

**Fortalecimiento de Redes Sociales como Estrategia para la Visibilidad de la Fundación
Caleñitos: Un Impulso al Trabajo que realizan en Pro de los Más Vulnerables en Cali**

Tania Carolina Moreno Montoya

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo principal analizar la labor social de la Fundación Caleñitos (OSP), la cual impacta positivamente a niños, jóvenes y poblaciones vulnerables en Cali y el Valle del Cauca. La fundación trabaja en el cumplimiento de su misión mediante actividades deportivas, recreativas, de concientización, acompañamiento y apoyo a necesidades básicas, buscando una transformación social. Además, se analizan los elementos internos de la organización que pueden optimizar su comunicación para divulgar y multiplicar sus prácticas exitosas, ampliando así su alcance e impacto en la comunidad.

La metodología empleada en esta investigación incluyó observación, participación y entrevistas, lo que permitió un acercamiento directo con la fundación y la comunidad beneficiada. Se analizó, además, su funcionamiento interno, gestión de comunicación y cultura organizacional, así como su proyección en redes sociales, programas establecidos y metas futuras. Entendiendo también que uno de sus aspectos destacables es su vinculación con el sector salud, especialmente en el trabajo con el pabellón de niños quemados y oncología del HUV, donde contribuyen al bienestar físico y mental de pacientes y acompañantes.

Esta investigación no solo busca aportar a una sociedad más equitativa y participativa, sino también visibilizar acciones que, aunque discretas, promueven la solidaridad y dignifican la vida de las personas. A través de una comunicación abierta e incluyente, la fundación fortalece el tejido social, sustentado en valores como la empatía, la colaboración y el servicio como pilares de cambio.

Palabras clave: Fundación Caleñitos, Labor social, Comunicación organizacional, Transformación social, Poblaciones vulnerables, Responsabilidad social.

Abstract

The main objective of this work is to analyze the social work of the Caleñitos Foundation (OSP), which has a positive impact on children, youth, and vulnerable populations in Cali and the Valle del Cauca region. The foundation fulfills its mission through sports, recreational, awareness raising, and support activities that address basic needs, all aimed at achieving social transformation. Additionally, the internal elements of the organization are analyzed to explore how its communication strategies can be optimized to disseminate and replicate its successful practices, thereby expanding its reach and impact within the community.

The methodology used in this research included observation, participation, and interviews, which allowed for direct engagement with both the foundation and the communities it serves. The study also examined the organization's internal operations, communication management, and organizational culture, as well as its presence on social media, established programs, and future goals. One of its most notable aspects is its collaboration with the healthcare sector, particularly through its work with the burn unit and oncology ward of HUV, where it contributes to the physical and mental well-being of patients and their companions.

This research aims not only to contribute to a more equitable and participatory society but also to shed light on actions that, though discreet, promote solidarity and dignify people's lives.

Through open and inclusive communication, the foundation strengthens the social fabric, grounded in values such as empathy, collaboration, and service as pillars of change.

Keywords: Caleñitos Foundation, Social work, Organizational communication, Social transformation, Vulnerable populations, Community health, Social responsibility.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento	10
Justificación de la Escogencia de la OSP	12
Conceptualización	14
Informe de Identificación.....	18
Implicación.....	21
Informe Sociopráxico	23
Construcción.....	28
Informe de Investigación	34
Proyección.....	38
Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional.....	38
Conclusiones	43
Referencias Bibliográficas.....	45

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	10
Tabla 2 <i>Ficha de Información Descriptiva</i>	14
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	21
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	30
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	31

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Sociograma Fundación Caleñitos</i>	28
Figura 2 <i>Conjuntos de Acción Fundación Caleñitos</i>	29

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	49
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	50
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	51
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	52
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	53
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	54
Apéndice G <i>Registro Fotográfico</i>	55
Apéndice H <i>Enlace Devolución a la OSP</i>	56
Apéndice I <i>Evidencia Fotográfica Devolucion a la OSP</i>	57

Introducción

En el desarrollo de este trabajo se tuvo acercamiento y conceptualización con la Fundación Caleñitos, centrándose en tres aspectos fundamentales: la realización de una entrevista a una representante de la OSP, la elaboración de un informe de identificación de la fundación y el análisis detallado de su estructura, objetivos y dinámicas internas. Puntos que permitieron comprender a profundidad el movimiento de esta organización de funcionamiento mixto, así como el impacto que tiene en la comunidad, especialmente en niños, niñas y jóvenes en situación de vulnerabilidad.

En el marco de la entrevista y el informe de identificación se permite explorar la forma de organización, estructura interna, equipos, comités y cargos, lo cual es clave para entender cómo se gestionan y ejecutan los programas en la Fundación Caleñitos, como el de Arte, Recreación y Deporte, y su iniciativa Estar al Lado De, dirigida a brindar apoyo psicológico a toda la comunidad.

En conjunto, estos puntos de trabajo van brindando una visión integral de la Fundación Caleñitos, resaltando su enfoque humanista y su capacidad para abordar no solo las necesidades materiales, sino también las emocionales y psicológicas de quienes más lo necesitan. Este acercamiento se vuelve fundamental en el proceso de entender la estructura comunicacional que ahí se maneja y los puntos que se deben de fortalecer a la hora de mostrar de manera interna y externa lo positivo que hace la fundación.

Con el trabajo implicación llega el diario de campo con el cual se adentra un poco más a lo que ya es la parte logística y operativa en el momento de realizar las actividades que se plantean en la fundación, y mediante esta experiencia se logra comprender que hay actividades que necesitan de una logística bien estructurada y de una población definida en un lugar

establecido, mientras que hay otras actividades como se evidenció en este punto, en las cuales solo se necesita las ganas de ayudar para que todo pueda funcionar, que hay acciones que se hacen de manera espontánea con un impacto bastante valioso.

Además, se desarrolla el informe sociopráxico, en el cual se plasma una reflexión y evaluación de la acción solidaria que tiene como objetivo la OSP, entendiendo problemáticas y realidades sociales de la población vulnerable, para al final proponer acciones que fortalezcan no solo el trabajo que hace la Fundación Caleñitos sino también la forma en como es vista ante los ojos de la sociedad.

Por último, se encontrará una proyección hacia una comunicación idónea para la para la fundación, esto se realiza por medio de una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional, la cual ha sido enfocada al manejo a lo que se cuenta hacia el exterior, por medio de una comunicación 360°, tratando de darle mayor visibilidad a la Fundación Caleñitos, no solo en redes sociales sino en medios tradicionales, esta estrategia es socializada a la fundación como un ejercicio de devolución a esa puerta que abrieron para la ejercicio de investigación.

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 Fundación Adrián Ramos Villa Rica – Cauca	Esta OSP es una organización sin ánimo de lucro enfocada en mejorar la calidad de vida de niños, niñas y jóvenes en Villa Rica, Cauca. Su misión incluye fomentar valores como disciplina y trabajo en equipo, contribuyendo a un futuro más justo y sostenible. Ofrecen programas deportivos a través de una escuela de fútbol y crean iniciativas para proporcionar recursos educativos, becas y tutorías a quienes están en situación de vulnerabilidad. También realizan talleres de formación.	Esta OSP tiene una serie de criterios clave que reflejan tanto los valores de la organización como mis propios principios y objetivos profesionales. Ejemplo de ello es su enfoque en el desarrollo social, educativo y deportivo de comunidades vulnerables, lo que ha llevado a que la fundación tenga actualmente un impacto tangible en las comunidades donde opera, a través de programas deportivos, educativos y de desarrollo comunitario.	Una gran oportunidad es mi cercanía con el fútbol, medio por el cual he entablado una relación con el Jugador y dueño de la Fundación Adrián Ramos, ya por esa relación establecida se podría tener mayor cercanía a la información y al desarrollo de actividades que ahí realizan. Se me hace fácil relacionarme y acercarme a los jóvenes, niños y niñas que integran la fundación, pues tengo contexto de lo que realizan por lo que podría entablar una conversación de manera amigable.	Entre las dificultades, encuentro la ubicación de la fundación que, si bien en el papel no se ve lejos, el desplazarme hasta Villa Rica para la realización de trabajo de campo, se me dificulta un poco ya que no cuento con vehículo propio y yo vivo en Cali. Otra dificultad es que al tener de imagen una figura tan reconocida como lo es Adrián Ramos, ya tiene una estructura de trabajo bastante amplia y fortalecida.
OSP 2 Fundación Vive la Vida	Esta OSP se centra en la rehabilitación de personas con adicciones a drogas y alcohol. Ofrecen	El criterio por el cual se hace la selección de esta OSP es por su ruta de ayuda a la reducción del	Una de las principales oportunidades es visibilizar el proceso de rehabilitación para	Considero que una gran dificultad que se aparece en el camino con la fundación es la de poder

	<p>un tratamiento de 9 meses a un año en una comunidad terapéutica, compuesto por un equipo clínico que incluye 1 coordinador, 4 terapeutas, 1 trabajadora social, 4 psicólogos, entre otros. El programa abarca varias etapas, desde la adaptación y la identificación de problemas, hasta la recuperación de valores y autoestima.</p>	<p>consumo de sustancias psicoactivas y el mejoramiento de la calidad de vida de personas que han estado inmersas en esta situación, dándole herramientas a la sociedad de entender este tipo de procesos, que viven las personas que de manera voluntaria o por el acompañamiento de sus familias, están buscando una oportunidad de reconstrucción dentro de la sociedad.</p>	<p>personas con consumo de sustancias psicoactivas, ya que muchos juzgan desde el desconocimiento. También se pueden mostrar casos exitosos que inspiren a quienes dudan en recuperarse. La fundación ofrece fácil acceso a información, ya que su fundador es una figura reconocida, lo que facilita la comunicación y la colaboración en proyectos futuros.</p>	<p>relacionarme y tener cercanía con las personas que hacen parte de los procesos de rehabilitación, ya que en la gran mayoría de los casos este tipo de personas son esquivas al contacto con otros que no sean de su entorno y círculo de ayuda, y que tampoco les debe de resultar fácil el expresar y contar abiertamente por todo lo que han tenido que pasar.</p>
<p>OSP 3 Fundación Caleñitos Unidos por la niñez.</p>	<p>Busca contribuir a la restitución y defensa de los derechos de niños, niñas y jóvenes en pobreza, ofreciéndoles oportunidades para construir alternativas de vida. La OSP promueve su desarrollo integral e inclusión social mediante actividades culturales, recreativas, talleres educativos y deportivos, adaptadas a diversas etapas de desarrollo. Estas acciones fomentan</p>	<p>La fundación tiene un criterio de selección valioso para mí que soy madre, ya que apoya a niños, niñas y jóvenes en situación de vulnerabilidad, defendiendo sus derechos fundamentales. Además, me llama la atención el tema de que busca aliados que promuevan acceso a educación, salud y bienestar, favoreciendo la inclusión social y el desarrollo integral a través de</p>	<p>Esta la cercanía con las personas que conforman la fundación, lo que permite tener información de primera mano, también como oportunidad esta las actividades que realizan en la fundación y poder mostrarle a la comunidad la importancia de que los niños, niñas y jóvenes aprovechen el espacio libre y generar la necesidad entre los aliados estratégicos es</p>	<p>Encuentro que aun todavía no han establecido de manera concreta el cronograma de actividades, también el que no se cuente con información relevante y bien estructurada en redes sociales, el que no cuente con una página web. También es una dificultad el poder coordinar mi tiempo con las actividades que realicé la fundación porque al no tener una información clara</p>

habilidades personales y sociales a través del arte y el deporte. Además, brindan apoyo y seguimiento a los beneficiarios asegurando su desarrollo personal e integración social, a través de atención psicológica, orientación educativa y apoyo en la adaptación a nuevas realidades.	proyectos y actividades. Además, fomenta la importancia del aprovechamiento del tiempo libre, proporcionando herramientas para el crecimiento personal y promoviendo una cultura de colaboración, trabajo en equipo y solidaridad	seguir apostando por velar por los derechos fundamentales contra los niños. Otra oportunidad es que como no tienen fuerza en redes sociales, se puede crear un plan de trabajo y una estrategia 360 que permita mayor visibilización de la OSP.	sobre los talleres y espacios de aprovechamiento del tiempo libre. Otra dificultad es que no conozco a las personas que hacen parte de la fundación por lo que entablar una conexión no será para nada fácil.
---	---	---	---

Fuente. Elaboración propia con base en la información suministrada por la OSP.

Justificación de la Escogencia de la OSP

La OSP la cual elijo para realizar mi trabajo es La Fundación Caleñitos, una organización de funcionamiento mixto cuya misión es contribuir en la restitución y defensa de los derechos de los niños, niñas y jóvenes de sectores vulnerables. Todo lo hacen mediante actividades como las del programa Arte, Recreación y Deporte, que involucra la cultura y en especial el deporte, brindándoles espacios de buscar una motivación en la vida, de aprovechar el tiempo libre, velando principalmente por la salud mental de este grupo poblacional.

Pese a estar enfocados principalmente en los niños la fundación, tienen un espacio abierto a la comunidad en general que abarca la atención psicológica, impactando desde el niño hasta el adulto mayor, el cual se llama ESTAR AL LADO DE, brindando un apoyo humano a las personas que lo necesitan, identificando el problema que los aqueja, y posteriormente ayudando a brindar una solución; esto me impactó de manera positiva, porque ayuda a desprenderse del ego y el egoísmo, para realizar una acción que invita a ponerse en los zapatos del otro, ya que

son personas que van encontrar quien los escuche y quien los acompañe de manera implicada y comprometida.

La fundación caleñitos, si bien ofrece bienestar y vela por los derechos fundamentales de los niños, niñas y jóvenes, tiene un plus valioso para mí y es el trabajo que realizan enfocado a la salud mental de las personas, porque en muchas ocasiones las fundaciones se enfocan en la salud física, en las necesidades tangibles, pero son muy pocas las que se proyectan a las situaciones psicológicas de cada persona, al entender o brindar una mano amiga. Actualmente vivimos en una sociedad donde lo material o la apariencia física vale mucho más, que vemos a diario caras sonrientes, y destrozados de la mente.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La Fundación Caleñitos, en cumplimiento de su objeto social, se enfoca en generar un impacto social directo y significativo en comunidades previamente identificadas, como el barrio La Fortuna, Siloé y Terrón Colorado. Para lograr este objetivo, la organización lleva a cabo una serie de actividades específicas y bien estructuradas, que incluyen la donación de insumos básicos de higiene, salud y educación, así como la entrega de prendas de ropa y alimentos en forma de mercados para cubrir necesidades esenciales. Además, esta OSP fomenta el bienestar integral de estas comunidades a través de actividades recreativas dirigidas a la población infantil, promoviendo así no solo el desarrollo físico, sino también emocional y social. Iniciativas que buscan mejorar las condiciones de vida, fortalecer el tejido social y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades más vulnerables.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	El principal objetivo social de la Fundación Caleñitos es generar un impacto significativo en el desarrollo de la población infantil vulnerable del Valle del Cauca, una región que enfrenta diversos desafíos socioeconómicos. Para lograrlo, se implementan estrategias integrales que combinan el trabajo social, la recreación y la educación, pilares fundamentales para promover el bienestar y la inclusión de estos niños y niñas. A través del trabajo social, se busca identificar y abordar las necesidades específicas de las comunidades, fortaleciendo sus redes de apoyo y fomentando la participación activa de las familias y los actores locales. La recreación, por su parte, juega un papel crucial en el desarrollo emocional y físico de los menores, ofreciéndoles espacios seguros donde puedan explorar su creatividad, fortalecer sus habilidades sociales y disfrutar de su infancia.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	En su característica importantes es que cuentan con su espacio propio desde hacer más de diez años, el cual está ubicado en el barrio San Fernando de Cali. Allí realizan reuniones específicas semanalmente en donde se hacen retroalimentación de los avances y las necesidades de los proyectos que se están desarrollando o están proyectados, además que en cierto periodo cuando tienen establecidos los proyectos, reúnen a sus voluntarios y colaboradores. Con ellos en su momento se hace capacitación, sobre todo en el aspecto de cómo llegar a la población vulnerable, ya que están ubicados en sectores de alta complejidad social y se puede percibir un posible rechazo.

<p>Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).</p>	<p>Son características amplias, en cuanto a roles, formación académicas o profesiones, hay unos colaboradores de base que son 10, cuyos perfiles van direccionados a la educación profesional en ámbitos como la educación, leyes, áreas de la salud, administración y contabilidad.</p> <p>También hay unos colaboradores flotantes que rondan entre 70 personas, que son aquellos que se unen a proyectos y actividades específicas, en estos perfiles encontramos personas sin formación académica, pero que deben manejar normas de conducta acorde a la población a tratar, con experiencia en el manejo de poblaciones vulnerables e infantiles.</p> <p>Y por supuesto como participantes de todo el proyecto entran los niños, jóvenes, padres de familia y adultos mayores que acompañen a los niños, así mismo con el director del pabellón de quemados del HUV, quien permite y autoriza el espacio de apoyo a niños y padres de familias que están en esta zona del hospital.</p>
<p>Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)</p>	<p>La OSP, sería una pequeña organización, la cual está compuesta por una junta de socios, encabezada por la Gerente María Andrea Arcila, quien, además, es la representante legal, está la directora de proyectos, 5 auxiliares logísticos que son los encargados de hacer el acercamiento con el territorio y la población vulnerable a la cual se va impactar, también hay un contador, una persona responsable SST y un abogado, ya que al tratarse de acercamientos con menores de edad y con población vulnerable, siempre deben de manejar los términos legales de esa cobertura.</p> <p>Justamente su cobertura territorial, está centrada principalmente en Cali y algunos municipios cercanos, apoyando a niños del Valle del Cauca.</p>
<p>Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.</p>	<p>En cuanto al organigrama que manejan, lo hacen por jerarquía, centralizado.</p> <p>Ahora bien, las formas de participación son amplias, pasando por las reuniones de planificación semanal donde se hacen cronogramas de trabajo, se reparten labores de seguimiento, e identifican casos sobre todo con el pabellón de niños quemados en el HUV, una relación la cual han sostenido durante un periodo de casi 10 años.</p> <p>En estas reuniones buscan además el ampliar el panorama en cuanto a estrategias de recolección de fondos y aliados importantes para el desarrollo de las actividades que ya están establecidas anualmente. Estos ejercicios son desarrollados y encabezados por María Andrea Arcila, como representante legal, la directora de proyectos Andrea Gómez, quien fue la persona designada por la representante legal para proporcionar la entrevista, el contador y el abogado.</p> <p>Ya en cuanto a las actividades y proyectos que realizan, están distribuidos en tres específicamente:</p> <p>ARTE, RECREACIÓN Y DEPORTE: con el cual llegan a los niños, niñas y jóvenes de sectores vulnerables, con el objetivo de brindarles</p>

espacios de sano esparcimiento y felicidad a este grupo poblacional vulnerable por la violencia y los escasos recursos, mediante actividades de recreación, charlas y juegos. Pero además en este proyecto que manejan, también involucran la educación, con el cual han realizado bibliotecas gratuitas y de fácil acceso en los sectores impactados.

También, está el proyecto ESTAR AL LADO DE, con el cual no solo se hace un acompañamiento psicológico a los niños y jóvenes sino también a su entorno ya sean padres de familia o acompañantes, ya que al ser en sectores vulnerables buscan estar pendientes de la salud mental de la familia entera, para brindarle mayor bienestar a los niños y jóvenes.

Por último, está el PABELLON DE QUEMADOS DEL HUV al cual apoyan en necesidades específicas básicas de niños y jóvenes de escasos recursos, y con acompañamiento psicológico a sus padres o cuidadores.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.

La Fundación Caleñitos tiene como principal característica, la creación de vínculos sociales profundos y significativos, donde cada individuo, desde la junta de socios, pasando por líderes comunitarios hasta los voluntarios, trabajan unidos por un mismo propósito: transformar la vida de niños, niñas y jóvenes en sectores vulnerables. Esta unión, fortalecida por la dedicación y el compromiso de todos, ha permitido que la fundación crezca y amplíe su impacto a lo largo de estos 16 años.

Uno de los pilares fundamentales de la Fundación Caleñitos es su profundo impacto en la niñez y sus familias. Son ellos, al final, quienes mejor dan testimonio de la labor social que realiza la fundación. A través del trabajo conjunto con líderes comunitarios y voluntarios, la fundación no solo brinda apoyo material, sino que también fortalece el tejido social, empodera a las comunidades y fomenta la resiliencia en quienes más lo necesitan.

Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.

La colaboración interna es ágil, eficiente, constante y, sobre todo, bien organizada. Existe una comunicación fluida entre quienes llevan a cabo las entregas y las actividades, destacándose el liderazgo, la dedicación y el respeto mutuo. Cada persona participa de manera clara y conoce perfectamente su rol.

Hacia el exterior, comparten información, pero de manera muy esporádica de lo que realizan en cada actividad, por lo que se vuelve una tarea principal fortalecer la comunicación externa, porque si bien tienen redes sociales, la interacción en ellas es baja.

Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.

La comunicación interna que aquí se maneja es directa y horizontal, por más que haya una cabeza establecida como es la de la gerente de la fundación, todos participan en el desarrollo de las actividades y planeación de trabajo, esto lo hacen por medios convencionales como WhatsApp, email y teléfono. También dentro de la fundación hay una cartelera grande con las proyecciones y trabajos mensuales a

Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	<p>realizar.</p> <p>La comunicación externa que manejan, en si no tiene un doliente y alguien profesional en el tema que les pueda echar una mano, ya que es la misma representante legal la que se encarga de manejar el contenido y la información que se establece en las redes sociales, la cual se evidencia que está limitada a esporádicas apariciones, sin una continuidad clara en la presentación de las actividades realizadas. Aunque se busca crear conciencia, acompañamiento y vinculación, la falta de regularidad en la difusión dificulta la comprensión de lo que se hace, cómo se hace, quiénes son los beneficiarios y el impacto social generado.</p>
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	<p>A pesar de contar con perfiles en Instagram donde aparecen como Fundacioncalenito y en Facebook donde aparece como Fundación Caleñito, donde se puede publicar material interesante con fotos, videos, reels, historias de vida y entrevistas llamativas de lo que se realiza en la fundación y a quienes impactan con la misma, la irregularidad en la comunicación externa impide que estos contenidos muestren con claridad y constancia el trabajo realizado. Anualmente la fundación lleva realizando actividades específicas de recreación, arte, educación y deporte en días esenciales como el día del niño donde se busca llevar alegría a niños y jóvenes de sectores vulnerables, también está el inicio de año escolar, en donde se trabaja con el objetivo de llevar útiles escolares y apoyo académico a los niños y jóvenes, el día de las brujitas y navidad, donde se hace un colectivo grande para poder dar momentos de sano esparcimiento y unión social. También tiene actividades donde generan empleo a madres cabeza de familia, en donde realizan la labor de apoyo logístico como actualmente lo hacen en la Villa Deportiva de Indervalle. Pero, además, en el calendario de actividades y proyectos esta la visita al pabellón infantil de cáncer y quemados en el HUV, al cual van en jornada de recreación y apoyo emocional a padres y cuidadores.</p>
Logros de proyectos exitosos.	<p>Uno de los principales logros de la Fundación Caleñitos radica en su capacidad para llevar a cabo un trabajo ininterrumpido a lo largo de diez años con los pacientes del pabellón infantil de cáncer y quemados en el Hospital Universitario del Valle (HUV). Durante este tiempo, la fundación ha mantenido un compromiso inquebrantable con estos pequeños, brindándoles no solo apoyo emocional y acompañamiento, sino también herramientas y actividades que les permiten sobrellevar su situación con esperanza y alegría. Además, la fundación ha ganado un espacio en sectores vulnerables de estratos bajos, acercándose a niños y jóvenes para ofrecerles oportunidades de crecimiento, educación y recreación.</p>
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	<p>Problemas relacionados con inseguridad en las comunidades (exposición a hurtos, extorsión y violencia) diferencias culturales entre la población a impactar y quien da el apoyo social, dificultades</p>

Otros aspectos para comentar.

relacionadas con la obtención de recursos económicos suficientes para generar impactos significativos.

Uno de los aspectos a comentar es que si bien la Fundación Caleñitos, nació como una fundación sin ánimo de lucro, y el trabajo que se realizaba era de personas cercanas que querían apoyar a los niños, llevarles espacios de recreación, en el transcurrir de los años, se convirtió en una Fundación Mixta, la cual recibe recursos mediante donaciones, pero también mediante el trabajo operativo en eventos que realizan principalmente con la Gobernación del Valle e Indervallo, donde asumen un proyecto y con madres cabezas de familia o padres de los mismo niños y jóvenes vulnerables y de escasos recursos, realizan el trabajo logístico y operativo de lo mismo, lo que permite no solo obtener fondos para la realización de las actividades establecidas en el cronograma anual, sino también la generación de empleo a personas que lo necesitan y que hacen parte del círculo social que impacta la fundación.

Fuente. Elaboración propia con información suministrada por la OSP.

Informe de Identificación

Al realizar mi trabajo de aprestamiento, la OSP que captó mi atención y fue mi seleccionada para este trabajo fue la Fundación Caleñito, una organización que tiene como misión contribuir a la restitución y defensa de los derechos de niños, niñas y jóvenes en sectores vulnerables. Su enfoque principal se centra en programas como Arte, Recreación y Deporte, que buscan motivar a los jóvenes a través de actividades culturales y deportivas, promoviendo el uso positivo del tiempo libre y velando por su salud mental. Además, la fundación extiende su impacto a la comunidad en general mediante el programa ESTAR AL LADO DE, que ofrece atención psicológica y acompañamiento humano a personas de todas las edades, fomentando la empatía y el apoyo mutuo.

La elección de esta OSP se da por su enfoque integral, que va desde atender las necesidades físicas y materiales de las poblaciones vulnerables, hasta el acompañamiento en problemáticas de salud mental, con énfasis en el bienestar emocional de las personas. Este punto en particular es muy valioso ya que se desarrolla en un contexto social donde las problemáticas

psicológicas suelen ser subestimadas o ignoradas. Además, el trabajo de esta fundación se alinea con las lógicas de horizontalidad y participación comunitaria, ya que promueve la construcción de redes de apoyo basadas en la empatía, la escucha activa y el compromiso con el otro, principios fundamentales de la Investigación-Acción (IA).

Para Villasante (2006), las redes sociales para la investigación participativa se basan en relaciones horizontales que fomentan la afinidad cultural e ideológica entre los actores involucrados. En este sentido, la Fundación Caleñitos representa un espacio para desarrollar procesos de investigación-acción, ya que su labor se fundamenta en la creación de vínculos solidarios y en la identificación de necesidades colectivas, lo que permite una mayor implicación de la comunidad en la búsqueda de soluciones a sus problemáticas.

Con la Fundación Caleñitos encontramos varias posibilidades las cuales ofrecen un espacio único para abordar problemáticas psicológicas y emocionales, lo que permite profundizar en aspectos poco explorados por otras organizaciones. Este enfoque es coherente con las intencionalidades de la IA, que busca transformar realidades a partir de la comprensión profunda de las necesidades de las comunidades.

La fundación evidencia un trabajo en red y horizontalidad que fomenta la construcción de redes basadas en la empatía y el apoyo mutuo, lo que facilita la participación activa de la comunidad en los procesos de Investigación Acción. Y es ahí donde entra la construcción de una estrategia basada en redes sociales y en la comunicación, porque como Gallego (2011) plantea: "Las redes sociales se han convertido en un espacio fundamental para el desarrollo humano, ya que permiten la creación de vínculos solidarios, el intercambio de conocimientos y la construcción de comunidades basadas en la confianza y el apoyo mutuo" (p. 117).

Estas dinámicas son esenciales para organizaciones que, como la Fundación Caleñitos, buscan promover el bienestar integral de las personas, es por eso que considero que, para lograr ese fortalecimiento en el impacto, la fundación debe de tener una integración de metodologías virtuales, como la utilización de redes sociales y herramientas digitales que les permita ampliar su alcance, teniendo una mayor difusión de sus programas y una comunicación más efectiva con la comunidad. Esto es especialmente relevante en un contexto donde las redes sociales son espacios de influencia social y construcción colectiva.

Pero, así como hay oportunidades, en este proceso también se identifican limitaciones en las cuales se debe trabajar, como limitaciones económicas y logísticas que dificulten la implementación de nuevas estrategias o la ampliación de sus programas.

En el análisis que se ha realizado hasta el momento de la fundación, se evidencia una resistencia al cambio de manejo de la comunicación externa, por lo cual se debe de realizar un proceso de introducción de nuevas metodologías, especialmente aquellas relacionadas con el uso de redes sociales, proceso para el cual se puede encontrar resistencia por integrantes de la misma fundación, debido a la falta de familiaridad con estas herramientas.

De esta manera, es que considero que la Fundación Caleñitos si representa un espacio propicio para desarrollar un proceso de IA que no solo busque comprender las problemáticas de la comunidad, sino también transformarlas a través de la participación activa y la construcción colectiva de soluciones.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

<p>OSP: Fundación Caleñitos Hora inicio: 7:00 a.m. María Andrea Arcila: representante legal y fundadora Michael Arévalo: Fundador Andrea Gómez: Directora de proyectos Alvaro Hurtado: Asistente de proyectos Yurani Castillo: Psicóloga Y un grupo de 10 voluntarios que apoyaron la actividad.</p>	<p>Actividad: Donación desayunos Hora finalización: 10:00 a.m. Investigadora: Tania Moreno Montoya</p>	<p>Fecha: 2 de julio de 2024 Lugar: Centro de Cali</p>
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>La Fundación Caleñitos, se ha caracterizado por velar por los derechos fundamentales de los niños y jóvenes, pero también por realizar actividades en pro de la población vulnerable y más necesitada de Cali y el Valle del Cauca, como lo hicieron con esta actividad que desarrollaron en el centro de la ciudad de Cali, la cual se enfocó en brindar apoyo a una de las poblaciones más vulnerables: las personas en condición de calle. Esta actividad se desarrolló como lo mencionaron los integrantes de la fundación con el objetivo de llevar un poco de alivio y esperanza a quienes más lo necesitan, por eso esta OSP organizó la donación de 300 desayunos en diferentes sectores del corazón de la ciudad.</p>	<p>Teniendo este nuevo acercamiento con la fundación Caleñitos, es grato ver el trabajo que realizan no solo enfocado a los niños, sino ese trabajo que hacen con la población vulnerable de Cali y el Valle del Cauca, lo que no permite analizar de manera positiva como las personas que integraron la actividad tiene esa capacidad de liderar un proceso desde lo social, haciendo una labor sin ánimos de lucro, sacando de su tiempo y entregando sin barreras y con amor, un poco de felicidad a personas que quizás no lo expresan pero si lo necesitan. Este ejercicio permite interpretar y entender que a veces no se necesita tener algo súper estructurado y organizado para poder realizar una labor social, sino que por el contrario se convierte en una invitación a las</p>	<p>Al preguntarme por el desahogo debo de dividir esta pregunta es dos puntos importantes, en lo que siento yo como persona, lo que me genera emocionalmente este tipo de actividades, y el segundo punto lo que me queda desde la óptica profesional la labor que realizó la Fundación Caleñitos. Sin duda el hacer labor social, siempre despierta un río de emociones y de autoanálisis, ya que, al ver esta actividad se pregunta uno el por qué nunca ha tomado la iniciativa de desarrollar este tipo de labores sociales sabiendo que a diario nos encontramos con casos de personas en</p>

Al no contar con una población previamente acordada, la fundación optó por una estrategia ágil, utilizando un vehículo que recorrió los alrededores de la emblemática Plaza de Caycedo y sus zonas aledañas. Durante el desarrollo de la entrega de los desayunos, los integrantes de la fundación caleñitos llegaron directamente a las personas que se encontraban en el momento en esos sectores, asegurando que la ayuda fuera accesible para quienes más la necesitaban.

Como no hubo una población previamente seleccionada, la actividad se desarrolló de una manera más espontánea y adaptada a las necesidades inmediatas de quienes estaban en las calles.

Por lo que pudieron expresar los integrantes de la Fundación Caleñitos que estuvieron presentes en la actividad, los voluntarios, trabajaron con una actitud amable y respetuosa, se encargaron de distribuir los desayunos de manera eficiente. Cada entrega se realizó mostrando la calidez humana que caracteriza a las personas que integran la Fundación Caleñitos, lo que generó sonrisas y agradecimientos por parte de los habitantes de la calle. Fue evidente cómo este pequeño acto de solidaridad logró impactar positivamente en el ánimo de las personas, brindándoles no solo alimento, sino también un momento de dignidad y reconocimiento.

Además, hablaron de la buena

personas del común a ser más altruista. En esta oportunidad la entrega de esos 300 desayunos se realizó en un contexto abierto, donde la selección de los beneficiarios no respondía a criterios predeterminados, sino que dependía del encuentro fortuito con personas en situación de vulnerabilidad. Este detalle en particular permitió el acercamiento con una diversidad de hombres, mujeres, jóvenes, adultos y niños, donde cada uno carga con su propia historia y necesidades.

Por su puesto, aunque no hubo una población específica, si se comprende que la elección del sector no fue casual, ya que en el centro de Cali hay una alta concentración de personas en situación de calle, que evidencia las desigualdades y carencias que caracterizan a ciertas áreas urbanas. Y aunque esta actividad permitió comprender las necesidades materiales de estas personas, también nos permite conocer que la vulnerabilidad y el ser parte de este grupo poblacional no tiene género, ni edad, ni raza, mostrándonos la importancia de entender que en la calle nos encontramos con historias, casos y necesidades distintas, que las necesidades de un niño no son las mismas que las de un adulto mayor, o que las experiencias de las mujeres en condición de calle aunque compartan esa misma situación es muchísimo más difícil que el andar de los hombres.

La interpretación desde el ejercicio de observación en este

situación de calle, como ser humano me lleva a replantearme que hago de positivo para ayudar a la transformación de la sociedad en la que vivimos y de ayudar a acortar esas desigualdades sociales. Como mamá, es un choque emocional saber que mientras doy todo para que mi hijo tenga un techo en donde escamparse y sus tres platos de comida diario, hay niños a los que la calle les ha arrebatado sus derechos y que son inocentes de la situación que viven, que deberíamos de tener leyes y más lugares que busquen salvaguardarlos y brindarles un lugar sano donde puedan escribir una historia diferente.

Además, me lleva a replantearme que estas acciones, aunque altruistas, deberían de atender necesidades muchísimo más profundidad, comprendo los alcances de la fundación y hasta donde pueden llegar con sus recursos y apoyo, pero si me queda la idea de poder hacer acciones de un impacto más grande con los habitantes de calle en especialmente con los niños. Ahora bien, desde el ámbito profesional, considero que la fundación estuvo bien organizada y logró un impacto importante desde la solidaridad y planteándose como un acto de esperanza o comprensión hacia esa población, ya que, al no tener un protocolo establecido,

organización y coordinación de la logística para esta actividad. El vehículo se movió de manera estratégica por las calles del centro, deteniéndose en puntos clave donde se identificaba a personas en condición de calle. Para mí fue inspirador entender y comprender cómo, a través de esas acciones concretas y bien organizadas, se puede llevar esperanza y apoyo a quienes enfrentan situaciones difíciles en las calles de Cali.

tipo de actividades donde se tiene contacto con una población tan vulnerable, pero que a la vez tiene una barrera impuesta por la sociedad, permite reflexionar que la fundación podría empezar a trabajar no solo en brindar ese tipo de ayuda inmediata, sino también trabajar en la comprensión de las diferentes necesidades de este grupo poblacional y generar múltiples acciones que permitan responder a las necesidades que se van encontrando con cada historia que se teje en el camino con los habitantes de calle, por eso esta experiencia refuerza la idea de que la observación no es solo un acto de mirar, sino una herramienta para interpretar y dar el paso de empezar a transformar realidades.

llegó de manera genuina a cada uno de los habitantes de calle, y es ahí, justo en ese punto donde se vuelve valioso la importancia de tener una persona profesional en comunicación social, que pueda entrar con esa chispa periodística pero con sentido social que genere acercamiento y descubrir en las historias de vida que se van encontrando en el recorrido esas necesidades en las que se puedan profundizar y apoyar desde la Fundación Caleñitos.

Fuente. Elaboración propia, con base a la información recolectada y suministrada en la OSP.

Informe Sociopráxico

La Fundación Caleñitos si bien tiene un slogan el cual dice ‘Unidos por la niñez’ y en el que evidencia que su trabajo esta direccionado a los niños y jóvenes, ha mostrado que también trabaja en pro de los diferentes grupos poblacionales en condición vulnerable, realizando acciones que nos ha permitido conocer un poco más de esa labor solidaria con la que han impactado a niños y jóvenes de estratos bajos y sectores vulnerables de Cali, a niños que están internados en el pabellón de cáncer y quemados en el HUV, y poblaciones integradas por habitantes en condición de calle, trabajo que han realizado mediante actividades de integración, recreación y arte, también mediante donaciones a necesidades puntuales y acciones solidarias como la repartición de comida

en las calles de Cali, brindando además acompañamiento también en temas legales, que una población específica y en este caso vulnerable pueden tener en sus necesidades.

En este estudio se logra analizar y conocer un poco más la problemática central que trata de mitigar y por la cual trabajan los integrantes de la fundación, que es ayudar y velar por los derechos fundamentales y la dignificación de las personas, labor que realizan mediante un grupo de profesionales de diferentes áreas, y por supuesto un grupo de voluntarios o colaboradores, que trabajan por aportar a la mejora de la calidad de vida de aquellos que de una u otra manera se acercan a la fundación, buscando una mano amiga que se identifique con su historia y necesidades.

En cuanto a la pregunta que plantea la guía de ¿Cómo se vivió la Sociopraxis en la práctica de las actividades de la Fase de Recolección de Información en la OSP? puedo decir que fue una experiencia que permitió no solo la construcción de un análisis sobre lo desarrollado por la fundación, sino también la oportunidad de una retroalimentación de las acciones que realizan en la OSP y mi óptica personal y profesional, lo que permitió además un acercamiento desde la atenta escucha a ese tipo de actividades específicas que la caracterizan, es por eso que la entrevista cualitativa permitió que comprendiéramos a profundidad, no solo los proyectos y actividades que realizan para la sociedad, sino el impacto que esta tiene a nivel de comunicación externa, sobre todo en el manejo de las redes sociales y el cómo se dirigen a la población que impactan, analizando quienes aportan estrategias y planes de trabajo para que el alcance de la fundación sea mayor.

También destaco la importancia de poder conocer e identificar a aquellos que integran la Fundación Caleñitos, entendiendo además el rol y labor de cada uno de ellos, desde la cara visible hasta alguno de sus colaboradores, descubriendo aquellos elementos internos que

fortalecen su labor. Descubrimos también esas distintas profesiones de los miembros que forman parte del equipo, además de observar el alto grado de dedicación y el firme compromiso que evidencian ante cada proyecto que deciden desarrollar.

Por su parte, en el diario de campo se pudo identificar esa esencia única que guía su labor, centrada en su razón de ser: el trabajo social y el servicio desprendido a la comunidad, aspectos clave que buscan fortalecer cada vez más el proceso que vienen desarrollando desde hace 16 años. Un punto valioso que también se destaca, es la importancia y el respeto con el cual tratan a los voluntarios y colaboradores haciéndolos sentir parte fundamental de la OSP, un ejercicio que aporta que la fundación sostenga relaciones sólidas y significativas, con su personal interno, con donantes y aliados estratégicos. Lo que evidencia que priman valores importantes como el respeto, el compañerismo, trabajo en equipo y por supuesto la solidaridad

Teniendo presente que: “La observación de esta estructura social surgió esa primera definición de red entendida como un conjunto de puntos, algunos de los cuales están incluidos por líneas. Los puntos son personas o grupos, y las líneas indican que los individuos interactúan” (Barnes, 1954, p. 43). Podemos identificar que la estructura social que establecido la fundación es más una red de personas, un trabajo mediante la conexión humana de manera personal, logrando hacer crecer su impacto mediante líderes de sectores con los que se va generando un vínculo fundamental para poder llegar a la población beneficiaria, lo que lleva hacer énfasis que por ahora la conexión la hacen mediante la interacción directa y personal, y dejando claro que todavía hay un vacío considerable en la interacción por medio de las redes sociales digitales, que todavía no le han dado ese valor agregado que tienen estas herramientas que les pueden ayudar a

fortalecer la imagen y generar una red personal más grande, pues aun no identifican esa importancia y el sentido que puede generar el que posteen o hagan circular en la web una pieza gráfica, una foto o un video, que acompañados de muestras de conocimientos desde diferentes áreas profesionales y sensibilización social pueden no solo ayudar a mostrar lo que se hace, sino a atraer mayores y mejores cosas a la fundación.

Para cualquier organización que quiera ampliar su alcance y darse a conocer cada vez más, es fundamental priorizar la satisfacción de quienes la apoyan, colaboran con ella, por ello es importante que una de sus raíces sea enfocarse en ofrecer una experiencia positiva a estos actores clave mejor, ósea trabajando también en la comunicación interna y organizacional, teniendo esto presente no solo fortalecerá su imagen y credibilidad, sino que también incrementa su capacidad para alcanzar sus metas y cumplir con su propósito.

Como señala García (2006): “la elaboración del relato surge en la interacción durante la entrevista, donde el entrevistador, con su contexto y herramientas, dialoga con el entrevistado, quien aporta su realidad y vivencias cotidianas”. (p. 4). Esto subraya la relevancia de establecer conexiones significativas a través de preguntas precisas, que permitan no solo interpretar, sino también fundamentar en datos, valores, casos específicos y testimonios. De esta manera, se logra generar un sentido de pertenencia en una comunidad que se siente respaldada, mientras se motiva a otros a participar activamente, no solo desde lo económico, sino también desde la conciencia de que su contribución es valiosa, necesaria y que cada acción, por pequeña que sea, impacta positivamente en la vida de los niños y jóvenes.

En ese sentido, se puede decir que esta fase resultó bastante fructífera, tanto desde la perspectiva práctica como desde las oportunidades identificadas para fortalecer la visibilidad y el impacto de la Fundación Caleñitos, mediante esas acciones significativas, con las cuales se busca

no solo ampliar su alcance, sino también consolidar y profundizar el vínculo con quienes ya forman parte de esta iniciativa, manteniendo su compromiso y pasión por la causa la cual siempre estará enfocada al respeto por los derechos y a la dignificación humana.

Construcción

Figura 1

Sociograma Fundación Caleñitos



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Figura 2

Conjuntos de Acción Fundación Caleñitos



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Equipo Directivo	Son los encargados de la toma de decisiones estratégicas.			
Voluntarios	Comparten los valores de la fundación y participan activamente.			
Hospital Universitario del Valle	Brindan el espacio y apoyo para las actividades con los niños del pabellón de quemados y de oncología.			
Gobernación del Valle		Puede colaborar en políticas, pero con agendas propias.		
Beneficiados	Son la razón de ser de la fundación, y abren la puerta a poder cumplir con la misión.			
Medios de Comunicación			Aparecen cuando hay noticia; no tienen vínculo directo.	
Empresas privadas aliadas		Aportan recursos, pero su interés puede ser más reputacional.		
Líderes comunitarios	Algunos comparten los valores y colaboran.	Otros pueden estar poco involucrados.		
Redes de maltrato infantil.				Son una amenaza directa y van en contra de toda ética.

Fuente. Elaboración propia con información suministrada por la OSP.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	Fundación Caleñitos	Fundación Casa de Colombia	Fundación Color y Esperanza	Fundación Plan
Fines u objetivos (Misión y Visión)	<p>La Fundación Caleñitos trabaja para garantizar los derechos de niños, niñas y jóvenes en situación de pobreza, brindándoles oportunidades que les permitan construir mejores alternativas de vida. Promueve su desarrollo integral e inclusión social mediante actividades culturales, recreativas, educativas y deportivas, adaptadas a sus etapas de crecimiento. Estas iniciativas fortalecen sus habilidades personales y sociales a través del arte y el deporte. Además, la fundación ofrece apoyo y seguimiento durante y después de su participación en los programas, asegurando su desarrollo personal y adaptación social mediante</p>	<p>La Fundación Casa de Colombia, es una organización que trabaja a favor de la población infantil colombiana más vulnerable, en dos importantes programas: Salud y Educación. Brindando acompañamiento integral y potenciamos la capacidad de autogestión de las familias para que puedan defender sus derechos, garantizando el Bienestar y Desarrollo de sus hijos. Y busca consolidarse como una Fundación comprometida con procesos de intervención social, a favor del Desarrollo de los niños y sus familias, estimulando el trabajo en RED y convocando cada día a la solidaridad de Empresas y Personas naturales, que contribuyan a la labor de la Fundación.</p>	<p>La Fundación Color y Esperanza, tiene como fin defender, promover y proteger los derechos de niños, niñas, adolescentes, jóvenes y sus familias en situación de vulnerabilidad en el Chocó, mediante acciones integrales en educación, educación sexual y reproductiva, y cultura. Su objetivo es brindar acompañamiento para prevenir riesgos como el reclutamiento forzado y la trata de personas, fomentando valores, habilidades para la vida, salud, recreación y participación social. A largo plazo, busca convertirse en un agente de transformación social, impulsando una formación basada en principios éticos y méritos para mejorar la</p>	<p>La Fundación Plan, es una organización sin ánimo de lucro, la cual tiene como finalidad trabajar por un mundo justo que promueva los derechos de la niñez y la igualdad de las niñas. Su propósito es empoderar a niñas, niños, jóvenes y comunidades para generar cambios duraderos que aborden las causas de la discriminación, la exclusión y la vulnerabilidad. Busca impulsar transformaciones en prácticas y políticas a nivel local, nacional e internacional, apoyando a las comunidades en la adaptación y respuesta a crisis, y garantizando el desarrollo seguro y positivo de los niños y niñas desde su nacimiento</p>

	atención psicológica, orientación educativa y acompañamiento en nuevas realidades.		calidad de vida y la inclusión de esta población.	hasta la edad adulta.
Localización	Están ubicados en Cali en la Carrera 36b # 5b2 - 39 Barrio San Fernando	Está ubicada en la dirección Avenida 6B Norte No. 25AN-35 en el barrio Santa Mónica, en Cali.	Unguía, Chocó Casa de Colores: Parque Principal de Unguía	La oficina principal está ubicada en Bogotá, en la Kr 13 #93-19.
Miembros	María Andrea Arcila representante legal y fundadora; Michael Arévalo, Fundador; Andrea Gómez, Directora de Proyectos; Yurani Castillo, Asistente de Proyectos; Lina Arévalo, Psicóloga Y un grupo de 10 voluntarios que apoyaron la actividad.	Adriana Gómez, directora ejecutiva; Juanita Castro, comunicadora social; Julieth Fernández, auxiliar de trabajo social; Luisa Fernanda Herrera, secretaria administrativa; Laura Sofía Ramos, coordinadora social, además de un grupo de voluntarios que están liderados por Nohra Naranjo, María Cristina Chavarriaga, Adriana Correa y Diana Penagos.	Nellysabeth Murillo Ramírez, directora y fundadora; Diana Barrera, Contadora; Luz Yaneth Londoño, coordinadora de proyectos; Viviana Valoyes, docente; Claudia Muñoz, coordinadora de comunicaciones y un grupo de voluntarios integrados por Murcy quien fotógrafo y Mathilde antropóloga.	Ángela Anzola de Toro, presidenta de la fundación, Helena Vargas del Valle, Presidenta de la Junta Directiva; Luis Orlando Álvarez, Vicepresidente de la Junta Directiva; Carlos Aparicio, contador; Claudia Silva, publicista; Pilar Mejía, periodista; Héctor Santaella Quintero, abogado.
Proyectos desarrollados	Arte, Recreación y Deporte; Donatón de alimentos; Estar del lado de; Siloé estamos contigo; Día dulce; Regalando sonrisas.	Pulgueros solidarios Jornada preventiva infantil auditiva y visual Entrega de gafas Jornada de ortopedia infantil Programa educación Programa de Columna y Escoliosis Programa de nutrición infantil	Fortalecimiento de la educación, programa de educación sexual, programa de cultura, plan amigos, tienda de colores y Navidad para el Chocó.	Horizontes seguros, Agua y mejor saneamiento para las escuelas, Plantando Futuro, Proyecto ELLA, RedConócete, Internet Más, Proyecto de Cobertura y Atención.
Aliados	HUV, Gobernación del Valle, Alcaldía de Cali, Inderval, Recreavalle.	Carvajal, Global Saline Outreach, Fundación Único, Fundación Valle del Lili, Fundación Club Noel, Instituto de niños ciegos y sordos.	Tecnológico de Antioquia, Latinaxpo, Hospital Local de Unguía.	Grupo Éxito, BBVA, Scotiabank Colpatria, General Motors, Fundación Corona y Fondation chanel

Antigüedad	La fundación Caleñitos lleva en funcionamiento desde el año 2009.	Tiene aproximadamente 38 años, su constitución legal fue en el año de 1986.	La fundación tiene 15 años empezó en 2010 cuando se unieron unos amigos.	Trabaja hace más de 60 años en la promoción de los derechos de la niñez.
Descripción de sus redes sociales	La Fundación Caleñitos solo cuenta con dos redes sociales que es Instagram que aparece como fundacioncalenitos y tiene 602 seguidores y Facebook como Fundación Caleñitos en donde tiene 1084 seguidores, sus publicaciones son muy bajas en interacción y no tiene buena generación de contenido.	La fundación mantiene actividad en tres plataformas: Facebook: tiene 3.6 mil seguidores y 3.3 mil likes. Sin embargo, el alcance e interacción son limitados. Instagram: con 1,902 seguidores y 813 publicaciones, esta red muestra un historial de contenido constante, aunque con bajo engagement. YouTube: La cuenta tiene 100 suscriptores y 71 videos publicados.	La Fundación Color y Esperanza en Colombia tiene una presencia activa en redes sociales, aunque con un alcance modesto en engagement, en Facebook tiene 3.900 seguidores y 3.700 likes, en Instagram tiene 11 mil seguidores, pero sus publicaciones no pasan de 30 likes y en YouTube tiene 78 suscriptores y 20 videos.	En Facebook cuenta con 83 mil seguidores y 75 mil likes en su historial de publicaciones, en X tienen 9.996 seguidores, pero sus publicaciones no pasan de 5 likes, en Instagram tiene 16,800 seguidores, pero sus publicaciones no pasan de los 40 likes, en YouTube tiene 1850 seguidores. En todas sus redes su comportamiento de interacción es bajo.
Tipo de comunidad ética	Ética social y altruista	Ética social, médica y altruista	Ética social, sostenible y altruista	Ética social, sostenible y organizacional.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	Ética social y altruista La información fue obtenida mediante entrevista a Andrea Arévalo, asistente de proyectos de la Fundación Caleñitos.	La información fue obtenida de dos formas, mediante la página web https://casadecolombia.co y corroborada por llamada con la coordinadora social, Verónica Albán.	La información fue obtenida de dos formas, mediante la página web https://www.coloryesperanza.org/ y en las redes sociales donde aparecen como Fundación Color y Esperanza.	La información fue obtenida de dos formas, mediante la página web https://plan.org.co/ y en las redes sociales donde aparecen como Fundación Plan.

Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Informe de Investigación

El proceso que se ha realizado con la OSP escogida para el desarrollo investigativo ha dejado como resultado un recorrido a profundidad y de manera sentida, por las raíces y el corazón de una organización que a lo largo de 16 años ha trabajado en pro de transformar realidades y de regalar sonrisas: la Fundación Caleñitos. Desde el primer acercamiento, el cual estuvo establecido mediante llamadas y encuentros de manera presencial con parte del equipo de trabajo de la fundación, se logró establecer una conexión que poco a poco se fue tornando cercana y humana. Fue así como se descubrió no solo su estructura y forma de operar, sino también el alma de su misión: trabajar con amor, compromiso y entrega por niños, jóvenes y comunidades vulnerables de los sectores más necesitados de Cali y el Valle del Cauca.

La Fundación Caleñitos nació del firme deseo de ofrecer esperanza a quienes muchas veces han crecido rodeados de carencias, violencia, soledad o falta de oportunidades. Su labor no solo busca brindar ayuda, sino encender sueños, acompañar procesos y dignificar vidas que han sido golpeadas por la desigualdad. Comprender su impacto fue posible gracias al contacto directo con su equipo, quienes me permitieron conocer como han trabajado y que han realizado a lo largo de su historia, pero que además dejaron conocer qué les hace falta para poder seguir fortaleciendo los procesos que desarrollan. Porque, como bien lo expresa Noguera (2011), “cuando crecemos vamos generando una red personal concreta, referida a nosotros mismos y que varía con el paso de los años”. (p. 12), y es ahí precisamente donde la Fundación Caleñitos deja una huella imborrable.

A lo largo de su historia, esta OSP ha logrado posicionarse como un agente de transformación social en la ciudad de Cali y el Valle Cauca, especialmente entre niños y niñas de los estratos más bajos. Su trabajo nace de una apuesta genuina por el respeto a los derechos, el

bienestar y la alegría de los niños, inspirándose en iniciativas como celebraciones de días especiales, donación de implementos necesarios para la formación de esta población, trabajos mancomunados con el pabellón de quemados del HUV, entre otras.

Su trabajo ha venido evidenciando un proceso, no solo externo sino también interno, generando oportunidades de crecimiento para sus colaboradores profesionales, ya que uno de los motores que mueve a la Fundación Caleñitos ha sido la construcción de un compromiso genuino y entregado de un grupo humano y social, para con quienes más lo necesitan. Como lo afirma Martín (1999): “si consideramos que la realidad social no es preexistente, sino construida socialmente, el proceso investigador no puede ser considerado como mero recopilador de datos, sino que es productor de información... Crear y elegir tiene la misma raíz”. (p. 133)

Desde esta perspectiva, la investigación sobre la Fundación Caleñitos cobra un sentido profundo: no se trata solo de observar o describir, sino de comprender cómo sus acciones logran transformar entornos, familias y sueños. Su enfoque participativo busca empoderar a las comunidades desde adentro por medio de ese trabajo mancomunado con los líderes comunitarios, brindando espacios donde no solo se enseñan habilidades, sino que se fortalecen vínculos, se estimula la autoestima con su programa ESTAR DEL LADO DE y se siembran proyectos de vida. De esta manera, la Fundación Caleñitos se convierte en una red de apoyo real para quienes la integran. Tal como lo expresa CIMAS (2010), esta labor se basa en “un proceso participativo que conlleva la devolución de la información a la misma población para que, debidamente apoyada por técnicas adecuadas, sea ésta la que profundice, priorice y planifique sus propias estrategias de superación”. (p. 35).

En relación con los actores externos, se ha identificado que la Gobernación del Valle del Cauca, junto con otras entidades tanto públicas como privadas, participa de manera activa,

aunque aún limitada, en los procesos de comunicación con la Fundación Caleñitos. Su presencia forma parte de una comunicación más informal o no oficial, que se construye a partir de contactos personales, redes de apoyo compartidas, y la participación conjunta en eventos o actividades donde la fundación deja huella por su labor social. Este tipo de interacción, que podría entenderse como una forma de comunicación horizontal, permite sostener vínculos y abrir espacios de colaboración, aunque no siempre logra consolidarse como una estrategia fuerte y constante. Aun así, estos lazos contribuyen a mantener viva la proyección institucional de la fundación.

Durante el desarrollo del proceso investigativo, se ha evidenciado que, si bien la Fundación Caleñitos ha logrado construir una red social humana sólida, basada en vínculos reales con las comunidades y en un trabajo comprometido con la infancia y población vulnerable de Cali, aún enfrenta retos importantes en cuanto a su proyección comunicacional. La fundación, a pesar de su valiosa labor social, no ha dado el paso necesario al desarrollo de estrategias digitales y al uso consciente de sus redes sociales como herramientas clave para visibilizar su impacto, atraer aliados estratégicos y fortalecer su imagen institucional ante la opinión pública. Aún no han dimensionado que esta transición representa una oportunidad de crecimiento, ya que, como bien lo menciona Noguera (2011), estamos ante “una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: video, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas en la socialización que permiten que las personas puedan interactuar a través de espacios digitales”. (p. 12). No obstante, aún queda camino por recorrer para que la Fundación Caleñitos logre consolidar una presencia digital estratégica, coherente y sostenida, que refleje el valor real de su impacto social.

Se reconoce la importancia de fortalecer la comunicación como eje transversal del impacto social. La experiencia con la Fundación Caleñitos permitió identificar que, en un entorno cada vez más digitalizado, es necesario construir una red comunicativa activa y estratégica que conecte con las audiencias desde la emoción, la cotidianidad y la verdad de su labor. Crear contenidos relevantes, como recomendaciones simples, relatos breves de experiencias en el campo, registros audiovisuales de actividades sociales o campañas informativas de hechos que se estén presentando con la población vulnerable, como nuevas normativas con los derechos fundamentales de los niños, normativas con los derechos a la salud, este tipo de contenido no solo genera recordación y viralidad, sino también conciencia y empatía.

Esto requiere, además, actualizar los lenguajes, comprender las dinámicas digitales actuales y construir mensajes con sentido, donde el valor humano y el servicio estén siempre en el centro. Aun así, esto no es un trabajo aislado. Requiere voluntad por parte de la organización y una estrategia bien fundamentada que integre caracterización de públicos, narrativas claras y acciones comunicativas que fomenten la participación y el aprendizaje colectivo. Como bien lo afirman Kamlongera y Mafalopulos (s.f.), “un solo grupo o asociación podrían no tener todos los recursos para tratar un determinado problema de la comunidad; de allí la necesidad de trabajar en red con otras organizaciones buscando apoyo”. (p. 26), recordándonos que el verdadero impacto se construye desde la unión de fuerzas, saberes y voluntades.

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

La Fundación Caleñitos, cuya misión se centra en impactar de manera positiva a la población infantil y vulnerable del Valle del Cauca, enfrenta actualmente un reto importante: la invisibilidad comunicacional, que abarca la carencia de canales digitales activos, la falta de contenido estratégico y la ausencia de una narrativa institucional clara; puntos que han limitado su conexión con la comunidad. Teniendo todo esto presente, se propone una estrategia de comunicación organizacional y digital integral que permita a la fundación posicionarse como referente regional, mediante la implementación de un enfoque participativo, humano y sostenible.

Partiendo del principio de que la comunicación debe ser transversal y estar alineada con la misión institucional, esta estrategia se construye desde un enfoque narrativo, emocional y educativo. Su propósito es dar visibilidad al impacto transformador que tiene la fundación en las comunidades vulnerables, haciendo uso de las herramientas digitales, los lenguajes contemporáneos y las dinámicas de interacción propias de las redes sociales. Como lo señalan Kamlongera y Mafalopulos (2008): “Una estrategia de comunicación es eficaz cuando aborda las raíces del problema con intervenciones que surgen del diálogo con la comunidad”. (p. 15). Desde esta premisa, se plantea una estrategia que no se impone desde afuera, sino que nace de la realidad misma de la fundación, de sus actores, sus beneficiarios y su contexto.

Actualmente, la Fundación Caleñitos enfrenta una problemática de invisibilidad comunicacional, que se manifiesta en la inactividad de sus redes sociales, la falta de contenido estratégico, la ausencia de una narrativa institucional clara y la carencia de una página web. Esta situación ha generado una desconexión con la comunidad, ha limitado la posibilidad de

establecer alianzas y ha disminuido significativamente el reconocimiento institucional. En consecuencia, la Fundación carece de una estrategia de comunicación efectiva y de canales activos que le permitan visibilizar su labor, conectar con aliados estratégicos y atraer apoyo, lo que se traduce en una escasa presencia digital y una baja recordación de marca.

A través de un análisis DOFA se identificaron fortalezas como el enfoque integral del trabajo comunitario (social, educativo y recreativo) y la cercanía con el territorio; así como debilidades evidentes como la inactividad en redes, la falta de contenido propio, la inexistencia de una página web y el uso limitado de herramientas de comunicación externa e interna. Este análisis permitió reconocer oportunidades como la apertura a alianzas, la implementación de estrategias digitales de bajo costo y el interés social que despierta el trabajo con infancia vulnerable. A su vez, se identifican amenazas relacionadas con la saturación de organizaciones que compiten por la atención pública y la desconfianza frente a instituciones sin presencia comunicacional consolidada.

Con base en el diagnóstico y el análisis realizado, se establece como objetivo general de esta estrategia el diseño e implementación de una propuesta de fortalecimiento organizativo y comunicacional para la Fundación Caleñitos, que permita visibilizar su labor social y conectar efectivamente con la comunidad, aliados estratégicos y donantes potenciales, mediante el uso eficiente de herramientas digitales y canales de comunicación tradicionales, todo bajo un enfoque integral 360°. Este objetivo direcciona las acciones planteadas en el plan, buscando convertir la comunicación en un eje transversal que potencie el impacto de la fundación.

De este objetivo se desprenden cinco metas específicas que orientan la implementación:

- (1) identificar las debilidades comunicacionales actuales y proponer acciones de mejora;
- (2) establecer un lenguaje comunicacional coherente con la misión y visión de la fundación,

enfocado en su público objetivo; (3) crear un plan de contenido dinámico y emocional que narre el impacto social de la institución; (4) reactivar y optimizar redes sociales y otros canales digitales como herramientas de visibilización y conexión; y (5) diseñar un plan de acción con indicadores claros que permitan medir la efectividad de la estrategia y su evolución a lo largo del tiempo.

Teniendo presentes estos objetivos, se formula un plan de acción específico que incluye actividades concretas, responsables definidos, plazos y metas medibles. En el paso a paso de la estrategia, se establece un plan de acción que estará detallado con responsables, tiempos y metas claras. Este plan incluye la reactivación de Instagram como canal principal la cual se ejecuta en un plazo de máximo de dos semanas, teniendo presente la generación de contenido previo para salir de manera explosiva a redes sociales, la creación de una página web institucional la cual tiene un plazo de un mes, la producción de contenido audiovisual constante. mínimo dos veces por semana se debe de compartir contenido sobre lo que realiza la fundación y la implementación de un boletín digital para aliados el cual será bimensual. Además, se desarrollarán campañas temáticas con hashtag propio (como #SoyCaleñito), en las que se promueva la participación de la comunidad, voluntarios y beneficiarios. Esta participación es clave, ya que: “En la era de las redes sociales, la ciudadanía deja de ser espectadora para convertirse en emisora y gestora de información”. (Villalobos, 2012, p. 66).

Ahora bien, el diseño de esta estrategia responde a la necesidad de construir una identidad comunicacional sólida, que vaya de la mano de un relato institucional auténtico. Esta narrativa debe destacar no solo las actividades que realiza la fundación que, por supuesto, es importante mostrar, sino también las historias de transformación que esta propicia en la vida de niños, niñas y jóvenes. Para ello, se utilizará un lenguaje fresco, claro, inclusivo, cercano y

emocional, utilizando recursos visuales, testimonios y materiales que comuniquen desde lo vivencial. Como lo exponen Costa y Piñeiro (2014): “La comunicación multimedia no es solo una suma de canales, sino una forma de pensar y diseñar el mensaje desde una perspectiva integral”. (p. 143). Por ello, se propone una estrategia 360° que combine redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube), medios tradicionales (radio, televisión y prensa escrita), medios presenciales (talleres y espacios comunitarios) y recursos institucionales (boletines, página web, correo institucional).

La estrategia está trazada para desarrollarse en un plazo de un año. Cuando se cumpla ese periodo, se medirá su alcance y evolución. El proceso de seguimiento de la estrategia contempla: aumento del 20 % mensual en redes sociales; incremento del 40 % en interacciones (comentarios, compartidos, visualizaciones); realización de al menos una nota de prensa mensual; dos publicaciones editoriales por trimestre en la página web; y consolidación de al menos tres alianzas con entidades externas. Estos datos permitirán evaluar no solo la efectividad de la estrategia, sino también el crecimiento del reconocimiento de la marca institucional.

Esta propuesta busca convertir la comunicación en una herramienta de transformación, identidad y conexión. Más allá de promover la fundación, se pretende construir comunidad, relatar procesos de vida y fortalecer las redes de apoyo que permiten que la infancia vulnerable acceda a oportunidades de inclusión, recreación y aprendizaje. Esta estrategia no es solo una hoja de ruta técnica, sino una apuesta por la visibilización de la esperanza, el reconocimiento de las voces protagonistas y la consolidación de una marca institucional con rostro humano y propósito colectivo.

La Fundación Caleñitos tiene un potencial inmenso para transformar vidas en el Valle del Cauca, pero su falta de visibilidad limita su impacto. Esta estrategia busca fortalecer su presencia

comunicacional a través de acciones concretas, emocionales y sostenibles, que permitan conectar con la comunidad, visibilizar los logros y atraer recursos y aliados. La implementación de un enfoque comunicacional 360° permitirá consolidar su imagen institucional, aumentar la participación ciudadana y posicionarse como una organización referente en la protección de la niñez vulnerable.

Esta estrategia no busca solo visibilizar actividades, sino construir una narrativa emocional, participativa y transformadora que muestre el corazón de la Fundación Caleñitos: su gente, sus historias y su impacto. Es una apuesta por fortalecer el tejido social y consolidar una marca institucional con propósito y sentido colectivo.

Conclusiones

En la actualidad todo es movido principalmente por las redes sociales que todos conocemos, y aunque esta es la mejor forma de visibilizar cualquier cosa, también suelen ser utilizadas de manera errática con contenidos que causan distracción hacia información no tan relevantes y en cantidad menor hacia lo verdaderamente constructivo, es por eso que se convierte en un gran desafío poder lograr captar la atención del público, como es el caso de la Fundación Caleñitos, que su interacción en redes sociales y en el mundo digital es baja, porque lograr captar la atención para un tipo de organización como estas, requiere de un profesional que sepa crear una estrategia comunicacional que permita la planeación de contenidos que enganchen sin salirse de lo esencial que es el trabajo social, y en la actualidad ellos no tienen .

Con el ejercicio de conceptualización, queda claro que la construcción de redes sociales de comunicación para la Fundación Caleñitos es esencial para aumentar su visibilidad y fortalecer su impacto en el ejercicio de velar por los niños, niñas y jóvenes vulnerables. Al mejorar su presencia digital y generar contenido relevante, la fundación no solo podría sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de su labor, sino también atraer a más colaboradores y donantes. Esto contribuiría a generar un cambio más significativo, ayudando a dar voz a aquellos que más lo necesitan, al mismo tiempo que establece un canal directo de comunicación que evidencie la transparencia de los proyectos que ahí se realizan, pero que sobre todo enseñen sobre los valores como el altruismo, la solidaridad, entre otros, que ahí manejan.

Con el informe de investigación, quedaron claros los puntos que necesita fortalecer la fundación caleñitos, evidenciando que una buena estrategia de comunicación y la implementación de herramientas y mecanismos que estipulen una comunicación efectiva, directa y certera con la comunidad, puede ayudar al fortalecimiento de la imagen y por supuesto al

acercamiento de más aliados, que permitan impactar a más personas. Es por eso que para lograr esa buena comunicación se desarrolló un sociograma con el que se estableció con quién y cómo son las relaciones comunicacionales de la fundación, comprendiendo que hay actores con los que se deben de mejorar esa dirección comunicativa; también se desarrolló un conjunto de acción y una matriz de posicionamiento, que sin duda aclara el panorama sobre cuáles son esas relaciones en las que se debe de trabajar para poder seguir con el crecimiento de oportunidades para la fundación y por ende a quienes esta beneficia.

Teniendo presente toda esta información y lo que arrojó el ejercicio de investigación, se evidencia la necesidad de crear una estrategia de comunicación para la Fundación Caleñitos, que sin duda alguna esta direccionada a fortalecer la imagen de esta, dejando claro, además, la necesidad urgente de establecer canales claros y efectivos de comunicación, ya que su presencia en redes sociales es prácticamente inexistente. Esta carencia limita su visibilidad y conexión con la audiencia. Por ello, la estrategia que es socializada con el equipo administrativo de la fundación está orientada a definir qué contar, cómo hacerlo y cómo ampliar su presencia en redes y medios. Buscando también, fortalecer el sentido de pertenencia interno y establecer un plan de mejora estructurado que optimice la comunicación tanto interna como externa, lo cual sin duda incrementa el impacto de la fundación.

Para finalizar, queda claro que hoy por hoy se vuelve necesario para cada organización, visibilizar su trabajo por medio de la comunicación digital que es la que se tiene alcance de las manos, es importante mostrar lo que se hace para conectar, y más en el caso de la fundación, porque una desconexión total con la comunicación se convierte en una invisibilidad en el sector.

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>
- Barnes, J. A. (1954). *Class and committees in a Norwegian island parish. Human Relations*,
 7(1), 39–58. <https://doi.org/10.1177/001872675400700102>
- Beller Taboada, W. (2018). *Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica*.
 Bonilla Artigas Editores. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679)
[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679)
- 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-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820)
[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820)
- 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>
- CIMAS - *Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible*. Abrir este
 documento utilizando ReadSpeaker docReader (2010), Manual de Metodologías

- participativas (p.27). http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- Costa, C. y Piñeiro, T. (2014). *Estrategias de comunicación multimedia*. Pág. 143. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637>
- 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*. Open this document with ReadSpeaker docReader<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). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93129550003>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica*. 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>
- 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-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208>
- Novoa, N. (2022). *OVI Comunicación y redes sociales*. [Archivo de video]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/52034>
- Rodríguez de Ávila, U., Paba Argote, Z. L., & Paba Barbosa, C. (2014). *Guía Práctica para la presentación de informes de investigación y artículos científicos (Normas APA) 6a. ed.*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/70094>
- 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>
- Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*. Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>
- Villasante, T. (s.f.). *La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. Open this document with ReadSpeaker docReader<http://www.ecosad.org/laboratorio->

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

Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: *Sociedad Hoy*,
núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. [https://elibro-
net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1)

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>

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Santiago de Cali, 20 de febrero de 2025

Señores
Fundación Caleñitos
Maria Andrea Arcila Navarro
Cargo
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Tania Carolina Moreno Montoya** identificado(a) con C.C. **1.144.166.495** 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 acogidos 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,

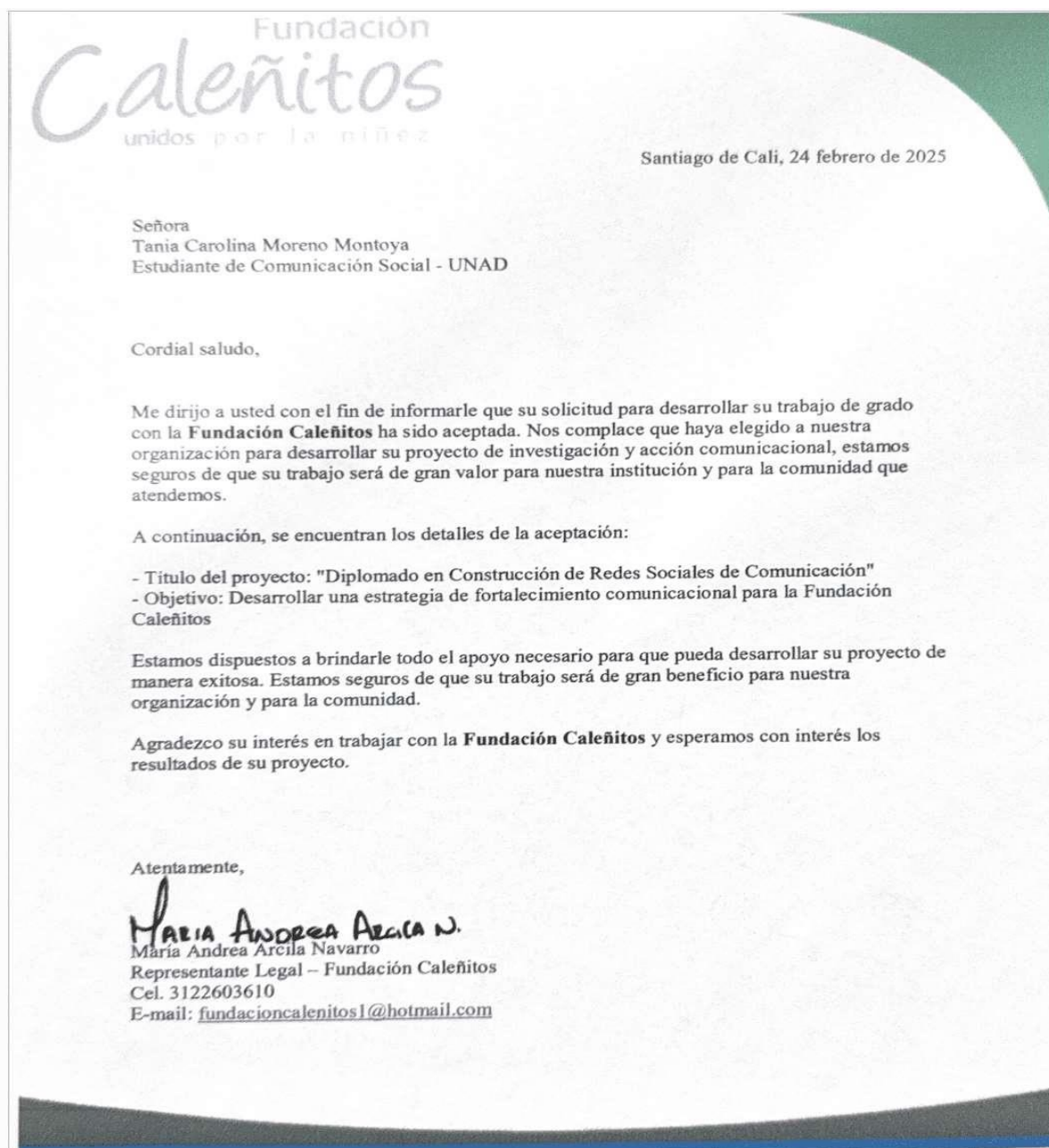

Tania Carolina Moreno Montoya
Cel. 3017283654
E-mail: tcmoreno9302@hotmail.com

Recibido,


MARIA ANDREA ARCILA N.
Maria Andrea Arcila Navarro
Representante legal – Fundación Caleñitos
Cel. 3122603610
E-mail: fundacioncalenitos1@hotmail.com

Apéndice B

Carta de Autorización



Fundación
Caleñitos
unidos por la niñez

Santiago de Cali, 24 febrero de 2025

Señora
Tania Carolina Moreno Montoya
Estudiante de Comunicación Social - UNAD

Cordial saludo,

Me dirijo a usted con el fin de informarle que su solicitud para desarrollar su trabajo de grado con la **Fundación Caleñitos** ha sido aceptada. Nos complace que haya elegido a nuestra organización para desarrollar su proyecto de investigación y acción comunicacional, estamos seguros de que su trabajo será de gran valor para nuestra institución y para la comunidad que atendemos.

A continuación, se encuentran los detalles de la aceptación:

- Título del proyecto: "Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación"
- Objetivo: Desarrollar una estrategia de fortalecimiento comunicacional para la Fundación Caleñitos

Estamos dispuestos a brindarle todo el apoyo necesario para que pueda desarrollar su proyecto de manera exitosa. Estamos seguros de que su trabajo será de gran beneficio para nuestra organización y para la comunidad.

Agradezco su interés en trabajar con la **Fundación Caleñitos** y esperamos con interés los resultados de su proyecto.

Atentamente,

MARIA ANDREA ARCILA N.
María Andrea Arcila Navarro
Representante Legal – Fundación Caleñitos
Cel. 3122603610
E-mail: fundacioncalenitos1@hotmail.com

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

1. Hablar un poco del tipo de práctica y de lo que maneja la Fundación Caleñitos
2. Contar un poco del programa que manejan en la fundación ESTAR AL LADO DE
3. ¿Cuáles son los objetivos y las intenciones de la Fundación Caleñitos con la sociedad?
4. ¿Cuáles son las características que identifican las prácticas y las reuniones de la Fundación Caleñitos?
5. ¿Cuál es el tamaño en cuanto organización entre integrantes, voluntarios y colaboradores que componen la fundación?
6. En cuanto a la comunicación ¿cómo es el manejo que ustedes le dan a este tema?
7. ¿Cuáles son los planes, proyectos y el cronograma de actividades que tiene la fundación para este año?
8. ¿Cuáles son esos logros, proyectos y/o acciones más importantes que ha realizado la fundación caleñitos?
9. ¿Cuáles han sido esas principales dificultades que se ha encontrado la fundación en el camino para poder desarrollar sus objetivos sociales?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

<https://youtu.be/KbpEyzzvUaM>

Apéndice E

Preguntas Entrevista Cualitativa

1. ¿De qué manera la Fundación Caleñitos ve que las redes sociales, tanto digitales como comunitarias, influyen en la construcción de vínculos solidarios y en la promoción de su misión de apoyo a la niñez y las familias en situación de vulnerabilidad en Cali?
2. ¿Qué nivel de importancia le da la Fundación Caleñitos al manejo de las redes sociales?
¿Se han planteado estrategias para fortalecer estos canales de comunicación?
3. ¿Cómo han logrado ampliar la red social de colaboradores o líderes y cómo los mantienen integrados a la fundación?
4. ¿Cómo se comunican ustedes con la comunidad para poder lograr ese acercamiento y así trabajar e integrar a los niños y jóvenes en sus proyectos y actividades?
5. ¿Cómo han manejado la comunicación con el HUV a lo largo de estos años para poder continuar con esa labor que realizan en el pabellón de quemados del Hospital?
6. ¿Cómo y mediante qué herramientas ha sido el proceso de acercamiento y socialización con la población vulnerable para implementar sus proyectos y actividades?
7. ¿Cómo sienten ustedes que ha sido la recepción de la comunidad hacia las jornadas de recreación y cultura que organizan?
8. ¿Qué actividad ha sido más valorada por la comunidad y por qué creen que ha tenido tanto impacto?
9. Desde tu perspectiva, ¿Cuáles crees que son los principales desafíos que enfrenta la fundación con la comunidad para cumplir su misión?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://youtu.be/pRabsr3onOQ?si=0SL37F0HOuGWV-sK>

Apéndice G

Registro Fotográfico



Apéndice H

Enlace Devolución a la OSP

https://youtu.be/2H9tMQ8G5_A?si=s-sZU6G8CMiiHCPq

Apéndice I

Evidencia Fotográfica de la Devolución a la OSP

Canales de comunicación

El diagrama muestra un círculo central con el texto "Canales para Comunicación 360°". Alrededor del círculo están distribuidos siete canales de comunicación, cada uno con una flecha que apunta hacia el centro:

- Free Press (arriba)
- Creación página web (derecha)
- Boletín informativo interno (abajo derecha)
- Comunicados de prensa relevantes (abajo)
- Branding y Marketing digital (abajo izquierda)
- Eventos comunitarios (izquierda)
- Instagram y Facebook (arriba izquierda)

Problemática Encontrada

Actualmente, la Fundación Caleñitos enfrenta una problemática de invisibilidad comunicacional que se manifiesta en la inactividad de sus redes sociales, la falta de contenido estratégico, la ausencia de una narrativa institucional clara y la carencia de una página web. Esta situación ha generado una desconexión con la comunidad, ha limitado la posibilidad de establecer alianzas y ha disminuido significativamente el reconocimiento institucional. En consecuencia, la Fundación carece de una estrategia de comunicación efectiva y de canales activos que le permitan visibilizar su labor, conectar con aliados estratégicos y atraer apoyo, lo que se traduce en una escasa presencia digital y una baja recordación de marca.

UNAD
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA

AG

AG