sociales con contenido permanente, la reactivación de la página web y la conformación de un equipo de voluntariado comunicacional. Estas acciones permitirían consolidar una red más cohesionada, fortalecer el sentido de pertenencia y ampliar la capacidad de movilización social y solidaria de la fundación. Así, se reafirma la importancia de la comunicación como herramienta

transformadora y del trabajo colaborativo como vía para alcanzar cambios sostenibles en beneficio de la comunidad.

Por otro lado, la experiencia vivida durante la práctica reafirma el valor de la Investigación-Acción y la sociopraxis como metodologías que trascienden el ámbito académico para generar transformaciones reales. A través de la observación, la reflexión y la participación activa, fue posible reconocer que cada acción comunicativa dentro de la fundación tiene el poder de fortalecer vínculos, movilizar apoyos y mantener viva la esperanza. Este proceso deja como aprendizaje que la verdadera transformación social nace del compromiso colectivo, de la empatía y de la capacidad de construir redes humanas que sostienen la vida y el bienestar de quienes más lo necesitan.

Por esa razón, desarrollar un trabajo comunicativo orientado a la construcción de redes sociales comunitarias resulta esencial para la Fundación Semillas de Amor Cali, ya que permite fortalecer la articulación entre voluntarios, donantes, familias y aliados estratégicos. Estas redes no solo amplían el alcance de su labor social, sino que también garantizan una comunicación más efectiva, transparente y participativa. Al consolidar estos vínculos, la fundación puede proyectarse con mayor visibilidad, generar sostenibilidad a largo plazo y continuar brindando calor de hogar y acompañamiento a los niños y familias que hacen parte de su misión.

Además, la estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional diseñada para la Fundación Semillas de Amor Cali se convierte en una ruta concreta para avanzar hacia estas mejoras necesarias. Al proponer acciones como la creación de una base de datos estructurada, la activación de canales digitales, la reactivación del sitio web y la conformación de un equipo de voluntarios consolidado, esta estrategia busca ordenar, potenciar y dar continuidad a los procesos que la fundación ya venía desarrollando de manera intuitiva. Esta propuesta no pretende

transformar la esencia humana y cálida que caracteriza a la fundación, sino ofrecer herramientas prácticas que permitan que su mensaje llegue más lejos, que sus aliados se fortalezcan y que el apoyo que brindan a los niños y sus familias alcance un impacto aún mayor. De este modo, la estrategia se convierte en un puente entre lo que la fundación es hoy y lo que puede llegar a ser si consolida una comunicación clara, cercana y bien articulada.

En coherencia con todo lo desarrollado, el Informe Final incluido en este documento permite cerrar el proceso investigativo con una mirada crítica y propositiva sobre la Fundación Semillas de Amor Cali. Este apartado no solo recopila los hallazgos obtenidos, sino que los interpreta desde las categorías centrales trabajadas como lo fueron, comunidad, comunicación participativa y red social, ofreciendo una síntesis comprensiva del recorrido realizado. Su incorporación reafirma que la comprensión profunda de la realidad organizacional, junto a la formulación de estrategias contextualizadas, es esencial para proyectar el fortalecimiento institucional y para consolidar procesos comunicativos que acompañen de manera sostenible la labor social de la fundación.

Con este trabajo se reafirma que la comunicación es más que un conjunto de herramientas, es un tejido vivo que conecta personas, voluntades y esperanzas. Culminar este proceso investigativo deja en evidencia que cuando una organización social reconoce sus fortalezas, problemáticas y oportunidades, y se abre a trabajar colectivamente en ellas, se vuelve capaz de proyectarse hacia un futuro más sólido y sostenible. La Fundación Semillas de Amor Cali tiene todo el potencial para seguir creciendo, y este proyecto se convierte en un punto de partida para fortalecer su voz, ampliar sus redes y continuar sembrando bienestar en quienes más lo necesitan.

Referencias Bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Balcázar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos En Humanidades*, 7-8, 59–77. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/20765>
- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. *Revista Comunicación y Sociedad*, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Bernal, C., Navarro, C., & Santoveña, S. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820%206>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010), *Manual de Metodologías participativas* Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader (p.27). http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>

- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., Valenzuela, S. (2013). Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net.QF. Revista hispana para el análisis de redes sociales. (24). <http://revistes.uab.cat/redes/article/view/v24-n2-hein-tomazic-henriquez-et-al>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader . Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD. https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- López, J., y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado. <http://hdl.handle.net/10596/10861>
- López Rojas, J. H. (2012), Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/desbordes/article/view/1192/1555>

- Novoa, N. (2022). OVI Comunicación y redes sociales. [Archivo de video].
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/52034>
- Martín, P. (1999). El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad. EMPIRIA.
Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 129-
151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Noguera Vivo, J. M. author. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas
para comprender el escenario online. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208)
[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208)
- Kamlongera, C., y Mefalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de
comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la
Alimentación (FAO), Roma. 2da. Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. Reis: Revista española de investigaciones
sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs.137-
152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas
en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-
140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy,
núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>
- Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas Abrir este
documento utilizando ReadSpeaker docReader. <https://ecosad.org/laboratorio->

virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-
acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Cali, septiembre 12 del 2025

Señores
Fundación Semillas de Amor Cali
Atn. Julian Alberto Hernandez
Director
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Daniela Rodriguez Salcedo** identificado(a) con C.C. **1.144.046.861** del municipio de **Cali**, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-portas de recibir el título de Comunicador Social.

Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,

Daniela Rodriguez Salcedo

Daniela Rodriguez Salcedo
Cel. 3014624931
E-mail: drodriguezsalc@unadvirtual.edu.co

Daniela Rodriguez Salcedo
Julian Hernandez

Apéndice B

Carta de Aprobación por parte de la OSP



Cali, Septiembre 15 del 2025

Sra.
Daniela Rodríguez Salcedo
La Ciudad

Estimada Sra. Rodríguez:

Reciba un cordial saludo de parte de la Fundación **Semillas de Amor - Hogar para Niños con Cáncer**.

Por medio de la presente, nos complace informarle que su propuesta de trabajo de grado ha sido **aprobada** para llevarse a cabo en nuestra Fundación. Agradecemos su interés en aportar desde el ámbito académico al bienestar y desarrollo de los niños que atendemos.

Estamos convencidos de que su iniciativa contribuirá significativamente a nuestra labor y será de gran valor tanto para su formación profesional como para nuestra comunidad.

Quedamos atentos a coordinar los aspectos logísticos y administrativos necesarios para dar inicio al proyecto, así como a acompañarla durante el proceso.

Agradecemos su compromiso y le deseamos muchos éxitos en el desarrollo de su trabajo de grado.

Cordialmente,

JULIAN ALBERTO HERNANDEZ MUÑOZ
Director

Carrera 24 No. 3 -51 Miraflores, Cali – Colombia
Celular: 315 447 10 59 -3157963601
info@semillasdeamorcall.com
www.semillasdeamorcall.org

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

1. ¿Cuáles son las principales acciones que desarrolla la fundación en cumplimiento de su misión?
2. ¿Qué programas o actividades consideran más representativos de su labor?
3. ¿Cuáles son los objetivos principales de la fundación en términos de ayuda social y transformación comunitaria?
4. ¿Podrían compartir algún logro que consideren significativo para la fundación?
5. ¿Con qué frecuencia se reúnen los integrantes de la fundación y qué dinámicas suelen desarrollarse en esos encuentros?
6. ¿De qué maneras participan los beneficiarios y sus familias en las decisiones de la fundación?
7. ¿Qué canales o medios utilizan para coordinarse internamente entre los integrantes de la fundación?
8. ¿Qué medios usan para dar a conocer sus actividades y logros a la comunidad o a los donantes?
9. ¿Cuáles han sido las principales dificultades para alcanzar sus objetivos sociales?
10. ¿Qué apoyos consideran necesarios para superarlas?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

<https://youtu.be/LhofGNor2H8>

Apéndice E

Preguntas Entrevista Cualitativa

1. ¿De qué manera se difunde la información al interior de la Fundación para mantener a todos informados y coordinados?
2. ¿Cómo se gestionan los vínculos con actores externos como clínicas, donantes o aliados estratégicos, y qué tan fluida es esa comunicación?
3. ¿Cómo describiría los vínculos y relaciones que se generan entre los integrantes de la Fundación (directivos, voluntarios, familias)?
4. ¿Cómo se fomenta la participación activa de los diferentes actores en las decisiones o actividades de la Fundación?
5. ¿Qué espacios o mecanismos utilizan para que los beneficiarios, voluntarios o familias puedan expresar sus opiniones y propuestas?
6. ¿Podría compartir un ejemplo en el que la comunicación participativa haya fortalecido un proyecto o actividad de la Fundación?
7. ¿Qué impacto considera que tiene la Fundación en la comunidad de familias y niños beneficiarios que acompaña?
8. ¿De qué manera la comunicación fortalece la confianza entre la Fundación, la comunidad beneficiaria y los aliados externos?
9. ¿Qué aprendizajes importantes han surgido del trabajo directo con la comunidad que podrían orientar el futuro de la Fundación?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://www.youtube.com/watch?v=xQLzdmLJkKM>

Apéndice G

Registro Fotográfico



Apéndice H

Enlace video Socialización

<https://youtu.be/Oz3Q0993YuQ?si=S8O8oLuNmCUE9BBo>