

ESTRATEGIAS DE GERENCIA SOCIAL PARA LA GESTIÓN, CONSECUCCIÓN, Y  
OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA FUNDACIÓN HÉROES DEL AMOR

Karen Lorena Camero Barreto

ID. 742170

María Alejandra Garrido Álvarez

ID. 760996

Especialización Gerencia Social

Profesor Tutor

Obed Alfonso Fragozo Manjarrez

Especialización en Gerencia Social

Ciclo de Instrumentos

Bogotá

Noviembre, 2020

## Tabla de contenido

<b>Titulo</b> .....	1
<b>1. Resumen</b> .....	7
Palabras Clave.....	7
<b>1.1 Abstrac</b> .....	8
Keywords .....	8
<b>2. Introducción</b> .....	9
<b>3. Descripción del problema y pregunta de investigación</b> .....	11
<b>3.1 Identificación del problema</b> .....	11
3.1.1 <i>Antecedentes</i> .....	11
3.1.2 <i>Descripción del problema</i> .....	14
3.1.3 <i>Formulación del problema</i> .....	16
<b>3.2 Arbol del Problema</b> .....	16
<b>4. Justificación</b> .....	19
<b>5. Objetivos</b> .....	22
5.1 Objetivo General .....	22
5.2 Objetivos Específicos .....	22
<b>6. Diseño metodológico</b> .....	23
6.1 Enfoque Praxeológico.....	24
<b>7. Revisión Documental, Conceptual y Normativa</b> .....	26
7.1 Organizaciones con énfasis en atención y cuidado de niños diagnosticados con cáncer ...	26
7.2 Autogestión en las organizaciones .....	28
7.3 Redes de apoyo.....	29
7.4 Normas Colombianas que amparan a los niños con cáncer .....	31
<b>8. Métodos y Técnicas Recolección</b> .....	37
8.1. Población objeto de estudio.....	37
8.2 Descripción de los instrumentos de recolección.....	37

## **Estrategias de Gerencia Social**

<b>8.3</b>	Seleccionar, diseñar y elaborar el instrumento de recolección de información.....	39
<b>8.3.1</b>	Desarrollo conceptual.....	39
<b>8.3.2</b>	Selección de componentes.....	40
<b>8.3.3</b>	Identificación de actores.....	45
<b>8.3.4</b>	Aplicación del instrumento.....	46
<b>8.3.5</b>	Interpretación y presentación de la información recolectada .....	47
<b>9.</b>	<b>Resultados Finales</b> .....	56
<b>9.1</b>	<b>Perfil y caracterización de la organización</b> .....	56
<b>9.1.1</b>	Antecedentes de la organización .....	56
<b>9.1.2</b>	Objeto de la organización .....	56
<b>9.1.3</b>	Portafolio de servicios .....	56
<b>9.2</b>	<b>Selección del instrumento</b> .....	59
<b>9.2.1</b>	<b>Formación de Redes y Alianzas</b> .....	59
<b>9.2.1.1</b>	Diagnostico de necesidades.....	59
<b>9.2.1.2</b>	Identificación de actores.....	59
<b>9.2.1.3</b>	Formulación de la estrategia .....	62
<b>9.2.1.4</b>	Elaboración de la Matriz de aliados y semáforo de alianzas .....	62
<b>9.3</b>	<b>Resultados de la aplicación de los instrumentos</b> .....	65
<b>9.3.1</b>	Aspectos a mejorar o fortalecer .....	65
<b>9.3.2</b>	Estrategias de mejoramiento o fortalecimiento.....	65
<b>9.3.3</b>	Alcance de su aplicación .....	66
<b>9.3.4</b>	Escenario de aplicación .....	66
<b>9.3.5</b>	Indicadores/ Métricas de seguimiento y control.....	67
<b>9.3.6</b>	Presupuesto y cronograma.....	67
<b>10.</b>	<b>Conclusiones y recomendaciones</b> .....	69

**Estrategias de Gerencia Social**

**11. Referencias..... 71**

### Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Distribución porcentual de mortalidad en menores de 15 años, periodo 2005-2008.....	12
<b>Figura 2.</b> Árbol problema.....	18
<b>Figura 3.</b> Actividad laboral de las madres y acudientes de los menores.....	45
<b>Figura 4.</b> Ciclo vital madres cuidadoras .....	46
<b>Figura 5.</b> Porcentaje ante la opción Si/No conocer el horario de atención de la casa hogar.....	49
<b>Figura 6.</b> Consolidado de respuestas 1 Encuesta - madres.....	50
<b>Figura 7.</b> Diagrama porcentaje de recurrencia en los programas de apoyo.....	52
<b>Figura 8.</b> Validez de constructo en la categoría Fundraising.....	53
<b>Figura 9.</b> Percepción usuarios - Red de aliados.....	54
<b>Figura 10.</b> Distribución de las Alianzas según puntaje obtenido.....	63
<b>Figura 11.</b> Distribución de alianzas según puntaje obtenido.....	64

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Matriz de Variables de Recolección Entrevista Representante Legal.....	42
<b>Tabla 2.</b> Matriz de Variables de Recolección Entrevista Voluntaria.....	43
<b>Tabla 3.</b> Matriz de Variables de Recolección Encuestas a madres cuidadoras beneficiarias.....	44
<b>Tabla 4.</b> Distribución de alianzas según puntaje obtenido.....	63
<b>Tabla 5.</b> Indicadores de gestión.....	67
<b>Tabla 6.</b> Cronograma y presupuesto.....	68

**Tabla de Anexos**

**Anexo A.** Entrevista dirigida a la Representante Legal de la Fundación Héroes del Amor .....74

**Anexo B.** Entrevista dirigida a la Voluntaria de la Fundación Héroes del Amor.....76

**Anexo C.** Encuesta dirigida a las madres cuidadoras beneficiarias de la Fundación Héroes del Amor .....78

## **Estrategias de Gerencia Social**

### **Estrategias de Gerencia Social para la gestión, consecución, y optimización de recursos en la Fundación Héroes del Amor**

#### **1. Resumen**

El presente proyecto a través de la implementación de herramientas de Gerencia Social, apunta a optimizar la consecución de recursos económicos por parte de la Fundación Héroes del Amor, ampliando las redes y alianzas esto con el fin de trabajar en pro de los niños con enfermedades oncológicas y hematológicas, en vista de la necesidad de reforzar las tácticas empleadas en la obtención de recursos, que potencialice los servicios ofrecidos.

Se trata del diseño e implementación de una microempresa paralela a la Fundación, que sea administrada por los familiares de los pacientes y que contribuya al logro de cuatro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), planteados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), relacionados con salud y bienestar, educación de calidad, Igualdad de género y reducción de desigualdades.

**Palabras Clave:** Redes y Alianzas, Estrategias, Gestión de recursos

## **Estrategias de Gerencia Social**

### **1.1 Abstract**

This project, through the implementation of Social Management tools, aims to optimize the achievement of economic resources by the Foundation Heroes del Amor, expanding networks and alliances in order to work for children with oncological diseases and hematological, in view of the need to reinforce the tactics used in obtaining resources, to enhance the services offered.

It involves the design and implementation of a micro-enterprise parallel to the Foundation, which is managed by the patients' relatives and which contributes to the achievement of four of the Sustainable Development Goals (SDG), proposed by the United Nations Program for the Development (UNDP), related to health and well-being, quality education, gender equality and reduction of inequalities.

**Keywords:** Networks and Alliances, Strategies, Resource Management



## **2. Introducción**

El presente proyecto integrador se refiere al tema de la implementación de estrategias de Gerencia social en la “Fundación Héroes del Amor”, con el fin de mejorar, junto con el apoyo a sus familias, la calidad de vida de los niños y niñas que presenten enfermedades oncológicas y hematológicas.

Adicionalmente, es importante resaltar que las Redes y Alianzas, permiten contribuir en la construcción de asociaciones hacia un objetivo en común, generando conexiones estratégicas y el intercambio de ideales.

Por lo tanto, el proyecto integrador y que está enfocado en las Estrategias de Gerencia Social para la gestión, consecución, y optimización de recursos en la Fundación héroes del Amor, busca generar y fortalecer procesos en relación a la generación de Redes y Alianzas que permitan el reconocimiento de la labor social que desempeña en la ciudad de Bogotá, además del apoyo y contribución de una red institucional que aporte en el mejoramiento de los servicios sociales que se presentan en la organización.

Adicionalmente, es importante resaltar que las Redes y Alianzas, permiten contribuir en la construcción de asociaciones hacia un objetivo en común, generando conexiones estratégicas y el intercambio de ideales.

De acuerdo a lo planteado por Gulati (1998), “se refiere al termino de alianzas estratégicas como aquellas relaciones voluntarias entre organizaciones en una o varias esferas de actividad en el que ambas partes regulan su comportamiento futuro a través de la mutua tolerancia. En este sentido, se

### **Estrategias de Gerencia Social**

conoce como aquellas iniciativas del sector público y privado sin fines de lucro de contribuir con recursos financieros, humanos, técnicos e intangibles para los objetivos propuestos” (p.105)

Para analizar esta problemática es necesario mencionar las causas que influyen en la falta de estrategias de Gerencia Social en la “Fundación Héroes del Amor”, entre las cuales se pueden señalar la desmotivación del personal del área administrativa, inexistencia de redes de apoyo, falta de recursos económicos y familias de estratos bajos en las cuales las madres son cabeza de familia y no cuentan con empleos estables para solventar los tratamientos de sus hijos.

De acuerdo con lo anterior el presente proyecto se desarrolla en varios apartados, tales como, antecedentes históricos del cáncer, descripción del problema, pregunta de investigación, objetivos, justificación, diseño metodológico, entre otros.

## **Estrategias de Gerencia Social**

### **3. Descripción del problema y Pregunta de investigación**

#### **3.1 Identificación del Problema**

##### **3.1.1 Antecedentes.**

Entre las principales causas de mortalidad mundial puede decirse que el Cáncer es una de las enfermedades que más afecta a la población entera, debido a que se manifiesta de múltiples maneras y en diferentes partes del cuerpo.

En este caso, en la primera fase de indagación; se retoma de Itriago, Silva, & Cortes (2013) se observa que la incidencia de estas enfermedades oncológicas en la población infantil se encuentra en una proporción de 106 a 203 casos por millón de personas al año. Asimismo, entre los años 2004 a 2009, la tasa a nivel de Latinoamérica se ha incrementado en 0,5 % en niños en edades tempranas hasta los 14 años, según las cifras del Observatorio Mundial de Cáncer y la Agencia Internacional de Investigación sobre el Cáncer (IARC) Por lo tanto, en Latinoamérica son diagnosticados 17.500 casos nuevos anualmente y 8.000 casos presentados por mortalidad.

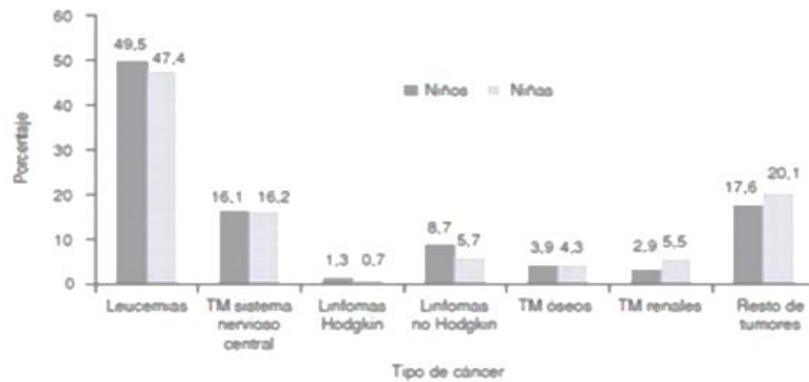
De acuerdo con lo anterior y con base en el informe de Salud Total EPS (2015), describe que en el contexto colombiano se registran aproximadamente 1.200 casos nuevos cada año, de los cuales la población infantil representa el 3%. Aunque la tasa de mortalidad es representativa en Colombia, en el primer año posterior al diagnóstico particularmente en leucemias agudas, los altos alcances en la tasa de mortabilidad son atribuidas al abandono en el seguimiento y la importancia de esto radica en la posible presentación de tumores, sin dejar a un lado la relevancia del impacto generado en la calidad de vida de los pacientes.

En el año 2010, el cancer ocupò el tercer lugar de las causas de mortalidad infantil en el país en edades de (0-14 años), según los estudios de la Liga Colombiana contra el Cáncer. Por lo tanto, la

## Estrategias de Gerencia Social

leucemia encabeza la lista con un 48.6% la tasa de mortalidad en infantes, seguida de los tumores del sistema nervioso central con un 16% como se relaciona en la figura 1.

**Figura 1.** Distribución porcentual de Mortalidad en menores de 15 años, periodo 2005-2008



Nota: La figura representa la distribución porcentual de mortalidad de menores de 15 años según los estudios de la Liga Colombiana contra el Cáncer. Tomado del *Instituto Nacional de Salud*, 2020. Recuperado de:

[http://www.ins.gov.co/lineas-de acción/SubdireccionVigilancia/sivigila/Protocolos%20SIVIGILA/PRO%20Cancer%20Infantil.pdf](http://www.ins.gov.co/lineas-de%20acción/SubdireccionVigilancia/sivigila/Protocolos%20SIVIGILA/PRO%20Cancer%20Infantil.pdf)

Con el diagnóstico temprano y los tratamientos respectivos, se lograría beneficiar en cura a un gran porcentaje de niños y niñas. Debido a que la población infantil que reside en países subdesarrollados no cuenta con garantías en su plena cobertura en los sistemas de salud y que esto conlleva a un tratamiento médico digno; lo que implica que no sean proporcionados los servicios que atiendan y contemplen las necesidades emocionales y sociales, no solo de los menores diagnosticados sino de su red familiar.

Debido al vacío generado por el descuido estatal, han surgido organizaciones sociales con el fin de suplir el rol de compromiso social, involucrando no solo a la sociedad civil, sino aquellos sectores empresariales en busca del trabajo articulado y así conjuntamente suministrar el acceso a los tratamientos médicos y a sus respectivos seguimientos mensuales. Por ende, en el contexto

## **Estrategias de Gerencia Social**

mundial, se ha evidenciado que en el lapso de los últimos años ha sido un hecho el auge de empresas del sector público y privado que implementan practicas éticas y de responsabilidad social, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, disminuyendo y transformando las condiciones de pobreza e incidiendo en áreas tales como: la salud, recreación, educación y apoyo social, según lo planteado por (Aristizabal, Restrepo, & Arias, 2007).

A nivel mundial existe la organización Childhood Cáncer International (CCI), fundada el 1 de mayo de 1994, en la ciudad de Valencia España, siendo una entidad sin fines de lucro dirigida por padres, niños y adolescentes que presentan esta enfermedad; facilitando a las familias de todo el mundo información pertinente para el acceso a los procedimientos y servicios adecuados que requiere esta población. A su vez, esta entidad brinda sostén para el tratamiento del cáncer infantil con un equipo interdisciplinario, además del equipo médico que podrían incluir cirugía y radiación, pero también con soporte del equipo psicosocial para el infante y su familia. Se considera relevante, el trabajo en conjunto tanto del cuerpo médico como de los familiares cuidadores para optimizar los resultados del proceso clínico y terapéutico.

Esta organización tiene alcances operativos en los 5 continentes incluyendo el territorio colombiano, incrementando la ayuda en la agilización de los tramites y procesos de los pacientes a través de su correspondiente empresa prestadora de servicios de salud y/o por medio de patrocinios económicos brindados por la sociedad civil o el sector empresarial para acceder a tratamientos en entidades privadas.

En el contexto colombiano, contamos con el Observatorio Nacional de Cáncer, siendo una instancia de nivel técnico responsable de organizar, consolidar y proveer información en relación a la enfermedad, teniendo en cuenta su detección a temprana edad, servicios de atención, recuperación y los posibles daños causados por la misma a la población diagnostica y

## **Estrategias de Gerencia Social**

sobreviviente, con el fin de ser el ente regulador y receptor de información brindada para la construcción y formulación de planes, programas y proyectos que apunten indudablemente en el mejoramiento en el acceso y oferta de los servicios a nivel nacional.

### **3.1.2 Descripción del problema.**

La situación actual de inversión de capital, en la salud pública de Colombia es paupérrima, debido a que está inmersa en altos niveles de corrupción como lo constata una investigación sobre defraudación a la Nueva EPS; en la cual los principales afectados son los pacientes con cáncer de escasos recursos económicos a quienes dejan de llegar los servicios debido a que “la Fiscalía identificó 269 autorizaciones que serían fraudulentas a nombre de 38 pacientes, con las que se entregaron 6.123 dosis de medicamentos por \$1.261 millones. Hubo defraudación en los recobros de medicamentos para el cáncer, la próstata, leucemia y artritis” (Justicia, 2018, pág. 1).

Desde hace 10 años en la ciudad de Bogotá D.C. entró en funcionamiento la Fundación Héroes del Amor, organización sin ánimo de lucro que se fundamenta en el trabajo en pro de los niños con enfermedades oncológicas y hematológicas que actualmente cuenta con el apoyo de su red primaria, sin embargo, esta institución también tiene bajo protección, a menores que no reciben ningún tipo de apoyo de referentes socio familiares que empoderen el proceso y las acciones que se requieren para el mejoramiento de su calidad de vida y bienestar.

Esta Fundación ofrece acompañamiento integral, teniendo en cuenta que no solo se da relevancia al aspecto clínico, sino también a diferentes ámbitos como el educativo y lúdico a través de la escolarización, asimismo brindan herramientas para generar ingresos a los acudientes y/o cuidadores.

## **Estrategias de Gerencia Social**

Debido a que los recursos del Estado no se ven efectivamente invertidos en la población objetivo sino que se desvían a bolsillos burocráticos, organizaciones como “Héroes del amor”, adoptan la responsabilidad social de aportar a las familias vulnerables asistencia de medicamentos, ser intermediarios y brindar acompañamiento en el proceso de trámites para obtener los respectivos tratamientos, exámenes, citas médicas e implementos médicos necesarios, además de aportes tangibles como dotación de implementos de aseo, alimentos y suplementos vitamínicos.

Las directrices administrativas han incorporado nuevas estrategias en la recaudación de fondos, por ejemplo, a través de cuotas mínimas de participación en ruedas de negocios para emprendedores, cursos de Marketing digital, conferencias sobre el empoderamiento de la mujer, publicación de contenido en redes para la contribución económica a través de apadrinamientos y donaciones, entre otras.

El propósito es contribuir a través de herramientas de la Gerencia social, a optimizar la gestión y consecución de recursos económicos y humanos, con la implementación de una microempresa que funcione de manera paralela a la Fundación, y esta pueda ser administrada por los familiares de los pacientes, para que así el capital que logre ser recaudado sirva como ayuda para potencializar y mejorar los servicios ofrecidos.

Por ello, en el proceso de analizar el entorno de la Fundación y el contexto de los involucrados, se basó la alternativa de solución en la construcción de escenarios, debido a que esta herramienta de apoyo gerencial nos convoca a planear estrategias, que sean viables en el presente como a futuro para solucionar la problemática planteada. La falta de recursos económicos está dada, entre otras razones, por no contar con el apoyo de entidades gubernamentales; por esto la Fundación ha creado talleres y actividades como alternativas para fines lucrativos.

## **Estrategias de Gerencia Social**

Sin embargo, estas no han convocado a una gran audiencia y allí no son participes las redes familiares de los niños, por ende, se propone la creación de un emprendimiento basado en la fabricación, distribución y comercialización de bolsas ecológicas con el logo de la organización en varias presentaciones y precios al consumidor. También reforzar la gestión de redes y alianzas institucionales públicas y privadas, que permitan generar ingresos económicos que incidan de manera positiva en la solvencia de las necesidades de la Fundación.

### **3.1.3 Formulación del problema.**

#### ***Pregunta de investigación.***

¿Cómo mejorar la gestión y optimización de recursos económicos y humanos en la “Fundación Héroes del Amor” que contribuyan a su sostenibilidad y al cumplimiento de su misión?

## **3.2 Árbol del Problema**

Dentro del contexto de la Fundación Héroes del Amor, puede identificarse que, en su dinámica organizacional, la problemática central y que incide en los costos de su sostenimiento debido a la falta de recursos económicos, al no contar con redes, alianzas fuertes de articulación y gestión con entidades que permitan mejorar su condición financiera y el aporte de donativos (alimentos, gastos médicos, trámites de Eps. Entre otros), optimizando la calidad de vida de los niños beneficiarios de la organización y de sus cuidadores.

A su vez, se ve reflejada la falta de impacto en los proyectos productivos desarrollados desde la Fundación, debido en parte al desconocimiento de los habitantes de la ciudad frente a la labor social que la organización desempeña; lo cual incide en que sus aportantes sean escasos y contribuyan de manera eventual en el apoyo y solvencia de las necesidades requeridas por la población que se atiende.

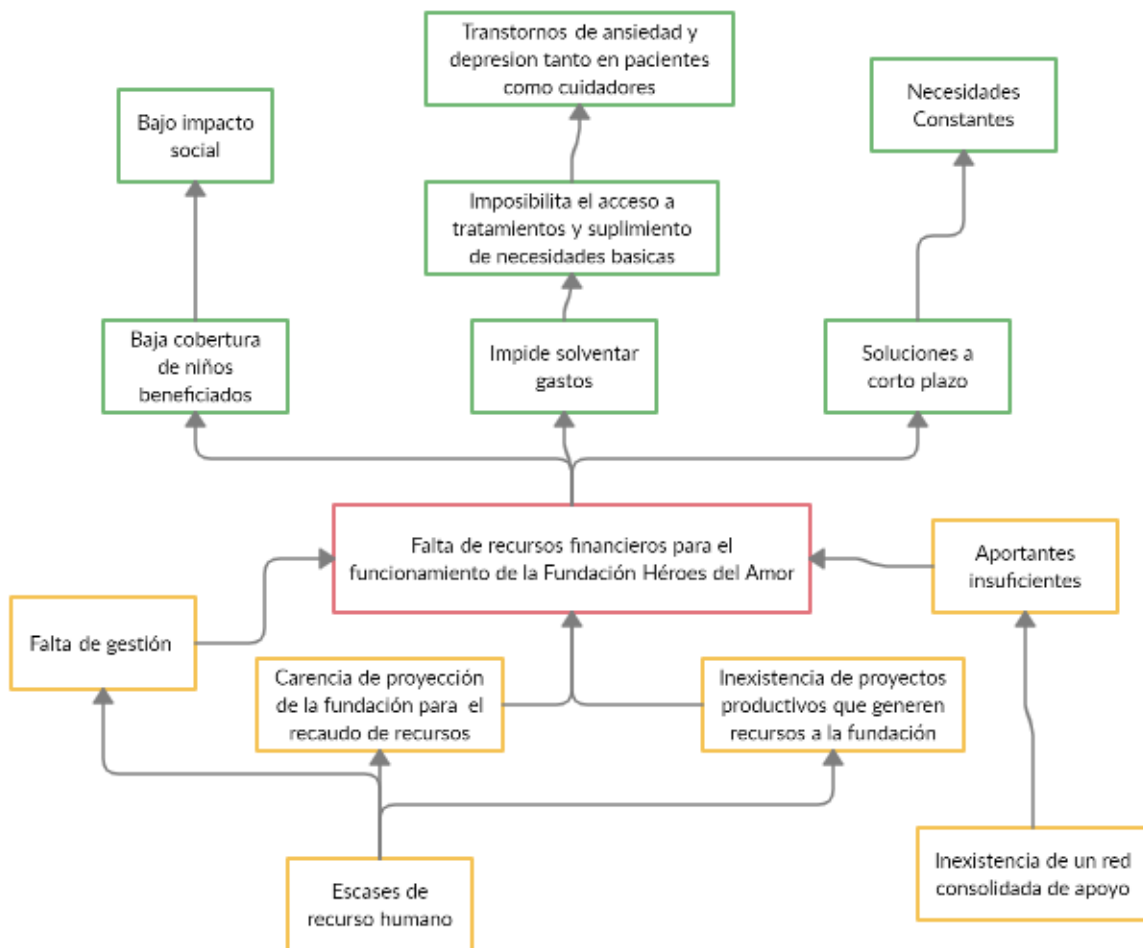


### **Estrategias de Gerencia Social**

Por lo anterior, es importante implementar herramientas de la Gerencia social, con el propósito de generar mayor estabilidad en la consecución de recursos económicos por medio de la ampliación de redes y alianzas que permitan el fortalecimiento organizacional de la Fundación Héroes del Amor y que a la vez se pueda posicionar su labor institucional y social.

## Estrategias de Gerencia Social

Figura 2. *Árbol Problema*



Nota: La figura representa el árbol problema en el cual se identifica la problemática principal que es la falta de recursos financieros para el funcionamiento de la Fundación Héroes del Amor. Elaboración propia.

#### **4. Justificación**

En Colombia, el cáncer aparte de ser una patología se ha convertido en una problemática de salud pública evidente que cada año ataca a una gran población de niños y jóvenes en el país; siendo la segunda causa de muerte entre la población de 5 a 15 años y está con el pasar del tiempo aumenta con gran relevancia, aunque se ha evidenciado una mejoraría en la atención en salud de la población de niños y adolescentes del país (revisión documental).

Por lo tanto, este proyecto integrador con enfoque cualitativo inductivo dirigido a la Fundación Héroes del Amor, tiene como fin, prestar acompañamiento integral y con calidad científica, a niños y adolescentes diagnosticados y que se encuentran en tratamientos de enfermedades oncológicas y hematológicas, especialmente población de bajos recursos facilitando y aminorando la carga emocional y brindando a sus familias herramientas necesarias para la generación de recursos económicos, en pro de su calidad de vida; lo cual indica que el acercamiento a esta organización, permitirá indagar sobre las experiencias que tiene el talento humano y los cuidadores de la población beneficiada por su contacto directo con la población atendida, en relación a estrategias de mercadeo y emprendimiento, en busca de la optimización de recursos económicos y humanos para generar rentabilidad y la solvencia de dicha institución

Es pertinente para la Gerencia Social proponer, apoyar e implementar estrategias innovadoras de mercadeo social involucrando redes y alianzas, mediante herramientas que permitan la optimización de recursos económicos y humanos a partir, por un lado, de una microempresa que sea rentable y pueda ser liderada por los cuidadores de la población atendida, y por otro, recaudar fondos que incidan notablemente en la potencialización de los servicios ofrecidos, mejorando su

## **Estrategias de Gerencia Social**

atención y brindando mejor calidad de vida de los niños y adolescentes diagnosticados con enfermedades oncológicas y hematológicas.

De acuerdo a las características del proyecto integrador, se considera oportuno analizar desde un nivel macro los campos de acción social y económico hasta los aspectos mínimos, con un acercamiento a los niños, adolescentes y cuidadores que conforman la Fundación Héroes del Amor, a partir de cuatro objetivos de los ODS planteados por el PNUD, los cuales se enfocan principalmente en los aspectos de la legalidad para promover emprendimientos a través de un ejercicio de equidad con participación ciudadana.

El primero de ellos es salud y bienestar (ODS N° 3), que se basa en garantizar una vida saludable, promoviendo el bienestar para todos. Por esto la cobertura de atención de servicios médicos tales como el suministro de medicamentos, es vital para la atención de los infantes y también en la consecución de ayudas técnicas para los beneficiarios de la Fundación, optimando su calidad de vida.

El segundo objetivo es una educación de calidad (ODS N° 4), el cual hace referencia a la importancia de una educación inclusiva y equitativa. Con la finalidad de promover las oportunidades de aprendizaje permanente de calidad para los niños y adolescentes para que el tratamiento médico no dificulte su parte académica.

El tercer objetivo es la igualdad de género (ODS N° 5), se incluye debido a que propende al empoderamiento de las mujeres, en este caso de las madres cuidadoras que hacen parte de la Fundación generando fuente de ingresos alternas, administradas por ellas para beneficio de sus hijos(a).

**Estrategias de Gerencia Social**

Finalmente, el cuarto objetivo, plantea la reducción de las desigualdades (ODS N° 10), que, para el caso de la Fundación y teniendo en cuenta la escasa participación del Estado y de entidades gubernamentales, se hace necesario diseñar e implementar acciones que empoderen a las personas de bajos ingresos y se promueva la inclusión económica de todos y todas.

## **5. Objetivos**

### **5.1 Objetivo General**

Generar estrategias de Gerencia Social que permitan la optimización de recursos humanos y económicos de la Fundación Héroes del Amor en pro del bienestar de los niños y adolescentes que luchan contra el cáncer.

### **5.2 Objetivos Específicos**

**5.2.1** Realizar una revisión documental y normativa relacionada con la temática objeto de estudio, que permita conocer y entender su contexto.

**5.2.2** Identificar y priorizar los grupos de interés de la Fundación Héroes del Amor.

**5.2.3** Realizar un diagnóstico a nivel organizacional de la Fundación Héroes del Amor, que permita conocer su estructura operacional, las fortalezas y debilidades en cuanto a la gestión de recursos para su funcionamiento.

**5.2.4** Aplicar herramienta de la Gerencia Social relacionadas en Redes y Alianzas con el fin de proponer estrategias que permitan mejorar la gestión y fortalecer a la Fundación.

## **6. Diseño Metodológico**

El proyecto según su naturaleza es de tipo descriptivo ya que se profundiza en determinar cuáles son las posibles causas y consecuencias que inciden en que la Fundación Héroes del Amor no sea una organización auto sostenible, quien brinda apoyo a niños y adolescentes diagnosticados con cáncer de escasos recursos y a sus cuidadores. Se espera obtener información que aporte significativamente al desarrollo de la temática en investigaciones futuras; de acuerdo con Dankhe (Como se citó en Rosales, 2013) estos estudios descriptivos buscan especificar las propiedades relevantes de personas, grupos, fenómenos para someterlos a análisis, ya que miden y evalúan independientemente diversos componentes del fenómeno de investigación.

Así mismo, el enfoque de investigación es cualitativo pues se realizará intervención desde dos aspectos fundamentales: primero, la información del funcionamiento de la Fundación, las percepciones desde la población beneficiaria de los servicios, y segundo, el proceso a partir de la observación y análisis (Entrevistas, mesas de trabajo).

En cuanto al tipo de método es inductivo pues se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos estos, como es el caso de niños diagnosticados con cáncer, integrantes de la Fundación Héroes del Amor y su núcleo familiar, con la implementación de nuevas estrategias de mercadeo social y redes y alianzas que posibiliten el mejoramiento de su calidad de vida.

La estrategia para la recolección de datos se realizó con la respectiva revisión documental e investigación de artículos, estudios y tesis que se han hecho sobre el tema teniendo en cuenta los resultados que se asocian al propósito de este proyecto.

**6.1 Enfoque Praxeológico**

La Praxeología aparece como un refuerzo de la hermenéutica práctica donde además añade que este permite según Juliao (2011),

La universalidad de la investigación de compromiso social crítico, como de formación profesional reunido en un contexto multidisciplinario dando fin a los determinismos, propiciando la aparición de la apertura a las probabilidades, la incertidumbre y a las contemplaciones más que a las afirmaciones, que se fundan en la dinámica continua planteada en los cuatro momentos de la praxeología: ver, juzgar, actuar y la devolución creativa o prospectiva que en este ejercicio investigativo de este proyecto (p.12).

Planteamos lo siguiente:

**Ver.**

*Identificación del problema - ¿Que sucede?* En La fundación Héroes del Amor, se evidencia que la problemática más relevante y que es transversal al buen funcionamiento de la organización, es no tener planteadas estrategias que permitan la gestión, consecución y optimización de recursos humanos y económicos para brindar apoyo a niños diagnosticados con cáncer.

**Juzgar.**

*Mirada crítica y de análisis - ¿Qué se puede hacer?* La Fundación Héroes del Amor desde la parte gerencial, presenta falencias de manejo de estrategias de mercadeo social y establecimiento de redes y alianzas, a pesar de esto cuentan con buena disposición para realizar un trabajo de acoplamiento y proyectar nuevas alternativas para dar posible solución a la problemática.



## **Estrategias de Gerencia Social**

### **Actuar.**

*¿Qué se propone desde la Gerencia social? - ¿Qué hacemos en concreto?* Desde las estrategias de mercadeo social y establecimiento de redes y alianzas, se considera necesario generar en la Fundación, cambios a nivel organizacional que permitan fortalecer sus procesos estratégicos y misionales a partir de la implementación de acciones que incidan en el mejoramiento de su funcionamiento y el reconocimiento como entidad prestadora de servicios sociales a la población de niños y adolescentes con diagnósticos de enfermedades hematológicas y oncológicas.

### **Devolución creativa.**

*¿Qué aprendemos de lo que hacemos?* El reto de las investigadoras es enfrentarse a una labor tan significativa como lo hace “Héroes del Amor”, una Fundación que con pocos recursos brinda mucha ayuda a niños con cáncer y sus familias. Este no solo quedará como un proyecto de investigación en la Academia, sino que adicionalmente se espera generar un impacto positivo destacando el valor de la ayuda mutua y la colaboración para incentivar el apoyo a este tipo de instituciones sin ánimo de lucro.

Por lo tanto, desde la Fundación Héroes del Amor, se considera importante implementar una estrategia de redes y alianzas que se ha denominado “Plan Padrino- Ángel de mi guarda”, que permita la recolección de ingresos y el apalancamiento en la gestión de recursos.

**7. Revisión Documental, Conceptual y Normativa****7.1 Organizaciones con énfasis en atención y cuidado a los niños diagnosticados con cáncer**

En Colombia existen innumerables organizaciones y fundaciones que se encargan de la atención y diagnóstico de los niños con cáncer, en este caso, se van a destacar algunas de ellas como la Fundación Colombiana de Leucemia y Linfoma que es una: “Organización sin ánimo de lucro fundada en el año 2007, integrada por profesionales comprometidos en brindar apoyo psicosocial, informar, representar y asesorar a Padres de niños y jóvenes con cáncer y a adultos que viven con leucemia, linfoma, mieloma y otras enfermedades hemato-oncológicas, así como a sus familias y cuidadores, en todo lo concerniente a su enfermedad y el sistema de salud” (FCL, 2007, p. 1)

Así mismo existe un hogar para niños con cáncer ubicado en la ciudad de Bogotá se llama “Fundación Dharma” que junto con el apoyo de Fundación MAPFRE: “Acogen a niños con cáncer en Bogotá. Este proyecto ha permitido que 105 menores enfermos procedentes de todo el país tengan un hogar y reciban alimentación mientras se les atiende en centros como el Instituto Nacional de Cancerología, la Clínica Salud, la IPS Oncosalud, el Hospital San Ignacio, la Clínica San Diego, la Clínica del Niño y la Clínica Cardiovascular Pediátrica de Soacha” (Mapfre, 2020, p. 1)

Cuando los tratamientos lo permiten: “los enfermos pueden avanzar en su formación académica con apoyo de la Fundación, que trabaja para que se reintegren en su entorno y en su vida diaria tan pronto como sea posible. Estas ayudas se traducen en becas y recursos económicos para sufragar gastos –material, uniformes, traslados, etcétera–. Además, los beneficiarios cuentan con una sala de informática para no quedarse atrás en sus actividades académicas. El proyecto también ayuda a los niños a aprender a manejar el dolor, la ansiedad y otras vivencias traumáticas generadas por la

## **Estrategias de Gerencia Social**

enfermedad, y organiza talleres que promocionan comportamientos acordes a su edad y otro tipo de situaciones específicas” (Mapfre, 2020, p. 1)

A su vez, se incluye la “Fundación Simmon” que es: “una organización sin ánimo de lucro creada en el año 2011 para contribuir con una mejor calidad de las personas diagnosticadas con cáncer, sus familiares y cuidadores. En SIMMON encuentras orientación asociada a tu diagnóstico en psicología, enfermería, asuntos legales y nutrición. Pacientes, familiares y cuidadores son bienvenidos a participar de diversos espacios de educación, capacitación y socialización ideales para aprender, compartir y fortalecer a partir de la experiencia” (Simmon, 2017, p. 1)

Por otra parte, la Fundación Ellen Riegner de Casas, ubicada en la ciudad de Bogotá, es una organización sin ánimo de lucro, que busca atender a hombres, mujeres, niños y niñas con cualquier tipo de cáncer y quienes no cuentan con la solvencia económica necesaria para llevar a cabo su tratamiento; inicialmente incursiona en el ámbito de la salud primero como fondo y luego convirtiéndose en una fundación, en sus inicios los recursos para su sustento fueron aportados por la venta de obras de artistas reconocidos del país y posteriormente su funcionamiento ha sido soportado por el trabajo con los recursos, ayuda de personas y empresas; los servicios que presta a la población diagnosticada con cáncer principalmente son las ayudas para personas que se encuentran en régimen subsidiado 1,2 y 3, gestión en los servicios exequiales, cuidados paliativos desde casa, albergue para cuidadores, bonos de alimentación etc.

De igual manera, la Fundación la Divina Providencia ubicada en la ciudad de Cali, nace en el año 2000, siendo una entidad privada de acción social, sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es brindar hospedaje, alimentación, apoyo psicológico y enfermería las 24 horas del día a niños menores de 18 años que no residen en esta ciudad y que se encuentran diagnosticados con cáncer y

## **Estrategias de Gerencia Social**

enfermedades infectocontagiosas: “Contribuimos a mejorar la calidad de vida de la niñez que padece cáncer y enfermedades no infectocontagiosas de Colombia, brindando esperanza a cientos de familias de escasos recursos que necesitan un apoyo constante y de alta calidad, durante y después del tratamiento médico. Estamos seguros de que con tu aporte podemos transformar la vida de cada niño y acompañante que llega a nuestro hogar de paso”. (Fundación, 2020, p. 1).

### **7.2 Autogestión en las organizaciones**

Teniendo en cuenta el desarrollo del presente proyecto, es necesario retomar la definición de autogestión de Hudson (2010), como el movimiento social, económico y político que tiene como objetivo que tanto la empresa, la económica y la sociedad logren dirigirse por aquellos que producen y que inciden en la distribución de bienes y servicios que se generan socialmente; y a su vez presentando gestión directa en la planificación, dirección y ejecución.

Adicionalmente lo planteado por Mendizabal & Errasti (2008), la autogestión hace referencia a la cooperación, la participación política o socio-laboral en una democracia participativa, estos son manifestaciones de una práctica social que apunta hacia la autogestión y esta se desarrollara en la medida de establecer una economía como política específica y propia. También se trata de implementar una producción que en precio, calidad y utilidad social, den cuenta de las demandas y necesidades sociales, ocasionando que la cooperación presione al interior de las organizaciones hacia la producción social.

Sin embargo, es importante señalar que las organizaciones deben tener definido el mercado al cual va dirigido su producto, también tener identificadas sus ventajas competitivas para así mostrar un valor agregado en comparación con otras organizaciones. La comercialización de los productos en la mayoría de cooperativas es con el consumidor final directamente, lo que evidencia la falta de

## **Estrategias de Gerencia Social**

promoción de los productos y la inexistencia de alianzas estratégicas con otros grupos establecidos con el objetivo de crear una cadena de organización que dé solución a los inconvenientes presentados en el proceso de comercialización como por ejemplo desde el transporte hasta el empaque, el almacenamiento y distribución de los productos y/ servicios, para de esta manera incrementar condiciones en la organización a través del mercadeo, esto en base en las ideas de (Giraldo, 2005). Desde el proyecto integrador se espera generar articulación y alianzas estratégicas para lograr solventar lo anteriormente mencionado.

La autogestión en las organizaciones y fundaciones que apoyan a los niños con cáncer obtienen sus recursos, realizando varias actividades para recaudar fondos a través de nuevos y acostumbrados donantes incluyendo aspectos de responsabilidad social en el cuidado de los recursos naturales, en otras palabras, esta aparece como una práctica económica, social y política.

### **7.3 Redes de apoyo**

Las redes de apoyo evidentemente son el compuesto amortiguador del apoyo social el cual intenta reducir las consecuencias que afectan al bienestar personal tras un acontecimiento estresante, con el propósito de propiciar condiciones adecuadas en pro de mejorar la calidad de vida de los individuos, tal como lo estipula (Aranda & Pano, 2013); asimismo, la parte esencial de las redes son los intercambios entre las personas ya sea de tipo material, emocional, entre otros, quienes influirán en el grado de satisfacción de las necesidades de las personas.

En este sentido es importante señalar lo que Fernandez (2005), afirma acerca de la función de las redes de apoyo como: “Uno de los recursos derivados de las relaciones sociales y de relevante importancia en contextos relacionados con los procesos de salud - enfermedad, es el apoyo social (social support)” (p.1).

## **Estrategias de Gerencia Social**

Entendiendo el apoyo social como recursos instrumentales y/o expresivos, aportados por la comunidad, redes sociales, familia y amigos. En el análisis de las redes de apoyo se encuentran varios niveles en su concepto, es decir, en primera instancia retomamos, el rol de la comunidad que hace referencia a la integración social, regulación normativa y orden social que aporta al significado de la propia existencia protegiendo a la persona contra la incertidumbre. En el segundo nivel de análisis están las redes sociales que aportan al sentido social, en otras palabras, las relaciones de unión y pertenencia con los demás. En el último nivel intrapersonal proporciona un sentimiento de vínculo más estrecho, en donde surgen intercambios donde es mutua la responsabilidad por el bienestar de todos; retomando a (Lin, Ensel, Simeone, & Kuo, 1981).

También se hace referencia a los tipos de redes de apoyo, donde se encuentran las informales que comprenden las interacciones de la familia, cónyuge, amistades; y las formales que se presentan cuando la reciprocidad está dada por organizaciones, grupos, centros de salud y sociales. Se hace mención de algunas redes y alianzas en Colombia y a nivel mundial que brindan apoyo y atención a los niños con cáncer y que se describen a continuación:

“Pacientes Colombia, es un movimiento social que agrupa a 146 organizaciones a nivel nacional, que trabajan de manera conjunta para incidir en la generación y control de políticas en salud” (FCL, 2007, p. 1)

El Observatorio Interinstitucional de Cáncer Infantil: “nace ante la preocupación por las altas de mortalidad por cáncer infantil en Colombia y las dificultades en la oportunidad de acceso de los niños al sistema de salud. Se creó oficialmente en el año 2007 como una instancia organizada de la sociedad civil, sin fines de lucro, conformada por Organizaciones legalmente constituidas que trabajan por el cáncer infantil, con el acompañamiento de la Liga Colombiana Contra el Cáncer, la

## **Estrategias de Gerencia Social**

Asociación Colombiana de Hematología y Oncología Pediátrica y la Defensoría del Pueblo” (FCL, 2007, p. 2)

La Coalición del linfoma es: “una Organización sin ánimo de lucro que representa los grupos de pacientes con Linfoma a nivel mundial y que tiene como propósito sensibilizar al público en general sobre este tipo de cáncer. La Fundación fue aceptada como miembro pleno de esta red, en el mes de marzo del año 2009” (FCL, 2007, p. 1).

Como cierre de esta categoría, es fundamental hacer mención, cómo el impacto social va a jugar un papel trascendente a nivel psicológico, con una gran incidencia en el proceso formador en niños y adolescentes a nivel emocional, instrumental o material.

En el trabajo de Orcasita & Uribe (2010), aluden a los diversos estudios que explican como todo este apoyo descrito anteriormente resulta de gran beneficio para el ajuste, salud y bienestar de personas con enfermedades crónicas, permitiendo así una mayor adaptación a la situación, brindando recursos efectivos para su afrontamiento y con gran relevancia el apoyo dado específicamente a la enfermedad por parte de la familia, amigos, comunidad, debido a que estos son factores asociados al bienestar emocional y al estar vinculado y protegido por otros. Todos estos son recursos necesarios para una adecuada adaptación a la enfermedad.

### **7.4 Normas Colombianas que amparan a los Niños con Cáncer**

Es necesario hacer énfasis en la Constitución Política de Colombia de 1991, como la principal norma jurídica que establece los Derechos, Deberes y obligaciones esenciales de los ciudadanos y sus gobernantes y define la organización del Estado Colombiano.

## **Estrategias de Gerencia Social**

Por lo tanto, en el título II *De los derechos, las garantías, y los deberes*, Capítulo 2 *De los derechos sociales, económicos y culturales*, es importante retomar que en el Artículo 44 de la Constitución Política de Colombia (1991) afirma que: “ Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión. Serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia física o moral, secuestro, venta, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Gozaran también de los demás derechos consagrados en la constitución, en las leyes y en los tratados internacionales ratificados por Colombia. La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores. Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás. (p. 13).

Asimismo, en el Artículo 49 (1991): “La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantizará a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud. Corresponde al Estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y saneamiento ambiental conforma a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad. También, establecer las políticas para la prestación de servicios de salud por entidades privadas y ejercer su vigilancia y control. Establecer las competencias de la Nación, las entidades territoriales y los particulares y determinar los aportes a su cargo en los términos y condiciones señalados en la ley”. (p. 17).



## **Estrategias de Gerencia Social**

Por otro lado, la Ley Estatutaria N° 1751 (2015): “ Por medio de la cual se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones, tiene como objeto principal garantizar el derecho fundamental a la salud, regularlo y establecer sus mecanismos de protección”. (p. 1)

De acuerdo a lo planteado en esta ley el Artículo 2 (2020) refiere a la naturaleza y contenido del derecho fundamental a la salud. Es autónomo e irrenunciable en lo individual y colectivo. Comprende el acceso de los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad de la preservación, el mejoramiento y la promoción de la salud. El Estado adoptará políticas para asegurar la igualdad de trato y oportunidades en el acceso a las actividades de promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento, rehabilitación y paliación para todas las personas. De conformidad en el artículo 49 de la Constitución Política, su prestación como servicio público esencial obligatorio, se ejecuta bajo la indelegable dirección, supervisión, organización, regulación, coordinación y control del Estado.

Sin embargo, en Colombia existen otras normas tales como la Ley 1388 (2010): “Por el Derecho a la Vida de los Niños con Cáncer en Colombia”, el objeto de esta ley es: “Disminuir de manera significativa, la tasa de mortalidad por cáncer en los niños y personas menores de 18 años, a través de la garantía por parte de los actores de la seguridad social en salud, de todos los servicios que requieren para su detección temprana y tratamiento integral, aplicación de protocolos y guías de atención estandarizados y con la infraestructura, dotación, recurso humano y tecnología requerida, en Centros Especializados habilitados para tal fin” (p. 1)

“Son beneficiarios de la presente ley:

1. La población menor de 18 años a quien se le haya confirmado, a través de los estudios pertinentes, el diagnóstico de cáncer en cualquiera de sus etapas, tipos o modalidades,

## Estrategias de Gerencia Social

certificado por el Onco-hematólogo Pediátrico, debidamente acreditado para el ejercicio de su profesión, de acuerdo con la normatividad vigente y el anexo técnico.

2. La población menor de 18 años con diagnóstico confirmado y certificado por el Onco-hematólogo Pediátrico de Aplasias Medulares y Síndromes de Falla Medular, Desórdenes Hemorrágicos Hereditarios, Enfermedades Hematológicas Congénitas, Histiocitosis y Desórdenes Histiocitarios”. (Caceres, 2019, p. 2)

Por lo anterior, la Ley 1388 de 2010, el Ministerio de Salud y Protección social, expidió la Resolución N.º 418 (2014): “Por lo cual se adopta la Ruta de Atención para niños y niñas con presunción de diagnóstico de Leucemia en Colombia” (p.1 ).; enfatizando su objetivo en esta ruta que busca eliminar las barreras que impiden el acceso a los servicios en salud, para el diagnóstico y tratamiento de la Leucemia en niños menores de 18 años.

A su vez, la ruta pretende establecer aquellas responsabilidades a diversos actores que se encuentran vinculados en el sistema y ámbito de la Salud: Instituto Nacional de Salud (INS), Superintendencia Nacional de Salud, Entidades territoriales, EPS, IPS etc, instituciones que garantizan la atención integral y de calidad para la población infantil que se encuentra diagnosticada con Cáncer.

De igual manera, si existe negación por parte de la IPS al ser injustificada, las Secretarías de Salud Departamentales serán los entes encargados de interponer sanciones; las entidades de aseguramiento si niegan una autorización la responsabilidad recaerá sobre la Superintendencia Nacional de Salud y si se presenta la negación de los servicios de salud y los cuales son reconocidos jurisprudencialmente, se debe acudir a acciones como la acción de tutela según (Orjuela, Gonzalez, & Marulanda, 2020).

## **Estrategias de Gerencia Social**

La Resolución 4504 de 2012, las Unidades de Atención del Cáncer Infantil (UACAI) y servicios oncológicos con calidad, continuidad y oportunidad (2012): “Las Unidades de Atención de Cáncer Infantil (UACAI) entendidas como la integración funcional de servicios oncológicos, estarán ubicadas en las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud catalogadas como de alto nivel de complejidad” (p. 1)

El artículo 3 (2020) de esta resolución indica que:

“Las condiciones de habilitación de las Unidades de Atención de Cáncer Infantil (UACAI) deberán cumplir las condiciones que establece la Resolución 1043 de 2006 y sus anexos técnicos, expedida por el Ministerio de la Protección Social, hoy Ministerio de Salud y Protección Social, para habilitar sus servicios, así como las demás disposiciones que la modifiquen, complementen o adicione. Para el inicio de su operación, las Unidades de Atención de Cáncer Infantil (UACAI) deberán contar con la habilitación y verificación previa por parte del Ministerio de Salud y Protección Social”. (p. 2)

Finalmente se incluye la Resolución 1383 (2013) que estipula el Plan Decenal para el Control del Cáncer en Colombia que es: “compromiso del Gobierno Colombiano, el control integral del cáncer y otras enfermedades no transmisibles que se inscribe en los acuerdos internacionales para cumplir con los Objetivos del Milenio y la Declaración Política de la Reunión de Alto Nivel de la Asamblea General de las Naciones Unidas, en la que se priorizó promover la ejecución de acciones eficaces intersectoriales para reducir los riesgos comunes a este grupo de enfermedades” ( p. 2)

Que, dada la carga creciente de enfermedad asociada al cáncer, tal y como se indica en el Análisis de la Situación de Salud de los colombianos y, al constituirse el cáncer como una enfermedad con grandes repercusiones sociales, económicas y emocionales, se hace necesario

**Estrategias de Gerencia Social**

que el Ministerio adopte en el país, un Plan Decenal para el Control del Cáncer, para el decenio 2012-2021.

En resumen, el mencionado Plan fue desarrollado a partir de diversos modelos conceptuales realizados por el Instituto Nacional de Cancerología, que buscan orientar y organizar el quehacer y las actividades en torno al control del cáncer en el país. Que el Plan Decenal para el Control del Cáncer 2012-2021, tuvo un proceso de socialización y discusión en las principales ciudades del país con la participación de diferentes actores del SGSSS y los orienta en su compromiso por el control del cáncer en el país, promoviendo, además, acciones coordinadas requeridas entre éstos, para avanzar todos en la lucha contra dicha enfermedad. (Gaviria, 2013, pág. 2)

**8. Método y técnicas de recolección de información****8.1. Población objeto de estudio.**

La comunidad beneficiaria en su contexto, presenta un bajo nivel socioeconómico ya que las madres en general son cabeza de familia y no poseen empleos estables ni fuentes alternas de ingreso de capital y/o patrimonio, debido a que los tratamientos y el seguimiento de estos procesos demandan bastante tiempo. Para la descripción de su entorno geográfico, es necesario precisar que la mayoría de las familias de los beneficiarios residen en la ciudad de Bogotá y en municipios periféricos como Soacha, pero también hay varias familias que proceden de otros departamentos del país y que presentan condiciones económicas inestables, al trasladarse a la ciudad, implica que reciban acompañamiento y acogida en los servicios de la Fundación, tales como medicamentos, exámenes y demás trámites.

**8.2 . Descripción de los instrumentos de recolección de información que serán utilizados en el trabajo de campo**

Actualmente debido a la situación sanitaria por COVID -19, es necesario recolectar la información requerida de manera virtual, utilizando instrumentos tales como encuestas dirigidas a las madres beneficiarias de los servicios que presta la organización; entrevistas semiestructuradas, encaminada a los directivos administrativos, además de la observación participante en el análisis de los datos a través de internet de los participantes, como lo plantean Ardevol, Bertran, Callen, & Perez (2003): “Varios estudios han utilizado el método etnográfico como estrategia de investigación para estudiar temas como la identidad y la sociabilidad en línea, el establecimiento de categorías online, reglas de comportamiento, resolución de conflictos, sentimiento de pertenencia al grupo, etc. adaptando la observación participante y la realización de entrevistas.” (p.74)

## **Estrategias de Gerencia Social**

***Observación participante.*** Podemos hablar de observación participante en este caso, aunque no se esté presencialmente en campo, debido a la contingencia de la pandemia. Con referencia del trabajo de investigación cualitativo realizado por Ardevol, Bertran, Callen, & Perez (2003), donde mediante el uso de medios tecnológicos se recolecto información a través de formatos online, seguimientos online por chats. Además, los investigadores denominaron a esta observación, como "diferida" para distinguirla de la observación directa de los canales, y también nos recuerda que, en estas sesiones de análisis de los registros textuales, se pone en juego nuestra memoria de campo y nuestras anotaciones. Aunque por este medio no se puede visibilizar todo el contexto como en el presencial, debido a los factores subjetivos. Sin embargo, si se permite realizar el registro y la construcción de datos, como la aplicación a gran escala en la muestra de la población, como la posibilidad que en el análisis textual sea más objetivo.

***Entrevista semiestructurada.*** La importancia de este instrumento se manifiesta, en que esta permite al entrevistado expresarse abiertamente, otorgando otro recurso de análisis textual de su discurso. Retomando a Tirado y Gálvez (2002), en la relevancia de los recursos no verbales y verbales de la comunicación relacionada con la información virtual en intervenciones sociales; debido a que, por medio de esta metodología online, se registra una comunicación fluida y entendible en la recolección de datos.

Para esto es indispensable en la elaboración del formato de guion de entrevista el eje orientador es el direccionamiento de los objetivos de la investigación; el valor del guion subyace en que orienta a los investigadores a contrastar la hipótesis de la observación, con información directa.

Después del diseño del guion es fundamental la selección de la muestra de los entrevistados, para lo que se ha elegido a las madres cuidadoras y funcionarios administrativos de la Fundación

## **Estrategias de Gerencia Social**

“Héroes del amor”. Con el propósito de determinar con precisión el impacto en la población beneficiaria y en la administración de la organización.

**Encuesta.** Las encuestas son: “un método de investigación que recopila datos para analizar información puntual de la perspectiva de los individuos en diferentes temáticas, existen varios modelos de encuesta que varían en propósito y metodología” (Bussiness, 2020, p. 1),

Esta se aplica ante la necesidad de probar hipótesis en base a los objetivos de la investigación, facilita la identificación e interpretación de un conjunto de testimonios mediante procesos estandarizados para que todos los entrevistados respondan en igualdad de condiciones evitando sesgos que interfieran en los resultados del estudio y con la incorporación de las nuevas tecnologías, la oportunidad de aplicarlos a pesar del tiempo de pandemia , por medio de la encuesta online de opción múltiple, con la opción de argumentar su respuesta, la cual se remite a la Fundación para así socializarlo al público de interés, las madres beneficiarias.

En conclusión, en el proceso del diseño y aplicación de la encuesta se deben tener en cuenta los objetivos de la investigación, crear una única plantilla que se aplique en general a los usuarios para evitar el sesgo en los resultados. La distribución de la encuesta será de manera online a la organización quien la remitirá a las madres beneficiarias para su debido diligenciamiento y posterior análisis de la información de los resultados en el enfoque cualitativo, en resúmenes, tablas o gráficos.

### **8.3 Seleccionar, diseñar y elaborar el instrumento de recolección de información más importante para el trabajo de campo**

**8.3.1 Desarrollo conceptual.** Para verificar el objetivo del proyecto integrador, fueron utilizados dos instrumentos tales como: La entrevista Semiestructurada y Encuesta simple, se

## **Estrategias de Gerencia Social**

recolecta la información de (1) profesional gerencial y (1) auxiliar administrativa de la Fundación Héroes del Amor junto con (20) madres cuidadoras beneficiarias que hacen parte de la red de Bogotá y Soacha específicamente que actualmente se encuentran vinculadas en los servicios sociales.

El primer instrumento consta de 13 y 10 preguntas dirigidas a la representante legal y a la voluntaria relacionadas al funcionamiento, la generación de redes y alianzas, el impacto social de los servicios, proyecciones a largo plazo y la atención ofrecida desde la organización; el segundo instrumento, la encuesta está dirigida a las madres cuidadoras que consta de 10 preguntas enfocadas en el conocimiento de los servicios, tiempo de vinculación, procesos administrativos y evaluación de seguimiento y acompañamiento en los procesos de los niños.

Es determinante la importancia de aplicar las entrevistas tanto a la representante legal y la voluntaria de la Fundación Héroes del Amor con el fin de comprender el funcionamiento en la dinámica organizacional y operativa además de la prestación de los servicios que se brindan a niños y niñas diagnosticados con Cáncer y sus cuidadoras específicamente de la red de Bogotá y el municipio de Soacha; con el propósito de analizar las congruencias de las anteriores entrevistas y las respuestas de las encuestas denotando la percepción de los impactos de los programas de apoyo ofrecidos.

**8.3.2 Selección de componentes.** Para el diseño de elaboración de los instrumentos de recolección de información, se seleccionaron los siguientes componentes que dan cuenta de las Categorías de análisis (Direccionamiento Estratégico Organizacional, Fundraising, Impacto social), subcategorías (Misión, Visión y Objetivos, Redes y Alianzas y Logros y oportunidades de mejora), relacionados a continuación en la Tabla 1- Representante legal, Tabla 2- Voluntaria, Tabla 3 –



**Estrategias de Gerencia Social**

Madres y/o acudientes pertenecientes a la Fundación, junto con los ítems a evaluar en su aplicación, en los cuales se basó la elaboración del guion de ambos instrumentos.

## Estrategias de Gerencia Social

**Tabla 1.** *Matriz de Variables de Recolección Entrevista Representante Legal*

Categorías	Subcategorías	Ítems	Instrumento
Direccionamiento Estratégico Organizacional	Misión, Visión, Objetivos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuál fue su principal motivación para crear el proyecto de la fundación héroes del amor</li> <li>2. Cuál ha sido el proceso que se ha llevado a cabo para la prestación de los servicios sociales de la fundación héroes del amor</li> <li>3. Porque usted se enfoca a la atención en esta población objetivo</li> <li>4. Desde la fundación héroes del amor cómo se realiza la identificación y caracterización de la población beneficiaria</li> <li>5. Cuáles son los servicios que presta la fundación héroes del amor</li> <li>6. ¿Cómo se ve reflejado a largo plazo el objetivo social de la Fundación Héroes del Amor?</li> </ol>	Entrevista
Fundraising	Redes y Alianzas	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Que estrategias maneja para el sostenimiento de la fundación (infraestructura, servicios públicos, manutención etc.)</li> <li>8. De donde provienen los recursos económicos para dar cumplimiento a los servicios que la fundación presta a la población beneficiaria</li> <li>9. Durante el desempeño de la fundación, cuáles han sido las redes de apoyo aliadas que generan responsabilidad social a los servicios que se prestan</li> <li>10. ¿Durante los 10 años de existencia de la fundación que empresas benefactoras ya no se encuentran vinculadas y por qué?</li> <li>11. Usted cada cuanto realiza rendición de cuentas en donde involucre a todos los actores que hacen parte del funcionamiento de la organización.</li> </ol>	Entrevista
Impacto Social	Logros y oportunidades de mejora	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Dentro de la dinámica organizacional de la Fundación Héroes del Amor que presta sus servicios hace 10 años, cuáles han sido las mayores falencias y dificultades que ha identificado en esta iniciativa y que impactos han generado a nivel social.</li> <li>13. Cuáles cree son las oportunidades de mejora que tiene la Fundación para una mayor prestación del servicio</li> </ol>	Entrevista

*Fuente:* Elaboración Propia.

## Estrategias de Gerencia Social

**Tabla 2.** *Matriz de Variables de Recolección Entrevista Voluntaria*

Categorías	Subcategorías	Ítems	Instrumento
Direccionamiento Estratégico Organizacional	Misión, Visión, Objetivos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Cuál ha sido su mayor motivación para apoyar la iniciativa ¿Hace cuánto tiempo está vinculada a la fundación héroes del amor?</li> <li>2.¿Cuáles son las labores que usted desempeña dentro de la organización? ¿Qué piensa del grupo de interés a la cual la fundación ofrece sus servicios?</li> </ol>	Entrevista
Fundraising	Redes y Alianzas	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Desde la Fundación Héroes del Amor, se genera algún registro que permita identificar los gastos de la organización en cuanto al sostenimiento en la solvencia de las necesidades básicas de los beneficiarios</li> <li>4.¿Recuerda empresas benefactoras de la organización que actualmente ya no se encuentran vinculadas y por qué?</li> <li>5. Desde el área administrativa de la Fundación cómo se genera un seguimiento a los aportantes y/o benefactores que contribuyen a ser partícipes del objetivo de la organización</li> <li>6.¿Cuáles son los parámetros que ustedes dentro de la dinámica de la organización determinan para que personas externas puedan vincularse como voluntarios?</li> </ol>	Entrevista
Impacto Social	Logros y oportunidades de mejora	<ol style="list-style-type: none"> <li>7.¿Cuáles cree que han sido las falencias para el buen funcionamiento de la organización?</li> <li>8. Cómo voluntaria, usted puede identificar cuáles han sido los impactos positivos generados por la fundación a nivel social.</li> <li>9. Usted cómo voluntaria de la fundación, cuál cree que ha sido la situación que mayor impacto le ha generado en la población beneficiaria</li> </ol>	Entrevista

*Fuente:* Elaboración propia.

## Estrategias de Gerencia Social

**Tabla 3.** *Matriz de Variables de Recolección Encuestas a madres cuidadoras beneficiarias.*

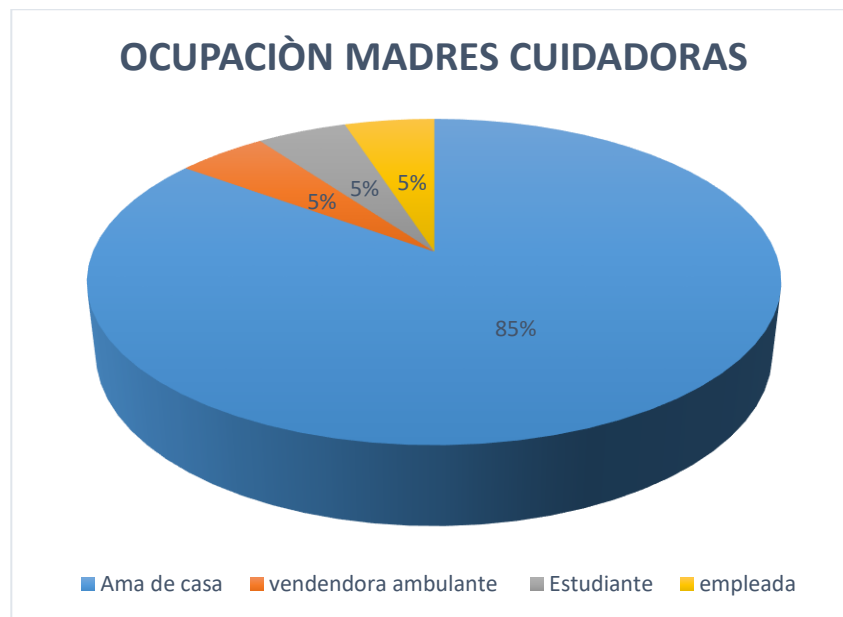
Categorías	Subcategorías	Ítems	Instrumento
Direccionamiento Estratégico Organizacional	Misión, Visión, Objetivos	<p>1. ¿Usted cómo conoció los servicios de la fundación Héroes del amor? Redes Sociales - Anuncios Publicitarios - Familiares y/o conocidos</p> <p>2. ¿Usted cómo beneficiario de la fundación, reconoce la misión de la organización de la cual hace parte? Si - No ¿A qué se refiere?</p> <p>3. Enumere los servicios que presta la fundación Héroes del amor</p> <p>4. ¿Hace cuánto tiempo es beneficiaria de los servicios que presta la fundación héroes del amor? Más de 5 años - menos de 5 años - 5 años o más</p> <p>5. Conoce los horarios de atención establecidos por la fundación héroes del amor Si tiene claridad - No tiene claridad - Desconoce la información</p>	Encuesta
Fundraising	Redes y Alianzas	<p>6. Ustedes como beneficiarios directos de la fundación, reconocen cuales son las principales redes de apoyo con las que cuenta la organización para su funcionamiento Si - No ¿Cuáles?</p> <p>7. Usted como beneficiario de la Fundación, es involucrado en la rendición de cuentas que se llevan a cabo periódicamente. Si – No ¿Con qué periodicidad?</p>	Encuesta
Impacto Social	Logros y oportunidades de mejora	<p>8. Desde su experiencia como beneficiaria de la fundación Héroes del Amor, cómo calificaría la prestación de los servicios de la organización Muy insatisfecho - insatisfecho - satisfecho - No responde</p> <p>9. Cómo califica el desempeño de la fundación Héroes del Amor en relación al acompañamiento que brinda en los servicios prestados</p>	Encuesta

*Fuente:* Elaboración Propia

## Estrategias de Gerencia Social

**8.3.3 Identificación de actores.** Los principales actores son las cuidadoras beneficiarias de los programas de apoyo que presta la Fundación Héroes del Amor, se identifica ciertas características en cuanto a su contexto por medio de preguntas indagatorias en las mismas que dan cuenta de su ocupación y población etaria, encontramos que en su mayoría las madres no se encuentran vinculadas laboralmente, debido al tiempo invertido en los procesos clínicos, psicológicos y en algunos casos Jurídicos, lo que implica que desempeñen labores domésticas que inciden en los bajos ingresos económicos de la red familiar; también, se evidencia que algunas madres se desempeñan como empleada, estudiante y vendedora ambulante.

**Figura 3.** Actividad laboral de las Madres y acudientes de los menores.

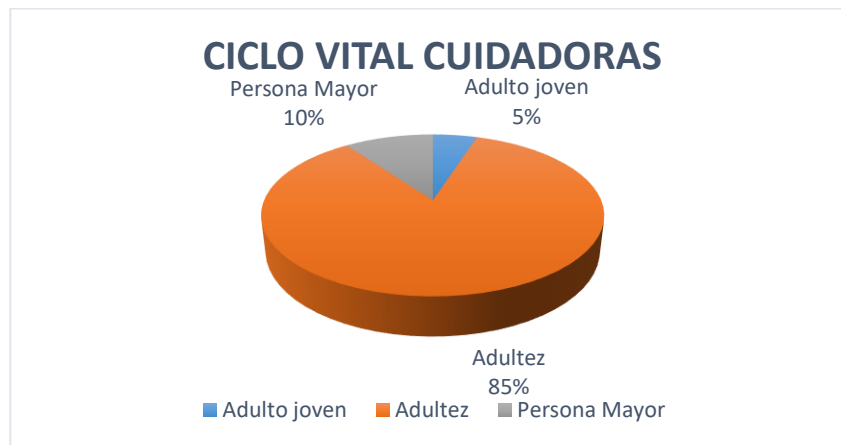


**Fuente:** Matriz de datos de respuesta de las encuestas (Madres).

## Estrategias de Gerencia Social

Con un total de 20 madres encuestadas, en cuanto al ciclo vital se identifica que (17) madres equivalen al 85% se encuentran en ciclo de Adultez, mientras que (2) cuidadoras corresponden al 10% en ciclo de persona mayor y (1) madre corresponde al 5% quien se encuentra en ciclo de Adulto joven.

**Figura 4.** *Ciclo vital Madres cuidadoras de la Fundación Héroes del Amor.*



**Fuente:** Matriz de datos de respuesta de las encuestas (Madres).

En cuanto a los menores presentamos la gráfica del porcentaje del tipo de enfermedades:

**8.3.4 Aplicación del instrumento.** En el desarrollo del proyecto se actuó teniendo en cuenta la contingencia presentada por la actual situación sanitaria por COVID -19. Tras el diseño de los instrumentos de recolección de información, se llevó a cabo el proceso de aplicación del formato de Entrevista semiestructurada al personal administrativo y Encuestas a las madres cuidadoras de la Fundación Héroes del Amor, por medio del uso de estrategias virtuales que permitieran dar cumplimiento con la obtención de la información, con las madres y acudientes que residen en la casa fundación facilitando los equipos de cómputo, y el resto de madres enviaron sus respuestas a las encuestas por medio electrónico por email y/o WhatsApp debido a las restricciones de movilidad.

## **Estrategias de Gerencia Social**

La perspectiva de los beneficiarios quienes conocen los diferentes programas de apoyo que presta la Fundación, son fundamentales para identificar los aspectos relevantes en relación a las percepciones en cuanto a la labor social de la organización, la atención en los diferentes ámbitos y la evaluación ante los mismos.

**8.3.5 Interpretación y presentación de la información recolectada.** Para analizar todos los datos recolectados, de acuerdo con Denzin (Como se cito en Aguilar & Barroso, 2015), retomamos “la Teoría de Triangulación de datos en investigación cualitativa, donde se hace uso de distintas estrategias y fuentes de información para la toma de datos que permitan contrarrestar toda la información obtenida. Esta triangulación es de tipo temporal, debido a que los datos son recogidos en diferentes fechas con el fin de comprobar si los resultados son constantes”. (Pág. 3).

En una primera instancia se reunió en categorías y premisas las respuestas de las entrevistas semiestructuradas que representan el lado administrativo de la Fundación de la representante legal y de la voluntaria. Luego se presenta el análisis de las categorías de las encuestas de las madres y acudientes denotando su perspectiva para contrarrestarla con la información del sistema categorial en general y así llegar a las conclusiones finales. Adicionalmente nos basamos en el esquema general de los instrumentos cualitativos, que permite con la información recolectada trazar sistemas categoriales para el respectivo análisis e interpretación de los datos en el proceso para concluir.

Entonces para el análisis de los datos producto tanto de las encuestas y de las entrevistas semiestructuradas tenemos las siguientes categorías y subcategorías:

A) ***Direccionamiento estratégico organizacional: Misión, Visión y Objetivos.*** En la estructura del guion a la Representante legal se le realizaron (7) preguntas y a la Voluntaria (3) dentro de esta

## Estrategias de Gerencia Social

categoría, remítase a (Tabla 1 y 2), con el propósito de identificar los principales puntos de concordancia entre el paralelo de ambas posturas para la conclusión final.

Y para el análisis de los datos de las encuestas a las madres cuidadoras se delimitaron las mismas categorías, en este caso se estipularon cinco ítems.

**Motivación.** En las primeras (3) respuestas se denota la motivación por vincularse de manera constante con la Fundación tanto de su creación (Aspecto gerencial) como vinculación (Aspecto administrativo), aportando con su trabajo en apoyar a los menores de escasos recursos diagnosticados con cáncer en pro de mejorar las condiciones de vida atendiendo sus necesidades básicas y reales.

Esto se observa en la entrevista con la Representante legal (Aguirre Rodríguez, 2020):

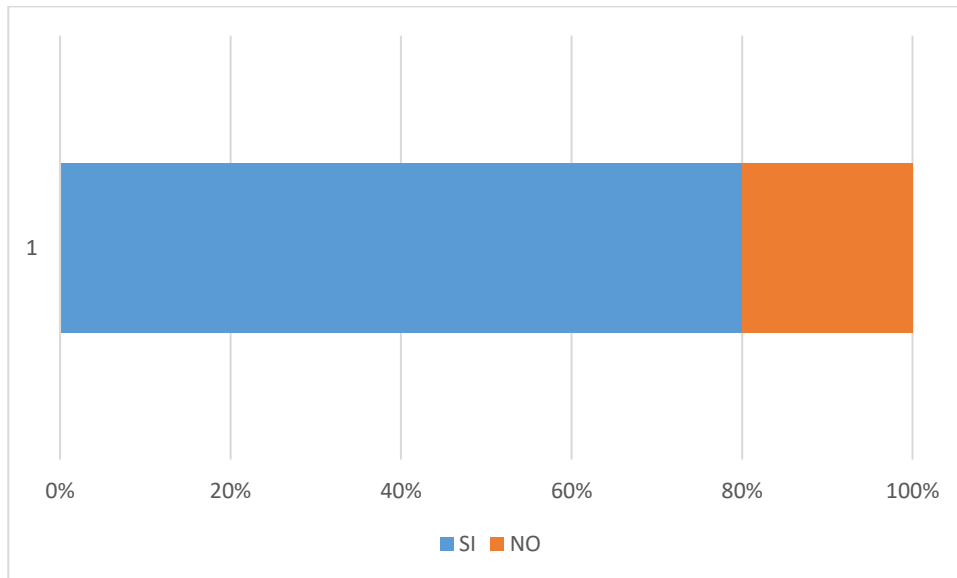
Es una población en condición de vulnerabilidad, por diferentes factores. No sólo por las condiciones de salud, tenemos en cuenta la condición socio-económica y de desplazamiento a la ciudad de Bogotá a causa del tratamiento para combatir el cáncer, adicionalmente son pocas las instituciones en la ciudad que tiene un enfoque interdisciplinar e integral para el apoyo a los niños y adolescentes. (p. 3)

En las encuestas al interrogar a las madres por la Misión de la Fundación en el ítem 2, todas las 20 personas encuestadas respondieron de manera ecuánime al responder afirmativamente y acertada, lo que demuestra la motivación y el sentido de pertenencia hacia el trabajo desarrollado desde el ámbito gerencial y administrativo de la Fundación al obtener el 100. Y en el ítem 5 de las encuestas se propuso medir conocimientos de aspectos básicos del funcionamiento como el horario de atención analizando el nivel de motivación de los usuarios hacia su funcionamiento, lo podemos observar en la siguiente ilustración:



## Estrategias de Gerencia Social

**Figura 5.** Porcentaje ante la opción si/no conocer el horario de atención de la Casa Hogar.



Fuente: Matriz de datos de encuestas madres cuidadoras.

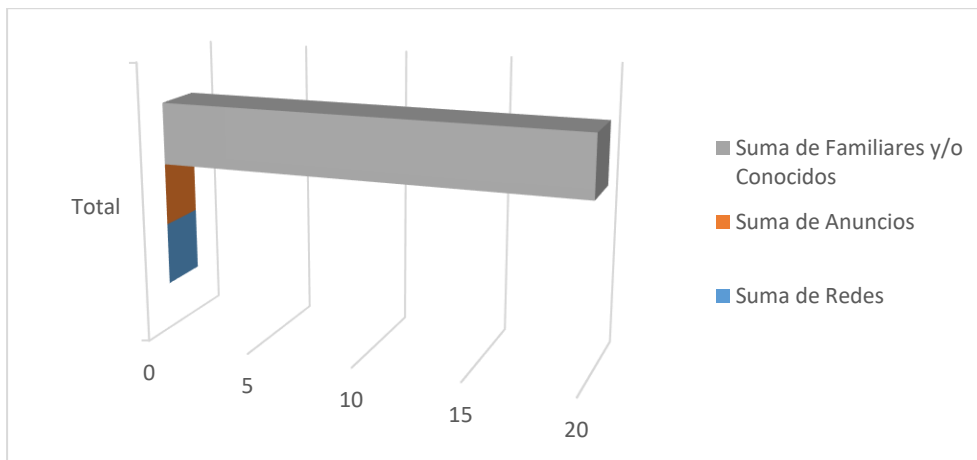
**Vinculación.** En los inicios de la Fundación para iniciar el proceso de vinculación, el primer contacto se realizaba directamente en los hospitales, ahora con el paso de los años las madres y tutores son quienes buscan a la Casa Hogar por medio de, otras madres en condiciones similares en el sector hospitalario, redes sociales, vía telefónica, por recomendación de miembros de las instituciones hospitalarias.

Después del primer contacto se solicita la documentación del menor, su documento de identidad, resumen de historia clínica, carnet EPS, puntaje del régimen de subsidiado, documentación de comunidad indígena de ser el caso. Prosigue realizar la visita domiciliaria, si el menor se encuentra hospitalizado, se posterga, aunque se inicia el apoyo de necesidades intrahospitalarias en un programa integral que da cubrimiento a las necesidades básicas y urgentes. De ser el caso durante la visita se registran los datos del entorno donde reside el menor, algunas familias no tienen donde residir durante el tratamiento.

## Estrategias de Gerencia Social

Respectivamente en las encuestas de las madres hallamos el factor que nos apunta a fortalecer el aspecto de la visibilidad en medios de comunicación masiva, por una parte, atraería aportantes significativos a la campaña como la posibilidad de vincular a más personas que se encuentran en esta condición de vulnerabilidad. En la siguiente grafica se puede reflejar ante la pregunta de cuál fue el medio por el que obtuvo conocimiento de la Fundación, ante tres opciones de respuesta se obtuvo el 100% de respuesta a la selección correspondiente a la red primaria de familiares y conocidos. Además, en el Ítem 4 que indagaba sobre el tiempo de vinculación a las madres cuidadoras, los datos con mayor tendencia son quienes llevan integradas un tiempo de antigüedad mayor a cinco años.

**Figura 6.** Consolidado de respuestas 1° pregunta: Encuesta-madres



Fuente: Encuesta pregunta: ¿Usted cómo conoció los servicios de la fundación Héroes del amor?

**Programas de servicio.** Estos programas son de índole integral debido a que apoyan en cuanto a suplir las necesidades de distintas esferas desde el área clínica que abarca el anterior mencionado apoyo intrahospitalario en necesidades de primera mano cómo artículos de aseo, pijamas, medicamentos NO POS, soporte en los respectivos copagos por servicios como

## Estrategias de Gerencia Social

exámenes negados por legislación y las EPS, entrega de Ensure, mercados y otras medidas nutricionales específicas en cada menor, facilitación de transporte debido a las condiciones médicas de cada infante. Con acompañamiento psicológico intra y extra hospitalario tanto para los menores como sus familias. También brinda asesoría jurídica dado el caso de trámites ante EPS y en cuanto a los familiares que por distintas razones se les dificulta realizar trámites legales, la voluntaria respalda estas diligencias al tener el conocimiento de la ciudad y de los procesos jurídicos. En cuanto a educación docentes voluntarios realizan apoyo escolar, este aspecto se ve afectado por los lapsos de tiempo de los tratamientos y por problemas de aprendizaje posterior a las quimioterapias. Soporte económico a familias que se encuentran en albergues provisionales y a los residentes de la Casa Hogar, gastos escolares, y exequiales.

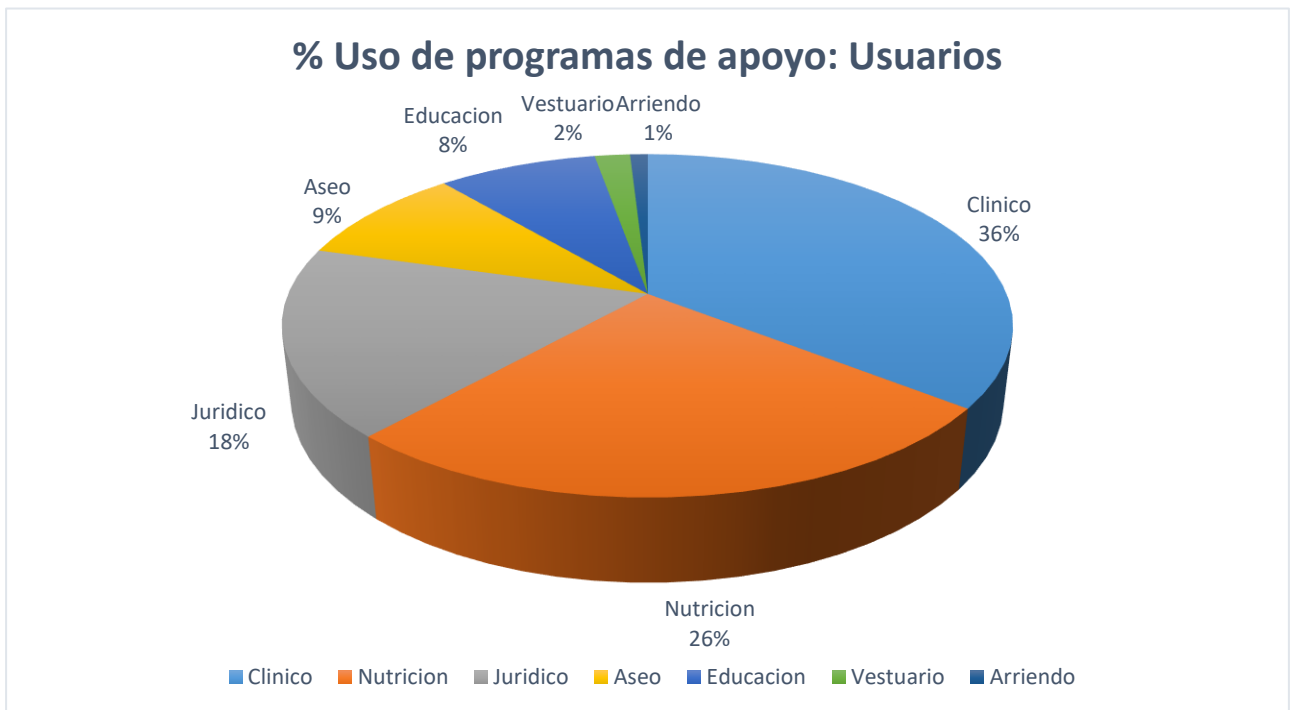
Adicionalmente con los datos de las encuestas encontramos la recurrencia de uso de los programas de apoyo ofrecidos por la fundación por parte de los usuarios a continuación lo presentamos en porcentajes en la siguiente grafica estadística. Siendo el de mayor relevancia el aspecto clínico que engloba los aspectos de tratamientos, gastos médicos, entrega de medicamentos que no cubren las EPS, turnos de enfermeras, junto con la Salud Mental con acompañamientos de psicólogos intra y extra hospitalarios y con los cuidados de higiene oral dada en odontología como ortodoncia para los niños y adolescentes, para un total del 36% de recurrencia de uso.

El factor de nutrición está dado por los componentes de entrega de mercados, Ensure, entre otros suplementos alimenticios con un porcentaje del 26%. En el tercer lugar radica el ámbito jurídico con un 18% en cuanto a procesos de tutelas y diligencias ante la superintendencia de salud. Con un 9% de recurrencia esta la entrega de productos de aseo como programa de apoyo intrahospitalario. Seguido del aspecto educativo en cuanto a gastos escolares, uniformes,

## Estrategias de Gerencia Social

implementos, docencia con voluntarios de la fundación. Y en último lugar los aportes económicos destinados a vestuario y arriendo.

**Figura 7.** Diagrama con el porcentaje de recurrencia en los programas de apoyo.



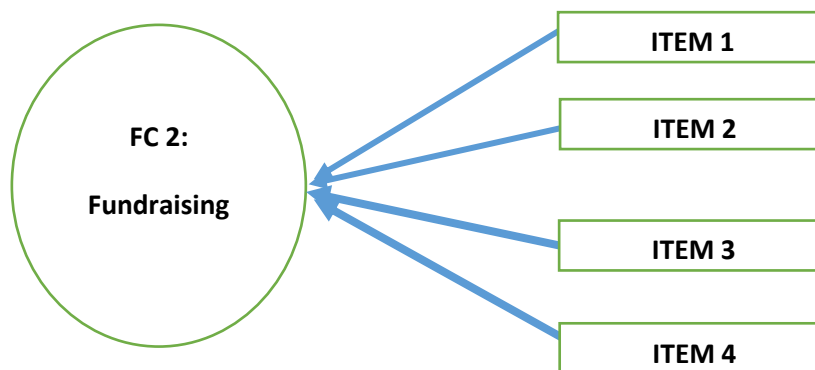
**Fuente:** Respuestas madres ante el ítem 3, Enumere los servicios que presta la fundación Héroes del amor.

**Proyección-visión institucional.** Para la gestión de invertir fondos en infraestructura se requiere una mayor consecución de recursos económicos como de planes a futuro, debido a que la Fundación no es una organización colectiva y los recursos financieros son provistos por la representante legal y un grupo de voluntarios; para lograr esto es necesario potencializar todas las áreas institucionales como la gerencial, administrativa, financiera y consecución de aliados estratégicos para proveer de herramientas que contribuyan cada vez en mayor medida en el impacto por mejorar su calidad de vida.

## Estrategias de Gerencia Social

**B) Fundraising: Redes y Alianzas.** Para indagar en esta categoría se plantearon (4) preguntas a la representante legal y a la voluntaria, dando como resultado que en este aspecto se debe fortalecer la vinculación a aliados estratégicos del tipo empresarial, social (Manejo de redes sociales para mayor visibilidad de voluntarios y aportantes), debido a que los gastos recaen en un sector minoritario de índole civil, la Fundación en los diez de funcionamiento se ha vinculado a una empresa quien constantemente ha aportado el Ensure y complementos nutricionales para los menores, de aquí la importancia de realizar más alianzas estratégicas de este tipo. Para el cubrimiento de costos de tratamientos, medicamentos NO POS, entre otros gastos, para esto se organizan eventos para recaudar fondos, y al culminar el proceso respectivo de facturación se realizan rendiciones de cuentas a las miembros de la Fundación.

**Figura 8.** Validez de constructo en la categoría de Fundraising.



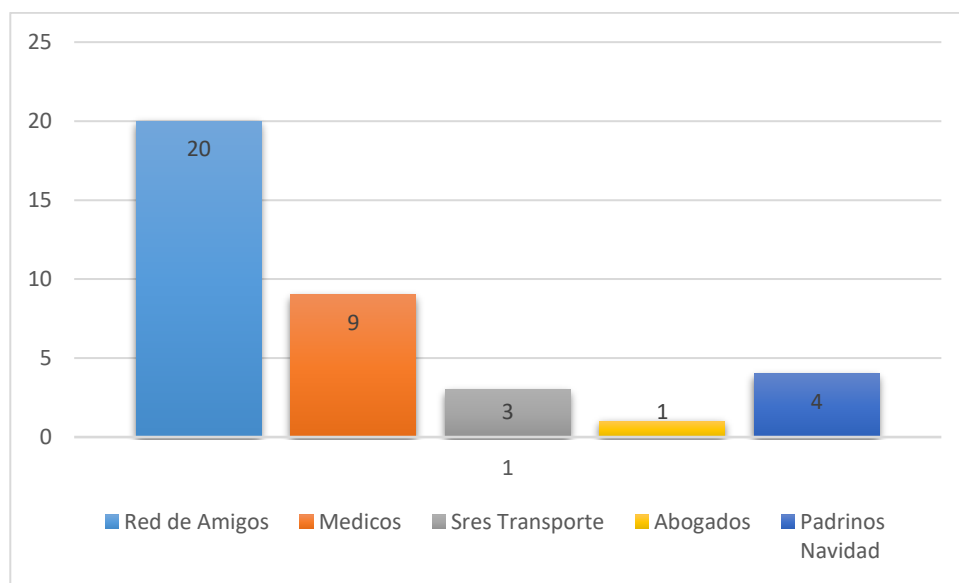
Fuente: Análisis de datos de las entrevistas semiestructuradas a la representante legal y a la voluntaria.

En el anterior diagrama vemos resaltados los vectores del ítem 3 y 4, debido a que están estrechamente correlacionados y aportaron mayor disposición de información para evaluar el constructo específico de redes y alianzas manteniendo una consistencia interna y confiabilidad en los datos, esto retomando lo planteado por (Barón Díaz, 2010).

## Estrategias de Gerencia Social

Y en el componente de las encuestas, en la gráfica que se encuentra a continuación se miden los parámetros de percepción de los usuarios frente a la red institucional, en el ítem 5 se daba la opción abierta de seleccionar múltiples opciones de respuesta, las (20) madres señalaron en unanimidad a la red de amigos sin más especificidad, en segundo lugar, a los médicos, seguido de los padrinos de navidad, conductores y abogados. En este caso ya se señaló que actualmente se cuenta con el aliado estratégico que provee de Ensure y otros suplementos por lo que sin ser específicos en la respuesta de red de amigos puede estar implícito aportantes como de este tipo empresarial, es evidente el conocimiento de los sectores fundamentales para su atención integral; en el ítem 7 relacionado con la rendición de cuentas de recaudación de fondos se presenta nuevamente unanimidad en la respuesta de que anualmente se realizan estas actividades como en las retroalimentaciones de actividades para tratamientos específicos.

**Figura 9.** *Percepción Usuarios-Red de aliados.*



Fuente: Respuestas ítem 6 encuesta madres.

## Estrategias de Gerencia Social

C) **Impacto social: Logros y oportunidades de mejora.** Se plantearon respectivamente (3) ítems para la representante legal y (2) a la voluntaria para este respectivo análisis.

**Fortalecimiento institucional.** Se denota la falta de recursos económicos debido a los gastos cotidianos en cuanto al cubrimiento de los programas de apoyo. Por esto la importancia de impulsar proyectos productivos que permitan una autonomía logrando su continua sostenibilidad para incidir en el mejoramiento de la calidad de vida de esta población con alto índice de vulnerabilidad. Aunque a su vez dentro de las oportunidades de mejora se puede estipular la implementación de procesos a nivel empresarial, fortalecimiento en la planificación, establecimiento de diferentes estrategias para incorporar procesos productivos con nuevos aliados estratégicos como de aumentar el progreso del actual “Café Héroes del Amor”.

**Logros.** Los logros de la fundación están dados en la contribución a dignificar el contexto de personas en condiciones vulnerables; favoreciendo la creación de capital social. En el ítem 8,9 y 10 de las encuestas se presenta el 100% de igualdad en la selección de los criterios: Satisfecho, excelente y alto para calificar la gestión del personal administrativo, el acompañamiento y el nivel de satisfacción ante los programas de apoyo que brinda a esta población. Demostrando los altos niveles aceptación entre la comunidad beneficiaria y la creación de capital social, retomando el concepto por (Alberdi & Armiño, 2020) “Conjunto de redes construidas sobre relaciones de confianza y reciprocidad, que contribuyen a la cohesión, desarrollo y bienestar de la sociedad, así como la capacidad de sus miembros para actuar y satisfacer sus necesidades de forma coordinada en beneficio mutuo”.

## 9. Resultados finales

### 9.1. Perfil y caracterización de la organización

**9.1.1. Antecedentes de la organización.** El problema organizacional identificado en la Fundación “Héroes del Amor” principalmente es la falta de redes y alianzas que contribuyan en el apoyo de las actividades y proyectos que se llevan a cabo. Por este motivo se han escogido dos herramientas de la Gerencia Social que tienen relación directamente con esta problemática.

**9.1.2 Objeto de la Organización.** Por lo tanto, el objeto de la Fundación busca perseguir soluciones de beneficencia, el interés o utilidad común y el mejoramiento de la calidad de vida, la intención para el desarrollo de la niñez y la juventud, el bienestar común o de interés social, científico, tecnológico, cultural, recreativo, servicio social, tanto a nivel nacional e internacional, así como la participación en actividades sociales llevadas a cabo por otras organizaciones humanitarias, nacionales e internacionales. En el literal G) especifica que se van a realizar, directa o indirectamente, por cuenta propia o ajena, sola o mediante consorcios, uniones temporales o alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales u organizaciones de la sociedad civil o entidades del sector privado, nacionales o extranjeras, todas aquellas actividades encaminadas a: proyectar, ejecutar, administrar, coordinar, controlar o evaluar planes, programas o proyectos, orientados a buscar el bienestar de los asociados y el de los particulares, para tales efectos podrá asociarse, fusionarse, participar en uniones temporales, consorcios y elaborar convenios con otras personas naturales o jurídicas que desarrollen el mismo o similar objeto.

**9.1.3 Portafolio de servicios.** Dentro de su portafolio de servicios, incluyen algunas empresas con las cuales tienen alianzas como son: Brain la Agencia Box, Get Global Lego Technology, Student Connection, SoundtracK, Karaoke in the House.



## **Estrategias de Gerencia Social**

Se considera que este es un punto débil para obtener los recursos necesarios y de tal manera desarrollar todas las actividades propuestas por la organización teniendo en cuenta que desde aquí parte la realización del respectivo plan de mejoramiento organizacional que se describe a continuación.

**Misión.** Somos una institución sin ánimo de lucro dedicada a apoyar al niño y adolescente con cáncer y su familia en el diagnóstico y cuidado integral del cáncer y enfermedades hematológicas teniendo en cuenta aspectos médicos, psicológicos, lúdicos, contribuyendo en el mejoramiento de la calidad de vida.

**Visión.** La Fundación Héroe del Amor, estará reconocida tanto a nivel Nacional como Internacional, como una organización integral, la cual brinda bienestar y mejoramiento en la calidad de vida de los niños y adolescentes diagnosticados con cáncer y enfermedades hematológicas y sus familias especialmente de bajos recursos.

**Principios.** Para el Área de Desarrollo Social Comunitario se quiere propender por el bienestar de la población colombiana, la cooperación municipal, Departamental, Nacional e Internacional, para el desarrollo de las poblaciones infantiles afectadas por enfermedades hematológicas y oncológicas, con el propósito de contribuir con la construcción de un nuevo orden social, bajo los principios de justicia, solidaridad, democracia, equidad, respeto a los derechos humanos y al derecho internacional humanitario, a través de intervenciones auto sostenibles en las áreas de gestión de recursos para el desarrollo económico, gobernabilidad. Educación, salud, medio ambiente, alimentación, seguridad, cultura, empleo y otras acciones que puedan contribuir con el desarrollo humano y servicio comunitario que coadyuven con la máxima eficiencia en el desarrollo económico y social de la población colombiana, en el apoyo, la colaboración y ayuda para el

## **Estrategias de Gerencia Social**

restablecimiento de los derechos de niños, niñas y adolescentes, sin distinciones de raza, color de piel, sexo, religión, edad, condición social o procedencia.

**Propósitos.** Todas las actividades de la Fundación están encaminadas a:

- Proyectar, ejecutar, administrar, coordinar, controlar o evaluar planes, programas o proyectos, orientados a buscar el bienestar de los Asociados y el de los particulares, para tales efectos podrá Asociarse, fusionarse, participar en uniones temporales, consorcios y Elaborar convenios con otras personas naturales o jurídicas que Desarrollen el mismo o similar objeto.
- Propiciar y realizar Convenios con entidades nacionales e internacionales con fines y Objetivos comunes a la fundación.
- Celebrar y ejecutar contratos o convenios con personas naturales o jurídicas, con entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales, que contribuyan con el desarrollo del objeto social.
- Liderar y celebrar los procesos de gestión y ejecución de todos los convenios, contratos o cualquier otro acto público o privado con personas naturales y jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras conducentes a cumplirlas finalidades de la fundación.

**Objetivo.** El Objetivo General tiene como fin prestar un acompañamiento integro con calidad científica y humana a niños y adolescentes diagnosticados y en tratamiento de enfermedades oncológicas y hematológicas especialmente de bajos recursos que no tengan la posibilidad de acceder a tratamientos completos facilitando y aminorando la carga emocional a su vez brindando las herramientas necesarias para generar ingresos económicos a sus familias y colaborando en la

## **Estrategias de Gerencia Social**

continuidad escolar de cada uno de los niños en tratamiento , para que de esta manera se logre mejorare o mantener su calidad de vida luego de ser diagnosticados.

### **9.2 Selección de instrumentos**

#### **9.2.1. Formación de Redes y Alianzas.**

**9.2.1.1 Diagnóstico de necesidades.** Dentro de las necesidades se encuentra la falta de Estrategias de Gerencia Social en la “Fundación Héroes del Amor”, entre las cuales se pueden señalar la desmotivación del personal del área administrativa, inexistencia de redes de apoyo, falta de recursos económicos y familias de estratos bajos en las cuales las madres son cabeza de familia y no cuentan con empleos estables ni formales para solventar los tratamientos de sus hijos.

Es de aclarar que solo cuentan con una red primaria que no supe en la totalidad las necesidades de los niños con cáncer, la falta de recursos económicos está dada, entre otras razones, por no contar con el apoyo de entidades gubernamentales que incidan en el mejoramiento su calidad de vida; por lo cual la organización ha planteado actividades como la creación de talleres enfocados medio de ruedas de negocios para emprendedores, cursos enfocados a Marketing digital como alternativas que permitan generar la recaudación de fondos que generen alternativas para fines lucrativos.

**9.2.1.2 Identificación de actores.** Para el presente proyecto se identificaron 12 actores de Interés que se consideran influyentes:

En primer lugar, como un grupo de alta influencia se evidencian Aportantes Frecuentes que se refieren al círculo social de la representante legal y gestora (amigos y familiares) a los que ella acude cuando requiere del apoyo en las necesidades de la población que atiende en la Fundación.

## **Estrategias de Gerencia Social**

En segundo lugar, se presentan los Donantes en especie quienes en calidad de aportantes contribuyen con insumos y recursos no económicos a la fundación bajo la premisa de la certificación de donación.

Por otra parte, y tal vez la más importante, se identificó como grupo de alta influencia la Red de apoyo Programa social Plan Padrino, que tiene como objetivo conformar el presente proyecto, integrando a personas naturales, empresas privadas y/o públicas, programas gubernamentales y otras fundaciones (ONG's), que deseen contribuir al objetivo de la fundación por medio de aportes económicos.

En cuanto a los grupos de interés con una influencia media se puede establecer a los funcionarios de la Fundación Héroes del Amor, que actualmente en su dinámica organizacional se compone inicialmente por la representante legal y un funcionario que se encarga de coordinar directamente las actividades que se desarrollan con los niños y el albergue. El siguiente grupo de interés son las Entidades Estatales que tienen injerencia sobre la fundación, como lo es el Fondo Nacional de Estupefacientes, quien bajo la figura de comodato cede la vivienda en donde se encuentra establecida la Fundación y desarrolla sus actividades de servicio social y el Ministerio de salud quien bajo programas como el “Plan Nacional para el control del Cáncer en Colombia” podría apoyar en la gestión de las operaciones de la fundación.

En el siguiente lugar se encuentran los beneficiarios de la Fundación, es decir, los niños diagnosticados con cáncer y su núcleo familiar a quienes se busca apoyar para acceder a los tratamientos necesarios y a los insumos tanto hospitalarios como de manutención que requieren y que permita la solvencia de sus necesidades; en este sentido también se identificaron a la Entidades prestadoras de salud como un grupo de interés, ya que son ellas a las que se debe acudir para que

## **Estrategias de Gerencia Social**

los niños reciban los tratamientos médicos necesarios y oportunos, por lo cual, la fundación debe tener contacto estrecho con dichas entidades, garantizando las mejores condiciones de prestación de los servicios en salud.

Por otra parte, se identifican a los colaboradores, referidos a aquellas personas que bajo su buena fe deseen aportar en la ejecución de las actividades de la fundación, en este grupo se presta mayor atención a los estudiantes universitarios que requieran realizar sus prácticas y proyectos y a los profesionales que desde su conocimiento y formación deseen apoyar las actividades y acciones que se realizan y aquellas que a futuro se desean desarrollar.

En relación con Entidades de tipo religioso y que son unas de las más antiguas e influyentes en cualquier comunidad, son tomadas como un grupo de interés, ya que con la influencia que posee sobre las masas podría ser un importante contribuyente de la fundación, además, teniendo en cuenta que el cáncer es una de las enfermedades que más vidas cobra a nivel mundial, por lo cual para la fundación “Héroes del Amor” es importante contar con el apoyo de las iglesias a la hora de realizar las exequias de aquellos niños que no pueden superar la enfermedad.

En este mismo sentido se toma a las entidades prestadoras de servicios funerarios como un grupo de interés ya que muchas veces las familias que son apoyadas por la fundación no cuentan con recursos económicos para costear el servicio exequias y es muy difícil acceder a este tipo de seguros una vez se conoce el padecimiento de los niños. Por último, pero no menos importante se encuentran dentro de los grupos de interés de baja influencia a los Entes reguladores como son la DIAN, el ICBF, y la Cámara de comercio, quienes finalmente son los que dan el aval a la Fundación para operar; y a los proveedores con quienes se debe mantener un vínculo con el fin de

## **Estrategias de Gerencia Social**

garantizar las mejores condiciones de vida de los beneficiarios y de ser posible con los menores costos.

**9.2.1.3 Formulación de la Estrategia.** Se quiere generar Redes y Alianzas con el plan padrino que denominado “Ángel de la Guarda” que tiene como lema: “Cada uno de nuestros héroes necesita nuestro apoyo incondicional; apadrinar un niño con cáncer es ser un ángel de la guarda en la tierra”

El plan padrino no ha tenido la importancia y el impacto social que se requiere, sin embargo, en medio de la pandemia se lograron establecer algunos sondeos y contactos con una persona externa a la organización quien se comprometió a aportar mensualmente \$50.000 pesos para la minuta de uno de los niños que hace parte de la Fundación “Héroes del Amor”

La Fundación tiene como mecanismo establecida una red de familiares y con apoyo de personas naturales; con la presentación de este proyecto se pretende aplicar directamente en las empresas y la concientización de sus empleados al querer voluntariamente aportar a esta causa social.

### ***9.2.1.4 Elaboración de la Matriz de Aliados y Semáforo de Alianzas.***

## Estrategias de Gerencia Social

**Figura 10.** Distribución de Alianzas.



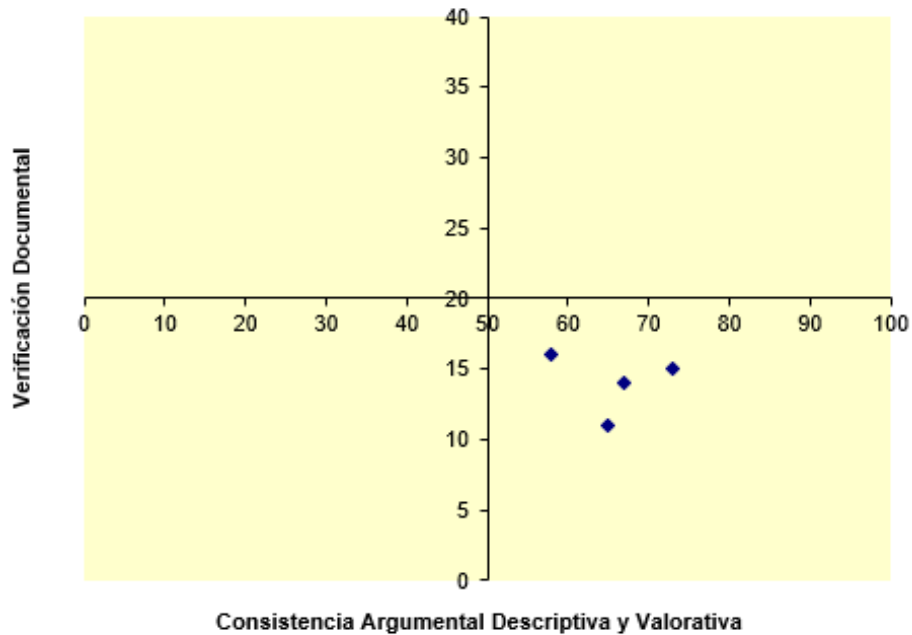
*Fuente:* Elaboración Propia

**Tabla 4.** Distribución de las Alianzas según puntaje obtenido

Alianza	Consistencia Argumental Descriptiva y Valorativa	Verificación Documental
ASESOR GASTRONOMICO	58	16
SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD	67	14
LIGA COLOMBIANA CONTRA EL CANCER	73	15
GOBERNACION CUNDINAMARCA	65	11

## Estrategias de Gerencia Social

**Figura 11.** Distribución de las alianzas según puntaje obtenido.



*Fuente:* Elaboración Propia

**Análisis de Resultados de Semáforo de Alianzas.** Por lo anterior, puede observarse que en la gráfica de consolidación de las Alianzas el puntaje obtenido de cada una de las empresas establecidas en la organización, puede analizarse que la alianza que tuvo como resultado el mayor puntaje en la consistencia argumental, descriptiva y valorativa es La Liga Colombiana Contra el Cáncer con 73 puntos, seguido de la Secretaría Distrital de Salud con 67 puntos, posteriormente la Gobernación de Cundinamarca con un puntaje de 65 puntos y finalmente el asesor Gastronómico que alcanzó los 58 puntos.

En cuanto a la verificación documental la empresa que obtuvo el mayor puntaje fue el Asesor Gastronómico (16 puntos), seguido por Liga Colombiana contra el Cáncer (15 puntos), continuando



## **Estrategias de Gerencia Social**

con la Secretaria Distrital de Salud (14 puntos), culminando con el resultado más bajo que lo presento la Gobernación de Cundinamarca (11 puntos)

Se puede analizar como en la consistencia argumental, descriptiva y valorativa es la Liga Colombiana Contra el Cáncer la que presenta mayor potencia como Alianza de la Fundación mientras que en la verificación documental la empresa que se destacó es la del Asesor Gastronómico quien lidera el nuevo emprendimiento que se está llevando a cabo en la organización denominado “Héroes del Amor Café”.

### **9.3 Resultado de la aplicación de instrumentos**

**9.3.1 Aspectos a mejorar o fortalecer.** La categoría correspondiente al Fundraising con las redes y alianzas, por medio de las entrevistas semiestructuradas y las encuestas se logra evidenciar que es esta área cuyos aspectos fundamentalmente se deben fortalecer debido a que cuentan con red básica de aliados. La subcategoría de vinculación del direccionamiento estratégico organizacional, da cuenta del proceso de adhesión de nuevos beneficiarios, (También Voluntarios y aportantes), donde inicialmente estas poblaciones de interés buscan el primer contacto, y es aquí donde otro aspecto a considerar para la difusión en medios digitales de campañas productivas, por ejemplo.

**9.3.2 Estrategias de mejoramiento o fortalecimiento.** La categoría de las oportunidades de mejora, nos dan el norte en cuanto al diseño de estrategias de fortalecimiento y que ya se han mencionado en el capítulo anterior, como la implementación de procesos a nivel empresarial, con aliados estratégicos, de tipo mediático en el aspecto social en el manejo de redes sociales para mayor visibilidad de voluntarios y aportantes, debido a que los gastos recaen en un sector minoritario de índole civil. En los diez de funcionamiento se ha incorporado en su portafolio de aliados, solamente a una empresa quien constantemente ha aportado el Ensure y suplementos

### **Estrategias de Gerencia Social**

nutricionales para complementar la dieta de los menores, fortalecimiento de la red institucional con redes nacionales e internacionales importantes como Childhood Cáncer International (CCI), Observatorio Nacional de Cáncer, Fundación Colombiana de Leucemia y Linfoma, Fundación Dharma, Fundación MAPFRE, el Instituto Nacional de Cancerología, IPS Oncosalud, y la Clínica Cardiovascular Pediátrica de Soacha por citar algunos referentes de aliados estratégicos. Finalmente, el fortalecimiento de la planificación de proyectos productivos y cronograma de eventos de recaudación de fondos, promover campañas publicitarias para incorporar procesos productivos con voluntarios estratégicos que incorporen más proyectos provechosos como es el caso del programa actual de “Café Héroes del Amor”.

**9.3.3 Alcance de su aplicación.** Consta de 22 muestras, 2 del personal administrativo y gerencial y el restante de muestras con los acudientes de los menores.

**9.3.4 Escenario de aplicación.** Para la aplicación del instrumento se actuó teniendo en cuenta la contingencia presentada por la actual situación sanitaria por COVID -19. Tras el diseño de los instrumentos de recolección de información, se realiza el envío de los formatos de encuesta vía email y WhatsApp a las madres y acudientes para llevar a cabo el proceso de aplicación. Después del envío del formato de Entrevista semiestructurada al personal administrativo y Encuestas a las madres cuidadoras de la Fundación Héroes del Amor, por medio del uso de estrategias virtuales para la obtención de la información. Las madres y acudientes que residen en la casa fundación se les facilitaron los equipos de cómputo bajo los protocolos de bioseguridad y distanciamiento social, y el resto de madres enviaron sus respuestas igualmente por medio electrónico, email y/o WhatsApp para su respectiva consolidación de datos.

## Estrategias de Gerencia Social

**9.3.5. Indicadores / Métricas de seguimiento y control.** En este apartado, se presentan los indicadores que, de acuerdo al funcionamiento organizacional de la Fundación Héroes del Amor, se consideran relevantes para la implementación desde la estrategia de formación de Redes y Alianzas:

**Tabla 5. Indicadores de Gestión**

INDICADORES DE GESTION							Avance				
Ítem (Actividades)	Objetivo	Indicadores de gestión	Evidencias	No. Actividades Meta	No. Actividades Realizadas	% cumplimiento: $\frac{\text{No. Actividades Realizadas}}{\text{No. Actividades Meta}} * 100$	0%	1 - 25%	26 - 50%	51 - 99%	100%
Encuentros administrativos con la organización	Realizar encuentros con el fin de identificar el desarrollo de las actividades previstas encaminadas a la estrategia de Redes y Alianzas.	No Encuentros administrativos	Actas de Socialización Registro de asistencia Registro Fotográfico	2	2	100%					X
Elaboración de informe de Gestión de impacto	Determinar los avances e impactos evidenciados en la aplicación de la estrategia mediante el desarrollo de un informe de gestión que permita replantear las actividades propuestas.	No de informes de Gestión	Informe de Gestión de impacto	2	1	50%				X	
Fortalecimiento y articulación institucional	Generar alianzas estratégicas que permitan incentivar la búsqueda y el fortalecimiento en la consecución de recursos a través de convenios.	No de convenios establecidos	Actas de Reunión Directorio Institucional	2	1	50%				X	

*Fuente:* Elaboración Propia

**9.3.6. Presupuesto y Cronograma.** A continuación, se relaciona el cronograma y presupuesto estimado para la Formación de Redes y Alianzas en la Fundación Héroes del Amor, teniendo en cuenta la actual situación sanitaria por COVID – 19. Las actividades allí expuestas se realizaron bajo la implementación y el uso de estrategias virtuales.

## Estrategias de Gerencia Social

Tabla 6. Cronograma y presupuesto

ACTIVIDAD	ACTIVIDADES ESPECIFICAS	MESES				COSTOS ACTIVIDADES ESPECIFICAS	COSTOS TOTALES ACTIVIDADES
		1	2	3	4		
	Presentación inicial	X				200.000	
<i>Encuentros administrativos con la organización</i>	Plataformas virtuales para encuentro por COVID - 19		X	X		350.000	
	Apoyo profesional y capacitación				X	1.500.000	
<i>Elaboración de informe de Gestión de impacto</i>	Diseño de informe de Gestión			X	X	300.000	
	Capacitaciones virtuales – apoyo profesional	X			X	1.500.000	
	Diseño página Web interactiva	X				600.000	
	Anuncios publicitarios (piezas digitales)	X	X	X	X	1.000.000	
<i>Fortalecimiento y articulación institucional</i>	Capacitaciones talento humano			X		1.500.000	
	Campañas de recaudación de fondos				X	3.000.000	
<b>TOTAL, PROYECTO</b>							<b>\$ 9.950.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

## **10. Conclusiones y recomendaciones**

Se pudieron identificar actores de interés que influyen en la dinámica y funcionamiento de la Fundación “Héroes del Amor” clasificándose como alta influencia los círculos sociales de familiares, amigos y donantes, la red de apoyo del programa social “Plan Padrino” que incluye personas naturales, empresas privadas y públicas. Los grupos de interés, en relación a los actores de media influencia se encuentran los funcionarios de la organización, entidades estatales, beneficiarios, colaboradores, entidades religiosas, funerarias y los entes reguladores como la DIAN y el ICBF.

En el semáforo de Alianzas se pudieron identificar tres entidades que pueden jugar un papel importante a la hora de asociarse con la Fundación “Héroes del Amor” como son la Liga Colombiana contra el cáncer, la Secretaria Distrital de Salud y el asesor Gastronómico, al establecer que la más viable por los puntajes obtenidos es la Liga Contra el Cáncer para lograr la conformación de posibles alianzas estratégicas con el fin de mejorar los servicios sociales de la organización.

Incrementar la proyección del emprendimiento “Héroes del Amor café” en los diversos entornos de la ciudad, permitiendo la articulación de Aliados Estratégicos en el sector productivo que incidan en el reconocimiento y la comercialización del producto en más campos de acción, en busca de la recaudación de fondos, siendo asignados en el mejoramiento y la calidad en la atención de los servicios que actualmente presta la Fundación.

Dadas las condiciones actuales de la Fundación Héroes del Amor, es fundamental fortalecer la articulación interinstitucional al ser un aspecto en la dinámica organizacional que presenta falencias

**Estrategias de Gerencia Social**

al no evidenciarse la vinculación ni participación de la organización en una Red de orden Nacional o Internacional que desarrolle acciones encaminadas a los procedimientos y tratamientos en salud, y que permitan el mejoramiento de la calidad de vida de la población beneficiaria

Es importante, para la Fundación a mediano y largo plazo generar alianzas estratégicas de incidencia con el fin de establecer convenios enfocados al ámbito educativo y de inclusión, que permita a los niños y niñas beneficiarios de la fundación, continuar con su proceso escolar teniendo en cuenta, que este aspecto en muchas ocasiones se deja a un lado por los continuos procesos y tratamientos médicos a los que se ven enfrentados por su diagnóstico y que impiden su continuación.

## 11. Referencias

Aguilar, S., & Barroso, J. (2015). La triangulación de datos como estrategia de investigación cualitativa. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación.*, 73-88.

Aguirre Rodríguez, N. J. (3 de 11 de 2020). Entrevista semiestructurada a la Representante legal de Fundacion Heroes del Amor. (A. Garrido, & L. Camero, Entrevistadores)

Alberdi, J., & Armiño, K. P. (12 de 11 de 2020). *Diccionario de Acción Humanitaria*. Obtenido de <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/29>

Alonso, M. (2006). Marketing social corporativo. Madrid: Eumed.

Aranda, C., & Pando, M. (2013). Conceptualización del apoyo social y las redes de apoyo social. *Revista IIPSI UNMSM*, Vol 16 223-245.

Arbaiza, L. (2008). *www.scielo.org.co*. Obtenido de [www.scielo.org.co](http://www.scielo.org.co): <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n70/n70a09.pdf>

Ardevol, E., Bertran, M., Callen, B., & Perez, C. (2003). Etnografía virtualizada: La observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea digital. Revista de pensamiento e investigacion social*, 72-92.

Barón Díaz, L. (2010). *Confiabilidad y validez de constructo del instrumento "Habilidad de cuidado de cuidadores familiares de personas que viven una situación de enfermedad crónica*. Bogotá DC: Ediciones Universidad Nacional.

Bussiness, A. (22 de 09 de 2020). *Question Pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

## Estrategias de Gerencia Social

Caceres, J. (Agosto de 2019). *www.famisanar.com.co*. Obtenido de *www.famisanar.com.co*:

[https://www.famisanar.com.co/wp-content/uploads/2019/08/Poblaciones-especiales\\_-LEY-1388-DE-2010-.pdf](https://www.famisanar.com.co/wp-content/uploads/2019/08/Poblaciones-especiales_-LEY-1388-DE-2010-.pdf)

De Colombia, C. (1991). *Constitucion Politica de Colombia*. ATENEA LTDA.

EPS, S. T. (13 de 02 de 2015). *Estadisticas e impacto del cancer infantil*. Bogotá DC: Punto

Informativo. Obtenido de <https://www.saludtotal.com.co/Documents/113-BOLETIN-PUNTO-INFORMATIVO-ESTADISTICAS-E-IMPACTO-DEL-CANCER-INFANTIL.pdf>

FCL. (2007). *www.funleucemialinfoma.org*. Obtenido de *www.funleucemialinfoma.org*:

<https://www.funleucemialinfoma.org/nosotros/>

Fernandez, R. (2005). Redes sociales, apoyo social y salud . *revista de recerca i investigació en antropologia Periferia*, 1-16.

Fundacion , D. P. (13 de 05 de 2020). *Fundacion La Divina Providencia* . Obtenido de

<https://www.fundacionladivinaprovidencia.org/>

Gaviria, A. (2 de Mayo de 2013). *www.minsalud.gov.co*. Obtenido de *www.minsalud.gov.co*:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-1383-de-2013.pdf>

Giraldo, M. (2005). Modelo de autogestion para el cooperativismo. *Revista venezolana de economia social*, vol 5, 64-79.

Hudson, J. P. (2010). Formulaciones teórico–conceptuales de la autogestión. *Revista mexicana de sociología*, 4-18.



## Estrategias de Gerencia Social

Juliao, C. (2011). *El enfoque praxeológico*. Bogotá D.C.: Uniminuto.

Justicia. (27 de Enero de 2018). *www.eltiempo.com*. Obtenido de *www.eltiempo.com*:

<https://www.eltiempo.com/justicia/investigacion/formas-en-que-se-roban-la-plata-de-la-salud-en-colombia-175982>

Mapfre, F. (2020). *www.fundacionmapfre.org*. Obtenido de *www.fundacionmapfre.org*:

[https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/programas/cooperacion-internacional/colombia/hogar-ninos-cancer-bogota.jsp](https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/programas/cooperacion-internacional/colombia/hogar-ninos-cancer-bogota.jsp)

Mendizabal , A., & Errasti, A. (27 de Marzo de 2008). *Google Academic*. Obtenido de

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45557997/Mendizabal\\_y\\_Errasti\\_Auto-gestion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPREMISAS\\_TEORICAS\\_DE\\_LA\\_AUTOGESTION.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSBJ6BAITRXP0](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45557997/Mendizabal_y_Errasti_Auto-gestion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPREMISAS_TEORICAS_DE_LA_AUTOGESTION.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSBJ6BAITRXP0)

*Ministerio de Salud*. (17 de 05 de 2020). Obtenido de

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Ley%201751%20de%202015.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Ley%201751%20de%202015.pdf)

Orjuela, A., Gonzalez, L., & Marulanda, J. (10 de 05 de 2020). *Defensoria del Pueblo Colombia*.

Obtenido de [https://www.defensoria.gov.co/public/pdf/Cartilla\\_pacientes\\_Cancer.pdf](https://www.defensoria.gov.co/public/pdf/Cartilla_pacientes_Cancer.pdf)

Rosales, J. (2013). *Metodo de la investigacion Psicologia* . Mexico DF: Zoebisch.

Salud, M. d. (17 de 05 de 2020). *Ministerio de Salud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/>

Simmon, F. (2017). *www.simmoncancer.org*. Obtenido de *www.simmoncancer.org*:

<https://www.simmoncancer.org/>

## 12. Anexos

### Anexo A. Entrevista dirigida a la Representante Legal de la Fundación Héroes del Amor



#### CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS Especialización en Gerencia Social

#### ESTRATEGIAS DE GERENCIA SOCIAL PARA LA GESTIÓN, CONSECUCIÓN, Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA FUNDACIÓN HÉROES DEL AMOR

La siguiente entrevista Semi Estructurada hace parte del desarrollo del Proyecto Integrador con el fin de comprender la dinámica organizacional, operativa y la prestación de los servicios que brinda la Fundación Héroes del Amor y que permita su sostenimiento, en busca de la articulación de aliados estratégicos con el fin de generar impactos positivos de sostenibilidad a la organización.

La información recolectada en el desarrollo de la Entrevista es confidencial y será de uso exclusivo con fines académicos del Proyecto Integrador.

#### ENTREVISTA SEMI - ESTRUCTURADA

#### DATOS DEL ENTREVISTADO:

<b>Nombres y Apellidos:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Profesión:</b>	
<b>Tiempo en la Fundación:</b>	

#### PREGUNTAS POR CATEGORIAS

***DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL: Misión, Visión y Objetivos.***

1. ¿Cuál fue su principal motivación para crear el proyecto de la Fundación Héroes del Amor?
2. ¿Cuál ha sido el proceso que se ha llevado a cabo para la prestación de los servicios sociales de la Fundación Héroes del Amor?
3. ¿Por qué usted se enfoca a la atención en esta población objetivo?
4. Desde la fundación héroes del amor cómo se realiza la identificación y caracterización de la población beneficiaria
5. ¿Cuáles son los servicios que presta la Fundación Héroes del Amor?
6. ¿Cómo se ve reflejado a largo plazo el objetivo social de la Fundación Héroes del Amor?
7. Que estrategias maneja para el sostenimiento de la Fundación (infraestructura, servicios públicos, manutención etc.)

***FUNDRAISING: Redes y Alianzas.***

8. ¿De dónde provienen los recursos económicos para dar cumplimiento a los servicios que la fundación presta a la población beneficiaria?
9. Durante el desempeño de la fundación, ¿cuáles han sido las Redes de Apoyo aliadas que generan responsabilidad social a los servicios que se prestan?
10. ¿Durante los 10 años de existencia de la Fundación? ¿Qué empresas benefactoras ya no se encuentran vinculadas y por qué?
11. ¿Usted cada cuanto realiza rendición de cuentas en donde involucre a todos los actores que hacen parte del funcionamiento de la organización?

***IMPACTO SOCIAL: Logros y oportunidades de mejora.***

12. Dentro de la dinámica organizacional de la Fundación Héroes del Amor que presta sus servicios hace 10 años. ¿cuáles han sido las mayores falencias y dificultades que ha identificado en esta iniciativa y que impactos han generado a nivel social?
13. ¿Cuáles cree son las oportunidades de mejora que tiene la Fundación para una mayor prestación del servicio?

El aporte de información brindado por la Representante Legal de la Fundación Héroes del Amor permitirá a las investigadoras dar cumplimiento a los objetivos propuestos en el presente Proyecto, desarrollado en la Especialización de Gerencia Social de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Sede Bogotá.

**RESPONSABLES:**

**KAREN LORENA CAMERO BARRETO**  
**MARÍA ALEJANDRA GARRIDO ALVAREZ**  
 Estudiantes Especialización en Gerencia Social

## Estrategias de Gerencia Social

### Anexo B. Entrevista dirigida a la Voluntaria de la Fundación Héroes del Amor



## CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS Especialización en Gerencia Social

### ESTRATEGIAS DE GERENCIA SOCIAL PARA LA GESTIÓN, CONSECUCIÓN, Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA FUNDACIÓN HÉROES DEL AMOR

La siguiente entrevista Semi Estructurada hace parte del desarrollo del Proyecto Integrador con el fin de comprender la dinámica organizacional, operativa y la prestación de los servicios que brinda la Fundación Héroes del Amor y que permita su sostenimiento, en busca de la articulación de aliados estratégicos con el fin de generar impactos positivos de sostenibilidad a la organización.

La información recolectada en el desarrollo de la Entrevista es confidencial y será de uso exclusivo con fines académicos del Proyecto Integrador.

### ENTREVISTA SEMI - ESTRUCTURADA

#### DATOS DEL ENTREVISTADO:

<b>Nombres y Apellidos:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Profesión:</b>	
<b>Tiempo en la Fundación:</b>	

### PREGUNTAS POR CATEGORIAS

#### *DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL: Misión, Visión y Objetivos.*

- 1.Cuál ha sido su mayor motivación para apoyar la iniciativa ¿Hace cuánto tiempo está vinculada a la fundación héroes del amor?
2. ¿Cuáles son las labores que usted desempeña dentro de la organización?
3. ¿Qué piensa del grupo de interés a la cual la fundación ofrece sus servicios?

## **Estrategias de Gerencia Social**

### ***FUNDRAISING: Redes y Alianzas.***

4. Desde la Fundación Héroes del Amor, se genera algún registro que permita identificar los gastos de la organización en cuanto al sostenimiento en la solvencia de las necesidades básicas de los beneficiarios
5. ¿Recuerda empresas benefactoras de la organización que actualmente ya no se encuentran vinculadas y por qué?
6. Desde el área administrativa de la Fundación cómo se genera un seguimiento a los aportantes y/o benefactores que contribuyen a ser partícipes del objetivo de la organización
7. ¿Cuáles son los parámetros que ustedes dentro de la dinámica de la organización determinan para que personas externas puedan vincularse como voluntarios?

### ***IMPACTO SOCIAL: Logros y oportunidades de mejora.***

8. ¿Cuáles cree que han sido las falencias para el buen funcionamiento de la organización?
9. Como voluntaria. ¿Usted puede identificar cuáles han sido los impactos positivos generados por la Fundación a nivel social?
10. Usted como voluntaria de la Fundación. ¿Cuál cree que ha sido la situación que mayor impacto le ha generado en la población beneficiaria?

El aporte de información brindado por la Voluntaria de la Fundación Héroes del Amor permitirá a las investigadoras dar cumplimiento a los objetivos propuestos en el presente Proyecto, desarrollado en la Especialización de Gerencia Social de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Sede Bogotá.

### **RESPONSABLES:**

**KAREN LORENA CAMERO BARRETO**  
**MARÍA ALEJANDRA GARRIDO ALVAREZ**  
 Estudiantes Especialización en Gerencia Social

## Estrategias de Gerencia Social

**Anexo C.** *Encuesta dirigida a las madres cuidadoras beneficiarias de la Fundación Héroes del Amor*



### CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS Especialización en Gerencia Social

#### ESTRATEGIAS DE GERENCIA SOCIAL PARA LA GESTIÓN, CONSECUCIÓN, Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA FUNDACIÓN HÉROES DEL AMOR

La siguiente Encuesta hace parte del desarrollo del Proyecto Integrador con el fin de conocer las dinámicas en la atención en los servicios brindados y el impacto generado en las cuidadoras y niños beneficiarios de la Fundación Héroes del Amor, indagando sobre la labor social que desempeña en la ciudad de Bogotá.

La información recolectada en el desarrollo de la Encuesta es confidencial y será de uso exclusivo con fines académicos del Proyecto Integrador.

### ENCUESTA

#### DATOS DEL CUIDADOR:

<b>Nombres y Apellidos</b>	
<b>Edad</b>	
<b>Ocupación:</b>	
<b>Eps</b>	
<b>Ciudad</b>	
<b>Dirección de Residencia</b>	
<b>Tenencia de la Vivienda</b>	
<b>Tiempo de Vinculación en la Fundación</b>	

#### DATOS DEL BENEFICIARIO:

## Estrategias de Gerencia Social

<b>Nombres y Apellidos</b>	
<b>Edad</b>	
<b>Nivel de Escolaridad</b>	
<b>Eps</b>	
<b>Diagnóstico Médico</b>	
<b>Tiempo de Vinculación en la Fundación</b>	

**DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL: Misión, Visión y Objetivos.****1. ¿Usted cómo conoció los servicios de la fundación Héroes del amor?**

- Redes Sociales  
 Anuncios Publicitarios  
 Familiares y/o conocidos

**2. ¿Usted cómo beneficiario de la fundación, reconoce la misión de la organización de la cual hace parte?**

- Si  
 No

¿A qué se refiere? \_\_\_\_\_

**3. Enumere los servicios que presta la fundación Héroes del amor**

1. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

**4. ¿Hace cuánto tiempo es beneficiaria de los servicios que presta la fundación héroes del amor?**

- Más de 5 años  
 Menos de 5 años  
 5 años o más

**5. Conoce los horarios de atención establecidos por la Fundación Héroes del Amor**

- Si tiene claridad  
 No tiene claridad  
 Desconoce la información

## Estrategias de Gerencia Social

**FUNDRAISING: Redes y Alianzas.**

- 6. Ustedes como beneficiarios directos de la fundación, reconocen cuales son las principales redes de apoyo con las que cuenta la organización para su funcionamiento**

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

- 7. Usted como beneficiario de la Fundación, es involucrado en la rendición de cuentas que se llevan a cabo periódicamente.**

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

¿Con qué periodicidad? \_\_\_\_\_

**IMPACTO SOCIAL: Logros y oportunidades de mejora.**

- 8. Desde su experiencia como beneficiaria de la Fundación Héroes del Amor, ¿Cómo calificaría la prestación de los servicios de la organización?**

<input type="checkbox"/>	Muy insatisfecho
<input type="checkbox"/>	Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	Satisfecho
<input type="checkbox"/>	No Responde

- 9. ¿Cómo califica el desempeño de la fundación Héroes del Amor en relación al acompañamiento que brinda en los servicios prestados?**

<input type="checkbox"/>	Bueno
<input type="checkbox"/>	Malo
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Excelente

- 10. En su caso, evalúe el nivel de atención y seguimiento que le brinda el área administrativa de la fundación héroes del amor**

<input type="checkbox"/>	Nivel Alto
<input type="checkbox"/>	Nivel Medio
<input type="checkbox"/>	Nivel Bajo



**Estrategias de Gerencia Social**

El aporte de información brindado por las cuidadoras y beneficiarios de la Fundación Héroes del Amor permitirá a las investigadoras dar cumplimiento a los objetivos propuestos en el presente Proyecto, desarrollado en la Especialización de Gerencia Social de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Sede Bogotá.

**RESPONSABLES:**

**KAREN LORENA CAMERO BARRETO**  
**MARÍA ALEJANDRA GARRIDO ALVAREZ**  
Estudiantes Especialización en Gerencia Social