



Estrategia de Fundraising para el fortalecimiento del acompañamiento en Salud de Niños, Niñas y Adolescentes Oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

Keisy Yissela Rodríguez Andrade
ID 808492

Tutor

Brayan Alexander Guzmán Azuero
Ing. Ambiental – Mgtr. En Gerencia Social

Maestría en Gerencia Social, Facultad de Ciencias Empresariales

Modalidad Profundización

Línea de Investigación, dinámicas organizacionales y sociales contemporáneas

Clack: Keisy Yissela Rodríguez

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=000

1996752

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Bogotá D.C

11/05/2023

Agradecimientos

Primeramente, doy gracias a Dios por haberme permitido cumplir este nuevo logro en mi carrera profesional, a mi familia y mi pareja por su incondicionalidad, dándome las fuerzas necesarias para luchar por mis sueños y no desistir de ellos, a mi asesor, el docente Alexander Guzmán por su entrega y disposición para conmigo, brindándome sus conocimientos siempre que requerí de su apoyo, de igual forma a Sara Galvis, por su calidad humana y por abrirme las puertas de su fundación para poder desarrollar el proyecto investigativo, también a cada una de las personas que aportaron en mi proceso de formación.

Resumen

La presente investigación se realiza en aras de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la población oncológica que atiende la Fundación Huellitas en el Alma, a través de una propuesta que permita fortalecer el acompañamiento en salud que brinda a la niñez y la adolescencia en el territorio colombiano.

En este sentido, el estudio de caso es de tipo descriptivo desarrollado mediante un enfoque cualitativo y un método inductivo, así mismo se aplicó el instrumento de entrevista semiestructurada a nueve actores claves como la directora, un colaborador, dos adolescentes, dos padres de familias, un financiador y dos expertos en recaudación de fondos con el objetivo de tener una mirada holística de la dinámica institucional desde la inmersión en su contexto conociendo en detalle la situación.

Es así, que desde la Gerencia Social y por medio de la herramienta Fundraising se diseña una propuesta que brinda alternativas viables para obtener nuevas fuentes de financiación, que posibiliten continuar apalancando la labor social que realiza la entidad en beneficios de sus usuarios.

Palabras Clave: ESAL¹, Capacidad organizacional, Gerencia Social, Fundraising, Capacidades humanas, Usuarios oncológicos.

¹ ESAL: “Entidad Sin Ánimo de Lucro” cuyo fin no es la persecución de un beneficio económico, sino que principalmente persigue una finalidad social, altruista, humanitaria, artística o comunitaria (DIAN, 2020)

Abstract

The present investigation is carried out in order to contribute to the improvement of the living conditions of the oncological population that the Huellitas en el Alma Foundation attends, through a proposal that allows strengthening the health accompaniment that it provides to children and adolescents in the Colombian territory.

In this sense, the case study is of a descriptive type developed through a qualitative approach and an inductive method, likewise the semi-structured interview instrument was applied to nine key actors such as the director, a collaborator, two adolescents, two parents, a financier and two fundraising experts with the aim of having a holistic view of the institutional dynamics from immersion in its context, knowing the situation in detail.

Thus, from the Social Management and through the Fundraising tool, a proposal is designed that provides viable alternatives to obtain new sources of financing, which make it possible to continue leveraging the social work carried out by the entity for the benefit of its users.

Keywords: Organizational capacity, Social Management, Fundraising, Human capacities, Oncological users.

Contenido

Introducción	8
Descripción del problema y pregunta de investigación	12
Identificación del problema.....	12
Antecedentes	12
Descripción del Problema	15
Formulación del Problema.....	20
Árbol de Problemas.....	21
Modelo de análisis	24
Descripción de las categorías	24
Justificación.....	27
Pertinencia de la Investigación Para la Gerencia Social	27
Pertinencia de la investigación para la organización y el problema que se estudia	29
Pertinencia de la Investigación para los objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).	30
Objetivos...	33
Objetivo General	33
Objetivos Específicos	33
Diseño Metodológico	34
Tipo de Investigación	34
Enfoque de investigación	35
Método de investigación	36
Diseño de investigación	36
Praxeología.....	37
Estado del Arte	39
Evolución del problema en el tiempo	39
Elementos teóricos para utilizados para explicar el problema.....	40
Experiencias significativas de organizaciones con el uso de herramientas de Fundraising	43
Elaboración del instrumento de recolección de información	46
Aspectos metodológicos	46
Población objeto de estudio.....	46
Método de identificación de la muestra	46
Análisis de las categorías.....	49
Descripción de los instrumentos de recolección de información.....	50
Mapa de actores involucrados.	51

Validación del instrumento de recolección de información	53
Evaluación de la validez aparente.....	53
Evaluación de la fiabilidad del instrumento	54
Prueba piloto	55
Elaboración de la versión definitiva del instrumento.....	55
Trabajo de campo.....	56
Actividades realizadas por la investigadora para la aplicación de los instrumentos de recolección de información	56
Cantidad de instrumentos de recolección de información aplicados	57
Métodos que serán utilizados para el análisis de la información del trabajo de campo	58
Principales hallazgos frente al problema analizado	58
Principales cambios ocurridos en la estructura de la investigación con la aplicación del trabajo de campo.....	69
Marco Referencial	70
Marco Teórico.....	70
Marco Legal	74
Ahora bien, de aquí en adelante el marco legal corresponde a la integridad física de los infantes y adolescentes oncológico; por ello es necesario resaltar que.....	76
Resultados Finales y discusión de la problemática	78
Perfil y caracterización de la organización	79
Selección y elaboración de la herramienta de Gerencia social	82
Fundraising.....	83
Desarrollo de la propuesta de fortaleciendo de acuerdo con los resultados obtenidos de la herramienta de Gerencia Social elaborada:	86
Identificación de aspectos para mejorar o fortalecer	86
Estrategias de mejoramiento o fortalecimiento	87
Plan de Fundraising	87
Indicadores/ Métricas de seguimiento y control.....	97
Plan de fundraising vigencia mayo-diciembre 2023	98
Impacto esperado de la aplicación	101
Conclusiones y Recomendaciones	103
Referencias Bibliográfica	106
Anexos.....	116

Lista de Tablas

Tabla 1 Identificación de la muestra de estudio, elaborado por autora _____	47
Tabla 2 Matriz de operalización de Variables, elaborada por autora _____	49
Tabla 4 Codificación cualitativa de los datos, elaborado por autora _____	68
Tabla 5 Constitución de las ESAL, fuente (Cámara comercio de Bogotá., 2019, p. 2) _____	75
Tabla 6 Matriz Doja, elaborada por autora _____	85
Tabla 7 Actores nacionales e internacionales para la consecución de recursos, elaborada por autora. _____	91
Tabla 8 Indicadores de la propuesta de Fundraising, elaborado por autora. _____	97
Tabla 9 plan para la recaudación de fondos - Fundación Huellitas en el Alma, elaborado por autora. _____	98
Tabla 10 Monitoreo plan de recaudación de fondos, elaborado por autora. _____	99
Tabla 11 Presupuesto plan de recaudación, elaborado por autora. _____	100

Lista de Figuras

Figura 1 Árbol de problema, elaborado por autora _____	22
Figura 2 Ciclo del proceso de captación de fondos, fuente: (Noval, 2014, P.48) _____	25
Figura 3 Objetivos de desarrollo sostenible, fuente: (CEPAL, 2015, párr. 2) _____	32
Figura 4 Ejemplo mapa de actor (Algranati et alt; 2012, p. 17) _____	51
Figura 5 Mapa de actores involucrados, elaborado por autora _____	52
Figura 6 Resultados finales de la problemática estudiada, elaborado por autora _____	78
Figura 7 Pasos a seguir para elaborar un plan de Fundraising, fuente (Ruiz, 2022) _____	89
Figura 8 Ciclo del donante, elaborado por autora _____	92

Introducción

Para comenzar, es importante decir, que la Gerencia Social es un campo de acción y de conocimiento, donde uno de sus principales retos es la búsqueda del bien común, por medio de la implementación de diversas estrategias innovadoras que den respuesta de manera integral a las necesidades o problemáticas de los individuos o de un grupo en específico, los cuales requieren ser salvaguardados o protegidos (González, 2022).

Loaiza (2022) indica que la desigualdad social es un flagelo a nivel mundial; durante décadas las poblaciones más vulnerables se han visto afectadas porque los gobiernos no suplen a cabalidad las necesidades, por esta razón, grupos de personas de manera desinteresada se asocian y unen esfuerzos con el objetivo mitigar necesidades sociales, educativas, de salud, ambientales entre otras, para contribuir a la creación de valor público; no obstante, estas organizaciones requieren de recursos económicos o en especies para desarrollar sus actividades.

Por ello, en Colombia, las organizaciones sociales tienen el desafío de generar estrategias para la consecución de recursos económicos, al igual estrategias que garanticen la sostenibilidad de las entidades, con el fin de atender de manera oportuna las problemáticas sociales, considerando que estas organizaciones plantean iniciativas interesantes, pero es difícil sostenerlas en el tiempo por los escasos recursos con los que cuentan (Sierra, 2022).

De igual forma, la Fundación Huellitas en el Alma debe trabajar en el fortalecimiento de las fuentes de financiación, pues de esto depende que la entidad continúe brindando sus servicios

y cumpla con la misionalidad institucional, que es la de apoyar a niños, niñas y adolescentes oncológicos en el proceso de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad; teniendo en cuenta que carecen de donantes permanentes que contribuyan con los costos institucionales, por ello desarrollar estrategias que les permita ser autosuficientes para coadyuvar al mejoramiento de las condiciones de vida de sus beneficiarios será un reto.

Ahora bien, la Gerencia Social posibilita trabajar de la mano con empresas privadas, entidades gubernamentales, Fundaciones, Asociaciones, Corporaciones entre otras. Estas últimas, son personas jurídicas que se asocian para perseguir un objetivo en común, el cual consiste en contribuir al desarrollo social, por medio de la generación de bienestar (Gaitan, 2014). No obstante, en la actualidad este tipo de organizaciones sociales se enfrentan a diversos retos, especialmente en materia de gestión de recursos y la dependencia que se genera con sus financiadores, lo cual puede influir en sus procesos a largo plazo; por ello radica la importancia de implementar alternativas para la consecución de recursos que les permita sostener sus servicios en el tiempo, además estas entidades tienen el reto de realizar buenas prácticas y ser transparentes con la información, así como dar veracidad del impacto de sus programas y proyectos para lograr la fidelidad de sus financiadores (Aristizábal, 2019).

Este proyecto, pretende realizar una propuesta innovadora a la Fundación Huellitas en el Alma que posibilite actuar en beneficio de los niños/as y adolescentes afectados con cáncer, teniendo en cuenta, que esta enfermedad requiere de una serie de procedimientos y tratamientos especializados, además, de un acompañamiento psicosocial por las diversas exigencias del mismo, por tanto, contar con recursos económicos es de vital importancia para brindar servicios

de calidad a sus beneficiarios, dado que son personas vulnerables que sus familias en ocasiones no cuentan con presupuestos para cubrir con los costos médicos.

Desde la línea de investigación “Análisis de dinámicas organizacionales y sociales contemporáneas”, se diseña una propuesta de Fundraising para instaurar capacidades en la Fundación Huellitas en el Alma para la captación de fondos, con el objetivo de fortalecer el acompañamiento en salud de sus usuarios, a fin de que se haga más llevadero el proceso de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad.

Palencia (2001) define el Fundraising como la “captación de fondos” estos pueden ser económicos o en especies, de igual manera, es un proceso de resolución, donde se pone en evidencia la importancia de apoyar una causa social.

Es así, que mediante la estrategia de Fundraising, se espera fortalecer el acompañamiento en salud de los niños/as y adolescentes oncológicos, debido que con esta herramienta se identifican posibles donantes y los medios para hacer visibles diferentes campañas; lo que resulta ser útil para la consecución de los recursos necesarios y por ende el cumplimiento de los objetivos misionales. La propuesta es presentada a la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

Ahora bien, en la presente propuesta de investigación, se realiza una descripción en detalle del problema, dado que brinda bases fundamentales para reconocer las dinámicas

institucionales y su limitación para la consecución de recursos; lo anterior, brinda pistas para desarrollar los objetivos del proyecto; estos son los siguientes:

En primer lugar “formular una estrategia de Fundraising para fortalecer el acompañamiento en salud de niños, niñas y adolescentes oncológicos de la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá, en segundo lugar identificar actores claves que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades organizacionales de la Fundación Huellitas en Alma, en tercer lugar, reconocer los métodos para promover las capacidades humanas de los niños/as y adolescentes oncológicos de la Fundación Huellita en el Alma y por último, entregar una estrategia de Fundraising que permita fortalecer el acompañamiento en salud de Niños, Niñas y Adolescentes oncológicos de la Fundación Huellita en el Alma.

Este desarrollo se logra a partir de acercamientos con los sujetos de estudios, definición de un marco conceptual, normativo, y teórico los cuales soportan los argumentos y las ideas del proyecto integrador, además, de la metodología y las herramientas que posibilitan definir las pautas y los procedimientos, finalmente las conclusiones y recomendaciones con relación a los resultados y hallazgos de la investigación.

Descripción del problema y pregunta de investigación

Identificación del problema

Antecedentes

El nacimiento de las Organizaciones Sin Fines Lucrativos en el mundo se dio 800 años a.c, en Grecia, pero el término fue asignado por economistas en el siglo XX; la principal causa por la que los griegos se movilizaron fue por el bienestar de los habitantes de sus poblaciones, sin embargo, no se practicaba la caridad, pero con la aparición de la Iglesia Católica, empezaron a realizar este tipo de prácticas (Nieto, 2017).

Adicional a esto, en el siglo XLV personas con capacidades económicas se sumaron a las causas sociales y el rol del gobierno era limitado, entonces este tipo de organizaciones brindaban sus servicios a diferentes sectores como: el de salud, educación, alivio de los pobres, entre otros; pero con la llegada de la edad moderna empezaron a ver la importancia de que estas actividades fueran más utilitarias, lo cual se mantiene hasta la fecha, que de forma metódica y organizada, el tercer sector busca atender las problemáticas sociales (Nieto, 2017).

Ahora bien, el decreto 059 de 1991 es el que permite conformar las Fundaciones en Bogotá; estas entidades se basan jurídicamente en los artículos 38 y 39 consagrados en la Constitución Política de Colombia, donde el Estado busca garantizar a las personas actividades bajo un interés común de fortalecer un grupo poblacional que visibiliza algunas carencias, y se encuentran inmersas dentro de las diferentes líneas que integran la sociedad.

Hay que resaltar, que la Fundación con la cual se desarrolla este proyecto se caracteriza por ayudar a las personas de bajos recursos, en especial a los niños, niñas y adolescentes oncológicos a partir de la voluntad de varias personas que buscan el bienestar y mejorar las condiciones de vida de la población identificada.

Sin embargo, los recursos con los que cuenta la entidad son escasos para promover el acompañamiento en salud que brinda a los beneficiarios y sus familias, ya que, sus ingresos son menores que los egresos para la prestación de este servicio.

La Fundación Huellitas en el Alma requiere de un presupuesto que sea estable en el tiempo para poder suplir las necesidades de los mismo, como son alimentación, transporte, medicamentos, suplementos, kits escolares, y demás insumos que son utilizados para el desarrollo de su ejercicio.

Por ello, la importancia, de la Gerencia Social para el desarrollo de este proyecto investigativo, puesto que, contribuye a fortalecer las capacidades institucionales en aras de velar por la dignidad humana de los niños afectados por el cáncer, logrando a través de la herramienta de Fundraising coleccionar fondos extras a los que obtiene la organización por medio de las actividades tradicionales que realizan, logrando así diversificar las fuentes de ingresos para suplir las necesidades de los beneficiarios y de esta manera puedan gozar de derechos fundamentales como la alimentación, acompañamiento en salud, a la vida, a la igualdad, a la educación entre otros que son apremiantes para promover las capacidades humanas y por ende generar mejores expectativas de vida de los niños y sus familias.

Adicional a lo anterior, se debe mencionar que para el año 2022 especialistas en Gerencias Social desarrollaron una campaña de Fundraising en la organización la cual el lanzamiento tuvo una duración de 3 días y esta dio resultados importantes, logrando recaudar \$ 837.000.92 pesos para suplir con algunas necesidades de los beneficiarios, por ello se recomienda a la entidad poner en práctica la presente propuesta, debido a que puede contribuir al bienestar de sus usuarios.

Cabe resaltar, lo expuesto por el Ministerio de Salud, (2019) que en Colombia el cáncer infantil es reconocido como la segunda causa de mortandad de niños/as entre los 5 y 15 años, donde aproximadamente al año se diagnostican 1.400 casos nuevos.

De allí radica la importancia, de mencionar la finalidad de las entidades sin ánimos de lucros, la cual es aportar a la construcción del tejido social por medio de capacidades, recursos y estrategias innovadoras que logren dar respuestas a las problemáticas sociales, haciendo presencia en las poblaciones o grupos donde el estado no alcanza a dar respuesta a las necesidades de los individuos.

Es así, que luego de haber realizado este recorrido, es necesario llevar a correlación que la Fundación Huellitas en el Alma surge hace siete años realizando acciones de voluntariado con niños/as y adolescentes en estado oncológicos, de igual manera integrando a los padres de familias o cuidadores en este proceso; hace cinco años inicia su labor como fundación constituida; actualmente tiene alianza con tres de los Hospitales Oncológicos más importantes de Colombia, los cuales se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá, estos son los siguientes:

Hospital de la Misericordia cuya alianza se denomina CREE, también se encuentra San José Infantil cuya alianza es obtener el acceso para brindar acompañamiento psicosocial, de igual manera con el Hospital Cancerológico.

Es importante que la fundación continúe estableciendo redes de apoyo, porque esto le brinda la posibilidad de fortalecer los servicios y la continuidad de los programas y proyectos institucionales, a través de la unión de esfuerzos con diferentes actores, en torno a una situación que es de interés común, que favorece a los usuarios en pro de su calidad de vida.

Descripción del Problema

La Constitución Política de Colombia en su artículo 44 hace referencia a los derechos fundamentales que tienen los niños y las niñas, los cuales prevalecen sobre los derechos de los demás, entre los que se encuentran el derecho a la supervivencia, protección de la vida, la dignidad, las garantías del desarrollo integral, la salud, y la seguridad social (Constitución Política de Colombia, 1991).

Así mismo, existe la Ley 1388 de 2010 que protege a la población menor de 18 años con cáncer en el territorio colombiano, sin embargo, se queda corta para dar respuesta a las necesidades de esta población, puesto que no brindan las garantías necesarias en el cumplimiento del derecho a la salud de los infantes, además carecen de un acompañamiento psicosocial especializado en cancerología y no se les brinda atención prioritaria dado que los dictámenes

realizados se basan en la revisión aparente y no hay seguimiento oportuno de los pacientes (Galvis, 2022).

Sarmiento (2019) manifiesta que a pesar de que existe la ley 1388 de 2010 para las personas con cáncer en el territorio colombiano, aún prevalece la desigualdad en el acceso oportuno para la identificación del diagnóstico; por ende, inician el tratamiento de manera tardía, todo esto se debe al sin número de barreras que se les establecen a los usuarios en la prestación de los servicios en salud.

Se debe agregar, que en Colombia no existe una política pública nacional para las ESAL, por la precaria, caótica y desarticulada legislación y la carencia de un estatuto integral que regule el sector, por lo que no queda más que acudir, por analogía, a la legislación societaria, con múltiples apartados individuales que regulan casos específicos sin una norma de orden general. Por supuesto, existe prolífica y cambiante legislación destinada a intentar eliminar posibles formas de elusión o evasión tributaria, aunque sin mayor acierto. El Estado, solo en este sentido, ha centrado su interés en las Entidades Sin Ánimo de Lucro (Cámara de comercio, 2019, p. 21).

Por esta misma razón , no se le da transcendencia necesaria para poder generar acciones contundentes en la gestión de recursos de las organizaciones que trabajan por el bienestar de los grupos vulnerables, por ello, se considera pertinente que las fundaciones deban desarrollar estrategias innovadoras que sean de interés común, teniendo en cuenta las demandas de la comunidad, ya que esto les posibilita la obtención de nuevos recursos, y posiblemente les facilite cumplir con los objetivos misionales por medio de su propia gestión, obteniendo recursos extras

que pueden ser utilizados a largo plazo, logrando tener una autosostenibilidad para la ejecución de sus proyectos.

Ahora bien, la Fundación Huellitas en el Alma es una Entidad Sin Ánimo de Lucro ubicada en la carrera 79d #41 f74 sur; actualmente cuenta con 140 usuarios, entre ellos niños, niñas y adolescentes que padecen enfermedades oncológicas, allí en la fundación se prestan servicios de acompañamiento psicosocial, transporte para la asistencia a las quimios terapias y demás citas médicas, así mismo se realizan la entrega de mercados solidarios, arte terapia, entre otras actividades de acompañamiento (Galvis, 2022).

Sin embargo, la escasez de los recursos económico es una problemática presente en la organización, por la no eficiencia de los mecanismos de recolección de fondos tradicionales como son las ventas de camisetas, gorras, peluches, postres entre otros productos que no han tenido buena aceptación por parte de la comunidad (Galvis, 2022).

Por ello, radica la importancia de implementar nuevas estrategias a través de la Gerencias Social y por medio de la herramienta de Fundraising, que permitan fortalecer el proceso de acompañamiento en salud que brinda la ESAL a sus beneficiarios, contribuyendo a la mejora de las condiciones de vida de los mismo, así como a promover las capacidades y habilidades de los niños niñas y adolescentes oncológicos, los cual será útil para sus proyectos de vida.

Ahora bien, se debe decir, que para contribuir al tratamiento y rehabilitación de los niños/as y adolescentes oncológicos, es necesario contar con un presupuesto que sea estable en el

tiempo y permita mantener los proyectos y acciones que se ejecutan con la población beneficiaria; por ende, debe haber una diversificación en las fuentes de ingresos, para no depender de un solo actor y de esta manera suplir con las necesidades de la organización.

Galvis (2022) menciona que los recursos que son suministrado por sus donantes van destinados a ciertas actividades en específicas, lo que limita tener reservas económicas y por ende cumplir los objetivos misionales, además, el hecho de no contar con un albergue donde se puedan hospedar los beneficiarios es una limitante, pues esto, quizás no permite generar interés a posibles donantes porque no se evidencia un lugar donde se desarrollan las actividades, a esto se le suma la baja capacidad de endeudamiento de la fundación; por ende, se hace complejo realizar prestamos cuando se requieren.

Por lo anterior, una de las proyecciones que tiene la organización para el año 2023 es adquirir una planta física para el desarrollo de sus actividades, donde se ofrezca albergue para los usuarios, debido a que muchos se desplazan de veredas, corregimiento o en su efecto son familia de escasos recursos, lo que ayudaría en gran medida a reducir costos; dinero que podría ser destinado para los diferentes programas de la fundación, ya que brindan mercados solidarios, medicamentos, transporte, kits escolares, bonos de aseo, pijamas, mejoramiento de viviendas, entre otras cosas (Galvis, 2022).

Hay que decir, que la fundación al año tiene ingresos netos de 103.665.000 millones de pesos y egresos de 136.052.000 millones de pesos, los cuales son destinados en su totalidad en

los requerimientos de la institución y de los usuarios donde en ocasiones se hace complejo reunir estos fondos (Galvis, 2022).

En los gastos administrativos utilizan 59.488.000 millones de pesos, así mismo en los gastos financiero 180,000 en otros gastos y deducciones 76.384.000, para un total de 136.052.000 millones; es decir, que es mayor el egreso que tiene la fundación a los ingresos que perciben. En el anexo N°7 se puede evidenciar la declaración de renta de la entidad.

Por lo anterior, hay que decir que la Fundación Huellitas en el Alma tiene una necesidad apremiante, que es la de apalancar los programas y proyectos dirigidos a la población oncológica, teniendo en cuenta que presentan un déficit de los recursos económicos, por tanto, deben considerar la implementación de nuevas estrategias que le permita aumentar las fuentes de ingresos para continuar con la labor social y a su vez contribuir en la mejora de las condiciones de vida de los niños niñas y adolescentes con cáncer en el territorio colombiano.

Por último, como se mencionó anteriormente, en Colombia existe la necesidad de atender a este tipo de población, ya que los gobiernos no dan respuesta de manera oportuna a las necesidades de los mismos, pues no hay seguimiento en el cumplimiento de la Ley 1384 de 2010 la cual protege a las personas con cáncer; además la ausencia de una política pública que brinde las garantías necesarias a las entidades prestadores de servicios sociales como son las Entidades Sin Ánimo de Lucro, por esto y muchas otras situaciones, es importante contribuir al fortalecimiento de las fuentes de financiación de la Fundación Huellitas en el Alma por medio de la herramienta Fundraising, debido a que es una necesidad apremiante apalancar los objetivos

de la organización para lograr sostener los servicios que presta a niños y niñas adolescentes oncológicos de escasos recursos.

Cabe resaltar, que Camacho (2019) manifiestan que “las fundaciones en su mayoría poseen problemas de autosostenibilidad y autogestión de recursos adicionales a los que cuentan o los que obtiene por medio de sus financiadores”

Por esta razón, los Gerente Sociales tienen el reto de instaurar capacidades institucionales, que posibiliten lograr la autosuficiencia de las ESAL, para el fortalecimiento de las fuentes de financiación en aras de lograr la sostenibilidad de las mismas, logrando la continuidad en la prestación de sus servicios a poblaciones vulnerables, además, contribuir a mitigar las necesidades y/o problemáticas sociales para la construcción de valor público.

Formulación del Problema

A partir de la problemática expuesta anteriormente, es imprescindible desde la Gerencia Social identificar estrategias que permitan generar posibles soluciones integrales para la organización que trabaja en pro de la población sujeto de estudio, por lo tanto, se genera este interrogante: ¿Qué herramienta de la Gerencia Social se debe proponer para fortalecer el acompañamiento en salud de Niños, Niñas y Adolescentes oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá?

Árbol de Problemas

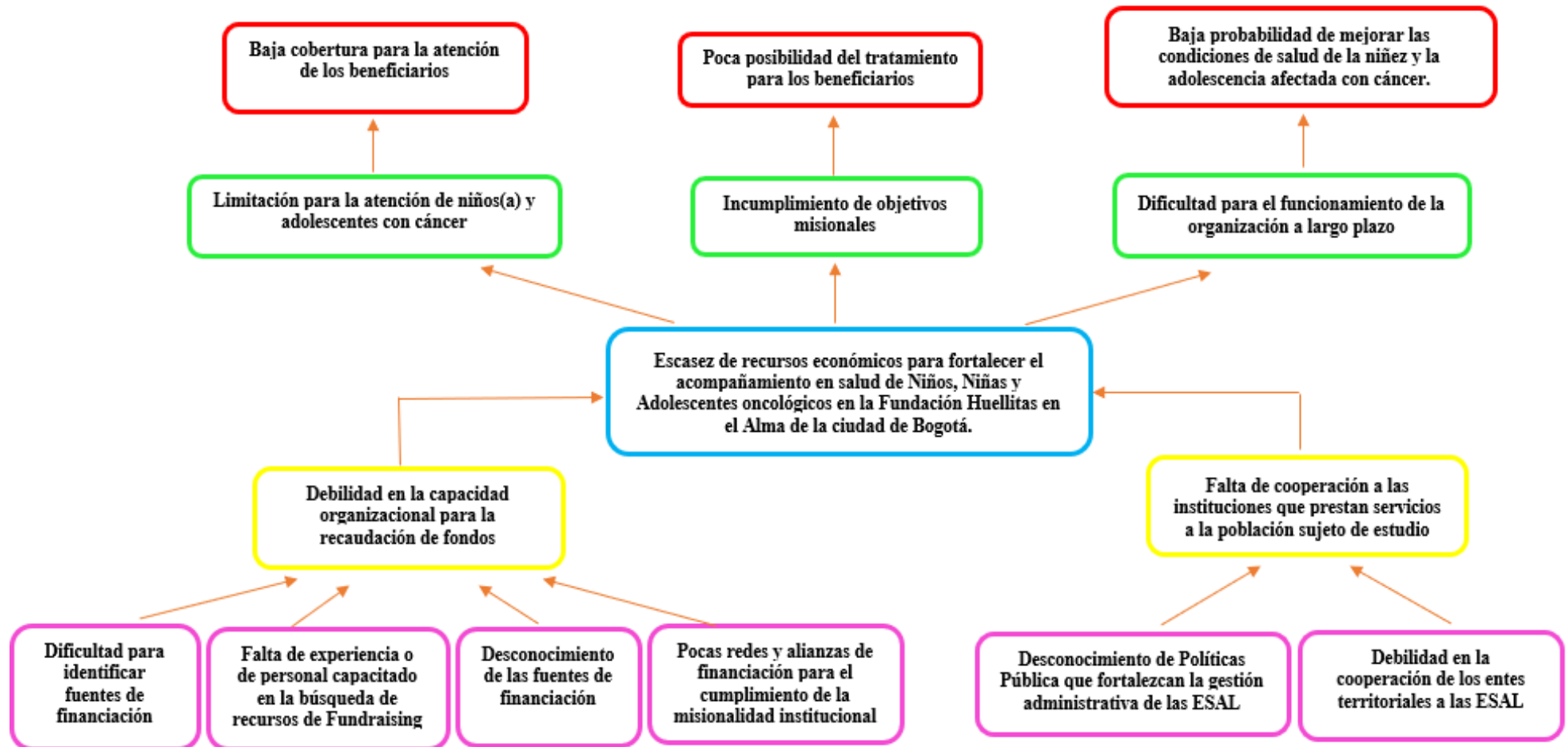
El árbol de problemas es una técnica que logra identificar una situación crítica sus causas y consecuencias; es así que para su elaboración se debe proporcionar elementos concretos para entender la dinámica de este; por tanto, las raíces de dicho árbol ilustran las causas, el tronco se encarga de dar soporte y mantener la estructura general proporcionando la problemática principal, y las ramas son las parte más visibles debido a que pone en evidencia los efectos (Corredor, 2011).

Hernandez (2015) plantea que la finalidad del árbol de problemas es organizar de manera lógica y creativa las causas y efectos de un problema determinado, es decir explicar las razones y consecuencias de lo que ocasiona la problemática; como su nombre lo indica, el árbol tiene un tronco que representa el problema central, las raíces las causas y las ramas los efectos.

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se muestra el árbol de problemas de la Fundación Huellitas en el Alma el cual fue elaborado en conjunto con la directora luego de exponer las situaciones internas de la ESAL, la cual se ilustró mediante figuras.

Figura 1

Árbol de problema, elaborado por autora



Luego de haber ilustrado el árbol de problemas, se evidencia que la problemática principal es la escasez de recursos económicos para fortalecer el acompañamiento en salud de niños, niñas y adolescentes oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá, esto se debe a causas tales como:

La debilidad en las capacidad institucional para la recaudación de fondos, lo que pone en manifiesto la ausencia de estrategias o de expertos relacionados en temas de recaudo y fortalecimiento de las fuentes de financiación, por ende, se hace complejo encontrar donantes o establecer redes y alianzas con diferentes actores que sean permanentes en el tiempo, adicional a esto, la segunda causa se relaciona con la falta de cooperación a las instituciones que prestan servicios de carácter social, por la debilidad de los entes territoriales en este aspecto y por el desconocimiento de políticas pública que fortalezcan la gestión administrativa de las ESAL.

Las situaciones expuestas generan efectos negativos para la fundación como el incumplimiento de objetivos misionales, limitación para la atención de los beneficiarios y dificultada para el funcionamiento de la organización a largo plazo.

Dentro de este orden de ideas, en la presente situación se ven inmersos diferentes actores entre los que se encuentran, (la directora de la fundación, los niños/as y adolescentes oncológicos, sus familias, financiadores, entre otros); lo expuesto anteriormente, da bases fundamentales para reflexionar sobre las categorías de análisis que serán abordadas a lo largo del proceso investigativo, las cuales se desarrollan en el modelo de análisis.

Modelo de análisis

Suarez (2020) manifiesta que un modelo de análisis es una relación conceptual que dan respuesta a la problemática de estudio de forma sistemática y operativa.

Con bases a lo anterior, el modelo de análisis para la presente investigación se da a través de la operalización de las variables, puesto que a partir de la interacción que hay entre ellas se logra interpretar la problemática que está siendo estudiada, la cual se identificó de manera participativa con la directora de la fundación pudiendo establecer causas y efectos, para luego establecer una ruta a seguir que permita dar cumplimiento a la pregunta inicial, teniendo en cuenta que el fin último es contribuir a las capacidades institucionales de la Fundación Huellitas en el Alma para fortalecer el acompañamiento en salud de los usuarios oncológicos .

Descripción de las categorías

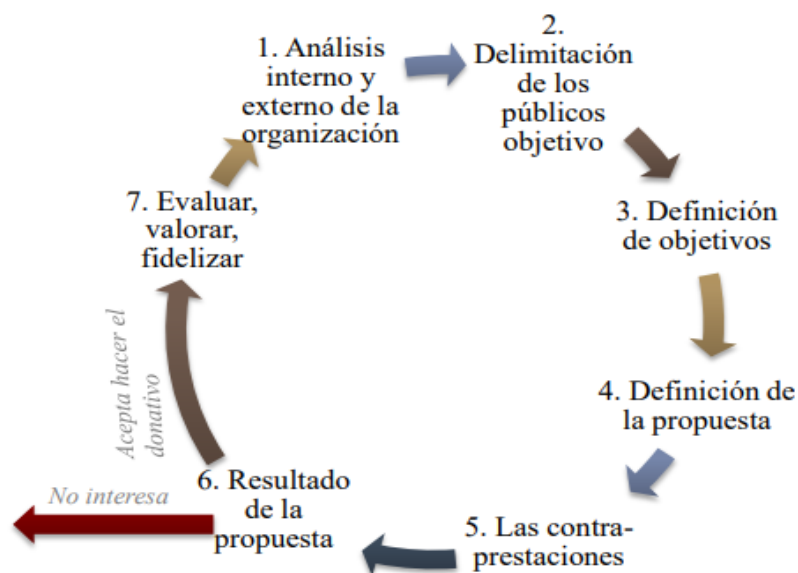
A continuación, se plasmarán las categorías de análisis las cuales se definieron, luego de haber delimitado y concretado el problema central de la investigación, así como sus objetivos y/o el propósito de la misma, para luego analizar e interpretar de manera detallada la situación problema a partir del acercamiento con los sujetos de estudio desde su contexto, dando lugar a realizar una codificación abierta de los datos; por tanto, estas son las siguientes:

Fundraising

El Fundraising se define como la actividad de captación de fondos, usualmente utilizada por Fundaciones, Asociaciones y ONG'S, para dar cumplimiento a su objeto social; estos recursos pueden ser financieros o en especie y el recaudo de estos se puede realizar a través de llamadas telefónicas, email, cara a cara, campañas en redes sociales, ventas en comercios entre otros (Peñuela, 2019). En la figura N°2 se muestra el ciclo del proceso de captación de fondos.

Figura 2

Ciclo del proceso de captación de fondos, fuente: (Noval, 2014, P.48)



Así mismo, Palomino (2022) manifiestan que el Fundraising es crucial para lograr la sostenibilidad de las ESAL, al ser una herramienta que posibilita desarrollar actividades de recaudación fondos tanto para la ejecución de los proyectos sociales como para el funcionamiento.

Capacidades humanas

Son aquellas habilidades inherentes de cada individuo, esto incluye la libertad y oportunidad de decidir por sí mismo en aspectos de carácter social, político y económico (Nusbaum, 2012).

(Bernal , 2018) Menciona que las capacidades humanas son todas aquellas acciones que se desarrollan con el objetivo de alcanzar un estado de bienestar, así mismo permite la construcción del proyecto de vida de las personas.

Capacidad organizacional

La capacidad organizacional se define como aquellas habilidades de un grupo constituido para comunicarse de manera asertiva, y así poder gestionar, planificar y desarrollar procesos que sean sostenibles en el tiempo (Guerro, 2022).

Además, Davila (2017) plantea que es la capacidad de desempeño que tienen las partes que constituyen la organización, para dar respuesta de manera asertiva a las necesidades del colectivo.

(Cándido, 2014) refiere que la capacidad organizacional son aquellas habilidades del talento humano para perseguir un objetivo en común, además se entiende como la manera estratégica o creativa de adaptarse a nuevas circunstancias para la mejora de los procesos.

Justificación

Lograr contribuir al fortalecimiento de las Entidades Sin Ánimo de Lucro que buscan generar un bienestar a la primera infancia y a la adolescencia por medio de la prestación de sus servicios, siempre será un reto importante, puesto que, estas iniciativas permiten implementar acciones que contribuyan a generar una mejora en el crecimiento y desarrollo de esta población, debido a que se encuentran en una etapa fundamental del ser humano; donde los niños(a) empiezas a interactuar en su entorno social, a desarrollar habilidades y destrezas, las cual serán útil para lograr su independencia y autonomía en el transcurso de sus vidas; por ello, es fundamental, cuidar de su salud física, mental y emocional.

Durango (2022) ratifica la importancia del desarrollo integral en los primeros años de vida, pues de ahí depende que los niños y niñas sean ciudadanos, responsables, saludables y productivos, por lo tanto, es imprescindible el impacto que se genere en el desarrollo emocional, social, y físico de los mismo.

Pertinencia de la Investigación Para la Gerencia Social

Ortiz (2012) menciona que la Gerencia Social es un campo de acción (o práctica) y de conocimientos altamente estratégico enfocado en la promoción del desarrollo social y en garantizar la creación de valor público por medio de la gestión, contribuyendo a la reducción de la pobreza y la desigualdad; así mismo, Klisber (s.f) plantea que cuando se habla de Gerencia Social Eficiente tiene que ver con optimizar el rendimiento de los esfuerzos del Estado y los

actores sociales en el enfrentamiento de los grandes déficits sociales de la región, y el mejoramiento del funcionamiento y resultados de la inversión en capital humano y capital social.

Por lo tanto, este proyecto investigativo es pertinente, porque a partir de una necesidad institucional, desde la Gerencia Social se diseña una propuesta para fortalecer las fuentes de financiación de la Fundación Huellitas en el Alma, por medio de la herramienta Fundraising, logrando sostener y ampliar los servicios de la institución, con la finalidad de que niños, niñas y adolescentes afectados por cáncer en la ciudad de Bogotá tengan la oportunidad de acceder a el tratamiento y contar con un apoyo psicosocial durante el proceso de la enfermedad, cooperando de manera positiva al bienestar de la población sujeto de estudio.

Así mismo, por medio de la herramienta de Fundraising, se logra instaurar capacidades institucionales a la Fundación Huellitas en el Alma, en aras de generar mejores expectativas de vida de los beneficiarios sus familias y/o cuidadores, brindando un acompañamiento integral durante el proceso de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad; teniendo en cuenta que con esta herramienta se han logrado resultados importantes en la organización para suplir con las necesidades de los usuarios durante el transcurso de sus quimios terapia y citas médicas, a través de sus medicamentos, suplementos, transporte, alimentación y los insumos que son utilizados para promover las capacidades humanas de los niños niñas y adolescentes a través del arte, la música, manualidades y la creatividad, haciendo que sus vidas se hagan más llevaderas y sean personas útiles.

Adicional a esto, es necesario mencionar que este proyecto es pertinente para la Gerencia Social, debido a que permite promover redes de apoyo para fortalecer los servicios que brinda la ESAL en pro de las condiciones de vida de la población oncológica, dando la posibilidad de diversificar las fuentes de financiación y no depender solo de las actividades tradicionales o de un financiador en específico.

De igual forma, permite que la población oncológica tenga unas condiciones de vida más digna, a través de la disminución de brechas en el acompañamiento en salud, teniendo en cuenta que son personas vulnerables que no cuentan con recursos económicos para suplir con las exigencias del tratamiento, por ello es importante lo que se puede lograr a través de la Gerencia Social y por medio de la herramienta de Fundraising, ya que se pueden obtener fondos mediante las nuevas tecnologías, como las redes sociales y los medios masivos, así mismo con el face to face o eventos en calle, entre otras estrategias que son útiles para contribuir al bienestar y las condiciones de vida de los beneficiarios.

Pertinencia de la investigación para la organización y el problema que se estudia

Es importante mencionar, que este proyecto es pertinente para la Fundación Huellitas en el Alma, debido a que se diseña una estrategia innovadora de Fundraising que permite generar nuevas fuentes de ingresos y a su vez fortalecer la gestión institucional, para así lograr la oportunidad en el tratamiento de niños, niñas y adolescentes oncológicos en la ciudad de Bogotá, contribuyendo a mejorar sus condiciones de vida y de salud.

Inclusive, este trabajo ayuda a poner en manifiesto las diversas situaciones por las que se enfrenta este tipo de entidades; y por su puesto los niños y adolescentes en estado de vulnerabilidad, por tanto, los Gerentes Sociales se ven en la tarea de unir esfuerzos para trabajar en beneficio de esta población.

Por lo tanto, se quiere lograr que la fundación fortalezca sus procesos de gestión, al igual que su planeación estratégica, ya que esto le dará claridad para organizar ideas, lograr cambios, potencializar habilidades y descubrir alternativas para cumplir con los objetivos misionales que son brindar la oportunidad en el tratamiento y el acompañamiento psicosocial de los pacientes oncológico y sus familias; es así, que se considera pertinente la investigación, puesto que mediante los datos obtenidos se planteará una propuesta que posibilite el cumplimiento de los objetivos planteados.

Pertinencia de la Investigación para los objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).

Los objetivos de desarrollo sostenible surgen como una propuesta de las organizaciones no gubernamentales, la organización de las naciones unidas y ciudadanos de los diferentes países del mundo, con la finalidad de alcanzar de manera equilibrada el desarrollo social, económico y ambiental, Además; cuando se habla de desarrollo sostenible, se alude a la satisfacción de las necesidades de los presente individuos sin comprometer las generaciones futuras (Ministerio del Medio Ambiente, 2017).

Por lo anterior, esta investigación es pertinente para los ODS, ya que, a partir de una necesidad institucional, se diseñan alternativas novedosas para el fortalecimiento de sus procesos y de esta manera dar respuestas a una problemática social, reconociendo el impacto que pueden tener sus procesos y el valor social que generan.

Se debe mencionar que los ODS que se ajustan a la problemática estudiada son los siguientes:

ODS 3: Salud y bienestar, este objetivo pretende generar garantías para una vida sana y promover el bienestar de todas las personas de las diferentes edades (CEPAL, 2015). Por ello con este proyecto, se pretende contribuir en el rendimiento del presente, mediante la instauración de capacidades a la Fundación Huellitas en el Alma, para que pueda lograr sostenerse a largo plazo y así continúen realizando acciones en pro de la salud y el bienestar de los pacientes oncológico, teniendo en cuenta que este ODS tiene un avance moderado del 78,68 (Cods 2019); por ello, es de vital importancia, unir esfuerzos e implementar estrategias en beneficio de la primera infancia y la adolescencia afectada, fortaleciendo la gestión de la entidad.

ODS 10: Reducción de las desigualdades, la finalidad de este objetivo es disminuir de manera significativa la desigualdad en los países de América latina y el Caribe (CEPAL,2015). Por lo anterior, con este proyecto se espera contribuir mediante el fortalecimiento de las fuentes de financiación de la Fundación Huellitas en el Alma, para que la entidad puedan ejecutar campañas y actividades, en pro de sus beneficiarios y eso recursos que obtengan sean utilizados para el tratamiento de la niñez y la adolescencia afectada por el cáncer en la ciudad de Bogotá, sin importar el sexo, la edad y la ciudad de origen; debido, a que este objetivo tiene un

desempeño crítico del 17,47 (Cods, 2019) por ende es crucial implementar diversas acciones que de una u otra manera aporten al mejoramiento o al cumplimiento de la meta del mismo.

Figura 3

Objetivos de desarrollo sostenible, fuente: (CEPAL, 2015, párr. 2)



Objetivos

Objetivo General

Formular una estrategia de Fundraising para el fortalecimiento del acompañamiento en salud de niños, niñas y adolescentes oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

Objetivos Específicos

Identificar los actores claves mediante la metodología del mapeo de actores para la contribución al fortalecimiento de las capacidades organizacionales de la Fundación Huellitas en Alma.

Reconocer estrategias de recaudación de recursos a partir de un análisis organizacional para la promoción de las capacidades humanas de los niños/as y adolescentes oncológicos de la Fundación Huellita en el Alma.

Entregar un plan de Fundraising como herramienta de la Gerencia Social que permita el fortalecimiento del acompañamiento en salud de niños, niñas y adolescentes oncológicos de la Fundación Huellita en el Alma.

Diseño Metodológico

Tipo de Investigación

Es importante decir, que las investigaciones tienen un alcance según sea el nivel de profundización que se quiere lograr con el mismo, por ende, Ramos (2020) menciona que el tipo de investigación exploratoria es el primer acercamiento que se tiene a un tema de interés y se concibe que requiere ser sometido a un estudio.

Del mismo modo Hernández (2014) hace referencia que el tipo de investigación descriptiva permite explicar de forma concreta sucesos y fenómenos; de igual forma, da la posibilidad de describir las particularidades de personas, grupos, y comunidades, o de cualquier otra situación que requiera un estudio,

Por consiguiente, Bernal (2010) refiere que la investigación correlacional se caracteriza por la exploración de las variables para así plantear una hipótesis, y por último Hernández (2014) dice que la investigación explicativa consiste en determinar las causas de la situación problema o del fenómeno que se estudia.

Para este proyecto se establece el tipo descriptivo, porque permite identificar las necesidades de los niños, niñas y adolescentes oncológicos y la problemática que atraviesa la fundación por la escasez de los recursos económicos para brindar sus servicios, además posibilita reconocer las dinámicas organizacionales para así brindar posibles soluciones integrales que generen un impacto positivo en la población sujeto de estudio.

Enfoque de investigación

Hernández (2014) en su metodología de la investigación plantea tres enfoques, el primero es el enfoque cualitativo, este permite describir, entender, e interpretar la realidad por medio de las vivencias y comentarios de los investigados, por lo tanto, luego de obtener y analizar datos empíricos y los resultados de estudio realizados con anterioridad se generan hipótesis de lo particular a lo general.

Por el contrario, el enfoque cuantitativo se caracteriza por su rigurosidad, debió a que se establecen hipótesis a partir de estadísticas o medición numérica con el objetivo de corroborar teorías, por último, el enfoque mixto da la oportunidad de tener una perspectiva holística del fenómeno que está siendo estudiado, pues permite trabajar con los dos enfoques mencionado con anterioridad lo que se traduce a una mirada más integral.

Ahora bien, esta investigación se sirve del enfoque cualitativo, debido a que se puede obtener información por medio de revisiones bibliográficas, la cual es susceptible a cambios, mediante el uso de la entrevista semiestructurada, porque se tiene la posibilidad de dialogar y tener un acercamiento con los actores involucrados, logrando corroborar la información desde su entorno y de paso evidenciar hechos reales; cabe resaltar que, con este tipo de investigación hay una creación de conocimiento mutuo entre el investigador y el investigado, por ello es importante “meterse en la realidad” la cual está siendo estudiada, para así interpretarla y/o entenderla desde su lógica interna como en su especificidad.

Método de investigación

Existen varios métodos para acercarse al objeto de estudio estos son los siguientes:

Método inductivo, se caracteriza por la interpretación de casos específicos para luego llegar a conclusiones generalizadas; este método distingue por la repetición hechos y fenómenos reales reconociendo las semejanzas de un grupo determinado Rodríguez, (2017) por otro lado, Bernal (2010) menciona que el método deductivo se distingue por la validación de premisas a partir de lo general y se considera que pasará en un caso particular.

El método que se ajusta a esta investigación es el inductivo, puesto que da la posibilidad de llegar a conclusiones generalizadas luego de escuchar las voces y las vivencias de los involucrados, para así diseñar una estrategia encaminada a mejorar las condiciones de salud de la primera infancia y la adolescencia afectada por cáncer, y así lograr un acompañamiento psicosocial y el tratamiento de la enfermedad.

Diseño de investigación

Para una investigación, se requiere establecer un tipo de diseño que posibilite el acercamiento a la población sujeto de estudio, para entender las dinámicas o situaciones desde su contexto; por tanto, en las investigaciones cualitativa se tienen en cuenta los siguientes:

Estudio de caso, como forma de investigación empírica de fenómeno o situación de la vida cotidiana, con el fin de profundizar y comprender el significado de lo sucedido por medio de diversas fuentes (Chaverra, 2019).

Investigación acción participación (IAP) se caracteriza por reconocer a las personas como partícipes del proceso investigativo, no son vistos como sujetos de estudio, porque son vistos como los protagonistas o agentes de su propio cambio (Bernal, 2010).

Fenomenológico, con este método se logra entender o interpretar, el significado de las experiencias de vida de los actores que están siendo estudiados (Hernández, 2014).

Por consiguiente, el diseño seleccionado para la presente investigaciones fue el de estudio de caso, porque este es utilizado en el marco de estudios cualitativos, además, logra verificar de forma detallada el tema interés, por medio de un acercamiento a la población sujeto de estudio.

Praxeología

Ver: Se evidencia la falta de recursos económicos y la dificultad para poder generarlos a través del apoyo de aliados estratégicos a nivel nacional e internacional para mantener y ampliar el servicio de acompañamiento en salud que brinda la Fundación Huellitas en el Alma a la población oncológica, lo cual impide cumplir con los objetivos misionales de la ESAL.

Juzgar: A partir del acercamiento con la población sujeto de estudio, se logró evidenciar que la fundación no participa en convocatorias públicas y privadas, por ende, se hace necesario que empiece a distinguir estos actores claves, debido a que pueden ser importantes para el sostenimiento de la fundación.

Actuar: Desde la Gerencia Social se diseña una estrategia de Fundraising que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes con Cáncer por medio de la potencialización de las fuentes de financiación de la Entidad.

Devolución creativa: Se espera que la Fundación Huellitas en el Alma a futuro logre fortalecer el acompañamiento en salud que brinda a sus beneficiarios, además diseñen campañas de Fundraising para ampliar la cobertura de sus servicios y cumplir con la misionalidad institucional, por tanto, si la estrategia resulta ser útil y desarrollan una buena práctica, se podría implementar en otras entidades que busque generar un bienestar social.

Estado del Arte

Con relación a este punto, se realizará una búsqueda de manera detallada sobre las variables de estudio a fin de generar posibles acciones en la Fundación Huellitas en el Alma, por medio de la herramienta de Fundraising, para fortalecer la gestión de la misma logrando la atención de la niñez y la adolescencia afectada por cáncer en la ciudad de Bogotá.

Evolución del problema en el tiempo

En primer lugar, es importante hacer un recorrido de la problemática que se está abordando a lo largo del proceso investigativo a fin de tener claridad sobre la misma, por eso, es fundamental saber que a nivel mundial una de las preocupaciones frecuentes de las organizaciones sociales es la inestabilidad financiera, debido a que muchas dependen de donaciones, subsidios, ayuda de diferentes empresas o en su efecto de las Cooperaciones Internacionales, ingresos que no perduran por mucho tiempo.

La pandemia del COVID 19 fue un momento crucial para la sostenibilidad y el funcionamiento de las ESAL, ya que ocasionó una crisis social, económica y humanitaria, la cual sirvió para mostrar la problemática que durante años se han visto sumergidas estas entidades, entre las cuales se encuentran el desequilibrio en el flujo monetario y la falta de un modelo de recaudación sostenible a largo plazo, por lo antes mencionado, radica la importancia de que las Fundaciones, Corporaciones, Asociaciones, se esfuercen por construir o elaborar un modelo de ingreso autónomo que les garantice la sostenibilidad sobre todo en épocas de incertidumbres, del

tal modo que no se vean afectados los programas y proyectos que son dirigidos en beneficios de las poblaciones vulnerables (Fernández, 2021).

Seguido de esto, Sierra (2020) manifiesta que uno de los principales desafíos que tienen las Entidades Sin Ánimo de Lucro en el territorio colombiano, es trabajar por la sostenibilidad y la eficacia en sus procesos, fortaleciendo las estrategias de apalancamiento para dar respuestas a las diversas y complejas situaciones, además ser transparentes y cumplir a cabalidad con las demandas o desafíos sociales, contribuyendo a la mejora de las condiciones de vida de los diferentes grupos poblacionales, ya que estas entidades aportan a la construcción de un tejido social, a la democracia y por ende a el ejercicio de una ciudadanía activa y participativa.

Adicional a esto, Camacho (2019) hacen referencia a que las ONG han presentado problemas de sostenibilidad financiera en cuanto a la ejecución de sus proyectos, debido a que parte de sus recursos provienen de terceros, ocasionando inexactitud en su sostenibilidad, y creando una mayor dependencia de sus financiadores. Para cualquier tipo de empresa alcanzar la sostenibilidad financiera es de vital importancia para su posicionamiento en el mercado y perdurabilidad en el tiempo, por ende, las Organizaciones No Gubernamentales, por su naturaleza deben lograr la autosostenibilidad fortaleciendo sus procesos internos, de planeación, gestión y manejo eficaz y eficiente de los recursos.

Elementos teóricos utilizados para explicar el problema

Por otra parte, Pfeffer y Salancik plantearon la teoría de la dependencia de recursos, quienes manifiestan que las organizaciones sociales requieren del apoyo de su entorno, debido a que en su mayoría no son autosuficientes para la generación de recursos y así poder brindar sus servicios, por eso, es importante que este tipo de entidades se interrelacionen o se asocien para que de manera conjunta diseñen estrategias que les permita negociar, unir esfuerzos y voluntades en pro de un bien común, convirtiéndose en agentes activos para sostenerse y mantenerse en el tiempo (Rueda, 2018).

Con relación a lo anterior, se debe resaltar la importancia de que estas entidades cuenten con un organigrama de procesos claros y precisos, así mismo de un talento humano adecuado, porque de esto dependerá la eficacia y la eficiencia en la prestación de los servicios y en la sostenibilidad de la ESAL, así mismo, deben trabajar en el fortalecimiento de la planificación e implementación de alternativas innovadoras que les posibilite lograr un nivel de autosuficiencia donde sus programas y proyectos sean oportunos, inclusivos y veraces.

Uno de los retos que tiene la Fundación Huellitas en el Alma, es velar por el bienestar de los niños/as y adolescentes con cáncer, teniendo en cuenta, que este tumor afecta diferentes ámbitos de la vida de quien lo padece, como su estado de ánimo, la autoimagen, el entorno familiar, sus condiciones de salud, entre otras cosas que hacen complejo sobre llevar la enfermedad; reinventarse siempre será una buena alternativa para esta ESAL, puesto que le dará la oportunidad de mantenerse vigente en el mercado en aras de un bien común.

Ahora bien, las Entidades Sin Ánimo de Lucro tienen por finalidad mejorar la calidad de vida de las personas, por medio de la prestación de servicios (sociales, educativos, sanitarios, etc) dirigidos a la población en general o a un sector en específico; en sus fines no está el beneficio propio, por el contrario, se enfocan principalmente en generar un bienestar social aportando al desarrollo económico del país por medio de sus actividades. (Turizo, 2021).

Así mismo, la incidencia de sus acciones, contribuyen al crecimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, por ende, las actividades de las ESAL tienen por finalidad dar soluciones a problemáticas de carácter social como: la pobreza, la falta de educación, falta de recreación, escasez de suministros en los servicios de salud, el desempleo, entre otros (Turizo, 2021).

Dicho lo anterior, desde la gerencia social se cree pertinente el uso de la herramienta de Fundraising, ya que por medio de esta estrategia la Fundación Huellitas en el Alma podrá realizar campañas novedosas e innovadoras a través de los diferentes medios comunicación ATL (Prensa, Radio, Tv) BTL (Redes sociales, Eventos, actuaciones en calle) entre otras cosas que posiblemente les generen el deseo a las personas de contribuir al bienestar de los niños/as y adolescentes con cáncer.

Por lo tanto, dicha organización siempre debe tratar de ser transparente en sus procesos y en el uso de sus recursos, para así generar mayor confianza en la ciudadanía y de este modo se movilicen a donar o ser partícipes de sus emprendimientos, lo que quizás permita la consecución de los objetivos misionales, la sostenibilidad de la fundación a un largo plazo y por su puesto el

tratamiento de muchos infantes y adolescentes en Bogotá, logrando generar un impacto positivos en esta población.

(Márquez, 2021) Plantean que realizar campañas de Fundraising puede traer benéficos a una organización, ya que, logra conseguir la sostenibilidad económica de la misma, alcanzando el empoderamiento y la participación de manera activa de los miembros de la comunidad en las diferentes iniciativas que se implementen, las cuales pueden resultar de beneficio para las causas promovidas, por ello, el desafío que tienen las organizaciones sociales es unir esfuerzos y convertirlo en un Fundraising estratégico, con el fin de lograr la sostenibilidad económica a largo plazo y con mayor impacto. En el siguiente subapartado se encontrarán experiencias de organizaciones con el uso de la herramienta de Fundraising.

Experiencias significativas de organizaciones con el uso de herramientas de Fundraising

A continuación, se mostrarán algunas experiencias de organizaciones que han tenido casos exitosos con el uso de este tipo de herramientas:

Un millón de gracias.

Esta campaña fue creada por la Fundación Stop Sanfilippo centrada en dar a conocer la enfermedad de Sanfilippo, una enfermedad degenerativa que causa la muerte de los adolescentes. La campaña consistía en vender globos solidarios para recaudar un millón de euros. En este caso Twitter tuvo una gran importancia en el éxito de la campaña, ya que se creó un equipo de 23 personas para dinamizar la red social y se crearon casi 4,5 millones de

tuits con diversos hashtags de la campaña. En solo 18 días recaudó 336.675 euros.

(StockCrowd, 2019, párr. 12).

Muletas Solidarias.

Kmina es una empresa española que implementó una campaña de fundraising a través de la plataforma digital Kickstarter, con el objetivo de recaudar fondos para financiar la producción de muletas especializadas para personas con movilidad reducida, permitiéndoles andar cómodamente evitando dolores en la mano y en la muñeca; esta campaña tuvo una duración de 26 días donde se trazaron una meta de 20.000€ sin esta exitosa con un monto recaudando de 21.930 € (Vanacco, 2019).

El Banquete del Millón

El banquete del millón es un evento que desarrolla cada año la Fundación Universitaria Minuto de Dios, la cual consiste en realizar una cena solidaria donde los participantes pagan a cambio de los alimentos; además, de manera voluntaria realizan donaciones, las cuales son destinadas a causas que requieren pronta atención. En el presente año, el evento se realizó en alianza con la ESAL Subachoque con el objetivo de conseguir fondos para mejorar las viviendas más vulnerables del municipio de Cundinamarca; donde establecieron una meta de recaudo de 100 millones de pesos cumpliendo con el objetivo trazado (El tiempo, 2022).

Teletón

La teletón es un evento con transmisión en vivo “Tv” que se lleva a cabo todos los años en Colombia, además, se utilizan múltiples plataformas para hacerlo más visible y llegar a

muchas personas, tiene una duración de 27 horas y su objetivo principal es recaudar fondos para el funcionamiento y mantenimiento de una red nacional de centros de rehabilitación para personas con diversidad funcional. Para el año 2021 su lema era teletón renace donde lograron recaudar \$234.544.703 (Zapata, 2021).

Elaboración del instrumento de recolección de información

Aspectos metodológicos

Población objeto de estudio

Cuando se habla de la población sujeto de estudio, se hace referencia a un grupo poblacional determinado que está siendo analizado o estudiado por una determinada situación; en este caso la población seleccionada es la Fundación Huellitas en el Alma, la cual atiende a un total de 140 usuarios y cuenta con 4 administrativos, de los cuales en este proyecto se pretende trabajar con 9 actores claves.

Por lo anterior, luego de realizar un análisis minucioso de la problemática central sus causas y efectos; se reconoce a la Fundación como una entidad que promueve iniciativas sociales sin ánimo de lucro, por ende se tiene en cuenta los siguientes: la directora, los colaboradores, beneficiarios, financiadores, y expertos en recaudación de fondos, quienes proporcionan información que es de gran utilidad para profundizar y entender la situación problema, a través de las experiencias, las prácticas, los roles que desempeña cada uno y por su puesto los procesos que desarrollan en la fundación.

Método de identificación de la muestra

Para la identificación de la muestra del presente proyecto se tiene como referente teórico al investigador Sampieri (2014), quien menciona que un estudio de caso el tamaño de la muestra mínimo representativo es de 6 a 10 personas

Ademas Sampieri (2018) plantea que la muestra de tipo cualitativo se puede determinar durante la inmersión inicial o después, es decir, por su flexibilidad se lograr ajustar en cualquier momento; además, la intención no es establecer hipótesis generalizadas por el contrario se requiere profundizar sobre el fenómeno que está siendo estudiado por medio de los actores involucrados, teniendo en cuenta las siguientes unidades: en primer lugar, las practicas que son las actividades continuas que desarrollan las organizaciones, en segundo lugar los papel o roles, en otras palabras las funciones que se le asignan a personas dentro de un grupo determinado para que proporcione sentido o significado a las prácticas y por ultimo los procesos, los cuales hacen referencia a las actividades, tareas o acciones que se desarrollan por un determinado objetivo. A continuación, en la tabla N°1, se evidencia la muestra seleccionada:

Tabla 1

Identificación de la muestra de estudio, elaborado por autora

Actores	Numero de entrevistados
Directora	1
Colaboradores	1
Adolescentes oncológicos	2
Padres de Familia o cuidadores	2
Financiadores	1
Expertos en recaudación de fondos	2

En esta tabla se evidencia la muestra seleccionada para el desarrollo del proceso investigativo, es decir, se encuentran los diferentes actores y el número de participantes, los cuales ayudarán a tener una mirada holística de la situación, para luego establecer líneas de acción en beneficio de los sujetos de estudio.

Por lo anterior, se escogió a la directora por ser la líder de los procesos que se desarrollan en la organización, por tanto se cree que tiene conocimiento de las diferentes situaciones internas de la ESAL, además es quien permite el acceso a la información, por ende es una ficha clave en el proceso investigativo; de igual forma sus colaboradores, juegan un papel fundamental en el estudio, teniendo en cuenta que trabajan de manera conjunta para la población oncológica y son un poco más abierto a la hora tocar temas en específicos.

Así mismo, se escogieron a los adolescentes por ser beneficiarios, los cuales pueden suministrar información desde otra perspectiva, en relación con la prestación de los servicios y en cuanto a la calidad y la efectividad de los mismo, seguido de esto, se escogieron a los padres de familias, quienes ayudan ampliar los datos debido a que tienen un acercamiento directo y permanente a la fundación,

Por otro lado, se escogieron a los financiadores porque pueden hablar del impacto que genera o no la fundación a través de sus acciones, y finalmente se tuvo en cuenta a los expertos puesto que desde sus experiencias aportan ideas de mejores prácticas que se pueden implementar en la ESAL para fortalecer los procesos.

Análisis de las categorías.

Para este proyecto se definieron tres categorías de análisis (Fundraising, capacidades humanas y capacidad organizacional)

Tabla 2

Matriz de operalización de Variables, elaborada por autora

Conceptualización	Dimensiones	Ítems	Fuentes	Instrumento
<p>Fundraising</p> <p>Se entiende por Fundraising el arte de captar fondos para una causa determinada sin fines lucrativos, este proceso requiere de una planificación previa (Noval,2014)</p>	ATL ²	Métodos o medios efectivos para el recaudo de recursos económicos	Directora Colaboradores Expertos Financiadores Padres de familia	Entrevista semi estructurada
	BTL	Experiencia de participar en convocatorias públicas o privadas	Directora Colaboradores Beneficiarios Expertos Financiadores	
<p>Capacidades humanas</p> <p>Las capacidades humanas son todas aquellas habilidades, libertades y oportunidades individuales con las que cuentan las personas para desenvolverse y tomar decisiones en aspectos personales, sociales, político y económico (Nussbaum, 2012).</p>	Seguridad	Aporte de la fundación para promover las habilidades personales de los beneficiarios	Directora Colaboradores Beneficiarios Expertos Financiadores Padres de familia	Entrevista semi estructurada
	Capacidad de Acción	Estrategias que se emplean para la promoción de bienestar	Directora Colaboradores Expertos Financiadores Beneficiarios Padres de familia	
<p>Capacidades Organizacionales</p> <p>Las capacidades organizacionales hacen referencia a un conjunto de dinámicas, estrategias, habilidades y valores que comparten en un equipo de trabajo para perseguir un objetivo en común, mediante la optimización de recursos, la generación de un impacto, positivo, confiabilidad en los procesos etc (Dávila, 2013).</p>	Capacidad de Desempeño	Casos exitosos con el recaudo de recursos económicos	Directora Colaboradores Expertos Financiadores	Entrevista semi estructurada

² ATL (Above The Line) se denomina a los medios de comunicación masivos como la radio, la prensa y la televisión y los BTL (Below The Line) hacen referencia a los medios de comunicación que permiten la segmentación de un grupo poblacional determinado a través de eventos, actuaciones, redes sociales, email etc. (Cárdenas, 2019)

Descripción de los instrumentos de recolección de información.

Se entiende por instrumento de recolección de datos a todas aquellas herramientas que emplean los investigadores para obtener datos de la realidad que se estudia, además posibilitan corroborar el problema y las variables determinadas (Perozo, 2019).

Para esta investigación el tipo de instrumento que se utiliza es la entrevista semiestructurada, Bernal (2010) refiere que se caracteriza por su flexibilidad en la elaboración del guion de preguntas que son dirigidas a los sujetos estudios, así mismo el orden y los términos de realización pueden ser ajustados en el transcurso de la investigación.

De igual manera, Lopezosa (2020) plantea que la entrevista semiestructura tiene un menor grado de rigidez, teniendo en cuenta que las preguntas se elaboran con el objetivo de no ser muy amplias ni muy rígidas, para que así, los sujetos de estudio manifiesten su punto de vista desde la lógica de la situación que está siendo estudiada, logrando una mayor interacción con los entrevistados y por ende la interpretación de la problemática.

Cabe resaltar, que dicho instrumento es de gran utilidad para esta investigación, porque permite entender la situación problema mediante la voces o comentarios de los diferentes actores involucrado, a partir de la interpretación de las categorías de análisis que se establecieron luego de haber elaborado el árbol de problemas, dando mayor soporte a lo que se ha venido planteando a lo largo del proceso investigativo.

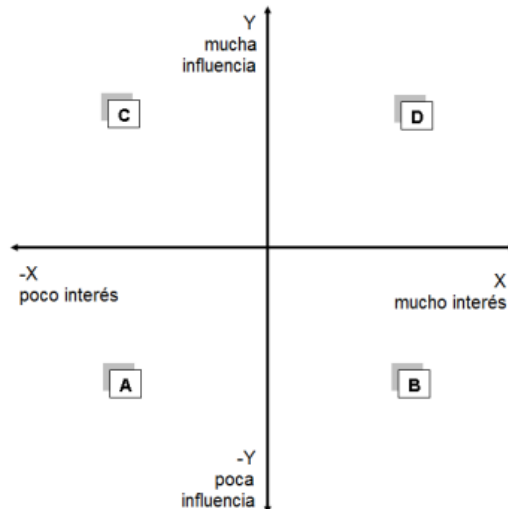
Mapa de actores involucrados.

En primer lugar, se debe mencionar que un mapa de actores involucrados consiste en organizar de manera estratégica los diferentes actores en torno a un determinado problema, para así identificar el nivel de poder o de influencia que tienen los mismos (Ollari, 2013).

Algranati (2012) plantea la manera estratégica como deben ir ubicados los diferentes actores según su aporte en la situación; a continuación, en la figura 4 cuatro se muestra un ejemplo de ello.

Figura 4

Ejemplo mapa de actor (Algranati et alt; 2012, p. 17)

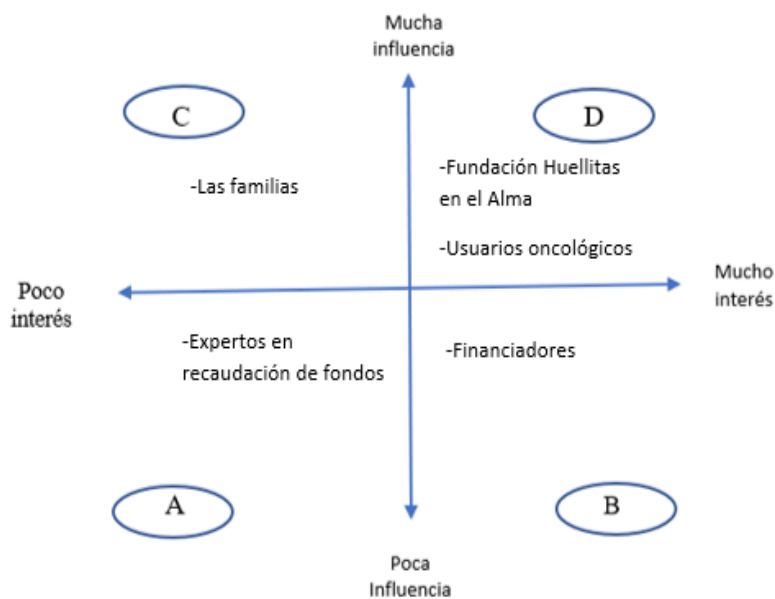


De acuerdo a la figura 3, en la casilla **A** se encuentran aquellos que se les invierte menor esfuerzo, en la casilla **B** los que requieren ayuda para movilizarse y lograr convertirse en actores de poder, en la casilla **C** los actores que se deben mantener satisfechos, debido a son claves para el suministro de información y contribuyen movilizándolo a los actores más cercanos a la situación

es decir los de las casillas **B y D**, por último se encuentra la casilla **D** donde están ubicados los aliados primordiales, para el caso de esta investigación se identificaron los siguientes actores: la Fundación Huellitas en el alma, los beneficiarios (niños/as y adolescentes) sus familias, financiadoras y expertos en recaudación de fondos; en la figura 5 se muestra se puede identificar la posición de cada actor.

Figura 5

Mapa de actores involucrados, elaborado por autora



En la figura anterior, se puede evidenciar que para este proyecto los actores con mayor influencia son la Fundación Huellitas en el Alma como entidad prestadora de servicios y los usuarios oncológicos como beneficiarios, debido a que se ven afectados de manera directa por la escasez de recursos económicos de la entidad, por ende, la presente propuesta de fortalecer el acompañamiento en salud por medio de la estrategia de Fundraising podría ser de interés para

ellos; seguido de esto, se encuentran las familias que también son actores claves, porque como están cerca de la problemática pueden suministrar información relevante y de gran utilidad para entender la situación y así concretar las líneas de acción, por otra parte, están los actores de menor influencia, entre ellos los expertos en recaudación de fondos debido a que como son actores externo a la organización no tienen mayor influencia en la toma de decisiones para la ejecución del proyecto, por último se encuentran los financiadores que si bien podrían pasar a ser actores de poder, porque pueden contribuir al financiamiento de la propuesta. Hay que resaltar, que será aplicada una entrevista semiestructurada a todos los actores involucrados para la recolección de datos.

Validación del instrumento de recolección de información

Evaluación de la validez aparente

Luego de haber definido las categorías de análisis y los objetivos del proyecto, la investigadora procede a elaborar el instrumento de recolección de información “entrevista semiestructura”, con la finalidad, que a partir del trabajo de campo, las preguntas den respuesta de manera lógica a las variables y objetivos seleccionados; es así, que el tutor de tesis Alexander Guzmán realiza un estudio detallado para identificar la pertinencia de las diferentes preguntas, quien sugiere una serie de ajustes y finalmente da el aval del instrumento; este se encuentra plasmado en el anexo N°6 el cual fue utilizado para tener un acercamiento con la población de estudio.

Seguido de esto, se debe resaltar la importancia de la validación del instrumento, pues de ello depende la precisión y la fiabilidad de las preguntas que son utilizadas en la entrevista, evitando distorsión en la situación que está siendo estudiada, y de esta manera se pueda realizar un estudio de manera pertinente, dando lugar al diseño de estrategias viables en aras de buscar soluciones idóneas a la problemática.

De igual forma, (León, 2017) plantea que La confiabilidad y validez son de gran relevancia porque permite al lector conocer el nivel de precisión y evidencia de los instrumentos utilizados, que derivarán en conclusiones coherentes en el estudio.

Evaluación de la fiabilidad del instrumento

Como se mencionó en el apartado anterior, el instrumento seleccionado para el presente proyecto fue la entrevista semiestructurada, la cual es utilizada en estudios cualitativos para reconocer la perspectiva de los sujetos de estudio; por ello, para la fiabilidad de dicho instrumento además tener el aval del tutor, se tuvo en cuenta el punto de vista del experto Humberto Guzmán prieto, docente investigador, administrador de empresas de la Universidad de Colombia con maestría en dirección de la Universidad del Rosario, con el objetivo de ratificar las preguntas de acuerdo con los siguientes parámetros (relevancia, claridad, coherencia) para así poder determinar la validez del mismo.

Prueba piloto

En el presente proyecto de investigación, la prueba piloto se llevó a cabo mediante un estudio preliminar del instrumento de recolección de información, para identificar la claridad y la coherencia de las preguntas elaboradas por la investigadora, para luego ser aplicadas a la población sujeto de estudio, es así, que el día 11 de marzo del 2023 de manera presencial se tuvo la oportunidad de dar a conocer dicho instrumento a la asesora metodológica Lina Medina quien le pareció acertado, no obstante, sugirió realizar unos ajustes en el tema de redacción, de tal modo que las preguntas no fueran muy técnicas y los diferentes actores pudieran entender lo que se pregunta sin ninguna dificultad y así evitar perder el sentido de la situación que está siendo estudiada, de igual forma, el cuestionario fue presentado a la Directora de la Fundación Huellitas en el Alma de manera virtual, quien dio su punto de vista respecto al mismo y a su vez lo aprobó.

Elaboración de la versión definitiva del instrumento

Luego del proceso anterior y de las diferentes revisiones que tuvo el instrumento de recolección de información por parte del tutor, la asesora metodológica, los dos expertos y la directora de la fundación, se consolidan 12 preguntas que son aplicadas a los diferentes actores involucrados en relación con las variables de estudio “Fundraising, capacidad humana y capacidad institucional”.

Trabajo de campo

El trabajo de campo se divide en varias secciones, debido a que la fundación no cuenta con una planta física donde permanezca la directora, los beneficiarios y colaboradores; por ende, los encuentros con los diferentes actores se dieron de manera presencial o por temas ajenos se acudió a la virtualidad, de tal modo que se hiciera más práctico los encuentros; seguido de esto, hay que resaltar, que en este proceso investigativo se tiene en cuenta las voces de adolescentes oncológicos beneficiarios de la fundación, y por el hecho de ser menores de edad se necesita el consentimiento informado de los padres de familia que aprueben la participación de sus hijos en el proyecto, por ello la investigadora llevó los consentimientos informados de manera física para que los padres pudieran leer y dar el aval mediante su firma los cuales se evidencian en el anexo N°1 y N°2, así mismo, se les comentó a los demás actores que su participación es voluntaria y que la información recopilada solo sería utilizada para temas académicos.

Actividades realizadas por la investigadora para la aplicación de los instrumentos de recolección de información

En un primer momento la entrevista se llevó a cabo mediante visita domiciliaria a una usuaria oncológica que reside con su madre por ende, se procedió a realizar las preguntas a una por una, en ese momento se encontraba un colaborador de la Fundación Huellitas en el Alma, así que se aprovechó el espacio y de igual forma se le realizó la entrevista, ese mismo día en las horas de la tarde, se logró contactar a dos expertos en recaudación de fondos de manera sincrónica por tema de espacios y tiempos de los mismos, por lo anterior, fue la manera más

práctica de realizar el encuentro; al día siguiente la investigadora se dirigió hasta el Hospital la Misericordia (HOMI) el cual se encuentra ubicado en la carrera 17#217 de la ciudad de Bogotá cabe resaltar que se logró entrevistar a la directora, un usuario y su madre de familia, que se encontraban en dicho lugar realizando chequeos médicos; luego se trasladó hasta la oficina de un financiador de la fundación y fue posible llevar a cabo la entrevista.

Cantidad de instrumentos de recolección de información aplicados

Para este proceso investigativo se tuvo en cuenta el instrumento de recolección de información “Entrevista semiestructurada” el cual se aplicó a nueve actores seleccionados para el proceso investigativo; las preguntas se elaboraron de manera abierta para conocer en detalle y a profundidad la problemática que está siendo abordada a partir de las voces de los diferentes actores involucrados.

A partir de la aplicación del instrumento y el acercamiento que se tuvo con los sujetos de estudio, se logró corroborar la información que se obtuvo al principio del proceso investigativo, además, tener una mirada holística de la problemática y desde la gerencia social concretar la ruta de acción que permita brindar soluciones idóneas a la situación de la Fundación Huellitas en el Alma.

Métodos que serán utilizados para el análisis de la información del trabajo de campo

El método que se escogió para analizar la información obtenida por medio del trabajo de campo fue la codificación cualitativa abierta; Hernández (2014) menciona que, para ejecución de este proceso, debe haber una segmentación del contenido para luego identificar los conceptos y experiencias que corresponden a las diferentes categorías definidas por el investigador y así poder organizar de manera lógica los resultados, con relación a la situación problema que está siendo estudiada.

Principales hallazgos frente al problema analizado

Luego de haber aplicado 9 entrevistas se identifican los principales hallazgos de la situación problema, datos obtenidos partir del acercamiento con la población sujeto de estudio, es así que, para la sistematización de los resultados, se organizarán en torno a las diferentes variables seleccionadas.

Fundraising: en relación con esta categoría se pudo evidenciar que el apoyo que recibe la fundación por medio de donaciones es permanente, debido a que cuentan con padrinos que a medida de sus alcances brindan aportes, bien sea económicos o en especies para que la fundación continúe prestando sus servicios a la población oncológica, sin embargo, esta entidad atiende a un total de 140 usuarios entre niños, niñas y adolescentes, a los cuales les brindan diferentes servicios como transporte, alimentación, medicamentos, entre otras cosas, que hacen que la

situación se torne compleja porque estos recursos que suministran los donantes no dan abasto con el número de beneficiarios, por ende, se les dificulta ampliar sus servicios y cumplir en ocasiones con la misionalidad institucional.

ATL: La directora de la fundación manifiesta que los métodos que han resultado más efectivos para recaudar fondo, son las publicaciones que realizan por medio de sus diferentes redes sociales como Facebook, Instagram y su página web, mostrando a diario las acciones que desarrollan y lo que en su momento requieren para brindar el acompañamiento de los usuarios, así mismo, el colaborador menciona que el voz a voz ha sido una estrategia importante para conseguir esos recursos, debido a que esto ha hecho que cada vez más personas se sumen a la causa y reconozcan la fundación; ambos dicen que es una tarea que requiere de mucho compromiso por ello, trabajan día a día e implementan estrategias para la búsqueda de esos recursos mediante ventas de postres, camisetas, gorras, a través del reciclaje para poder brindar sus servicios.

Con respecto a los BTL se puede identificar que para su ejercicio no utilizan los medios de comunicación masivos como la prensa, la radio y la tv, lo cual debieran implementar porque esto les permite llegar a muchas personas y quizás se interesen por contribuir a la causa social que han venido desarrollando durante años.

Seguido de esto, los usuarios al igual que sus familias, manifiestan que se han visto beneficiados de muchas maneras con los recursos que llegan a la fundación, ratifican el apoyo que reciben con los mercados, para el arriendo, comida, transporte, medicamento, entre otras

cosas que son de gran utilidad para ellos, teniendo en cuenta que son personas de escasos recursos y vienen de otras ciudades como Pereira y Villavicencio, han tenido que dejarlo todo por el tratamiento de los niños/a y adolescentes para poder asistir a los chequeos médicos, quimio terapias e incluso a las hospitalizaciones, mencionan que gracias a la ayuda que les brinda la fundación no han desistido al tratamiento puesto que los trámites en las EPS (Entidad promotora de salud) son muy complejos y no reciben a tiempo los servicios, así mismo, como los padres no tienen un empleo, no cuentan con los recursos necesarios para los requerimientos de la enfermedad.

Por consiguiente, hay que resaltar que el financiador plantea que las redes sociales aportan mucho para identificar las fundaciones, porque a través de sus páginas, muestran el trabajo que desarrollan, y a partir de ello generar un interés por contribuir en esas causas sociales, además menciona que el voz a voz es muy importante, pues así conoció la Fundación Huellitas en el Alma, debido a que una amiga fue voluntaria en dicha entidad, y se dio cuenta que realmente los aportes que llegaban eran utilizados para ayudar a los beneficiarios.

Así mismo refiere, que hay fundaciones que les llegan tantas ayudas pero no se ven reflejadas en las personas que lo necesitan porque son entidades de papel o las utilizan para recaudar o manejar temas de impuestos, de igual forma dice, que él está inmerso en un proceso de liderazgo con un grupo de amigos y el acuerdo que establecieron fue trabajar en la parte social específicamente ayudando a niños con cáncer, entonces antes de escoger la presente fundación para unir esfuerzos y trabajar en conjunto, tenían un listado de muchas ESAL en la ciudad de Bogotá y lo que hicieron fue llamar a una por una, visitar las entidades, verificar por cámara de

comercio y por redes sociales para constatar la existencia de las mismas, pero muchas de ellas no llenaron las expectativas del grupo por inconsistencia en sus procesos, es así, que después realizar el análisis en conjunto decidieron trabajar con dicha fundación por la transparencia, constancia y compromiso en las acciones que desarrollan.

Dentro de este orden de ideas, uno de los expertos en recaudación de fondos menciona que a partir de su experiencia en este ámbito, una de las estrategias principales para conseguir recursos, es sumergirse en todo el ecosistema de redes, en otras palabras redes de apoyo y redes sociales, debido, a que estos son actores claves para fortalecer las fuentes de financiación, por ello es importante identificar las primeras fuentes de ingreso que son la triple F (Family, Fools and Friends) la familia, los amigos y los tontos; los dos primeros son las redes más cercanas a quienes se le vende la idea de los proyectos o negocios, y los tontos, es una jerga utilizada por los localizadores de recursos para referirse a las personas que simplemente por ver un video o un brochure (presentación) en redes sociales van a mandar dinero sin saber por qué o para qué, sino que simplemente les gusta compartir su dineros a este tipo de causas.

También menciona, que es necesario identificar qué tipos de actores hay nivel local, distrital e internacional, es decir los que existen en todo el espectro, reconocer las entidades públicas y privadas para saber cómo llegar a ellos y lograr establecer un vínculo de apoyo.

Dentro de este marco, el segundo experto dice que el uso de redes sociales es una estrategia fundamental para conseguir recursos económicos porque hoy en día con el auge de las plataformas digitales, las campañas o proyectos logran tener un alcance importante en estas

plataformas, además menciona que es fundamental ser constantes con las publicaciones porque es un método efectivo el cual le ha funcionado.

Capacidades humanas: Con respecto a esta categoría, se logra identificar que la fundación es fuerte en este aspecto, porque sus acciones se centran en el bienestar de los niños niñas y adolescentes, así como en el fortalecimiento de sus capacidades y habilidades, dando a conocer que la enfermedad no es un impedimento para ellos aprendan a desenvolverse y tomar disecciones por sí mismo.

Por ello, a lo que referiré de seguridad, la directora comenta que para promover el proyecto de vida de los beneficiarios a principio de cada año desarrollan una campaña llamada la quimio con útiles, con el objetivo de recaudar kits escolar, que contienen esferos, colores, reglas, maletas, marcadores, entre otras cosas, para que los niños/a y adolescentes continúe estudiando desde las aulas hospitalarias y no se atrasen, por eso, en los hospitales tienen mucha cercanía con Trabajo Social para que ellos los apoyen con la gestión del ingresos a estos espacios académicos, sumado a esto, con el apoyo de los colaboradores de la fundación están pendientes del proceso de cada niño, para así poder reforzarlos en alguna asignatura en caso de lo que requieran, además lo que hacen es motivarlos para que no desistan de las clases.

Adicional a lo anterior, la directora da a conocer que en la fundación tiene muchos adolescentes emprendedores, por ello, lo que hacen para promover las habilidades de los mismos es suministrarles materiales como lanas, agujas para tejer, tempera, y lienzo, debido a que elaboran amigurumis (peluches tejidos), llaveros tejidos, manillas y pintan porcelanas, entonces

con estos artículos realizan una especie de feria para que ellos puedan vender sus productos y se den a conocer.

Seguido de esto, el colaborador manifiesta que el programa de héroes sobre ruedas se implementó con la finalidad de contribuir al bienestar de los usuarios, debido a que el proceso de las quimios es fuerte, por ende salen muy débiles y montarlos a un transporte público es complejo porque en ocasiones tienen náuseas, además el hecho de mantener las defensas bajas no es conveniente que estén expuestos al contagio de virus por aglomeraciones, por lo anterior, se aseguran de que vayan cómodos y tranquilos de su casa a la quimio y viceversa.

De igual manera, para contribuir al bienestar de los beneficiarios, los jueves y sábados visitan el San José infantil, llevan diferentes actividades, como manualidades, canciones, historias bíblicas, celebran los cumpleaños, los llevan a elevar cometa, al parque, a cine, ha visitado el eje cafetero, o en su efecto se conectan vía zoom para interactuar con todos los beneficiarios y ellos se puedan distinguir, todo esto con el objetivo de hacer de sus días algo mejor y cambiar la rutina.

Luego de tener el acercamiento con los adolescentes, confirman las diferentes acciones que desarrollan en pro de su bienestar; uno de ellos menciona, que en la fundación le han dado útiles escolares para asistir a clases, así mismo, lo han orientado cuando no entiende algún trabajo, por otro lado, por pintar las porcelanas y luego venderlas en las ferias, esos recursos le han servido para comprarse sus cosas personales y la comida a su perro.

Por otro lado, la otra adolescente dice que en la fundación le han ayudado con transporte, mercado, implementos de aseos y cuando le da mucositis con cremas y medicamentos, así mismo, que la han llevo a cine, a paseo en la hacienda Nápoles la cual fue una experiencia inolvidable, porque disfrutaron de las piscinas, los toboganes, elevaron cometas e hicimos actividades muy bonitas.

Una de las madres de familia manifiesta que gracias a la fundación sus condiciones de vida han mejorado porque anteriormente vivían en Villavicencio en una casa de herencia la cual estaba en muy malas condiciones porque tenía humedad y cuando llovía se filtraba el agua, esa situación tenía muy enferma a la hija, entonces desde que se vinieron a Bogotá el apoyo de la fundación hay sido incondicional, les ayudaron a conseguir una casa y gracias a ellos no han desistido del tratamiento.

Así mismo, la otra madre asegura, que el transporte de la fundación ha sido indispensable porque en ocasiones ella no tenía recursos para pagar un taxi y el seguro médico nunca les ha colaborado con el tema del transporte, además, su hijo tenía movilidad reducida y en hospital cancerológico no les dejaban por mucho tiempo las silla de rueda por la demanda de pacientes, entonces ha sido de gran ayuda ese servicio que ofrecen en la fundación, de igual forma manifiesta que esta entidad la sacado de muchas necesidades en el tema de alimentación y medicamentos.

Se puede agregar, que el financiador expone que los resultados que la fundación muestra, son los que se animan para continuar apoyando la labor, dice que en diciembre a todos los niños

se les compró ropa, los llevaron al jardín botánico y además se les hizo una fiestas, entonces todo eso da a entender que las ayudas realmente están llegando a los usuarios, lo que permite que muchas personas se sumen a la causa; adicional a esto, él manifiesta que la fundación está trabajando continuamente, desde la mañana hasta la noche, entonces eso lo motiva porque sabe que hay muchas necesidades y aportar para que una o varias familias se vean beneficiadas es muy gratificante.

Por último, Ambos expertos en recaudación de fondos coinciden en que estas causas sociales no se deben promocionar ni desarrollar con base a la victimización, por el contrario, se debe mostrar como entidad de que son capaces y como su ayuda puede contribuir al fortalecimiento de las capacidades de los beneficiarios, debido a que esto es lo que muchos financiadores buscan para realizar sus aportes.

Capacidades Institucionales: en este aspecto la fundación ha tenido unos logros significativos para la prestación de sus servicios, sin embargo, debe continuar trabajando en el fortalecimiento de sus procesos interno para así, cumplir con la misionalidad institucional y que la entidad pueda sostenerse a un largo plazo.

Capacidades desempeño: La directora al igual que su colaborador afirman que no han tenido la oportunidad de participar en convocatorias públicas y privadas, por no tener una planta física donde permanezcan sus beneficiarios, debido a que han escuchado que para hacer parte de estas convocatorias necesitan tener un albergue. Ahora bien, es necesario que esta ESAL empiece a distinguir redes de apoyo e identifique por sus propios medios las cláusulas y

requerimientos que exigen dichas entidades para hacer partes de sus procesos, teniendo en cuenta que estos actores pueden ser importantes para el sostenimiento de la fundación; por lo anterior, en el capítulo de la herramienta de Gerencia Social se encontrarán una serie de actores que contribuyen al fortalecimiento de las capacidades organizacionales.

Por otro lado, dicen que la fundación tienen cuatro psicólogas para atención de sus beneficiarios, sin embargo los adolescentes y sus madres de familia, manifiestan hasta el momento no haber tenido ningún tipo de acompañamiento por parte de un psicólogo en la fundación; por ello, es contradictoria la versión, por tanto, si realizan acompañamiento psicosocial de manera empírica no es ético que realicen esta práctica, teniendo en cuenta que los usuarios y sus familias por lo complejo que es la enfermedad, su estado de ánimo se mantiene en un desequilibrio y así como lo manifestaron algunos adolescentes tienen conducta suicida, por ende es indispensable contar con un profesional en el tema.

Capacidad de acción: La directora comenta que los aliados que tienen en la fundación los divide en los diferentes grupos de niños/as y adolescentes para que cada uno apadrinen un usuario y no tener que exceder con responsabilidades, además, para lograr su fidelización lo que hacen es mostrar evidencias de las diferentes actividades, por ejemplo, la entrega de los mercados, el transporte de los niños, el medicamento y los paseos, además graban videos de los niños mandando saludos a sus padrinos y dando las gracias por el apoyo que les brindan, esta estrategia ha funcionado mucho.

Por otro lado, manifiesta que el logro más importante que han tenido en la fundación por medio de la recaudación de fondos es contar con un transporte propio el cual se pagó en su totalidad, y el hecho de cumplirle a los beneficiarios es un caso exitoso, porque algunos viven en zonas aledañas y no tienen como pagar un transporte, entonces por eso abandonan la quimio, y poder llevarlos a sus tratamientos y traerlo de regreso a sus hogares es reconfortante.

Adicional a esto, el financiador dice que el mayor logro que han tenido como grupo, es haber unido esfuerzos con otros padrinos de la fundación y comprar la camioneta van, frutos de diferentes actividades, fiestas, rifas para poder recaudar esos fondos.

Finalmente, un experto manifiesta que para tener casos exitosos en las ESAL en primer lugar se debe formular un proyecto, seguido de esto, identificar qué tipo de actores pueden financiar la causa y tercero hacer una excelente producción audiovisual, debido a que muchas veces los requisitos de estos actores es tener redes sociales o una página web, y si no se tiene ninguna de esas dos, mostrar fotos, videos, o historias de vida.

Por último, el segundo experto hace referencia que para conseguir financiadores, es necesario tener un directorio de diferentes organizaciones o actores claves, lo cual va a permitir, que la ESAL no dependa de un solo financiador, si no, que pueda buscar recursos de otros lados, por tanto para lograr la fidelización es importante, ser cumplido con los compromisos que se establecen, mostrar informes, ser transparentes y oportunos con la información, para así generar confianza; además, saber invertir el dinero y mostrar con evidencias a esos ángeles inversores lo que se ha hecho o logrado con los recursos.

Tabla 3*Codificación cualitativa de los datos, elaborado por autora***Análisis general de los datos obtenidos**

Categorías	Dimensión	Instrumento - Entrevista semiestructurada
Fundraising	ATL	La fundación tiene aliados permanentes, sin embargo el apoyo económico que reciben no da abasto con las cantidad de usuarios que tienen, los cuales son un total de 140 niños niñas y adolescentes; por esta razón, la entidad utiliza diferentes métodos y estrategias para la recaudación de fondos a través de las redes sociales como Instagram, Facebook, y la página web, además por medio del voz a voz y la venta de postres, camisetas, gorros y el reciclaje, estas actividades las realizan de manera permanente con el objetivo de continuar prestando sus servicios a los beneficiarios oncológicos .
	BTL	Para su ejercicio no utilizan los medios de comunicación masivos como la prensa, la radio y la tv, lo cual debieran implementar porque esto les permite llegar a muchas personas y quizás se interesen por contribuir a la causa social que han venido desarrollando durante años
Capacidades Humanas	Seguridad	Se logra identificar que la fundación es fuerte en este aspecto, porque sus acciones se centran en el bienestar de los niños niñas y adolescentes, así como en el fortalecimiento de sus capacidades y habilidades, debido a que promueven su proyecto vida a través del acompañamiento y la motivación para que continúen con sus estudios, por otro lado, apoyan los diferentes emprendimiento que tienen los usuarios, así mismo, para contribuir a su bienestar les brindan transporte, alimentación, medicamentos etc.
	Capacidad de acción	Son fuertes en este aspecto, debido a que han tenido casos exitosos en la fundación por medio de la recaudación de fondos con lo cual se compró la camioneta van para transportar a sus beneficiarios, de igual manera, han logrado la fidelización de varios financiadores quienes apadrina a sus usuarios.
Capacidad Institucional	Capacidad de desempeño	Con respeto a esta dimensión, se evidencia que deben continuar trabajando por fortalecimiento de sus procesos, porque no participan en convocatoria públicas y privadas, por ende, se hace necesario que empiece a distinguir que estos actores claves, debido a que pueden ser importantes para el sostenimiento de la fundación, adicional a esto no cuentan con un talento humano especializado para el acompañamiento psicológico de los beneficiarios.

Principales cambios ocurridos en la estructura de la investigación con la aplicación del trabajo de campo

Por temas de tiempo y espacio de actores involucrados como los expertos en recaudación de fondos, se produjo cambio en la aplicación del instrumento de recolección de información, porque se debió implementar una estrategia para lograr conocer su punto de vista frente a la problemática estudiada, es así, que por esta razón se acudió a la herramienta de Teams para lograr tener un acercamiento con los mismo.

Marco Referencial

Marco Teórico

En este apartado se exponen diferentes teorías en relación con las variables de estudio seleccionadas para el desarrollo del proyecto investigativo.

Fundraising

(Burkardt, 2005) Manifiesta que el fundraising es el conjunto de acciones o actividades que ejecutan las organizaciones sin fines lucrativos con el objetivo de captar fondos a fin de garantizar sus servicios y cumplir con el objetivo social, debido a que con esta herramienta logran obtener diferentes fuentes de financiación.

Seguido de esto, Sanchez (2022) plantea que el fundraising es una herramienta para recaudar fondos, que además sirve como estrategia para hacer crecer organizaciones mediante el apoyo de sus simpatizantes y otras partes interesadas, así mismo plantea que se debe tener en cuenta que las motivaciones para contribuir a las causas sociales con el tiempo han ido evolucionando por ello, es importante el mensaje que se trasmite y la interacción con los donantes.

Desde la perspectiva de Noval (2014) se entiende por Fundraising el arte de captar fondos para una causa determinada sin fines lucrativos; este proceso requiere de una planificación donde

se establezca el cronograma, objetivos, tiempo de duración de la campaña, segmentación del público donante, definición de los canales de promoción, entre otras cosas que resultan útil para su desarrollo.

En relación con los canales de promoción de las diferentes campañas que se desarrollan con la herramienta de Fundraising, se tienen en cuenta los ATL que son canales masivos como la prensa, la radio, y la tv, además los BTL, hacen referencia a los medios que permiten la segmentación de un grupo poblacional determinado a través de eventos, actuaciones, redes sociales, email, entre otros (Noval, 2014)

Hay que resaltar, que con este proyecto el objetivo de retomar los diferentes medios de comunicación ATL y BTL, es para que la ESAL tenga la oportunidad de darse conocer y mostrar la importancia de la causa social que han venido desarrollando durante años, así mismo, mostrar sus emprendimientos, para que muchas personas los reconozcan y se interesen en apoyar su labor social, logrando así fortalecer las fuentes de financiación para contribuir en la mejora de las condiciones de vida de los beneficiarios oncológicos.

Capacidades humanas

Amatya Sen (2014) plantea que las capacidades humanas se dan a partir de la libertad y a través de los conocimientos y habilidades que poseen los individuos, permitiendo tener un desarrollo integral en la sociedad con la posibilidad de vivir la vida como la valora y la desea.

Además, es fundamental tener en cuenta lo planteado por Nussbaum (2012) la cual menciona que las capacidades humanas en primera instancia hacen referencia al fomento de la dignidad humana, mediante aquellas habilidades, libertades y oportunidades individuales con las que cuentan las personas para desenvolverse y tomar decisiones en aspectos sociales, político y económico; entre las capacidades básicas que plantea se encuentran las siguientes, vida, salud corporal, integridad, afiliación, emociones, seguridad, entre otras.

Nussbaum (2012) expone que para tener una seguridad personal se debe tener en cuenta varios aspectos importantes para que este se haga efectivo, entre ellos se encuentran los siguientes: seguridad física, moral, familiar y de salud.

Este proyecto integrador, se aborda desde la perspectiva de Nussbaum y centra la mirada en lo que fiere a seguridad, porque desde la Gerencia Social se puede contribuir al bienestar de los infantes y adolescentes afectados por cáncer, fortaleciendo el acompañamiento en salud que brinda la Fundación Huellitas en el Alma a sus beneficiarios, por medio de la herramienta de Fundraising que logra robustecer las fuentes de financiación para continuar prestando los servicios de transporte, alimentación, acompañamiento psicosocial, arte terapia, apoyo de emprendimientos entre otras cosas que aportan al proyecto de vida de los usuarios, logrando que este proceso se haga llevadero y así evitar el abandono del tratamiento, por los gastos y requerimientos que exige la enfermedad, teniendo en cuenta que la fundación trabaja con poblaciones vulnerables que no tiene los recursos necesarios para suplir la necesidad.

Capacidad organizacional

Dávila (2013) menciona que las capacidades organizacionales hacen referencia a un conjunto de dinámicas, estrategias, habilidades y valores que comparten en un equipo de trabajo para perseguir un objetivo en común, mediante la optimización de recursos, la generación de un impacto, positivo, confiabilidad en los procesos etc.

Adicional a lo anterior Jaramillo (2019) dice que para hablar de capacidades organizacionales es importante tener presente las 7s de Mckinsey:

-Strategy (estrategia) es la capacidad de distribuir de manera óptima los recursos para cumplir con los objetivos trazados.

-Structure (estructura) es decir cómo se encuentran organizados y las dinámicas internas que utilizan para relacionarse e interactuar desde los diferentes departamentos, y áreas teniendo en cuenta la organización jerárquica.

-Systems (sistemas): es el proceso de cómo funciona la empresa mediante los sistemas de información.

-Style (estilo): hace referencia a el patrón de conducta y las formas de liderazgo.

-Staff (personal): Los colaboradores como parte fundamental para el funcionamiento de la organización por ende los objetivos deben estar orientados hacia la estrategia.

Skills (habilidades): capacidades o competencias que requieren los integrantes de la organización.

Shared values (valores compartidos): Son las convenciones, ideales, y principios compartidos al interior de la organización.

Ahora bien, en este proyecto se tiene en cuenta las 7s de Mckinsey, debido a que se logra tener una mirada amplia respecto a la capacidad de acción y desempeño de la Fundación Huellitas en el Alma, para así, desde la Gerencia Social instaurar capacidades organizacionales que les permita fortalecer sus procesos y de esta manera puedan contribuir a la creación de valor público.

Marco Legal

En este apartado se encuentran una serie de leyes, decretos y artículos que existen en el territorio colombiano para regular el funcionamiento de las Entidades Sin Ánimos de Lucro, así mismo, un marco legal que protege la integridad física de los menores de edad afectados con cáncer.

Por lo anterior, es pertinente decir que la Constitución Política de Colombia en sus artículos 38 y 39 da las garantías necesarias y la libertad de que personas jurídicas puedan asociarse para conformar organizaciones sociales (Función pública, 1991). A continuación, en la tabla N°5 se evidencia los requisitos que se deben tener en cuenta para la constitución de las Entidades Sin Ánimo de Lucro.

Tabla 4

Constitución de las ESAL, fuente (Cámara comercio de Bogotá., 2019, p. 2)

Requisitos para constitución de las ESAL

Se pueden constituir por Escritura Pública, documento privado o acta

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre, cedula, y domicilio de donde se presta el servicio ✓ Nombre de la ESAL “se recomienda usar palabras claves” ✓ Objeto. Es la relación de los fines a los que se va a dedicar la ESAL, se verificará que no se encuentre dentro de las actividades exceptuadas previstas en los Decretos 2150 de 1995 y 427 de 1996 (ver guía 1 ESAL) ✓ cuando se aporten bienes inmuebles al patrimonio de la entidad, es obligatorio elevar a escritura pública, el documento incluye linderos y número de matrícula inmobiliaria. A la Cámara de Comercio de Bogotá se debe acreditar el pago del impuesto de registro, con cualquiera de los siguientes documentos: Copia del recibo de pago emitido por la Beneficencia de Cundinamarca, o Certificado de libertad en el que conste la inscripción de la escritura pública. ✓ La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la entidad ✓ Adjuntar fotocopia del documento de identificación de las personas designadas como administradores o revisores fiscales y de los constituyentes. ✓ En el Formulario RUES y en el Anexo 5 para ESAL deberá señalar por lo menos el nombre y clase de entidad, códigos de actividad, dirección, teléfono, correo electrónico, entidad que ejerce vigilancia y control y datos financieros de la entidad del sector solidario. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Clase de persona jurídica ✓ Domicilio (ciudad o municipio) de la entidad que puede o no ser diferente al domicilio de los constituyentes ✓ Indicar el patrimonio inicial de la entidad en caso de que lo haya, Se expresa su conformación y la forma de hacer los aportes, su pago y su devolución. Debe establecerse igualmente, un monto mínimo de aportes no reducibles durante la existencia. ✓ La forma de administración con indicación de las atribuciones y facultades de quien tenga a su cargo la administración y representación legal. ✓ La periodicidad de las reuniones ordinarias y los casos en los cuales habrá de convocarse a reuniones extraordinarias ✓ La duración precisa de la Entidad y las causales de disolución. (La vigencia debe ser indefinida para todas las Entidades Sin Ánimo de Lucro del sector solidario ✓ Nombre e identificación de los administradores y representantes legales. ✓ En el documento de constitución se debe indicar si las personas designadas aceptaron los cargos de administradores, representantes legales y revisores fiscales.
---	---

Seguido de esto, en la Ley 1819 de 2016 se estipula que las ESAL beneficiarias de las diferentes donaciones deberán ejecutar las actividades en el territorio nacional con el monto recibidos, sin embargo, el excedente, se tratará como renta exenta por la destinación a una determinada actividad, por ende, tendrá la aplicación de manera excepcional de una tarifa

diferencial y podrá ser receptora de donaciones con un beneficio tributario directo para el donante (Función pública, 2016).

Así mismo, en el Artículo 364-5 se estipula que las ESAL con régimen tributario especial al momento de recibir alguna donación, deberán publicar la identificación del donante y el monto de la donación, así como la destinación de esta y el plazo proyectado para el gasto o la inversión (Estatuto Tributario Nacional , 2018)

Ahora bien, de aquí en adelante el marco legal corresponde a la integridad física de los infantes y adolescentes oncológico; por ello es necesario resaltar que la Ley 1388 de 2010 dicta las disposiciones para proteger a los menores de 18 con cáncer, a través de la detección temprana del cáncer, garantizando la seguridad social y un tratamiento integral para disminuir las tasas de mortandad de los niños, niñas y adolescentes en el territorio colombiano (Ministerio Salud, 2010)

Así mismo, la Ley 1438 de 2011 busca contribuir al fortalecimiento del Sistema General de Seguridad Social en Salud; brindando de manera prioritaria y diferencial la atención integral a la niñez, por medio de la prevención, detección temprana y tratamiento adecuado de enfermedades (Comité Operativo, 2015).

Por consiguiente, con el Decreto 4875 de 2011 se creó la Comisión Intersectorial para la Atención Integral de la Primera Infancia; cuyo objetivo principal es coordinar las políticas,

planes, programas y acciones pertinentes para el desarrollo y cumplimiento de la atención integral de la primera infancia (Función pública, 2011).

Por último, en el artículo 25 de la Constitución Política de Colombia se establece que toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que se le asegure la salud y el bienestar, la asistencia médica y lo que necesiten para mantener o aumentar su capacidad funcional principalmente la infancia, ya que tienen derecho a cuidados y asistencias especiales (Organización de las Naciones Unidas, 2018)

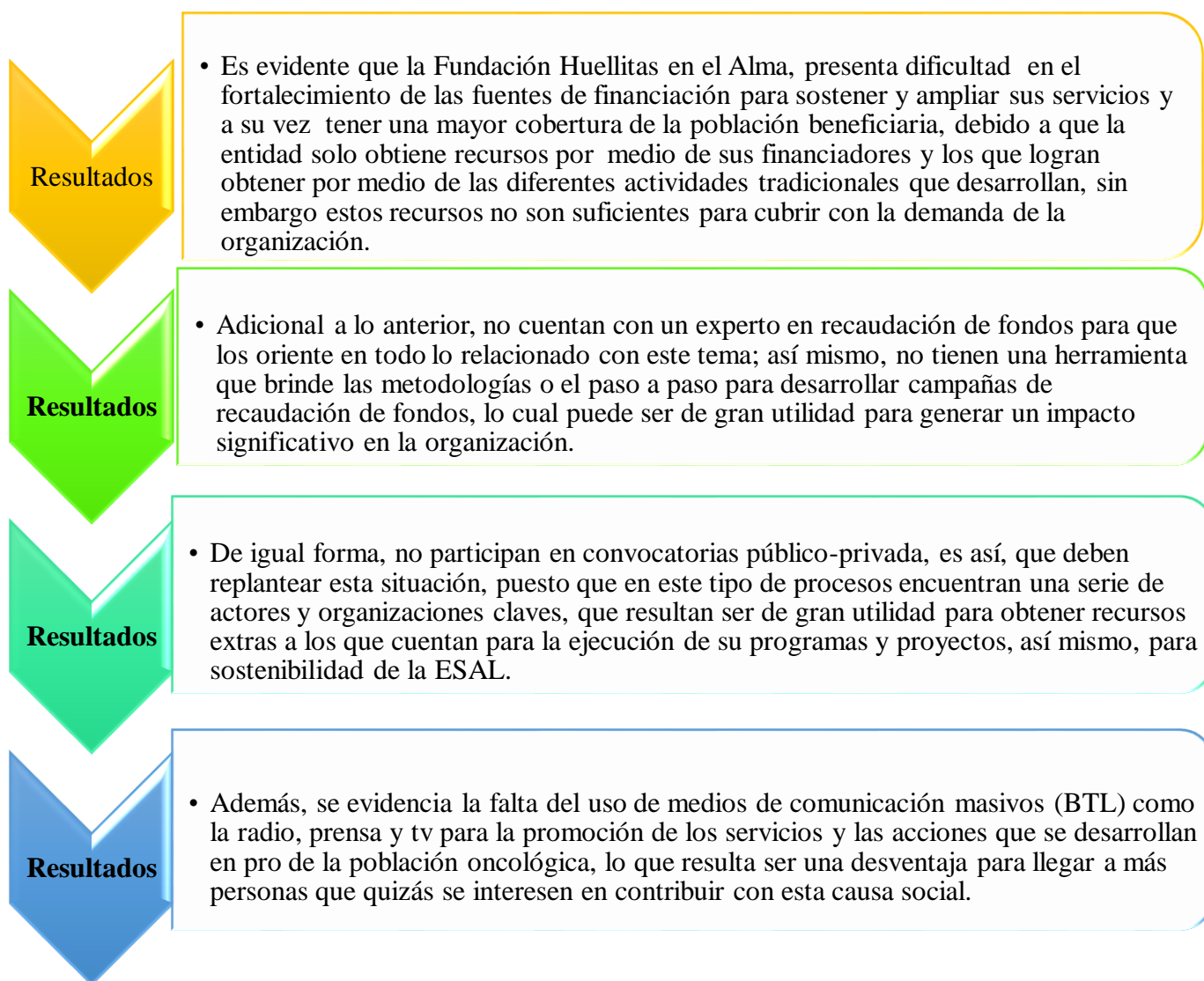
Sin embargo, a pesar de que en Colombia existen un sin número de leyes, decretos y normatividades que amparan a las personas con cáncer es evidente que solo se quedan en escritos, ya que en la actualidad esos derechos fundamentales de las niñez y la adolescencia son vulnerados siempre y cuando no se les dé prioridad en la atención y sus condiciones de salud sean cada vez más precarias; por esta y muchas otras situaciones se buscan diversas alternativas que permitan mitigar la problemática, ya que el estado no responde de manera efectiva a los requerimientos de esta población , por ello desde gerencias social siempre será un reto tratar de contribuir por medio de estrategias y herramientas que permitan visibilizar las diversas problemáticas dando lugar a nuevas investigaciones que permitan dar paso a grandes políticas programas o proyectos que puedan generar un impacto positivos a estas personas.

Resultados Finales y discusión de la problemática

En este apartado, es pertinente decir que luego de haber tenido el acercamiento con cada uno de los actores involucrados desde su contexto y conocer sus perspectivas en detalle frente a la situación, como se evidencian en el apartado del trabajo de campo, se pueden llegar a conclusiones generalizadas de la problemática, tal como se evidencia en la figura N°6.

Figura 6

Resultados finales de la problemática estudiada, elaborado por autora.



Ahora bien, a partir del análisis de los resultados mencionados con anterioridad, se plantea una herramienta de Gerencia social denominada Fundraising, la cual se estima, como la más pertinente para fortalecer el acompañamiento en salud de la niñez y la adolescencia afectada con cáncer de la Fundación Huellitas en el Alma, a través de la potencialización de las fuentes de financiación para sostener a largo plazo los servicios que brinda la entidad.

Es así, que para el desarrollo de la propuesta de Fundraising se debe tener en cuenta los siguientes parámetros: perfil y la caracterización de la organización, selección, elaboración y desarrollo de la propuesta de fortalecimiento de la fundación y, por último, los resultados obtenidos de la herramienta.

Perfil y caracterización de la organización

A lo largo del documento, se han venido mencionando características importantes de la organización, las cuales se van a ir completando en los apartados siguientes, debido a que el trabajo de campo dio la posibilidad de identificar aspectos a mayor profundidad en cuanto a la creación y consolidación de la ESAL, su objeto social, las redes de apoyo que han generado a lo largo de sus procesos, y todo lo relacionado con el acompañamiento en salud de los usuarios oncológicos, es así que continuación se encuentran plasmados los antecedentes de la fundación.

Antecedentes de la organización

La Fundación Huellitas en el Alma es una entidad jurídica sin ánimo de lucro, se constituyó en el año 2018 bajo la dirección de Luz Sara Galvis Santana, quien tuvo la iniciativa

de fundar esta entidad, luego de vivenciar el cáncer a través de su hijo diagnosticado con leucemia linfocítica aguda; a partir de ello, y por diversas situaciones a las que se enfrentaron, surge el anhelo de contribuir a familias vulnerables con hijos/as oncológicos, debido a que es una situación que no solo afecta a los niño/a, sino que repercute en el entorno familiar, por ello, luego de superar esta enfermedad nace una nueva esperanza para trabajar en favor de dicha población en el territorio colombiano, uniendo esfuerzos, con las redes más cercanas de su entorno, entre las que encontramos, la familia, amigos y un grupo de voluntariados, que con responsabilidad y amor luego de haber realizado la escritura pública y el registro ante la cámara de comercio, inician su labor visitando a diferentes hospitales oncológicos de la ciudad de Bogotá, logrando para el año 2019 tener alianzas con tres de ellos: Hospital de la Misericordia cuya alianza se denomina CREE, Hospital San José Infantil cuya alianza es obtener el acceso para brindar acompañamiento en el proceso de tratamiento y rehabilitación, de igual manera con el Hospital Cancerológico realizando diferentes actividades que contribuyan a mejorar su estado de ánimo y cambiar la rutina en el proceso de hospitalización y quimioterapias.

Para el mismo año, luego de tener diversos acercamientos con la población beneficiaria, realizan un seguimiento para identificar los requerimientos de los pacientes oncológicos, es así, que ven la necesidad de replantear algunas estrategias para implementar sus programas y proyectos y de esa manera fortalecer sus servicios ; a partir de este proceso, dan prioridad al acompañamiento hospitalario a través de diferentes métodos y/o herramientas que permitan contribuir al estado de ánimo de los usuarios para lograr una mejor respuesta a los diversos tratamientos y se haga más llevadero el proceso lo cual ha funcionado hasta la fecha, a continuación en el portafolio de servicios se pueden evidenciar las diferentes estrategias.

Objeto de la organización

En relación con el objeto de la Fundación Huellitas en el Alma, hay que mencionar que esta entidad trabaja en favor de la población infantil diagnosticada con cáncer y sus familias, ofreciendo ayudas que les permita mejorar su calidad de vida durante y después del tratamiento; alcanzando así resultados en todos los aspectos tanto físicos como emocionales (Galvis, 2023).

Portafolio de servicios

Hay que resaltar, que la prioridad de la ESAL es el acompañamiento hospitalario, debido a que una de las metas trazadas, es generar un impacto a nivel social, así como ser un referente nacional e internacional en el trabajo con población oncológica a través de diferentes herramientas que le permita a los niños/as y adolescentes retomar sus vidas y ser ciudadanos productivos (Galvis, 2023), por lo anterior para la atención de sus usuarios, tienen el siguiente portafolio de servicios:

- Transporte: a través del programa denominado “Héroes Sobre Rueda” la ESAL ofrece este servicio a la población beneficiaria con la camioneta “van” que adquirieron por medio de donaciones; brindando la posibilidad recoger a los usuarios desde sus hogares y transportarlos hasta el hospital y Viceversa para sus tratamientos, además por la demanda de usuarios que tiene la fundación, acuden a los padrinos o voluntarios que brindan apoyo con el tema de movilidad para asistir a las citas médicas.

- **Acompañamiento Hospitalario:** el servicio de acompañamiento se lleva a cabo mediante la implementación de diferentes estrategias, como campañas bíblicas hospitalaria, la cual consisten en realizan oraciones por la salud de cada uno de los pacientes tratando de que no pierdan la esperanza de recuperarse, además utilizan el arte terapia para estimular las capacidades y habilidades de los usuarios y de esta manera se sientan productivos, también utilizan la música terapia, como estrategia de relajación y para que aprendan a tocar diferentes instrumentos como guitarra, violín, flautas entre otros; a la quimio con útiles es otra estrategia que utilizan para que no se atrasen en sus estudios y tenga acceso a la educación como cualquier otro niño.
- **Alimentación:** Para este servicio implementaron dos programas, uno de ellos denominado “Gramos de Amor” por medio del cual se les brinda mercados a las familias para suplir necesidades alimenticias y el otro programa es “nutriendo sonrisas” donde se les brinda vitaminas y suplementos a los usuarios por la debilidad que genera la enfermedad en las extremidades superiores e inferiores.

Selección y elaboración de la herramienta de Gerencia social

Antes de dar paso a la elaboración de la propuesta de Fundraising, es pertinente decir que, para el ejercicio de la Gerencias Social, existen diversas herramientas que brindan metodologías y estrategias para contribuir, a la construcción de valor público, desarrollo de

políticas públicas, análisis de problemáticas sociales, innovación, desarrollo de capacidades institucionales entre otras cosas que diferencia a los gerentes sociales de otras disciplinas

Por lo anterior, es importante mencionar algunas de las herramientas que los gerentes sociales utilizan para su ejercicio profesional entre las cuales encontramos: Fundraising, planeación estratégica, redes y alianzas, negociación y manejo de conflicto, mercadeo social, entre otras.

Ahora bien, para el desarrollo de este proyecto investigativo se escogió la herramienta de Fundraising; la cual, se considera como la más pertinente puesto que Ruiz (2022) menciona que esta herramienta permite diversificar las fuentes de financiación y de este modo se logra reducir los niveles de dependencia de una solo fuente de ingreso, además, permite proveer fondos sostenibles en el tiempo, mediante una planificación estratégica logrando la sostenibilidad de la organización.

Fundraising

Dentro de este orden de ideas, el plan de fundraising será una alternativa que se consolida desde la Gerencia Social para la recaudación de fondos de la ESAL, en aras de fortalecer el acompañamiento en salud de la población beneficiaria, para así contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los usuarios, teniendo en cuenta que son personas con baja capacidad económica, en otras palabras, no tienen como suplir los gastos del tratamiento, donde la alternativa más viable para ellos es desistir del proceso, por tanto maximizar las fuentes de

ingresos de esta entidad es de vital importancia para que continúen prestando sus servicios y de esta manera muchos niños, niñas y adolescentes oncológicas se puedan beneficiar.

Por otra parte, es necesario identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que tiene la organización para implementar la herramienta de Fundraising, y de este modo establecer una serie de estrategias que sean viables y coherentes para su implementación en la entidad, teniendo en cuenta que estos aspectos son fundamentales para contribuir a la mejora continua de los procesos, es así como en la tabla N° 6 se puede evidenciar la matriz Dofa.

Tabla 5

Matriz Dofo, elaborada por autora

<u>MATRIZ DOFA</u>	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1 alta demanda en el acompañamiento de usuarios oncológicos	1 baja demanda de donantes
	2 financiadores permanentes	2 debilidad para identificar fuentes de financiación
	3 posibilidad de ampliar la cobertura para el acompañamiento en salud de población oncológica	3 debilidad en la cooperación de los entes territoriales a las ESAL
	4 posibilidad de lograr una mayor cobertura comunicativa	4 competencia de organizaciones en el trabajo con población oncológica
	5 funcionamiento de la entidad a largo plazo	5 cambios normativos de recaudación de fondos de las ESAL
FORATLEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1 experiencia en trabajo con población oncológica	E1. F5-O2 Capacitar a la directora y colaboradores en temas de fidelización de donantes E2. F3-O5 Implementación de una plataforma para la interacción con los financiadores	E1. F4-A2 Estrategia de mapeo de actores nacional e internacional claves para fortalecer las fuentes de financiación E2. F1- A4 Redes y alianzas con donantes para recaudar fondos y fortalecer la prestación de los servicios
2 capacidad para trabajar en red		
3 capacidad estratégica para recaudar fondos		
4 habilidad de mostrar en redes sociales el trabajo que diario realizan		
5 constancia en la prestación de los servicios		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1 baja participación en convocatorias público privada	E1. D4-O4 Capacitación con expertos en marketing social E2. D1-O1 Conversatorio sobre la importancia de participar en convocatorias público-privada para ampliar los servicios de la entidad	E1. D2 -A1 Capacitación con expertos en recaudación de fondos E2. D2-A5 Implementación de estrategia de auto sostenibilidad financiera
2 escasos recursos económicos para la cobertura de los beneficiarios		
3 baja capacidad de fidelización de donantes		
4 poca experiencia en temas de publicidad		
5 falta de uso de medios de comunicación masivos		

Esta Dofa es el resultado del diagnóstico que se realiza a la Fundación Huellitas en el Alma, luego de reconocer las dinámicas organizacionales; es así que, a partir de ello, se procede a plasmar aquellas debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, para luego establecer una serie de estrategias o diversas de líneas de acción que contribuyan a mitigar o dar respuesta aquellas necesidades de la ESAL

Desarrollo de la propuesta de fortaleciendo de acuerdo con los resultados obtenidos de la herramienta de Gerencia Social elaborada:

Identificación de aspectos para mejorar o fortalecer

La fundación Huellitas en Alma desde hace cinco años ha trabajado de manera continua en favor de la población oncológica y sus familias, en aras de brindar un acompañamiento durante el proceso de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad, no obstante, se identifican varios aspectos a mejorar:

En primer lugar, se debe fortalecer las redes y alianzas con actores claves que contribuyan a el fortalecimiento de los procesos institucionales, debido a que son oportunidades de aprendizajes y cooperación, uniendo esfuerzos entorno a un objetivo común, así mismo son alternativas para lograr una mejora en la prestación de los servicios.

Seguido de es necesario que la entidad diversifique las fuentes de financiación, del tal modo que no siempre dependan de los mismos financiadores, porque esto puede que limitar el desarrollo de las actividades siempre y cuando el apoyo no sean constante por tanto es necesario

establecer nuevas alternativas que le permita la sostenibilidad de los programas y proyecto de la entidad a un largo plazo.

De igual manera fortalecer el uso de canales de comunicación masivo, porque esto les permite hacerse conocer en el territorio colombiano por medio de las acciones que desarrollan en beneficios los niños niñas y adolescentes con cáncer, permitiendo que muchas personas se una a la causa social y se puedan fortalecer los procesos institucionales.

Estrategias de mejoramiento o fortalecimiento

A partir de la identificación del diagnóstico y el análisis de los resultados obtenidos luego de tener el acercamiento con la población sujeto de estudio, se establece la siguiente estrategia de Fundraising a la Fundación Huellitas en el Alma con el objetivo de generar capacidades institucionales para fortalecer el acompañamiento en salud de la población oncológicas por medio de las fuentes de financiación, para sostener y ampliar los servicios que brinda la entidad.

Plan de Fundraising

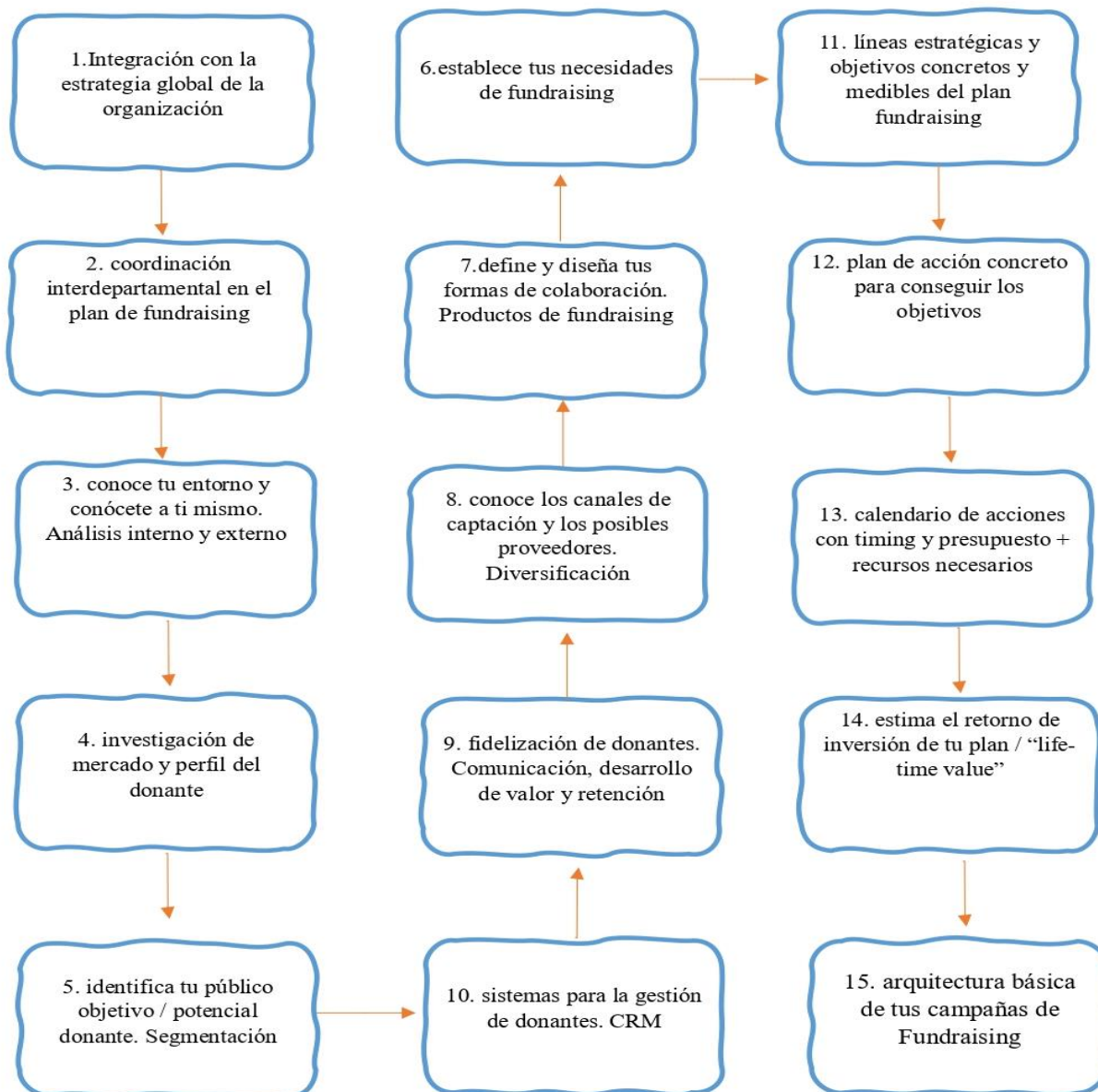
Para comenzar, es importante decir que el plan de Fundraising dirigido a la Fundación Huellitas en el Alma, consta de 15 pasos, los cuales se desarrollan de manera consecutiva; es así, que a partir de la figura N°6 se pueden evidenciar.

Hay que resaltar, que esta propuesta se realiza a fin de fortalecer la prestación de los servicios de la entidad, con el objetivo de que los niños/as y adolescentes oncológicos de escasos recursos económicos en el territorio colombiano, tengan la posibilidad de recibir acompañamiento durante el proceso de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad; por lo anterior, se diseña una estrategia que brinda los parámetros y la metodología para la ejecución del mismo, ya que existe la necesidad fortalecer las fuentes de financiación para contribuir al bienestar de los usuarios, a nivel físico y emocional, para que tengan la posibilidad de desarrollar sus capacidades y habilidades y de esta manera logren un nivel de independencia para construir sus proyectos de vida.

Se debe aclarar que, para la búsqueda de los recursos, bien sea económicos o en especie existen diferentes estrategias, las cuales se han venido desarrollando durante años en la organización, como es el voz a voz, ventas de artículos, el reciclaje, entre otras cosas que resultan útiles para la prestación de los servicios, por ello, lo que se busca con esta herramienta es complementar el ejercicio que han venido desarrollando de una manera técnica, donde exista una previa planificación, ya que como fue mencionado a lo largo del documento, en la presente ESAL en una ocasión se llegó a realizar una campaña con dicha herramienta, la cual dio resultados positivos, por tanto este tipo de herramientas o estrategias dan un valor agregado a la entidad con relación a otras. A continuación, se evidencian los pasos para elaborar un plan de fundraising.

Figura 7

Pasos a seguir para elaborar un plan de Fundraising, fuente (Ruiz, 2022)



En este orden de ideas, el primer paso a seguir es la integración con la estrategia global de la organización; en el caso de la Fundación Huellitas en el Alma, la estrategia global consiste en el trabajo de manera recíproco, tanto para cumplir con la misionalidad institucional como para

establecer redes de apoyo, de esta manera para el desarrollo del plan, debe haber una correlación entre la estrategia de fundraising y los posibles donantes, es decir, que la entidad retribuya de manera estratégica las ayudas que han recibido a través de informes, mostrando evidencia de lo que se ha logrado, enviando email manifestando los agradecimientos, entre otras cosas que permitan reconocer al donante como alguien significativo para el desarrollo de los procesos y que ha sido participe de una causa social, lo que quizás aporte para lograr la fidelización y sostener a largo plazo las estrategias de recaudación de fondos.

El punto siguiente, refiere a la coordinación interdepartamental en el plan de fundraising; en otras palabras, se resalta la importancia de la cooperación entre las diferentes divisiones: financiera, de comunicación y de fundraising, para que haya una lógica en los procesos; sin embargo, la presente fundación, no cuenta con una división de fundraising, por tanto, se sugiere poner a consideración la implementación de esta, debido a que les da la posibilidad de organizar de manera estratégica todo lo relacionado con las campañas porque tienen unas metas, objetivos y proyecciones, por ende, se debe realizar una evaluación y seguimiento de las mismas. Si se logra consolidar dicha división, es oportuno, que, tanto el de comunicación como el de fundraising estén a cargo de la directora, ya que posibilita tener una lógica con respecto a la consecución de los recursos y la comunicación que se suministra de los proyectos, programas, y de la entidad como tal, adicional a esto la división financiera no este aislada porque de ello depende el uso razonable de los recursos

El punto tres consiste, en conocer el entorno y conocerse así mismo. Por ello, es importante reconocer las habilidades que la fundación ha venido desarrollando con el uso de las

redes sociales, porque con el auge de estas plataformas digitales han logrado visibilizar las actividades que a diario desarrollan con los usuarios, llegando así a muchas personas que se interesan en brindar sus aportes por dichos medios, no obstante, requieren del apoyo de expertos en temas de comunicación y marketing social para reforzar los conocimientos. Seguido de esto, con respecto a conocer el entorno, se identifica que la fundación desconoce actores claves a nivel nacional e internacional con los cuales puede generar redes para fortalecer las fuentes de financiación y continuar brindando los servicios; por tanto, esta situación genera una desventaja para la organización, porque se ven limitados para recaudar fondos, debido a que no tiene otra alternativa que acudir a padrino y a las actividades que desarrollan, en cambio, si identifican plataformas, empresas u otros medios, se hace más llevadero el proceso, porque tienen la posibilidad de diversificar las fuentes de ingresos y no depender de una sola.

A continuación, se encuentran una serie de plataformas y organizaciones nacionales e internacionales que brindan apoyo económico a Entidades Sin Ánimos de Lucro, a través de convocatoria de diferentes campañas.

Tabla 6

Actores nacionales e internacionales para la consecución de recursos, elaborada por autora.

Plataformas y Entidades	Características
Makaia	Organización no gubernamental nacional
Spora	Cooperativa Internacional
Globalgiving	Plataforma mundial
Ashoka	Organización sin fines de lucros internacional
Innpulsa	Empresa nacional
Benevity	Plataforma internacional
Socialab	Plataforma Nacional
Nodoká	Plataforma Nacional

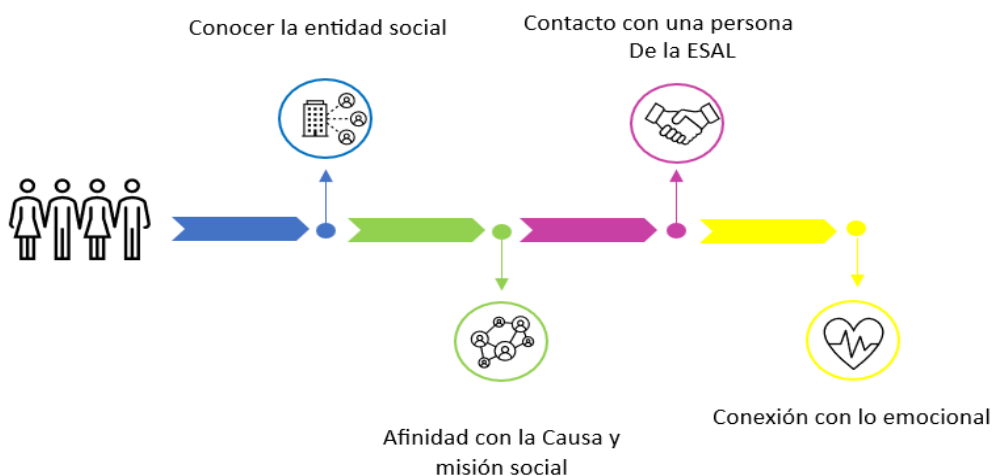
El cuarto paso consiste, en la investigación de mercado y el perfil del donante, por ello, es necesario decir, que existen varios tipos de financiadores, estos son los siguientes:

Permanentes, son aquellos que se identifican con la causa social hasta llegar al punto de fidelizar su compromiso con el apoyo a la ESAL, por otro lado están las personas jurídicas las cuales dan sus aportes en nombre de una entidad social, pública o privada, estas son las medianas, grandes o pequeñas empresas, y las personas naturales que son las que actúan en su nombre, ciudadanos mayores de edad en estos caso, los donantes mencionados con anterioridad, realizan sus aportes bien sea económicos o especie, es decir lo que esté a su alcance o en su efecto lo que requiera la organización.

Por otro lado, es importante tener presente el ciclo del donante, el cual se aborda a mayor profundidad en la figura N°7.

Figura 8

Ciclo del donante, elaborado por autora



El ciclo del donante se denomina como un proceso porque tiene varias fases, las cuales se desarrollan desde el momento en que una persona conoce una ESAL hasta que decide brindar su apoyo mediante una donación a una determinada causal social; este ciclo tiene las siguientes etapas: en primer lugar se procede a conocer la entidad social, seguido de esto se genera una afinidad con la causa y la misión social, luego se establece contacto con una persona de la entidad y por último se genera una conexión emocional (Gutierrez, 2021)

En la presente propuesta, para la primera fase del ciclo del donante es necesario realizar un estudio de los medios de comunicación que utiliza el potencial donante, en este caso son las redes sociales, adicional a esto implementar afiches que contenga la campaña y la manera en que la fundación contribuye al bienestar de la población oncológica y pegarlo en lugares altamente transitados, como son los parques, centros comerciales, baños públicos entre otros, porque a través de estos medios se logra tener el primer acercamiento con los mismos, también mediante notificaciones, correos electrónicos o anuncios publicitarios, generando cierto interés por acceder a la página web o las redes sociales de la fundación y de esta manera conozcan en detalle las acciones que se desarrollan en la fundación.

Por consiguiente, se debe resaltar que la segunda y la tercera fase se relacionan, por ello, luego de que la fundación se haya hecho visible y le genere algún tipo de interés al público objetivo por contribuir a la causa social, proceden a comunicarse con los miembros de la entidad para conocer en detalle los procesos, las acciones y los canales que se utilizan para la recaudación de fondos, es así, que en este punto radica la importancia de ser transparentes y precisos con la información para así generar confianza a los donantes.

Finalmente, cuando el financiador tiene toda la información y decide realizar el aporte, se le debe reiterar de qué manera serán utilizados esos recursos y como los usuarios se van a ver beneficiados; de igual forma, enviar reportes y resultado de lo que se logró con los recursos; esta estrategia sirve para poner en manifiesto el cumplimiento de la labor social que desarrollan.

Con el punto cinco se busca identificar el público objetivo / potencial donante. Para el caso de la Fundación Huellitas en el Alma, se identifica que el 70% de las donaciones que recibe la entidad, son por hombres y mujeres entre los 18 y 55 años a través de diferentes medios como las redes sociales y el voz a voz (Galvis, 2023), por ello es pertinente continuar en la misma línea del público objetivo y adicional a esto, unir empresas del sector público-privado que deseen contribuir económicamente para lograr el acompañamiento en salud de la población oncológica.

Dando lugar, al paso número seis el cual consiste en establecer las necesidades de fundraising, es necesario decir que para el desarrollo del presente plan se requiere un presupuesto de 25.000.000 millones de pesos, los cuales se pretenden recaudar con el apoyo de los financiadores para poner en marcha la campaña; cabe aclarar que el 80% del presupuesto va ser destinado al programa, y el 20% restantes serán utilizados en los requerimientos administrativos; adicional a esto, se debe resaltar, que la idea de este plan es que sea replicable para los años siguientes con el objetivo de lograr un mayor impacto con la estrategia de Fundraising; por consiguiente, el desglose del presupuesto se aborda a mayor profundidad en el apartado de cronograma y presupuesto.

En relación con el paso siete, se define y se diseña las formas de colaboración (productos de fundraising). Este punto se considera como uno de los más importantes, porque aquí se concretan las formas de colaboración que van a ser utilizadas por los financiadores, por ello, la finalidad de consolidar los productos es para conseguir la fidelización de los posibles donantes, en aras de lograr sostener a un largo plazo el acompañamiento en salud que brinda la fundación por medio de apadrinamientos, colaboración grupal, aportes semestrales o anuales, económicos o en especies.

Se procede con el paso ocho, para conocer los canales y los posibles proveedores (diversificación). Teniendo en cuenta el auge de las plataformas digitales y que son los medios que consumen el público objetivo, es necesario utilizar las redes sociales de la fundación como Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, para visibilizar la campaña; adicional a esto, tener la posibilidad de diversificar estos canales por medio de eventos en calle, el face to face y la radio local para así lograr una mayor cobertura y por ende, llegar a muchas personas que quizás se interesen en contribuir a la causas social y no depender una sola fuente de financiación.

Con respecto al paso nueve, se busca la fidelización de donantes (comunicación, desarrollo de valor y retención). Es así que la Fundación Huellitas en el Alma, no solo debe centrar la mirada en la búsqueda de nuevos donantes, sino que también debe generar estrategias para lograr la fidelización de los mismo, por ello se recomienda tener una comunicación transparente, asertiva y continua, para poner en manifiesto las acciones desarrolladas en favor de la población beneficiaria, por medio de mensajes, correos electrónicos, videos entre otras cosas que permitan generar credibilidad a los financiadores de la labor social; además mostrar el

impacto generado en los niños/as y adolescentes con cáncer a través del apoyo recibido, de igual manera, estar al tanto con las evidencias quizás les facilite aumentar el porcentaje de la donación en épocas que los requieran para luego restablecer la cuota y lograr retención de los donantes.

El paso número diez, trata de los sistemas para la gestión de donantes CRM. Como se menciona en la matriz Dofa, una de las estrategias que se deben implementar en la fundación para la ejecución de las campañas, es contar con una plataforma que facilite el almacenamiento de los datos de los donantes según sus características facilitando la segmentación de los mismo, además que permita la interacción entre ambas partes con el objetivo de suministrar información, recordatorios, compromisos y demás, 1 se puedan programar y de manera automática lleguen las notificaciones a las personas indicadas.

Indicadores/ Métricas de seguimiento y control

Para la presente propuesta, se establecieron unos indicadores de gestión con el objetivo de que haya un seguimiento oportuno de las diferentes estrategias que se establecieron a partir de la DOFA, en la tabla N°8 se aborda de manera concreta.

Tabla 7

Indicadores de la propuesta de Fundraising, elaborado por autora.

N°	INDICADOR	OBJETIVO	FORMULA	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODO DE MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Capacidad de gestionar capacitaciones de fidelización de donantes	Medir la cantidad de donantes fidelizados	Total de donantes fidelizados	Porcentaje de cumplimiento en la fidelización de donantes	Un mes	Gerente
2	Capacidad de gestionar la implementación de una plataforma para la interacción con los financiadores	Medir la cantidad interacciones con los financiadores	Total de Interacción con donantes	Porcentaje de cumplimiento En la interacción con los donantes	Un mes	
3	Capacidad de gestionar capacitaciones con expertos en marketing social	Medir la capacidad de uso de las herramientas de marketing social	Total de herramientas utilizadas	Porcentaje de cumplimiento en el uso de las herramientas	Una semana	
4	Capacidad de gestionar la ejecución de conversatorio sobre la importancia de participar en convocatorias público-privada para ampliar los servicios de la entidad	Medir la capacidad de participar en convocatorias público-privada	Total de participaciones en convocatorias público privada	Porcentaje de cumplimiento en la participación de convocatorias público-privada	Un mes	
5	Capacidad de gestionar el mapeo de actores nacional e internacional claves para fortalecer las fuentes de financiación	Medir la cantidad de actores claves identificados	Total de actores nacionales e internacionales Identificados	Porcentaje de cumplimiento en la identificación de actores claves	Un mes	
6	Capacidad de gestionar Redes y alianzas con donantes para recaudar fondos y fortalecer la prestación de los servicios	Medir la cantidad de redes de apoyo establecidas	Total redes y alianzas establecidas con actores claves	Porcentaje de cumplimiento en las redes y alianzas establecidas	Un mes	
7	Capacidad de gestionar capacitaciones con expertos en recaudación de fondos	Medir la capacidad de implementar estrategias de recaudación de fondos	Total de estrategias de recaudación de fondos	Porcentaje de cumplimiento en la implementación estrategias de recaudación de fondos	Una semana	
8	Capacidad de gestionarla implementación estrategias de auto sostenibilidad financiera	Medir la capacidad de auto sostenibilidad financiera	Total de ingresos autónomos	Porcentaje de cumplimiento auto sostenibilidad financiera	Un mes	

Plan de fundraising vigencia mayo-diciembre 2023

En el presente plan, se puede evidenciar las necesidades institucionales por las que se establece el curso de acción para implementar la estrategia de fundraising; a continuación, en la tabla N°8 están plasmados los parámetros a seguir.

Tabla 8

plan para la recaudación de fondos - Fundación Huellitas en el Alma, elaborado por autora.

Plan de Fundraising Fundación Huellitas en el Alma					
Vigencia: Mayo-diciembre 2023					
Necesidad Identificada	Meta	Objetivo	Curso de acción	Persona responsable	Fecha
Falta de mapeo de Identificación de actores nacionales	Identificar potenciales donantes	A mediados del mes de junio se debe hacer realizado el mapeo de los potenciales donantes	Realizar un rastreo en la página web de potenciales donantes	Sara Galvis-directora	01/05/23
			Establecer contacto		
			Presentar campaña y hacer la solicitud de donación		
Falta de uso de los medios de comunicación masivo	Implementar el uso de los medios de comunicación masivo	Para finales de julio cuando se difunda la ficha publicitaria se deben utilizar los medios de comunicación masivos	Diseñar pieza publicitaria	Sara Galvis-directora	25/06/23
			Difundir por redes sociales y la radio local		
			Responder a las interacciones		
Falta de una herramienta para la interacción con los donantes	Implementar nuevos mecanismos de interacción con los donantes.	Para finales de agosto la herramienta debe estar en funcionamiento	Realizar seguimiento de	Sara Galvis-directora	13/07/23
			Buscar un ingeniero de sistemas		
			Diseñar la herramienta para la interacción con donantes		
Baja demanda de donantes fidelizados	Fortalecer las estrategias de fidelización de donantes	Para finales de octubre la demanda de donante debe haber aumentado en un 20%	Realizar prueba piloto	Sara Galvis-directora	4/9/23
			Ponerla en funcionamiento		
			Compartir informes de resultados de la campaña		
Debilidad en las fuentes de financiación	Fortalece las fuentes de financiación	Al finalizar el año 2023 los ingresos de la fundación deben haber aumentado en un 30%	Fotos y videos de beneficiarios agradeciendo	Sara Galvis-directora	1/11/23
			Impacto de campaña		
			Proyecciones		

Plan de fundraising vigencia mayo-diciembre 2023

Aquí se puede evidenciar la manera en que se distribuye el presupuesto estimado para el desarrollo de la propuesta de fundraising. Por consiguiente, en la tabla N°10 se encuentran plasmado los requisitos.

Tabla 10

Presupuesto plan de recaudación, elaborado por autora.

Ítems	Unidad	Precio unitario	Cantidades	Costo total COP
Gasto implementación				
Afiches publicitarios físicos	20	50,000	20	1.000.0000
Publicidad emisora local	10	150.000	10	1.500.0000
Diseño de la herramienta de interacción con donantes	1	6.000.000	1	6.000.000
Ingeniero de sistemas	1	1.000.000	1	1.000.000
Papelería y ayudas didácticas	1	2.000.000	1	2.000.000.000
Alquiler de salón para los talleres	1	600.0000	1	600.000
Chalecos	3	200.000	3	600.000
Gorros	3	120.000	3	360.000
Escarapelas	3	80.000	3	240.000
Capacitación con experto en recaudación de fondos	2	1.800.000	2	3.600.000
				16.600.000
GASTO DE PERSONAL				
Salario diseñador	1	1.800.000	1	1.800.000
Locutor	1	1.000.000		1.000.000
<i>Sub-total</i>				2.800.000
TRASNPORTE				
Trasporte terrestre	1	500.000	2	1.000.000
Alimentación	1	200.000	2	400.000
<i>Sub-total</i>				1.400.000
EQUIPOS Y COMUNICACIONES				
Computador	1	1.000.000	1	1.000.000
Video beam	1	1.000.000	1	1.000.000
<i>Sub-total</i>				2.000.000
SUBTOTAL COSTO PROYECTO				
				22.800.000
IMPREVISTOS (10%)				
				2.280.000
COSTOS TOTALES				
				25.080.000

Ahora bien, si la Fundación Huellitas en el Alma acepta este plan de fundraising, el retorno de esa inversión se verá reflejado en un año mediante el fortalecimiento de las fuentes de financiación de la entidad, lo que le da la posibilidad de continuar apalancando la labor social en aras de contribuir a la mejora de las condiciones de vida de la niñez y adolescencia oncológica en el territorio colombiano, así mismo, esta propuesta puede ser replicada en los cinco años siguientes con una proyección de recaudo de 125.400.000 millones de pesos que serían destinados para la promoción de las capacidades humanas de los niños en su acompañamiento en salud; finalmente, en el anexo N°8 se puede evidencia la arquitectura básica de la campaña.

Impacto esperado de la aplicación

Con la implementación de la propuesta de Fundraising en la Fundación Huellitas en el Alma, el impacto esperado a través de las diferentes estrategias es el fortalecimiento del acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos vinculados a la ESAL, porque esto posibilita contribuir al desarrollo de las capacidades humanas de los mismo, con el objetivo de que sean capaces de tomar sus propias decisiones y lograr un nivel de independencia para que se hagan responsables de sus condiciones de vida.

Estas campañas, dan resultados importantes, a muestra de ello en el 2022 la Gerente Social Keisy Yissela Rodriguez Andrade en compañía de sus colegas, en el marco de la especialización en Gerencias Social, desarrollaron una campaña de Fundraising en la presente organización, la cual tuvo como objetivo brindar apoyo económico a fin de fortalecer el

programa héroes sobre ruedas para los niños en tratamiento oncológico que no contaran con recursos suficientes para asistir a los centros de salud.

El público objetivo fueron hombres y mujeres mayores de edad y/o empresas que quisieran contribuir con la causa, por otro lado, la campaña tuvo una duración de un mes y siete días donde el plan de acción se organizó de la siguiente manera del 26 al 27 de febrero se realiza un seguimiento a la campaña, el 28 se da el lanzamiento, y del 28 de febrero al 31 de marzo se recaudan los fondos, por último, el 2 de abril se cierra la campaña y a su vez se hace la entrega de los recursos.

Seguido de esto, para la promoción de la campaña se tuvo en cuenta los siguientes canales: Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp y la emisora de la universidad minuto de Dios, es así que con esta estrategia se logra recaudar \$ 837.000.92 pesos los cuales fueron entregados a la directora de la fundación Sara Galvis en compañías de padres de familias y niñas oncológicas, en el anexo N°5 se puede evidenciar el resultado de la campaña.

Por lo anterior, se debe resaltar, que implementar este tipo de campaña en la ESAL resulta ser exitoso, porque es evidente que los fondos recogidos son significativos para el apoyo a la campaña héroes sobre ruedas, donde muchos niños se beneficiaron por estos recursos y pudieron acudir a sus quimios terapias; por lo anterior, se espera que la fundación continúe poniendo en práctica estrategias con el uso de la herramienta de Fundraising, teniendo en cuenta que realmente funciona y es de gran utilidad, puesto que permite fortalecer las fuentes de

financiación para la prestación de los servicios y puede ser un complemento para fortalecer las acciones que han venido desarrollando para la recaudación de fondos.

Conclusiones y Recomendaciones

A manera de conclusión, se puede decir que las Entidades Sin Ánimo de Lucro son personas jurídicas que se caracterizan por cumplir con una labor social de manera desinteresada, para contribuir a la mejora de las condiciones de vida de poblaciones vulnerables donde el estado no tiene mayor cobertura o en su efecto se queda corto para dar respuesta a las necesidades de los mismo; sin embargo, estas entidades para llevar a cabo su ejercicio necesitan de un presupuesto que se estable en el tiempo para dar cumplimiento a la misionalidad institucional.

Es así, que, con el presente proyecto investigativo, se pone en manifiesto la necesidad de fortalecer las fuentes de ingresos de la Fundación Huellitas en el Alma, para continuar brindando el acompañamiento en salud a sus beneficiarios durante el proceso de tratamiento y rehabilitación de la enfermedad, debido a que sus ingresos son menores que sus egresos, por tanto, requieren de nuevas estrategias que contribuyan a sostener a largo plazo los programas y proyectos.

Por lo anterior, si la fundación acepta el plan de fundraising, tendrán la oportunidad de fortalecer las fuentes de ingresos para contribuir al desarrollo de las capacidades humanas de sus beneficiarios, permitiendo generar mejores expectativas de vida de los niños, niñas y

adolescentes oncológicos y sus familias, puesto que serán capaces de tomar sus propias decisiones, establecer nuevas proyecciones y lograr un nivel de independencia.

Por lo tanto, desde la Gerencia Social se busca instaurar capacidades institucionales, de tal modo que la ESAL pueda desarrollar campañas en aras de diversificar sus fuentes de ingresos para contribuir al bienestar de la población beneficiaria, debido a que ello les permitirá mejorar sus condiciones de vida y ser personas autónomas y capaces de desenvolverse en la sociedad.

Por ello, se espera que la Fundacion Huellitas en el Alma ponga a consideración la presente propuesta fundraising, así mismo continúe utilizando la herramienta, debido a que es una alternativa de recaudación de fondos con resultados importantes en la entidad, por ello no cabe duda de la efectividad de esta.

Adicional a esto, se recomienda participar en convocatorias público-privada, teniendo en cuenta que son medios que permiten tener visibilidad por parte de entidades o actores que quizás se interesen en las campañas que se desarrollan en la ESAL y de esta manera tener la oportunidad de conseguir aliados estratégicos que apoyen la causa social.

Así mismo, se recomienda fortalecer el uso de los medios de comunicación puesto que hoy día estas plataformas además de ser un medio de entretenimiento son una herramienta de trabajo con grandes posibilidades, ya que se está expuesto a un público amplio donde a diario están en la búsqueda de este tipo de entidades para trabajar mancomunadamente.

Por último, se sugiere realizar un mapeo de financiadores a nivel nacional e internacional, y organizarlos es una herramienta digital donde se pueden dividir según las necesidades, y de este modo tener opciones de apoyo en caso de requerirlo.

Referencias Bibliográfica

Alcadía, M. B. (21 de febrero de 1991).

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2215&dt=S>

Algranati, S. (2012). *Mapear actores relaciones y territorios una herramienta para el análisis del escenario social.*

https://periodismo.undav.edu.ar/asignatura_cc/csb06_diseno_y_gestion_de_politicas_en_comunicacion_social/material/algranati1.pdf

Aristizábal, J. (2019). *Gobierno corporativo en las entidades sin ánimo de lucro en Colombia.*

CESA. <https://doi.org/https://www.icgc.com.co/wp-content/uploads/2019/10/Gobierno-Corporativo-en-Entidades-Sin-%C3%81nimo-de-Lucro.pdf>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Editorial Pearson.*

<https://doi.org/https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Bernal, D. (2018). *Fortalecimiento de las capacidades humanas como posibilidad para orientar a estudiantenates en su proyecto de vida.*

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi%3Farticle%3D1227%26context%3Dtrabajo_social&ved=2ahUKEwjVnq7isbj-](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi%3Farticle%3D1227%26context%3Dtrabajo_social&ved=2ahUKEwjVnq7isbj-AhU6VTABHYVUBukQFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw2OceJdgzEeHWYR6HVfzZpu)

[AhU6VTABHYVUBukQFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw2OceJdgzEeHWYR6HVfzZpu](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi%3Farticle%3D1227%26context%3Dtrabajo_social&ved=2ahUKEwjVnq7isbj-AhU6VTABHYVUBukQFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw2OceJdgzEeHWYR6HVfzZpu)

Burkardt. (2005). *El concepto de fundraising y su aplicación a las donaciones monetarias*

procedentes de particulares . <http://www.josebatiz.com/Unidad%201/No4.pdf>

- Camacho, F. (2019). *Estrategia Interna de Sostenibilidad Financiera para ONG.*[Tesis de posgrado, Universidad Católica]. Repositorio Ucatolica.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24153/1/Trabajo%20de%20Sintesis%20Aplicado%20Versi%C3%B3n%20Final.pdf>
- Camara, C. (2019). *Entidades sin de lucro: Asociaciones, Fundaciones y Corporaciones.* Editorial S.A.S. <https://doi.org/https://www.camaramedellin.com.co/biblioteca/entidades-sin-animo-de-lucro-asociaciones-fundaciones-y-corporaciones>
- Camara, C. B. (15 de Marzo de 2019). *Guía núm. 3 Constitución de una entidad sin ánimo de lucro del régimen común.* <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Fundaciones-asociaciones-y-corporaciones/Guias-Registro-Entidades-Sin-Animo-de-Lucro-ESAL>
- Cándido, M. (9 de Junio de 2014). *Capacidad organizacional. Estrategia y valores .* <https://acento.com.do/opinion/capacidad-organizacional-estrategia-y-valores-8147213.html>
- Cárdenas, J. (28 de Octubre de 2019). *5 diferencias entre ATL y BTL que necesitas conocer para manejar tu estrategia de mercadotecnia y publicidad.* <https://rockcontent.com/es/blog/atl-y-btl/>
- CEPAL. (2015). *Objetivos de desarrollo sostenible.* <https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Chaverra, B. (2019). *El estudio de caso como alternativa metodológica en la investigación en educación física, deporte y actividad física. Conceptualización y aplicación [Tesis posgrado, Universida de Antioquia].* Biblioteca Udea.

- Cods. (2019). *Indice ODS-Tablero de desempeño* . <https://cods.uniandes.edu.co/datos-interactivos/>
- Comité, O. D. (2015). *Pronunciamientos categorías derechos de existencia, desarrollo, ciudadanía y protección*.
https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/anal_poli_infa_11_14.pdf
- Constitucion P, C. (1991). *Constitución Política de Colombia (1991) Artículo 44*. Editorial *Atenea LTDA*.
- Corredor, E. (2011). *Técnicas de investigación.[Tesis de Posgrado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]*. Repositorio UNAD. https://repository.unad.edu.co/reproductor-ova/10596_22997/3_ttulo_del_proyecto.html
- Dávila, J. (2013). *Capacidades organizacionales: dinámica por naturaleza*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922013000200002#:~:text=El%20concepto%20de%20capacidad%20organizacional%20est%C3%A1%20vinculado%20a%20dos%20t%C3%A9rminos,de%20obtener%20una%20soluci%C3%B3n%20efectiva.
- Davila, J. (11 de Diciembre de 2017). *Capacidades organizacionales: dinámica por naturaleza* .
file:///C:/Users/arria/Downloads/adminpujojs,+01Cnos_Admon_26-47_JDavila.pdf
- Dian. (2020). *Entidades sin ánimo de lucro*.
<https://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/Regimen-Tributario-Especial-RTE/Paginas/default.aspx#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20ESAL%3F,%20humanitaria%20art%C3%ADstica%20o%20comunitaria.>

- Durango, R. (2022). *Importancia del desarrollo en la primera infancia*. Bogotá: *Mi primera infancia*. <https://www.miprimerainfancia.com/importancia-del-desarrollo-de-la-primera-infancia/>
- Eltiempo. (18 de agosto de 2022). *Banquete del millón 2022 se llevará a cabo en Subachoque*. *El tiempo*. <https://www.eltiempo.com/vida/mujeres/banquete-del-millon-2022-se-llevara-a-cabo-en-subachoque-695690>
- Estatuto, T. N. (2018). *Artículo 364-5 del Estatuto Tributario*. . <https://www.afs.org.co/acerca-de-afs/estatuto-tributario-2018/#:~:text=PAR%C3%81GRAFO%202.,el%20domicilio%20de%20la%20entidad>.
- Fernández, D. (16 de Mayo de 2021). *La crisis económica de las Ong*. *El país*. <https://elpais.com/economia/2021-05-16/la-crisis-economica-de-las-ong-quien-ayuda-a-quienes-nos-ayudan.html>
- Función, P. (1991). *Constitución Política de 1991 Asamblea Nacional Constituyente*. . <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23989/1/UPS-GT004140.pdf>
- Función, P. (22 de Diciembre de 2011). *Decreto 4875 de 2011*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45144>
- Función, P. (29 de Diciembre de 2016). *Ley 1819 de 2016*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79140>
- Gaitan, O. (2014). *Guía práctica de las entidades sin ánimo de lucro y del sector solidario*. Editorial *Kimpres LTDA*. <https://doi.org/https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/8345/Guia%20Practica%20Entidades%20sin%20Animo%20de%20Lucro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Galvis, S. (08 de 12 de 2022). Entrevista personal. (K. Rodriguez, Entrevistador)

González, S. y. (2022). *Estrategia de Redes y Alianzas institucionales que faciliten la atención integral en salud de niños y niñas con malformación por pie equino varo congénito en la subred integrada de servicios de salud sur E.S.E en la ciudad de Bogotá [Tesis de posgrado, Universidad Minuto de Dios]. Repositorio institucional Universidad Minuto de Dios.*

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14675/1/TE.GS_GonzalezShirley-RodriguezKeisy_2022

Guerro, D. (2022). *Estructura organizacional de la fundación runaq'aya a partir del modelo de la estrella de jay galbraith y amy kates [Tesis de posgrado, Universidad EAFIT]. Repositorio EAFIT.*

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/31418/trabajo_de_grado-daniel-alejandro-guerrero-benavides-mba-universidad-eafit.pdf?sequence=2&isallowed=y

Gutierrez, J. (6 de Noviembre de 2021). El ciclo del donante en una ONG [Video]. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=csI8oox_FcM

Hernández, N. (5 de Julio de 2015). *Árbol de Problemas del Análisis al Diseño y Desarrollo de Productos.* <https://www.redalyc.org/pdf/944/94443423006.pdf>

Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación. Editorial Mexicana.*

https://doi.org/https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Jaramillo, E. (2019). *Aplicación del modelo de las 7s de mckinsey, para el diagnóstico interno organizacional de empresas procesadoras de plástico en la ciudad de Guayaquil(Tesis*

de posgrado, Universidad de politecnica salesiana).Repositorio Ups.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23989/1/UPS-GT004140.pdf>

Klisber, B. (s.f). *Hacia una gerencia social eficiente.*

<https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/91/10991/683909544c2030b4e556fca7279604ed.pdf>

León, L. (2017). *La importancia de reportar la validez y confiabilidad en los instrumentos de medición.* [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872017000700955#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20la%20confiabilidad,conclusiones%20coherentes%20en%20el%20estudio)

[98872017000700955#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20la%20confiabilidad,conclusiones%20coherentes%20en%20el%20estudio](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872017000700955#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20la%20confiabilidad,conclusiones%20coherentes%20en%20el%20estudio)

Loaiza, H. (2022). *El marketing en las actividades de fundraising de la corporación interactuar [Tesis de posgrado, Universidad EAFIT].Repositorio EAFIT.*

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/31478/HernanRodolfo_LoaizaSanchez_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Lopezosa, C. (2020). *Entrevista semiestructurada con Nvivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz.*

https://doi.org/https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/44605/Lopezosa_Metodos_08.pdf?sequ

Márquez, J. (2021). *Formular un plan encaminado a la sostenibilidad económica por medio de la planeación estratégica y Fundraising para la Fundación internacional ZION Music,*

Nimaima (Cundinamarca) [Tesis de posgrado, Unimiversidad Minuto de Dios].

Repositorio Uniminuto.

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13001/1/TM.GS_MarquezJoseGuerraRafael_2021

- Ministerio, M. A. (11 de Abril de 2017). *¿Que son los ODS?* <https://ods.mma.gob.cl/que-son-los-ods/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202015%20los,%C3%A1mbito%20econ%C3%B3mico%2C%20social%20y%20ambiental>.
- Ministerio, S. (26 de Mayo de 2010). *Ley 1388 de 2010 por el derecho a la vida de los niños con cáncer en Colombia* .
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/cancer-infantil-Ley-1388-2010.pdf>
- Ministerio, S. (15 de febrero de 2019). <https://www.minsalud.gov.co/Regiones/Paginas/El-15-de-febrero-se-conmemora-el-D%C3%ADa-Internacional-de-la-Lucha-contra-el-C%C3%A1ncer-Infantil.aspx>
- Nieto, S. (2017). *Caracterización de los créditos solicitados por las empresas sin ánimo de lucro en Ocaña Norte de Santander y su impacto en su gestión y operaciones*[Tesis de Posgrado, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña]. Repositorio ufps. .
<http://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/123456789/2199/1/30903.pdf>
- Noval, L. (2014). *El Fundraising como herramienta clave de captación de fondos de procedencia empresarial en las organizaciones no lucrativas. Aplicación práctica. (Tesis de posgrado, universidad de Oviedo). Repositorio Uniovi*.
https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/29660/TFM_NovalGonzalez%20CLaura.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Nusbaum, M. (2012). *Las mujeres y el desarrollo humano*. Editorial Herder S.L.
https://doi.org/https://books.google.com.co/books/about/Las_mujeres_y_el_desarrollo_hu

mano.html?id=QAOIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es
&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ollari, M. (17 de Enero de 2013). *El mapeo de actores como herramienta visual para el diagnóstico de un programa*. zigla. <http://zigla.la/blog/el-mapeo-de-actores-como-herramienta-visual-para-el-diagnostico-de-un-programa/>

Organización, N. U. (2018). *La declaración de los derechos humanos*.
<https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Ortiz, A. (2012). *Concepto de la Gerencia Social en America Latina*. Univerdidad Minuto de Dios , Bogotá. <http://proyectosocial.unizar.es/n16/06-%20Ortiz.pdf>

Palencia, M. (2001). *Fundraising el arte de captar recurso: manual estratégico para organizaciones no lucrativas*. Editorial IFD.
<https://doi.org/http://eprints.rclis.org/15826/1/libro.pdf>

Palomino, R. (2022). *Análisis del proceso estratégico del fundraising en ONGD orientada a la educación: Estudio de caso Kantaya*[Tesis de pregrado, Pontificia universidad de Perú]repositorio intitucional. Lima .
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/22015/PALOMINO_ALVARADO_SAAVEDRA_MOGOLLON_Lic.1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peñuela, L. (2019). *Diseño de estrategias alternativas para el desarrollo de planes de Fundraising en Ong´s: Las estrategias lúdicas en el caso de la Fundación Instituto Integral de Educación* [Tesis de posgrado, univerdida de San Andres]. Repositorio Udesa.
<https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/17870/1/%5BP%5D%5BW%5D%20M.%20Mar.%20Basto%20Pe%20C3%B1uela,%20Lina%20Fernanda.pdf>

Perozo, E. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Editorial gente nueva.

<https://doi.org/https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%3%b3n%20de%20datos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación*. file:///C:/Users/arria/Downloads/Dialnet-LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475.pdf

Rodriguez, J. (1 de Marzo de 2017). *Métodos Científicos de Indagación y de Construcción del Conocimiento*. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>

Rueda, M. (1 de enero de 2018). *Teoría de dependencia de recursos*.

<https://www.redalyc.org/journal/870/87055001005/html/>

Ruiz, J. (2022). *Como hacer tu primer plan de fundraising*. https://www.aefundraising.org/wp-content/uploads/2022/02/AEFr-Como_hacer_tu_primer_plan_de_-fundraising.pdf

Sampieri, H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas cualitativas y Mixtas*. Editorial Mexicana reg.N°736.

https://doi.org/http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Sanchez, F. (15 de Septiembre de 2022). *Fundraising, qué es y por qué es importante para tu organización*. . https://es.linkedin.com/pulse/fundraising-qu%C3%A9-es-y-por-importante-para-tu-francisco-s%C3%A1nchez?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card

Sara, G. (16 de Marzo de 2023). Entrevista personal. (R. Keisy, Entrevistador)

Sarmiento, P. (2019). *La equidad en la atención en salud: el cancer infantil en Colombia [Tesis de posgrado, Universidad Javeriana] Repositorio Javeriana.*

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44322/TRABAJO%20DE%20GRADO%20VERSI%20c3%93N%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sierra, J. (11 de Julio de 2022). *EJE21*. <https://www.eje21.com.co/2020/07/sostenibilidad-y-eficacia-el-reto-de-las-organizaciones-sociales-en-colombia/>

StockCrowd. (12 de Diciembre de 2019). *Las mejores campañas de recaudación de fondos de los últimos años*. <https://blog.stockcrowd.com/mejores-campanas-de-recaudacion-de-fondos>

Suarez, J. (29 de Abril de 2020). *La estructuración del modelo de analisis [Video]. Youtube.*

https://www.google.com/search?q=modelo+de+analisis&source=lmns&tbm=vid&bih=561&biw=1242&client=avast1&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiAm8Ogr9D9AhX6dzABHZacDjcQ_AUoAnoECAEQAg#fpstate=ive&vld=cid:ea28ccc6,vid:KoR9Mu8D3Vy

Turizo, N. (2021). *Lineamientos de control de gestión para aplicacion en fundaciones de Santa Marta DTCH [Tesis de posgrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Ucc*. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/8b577f17-70e4-49d4-9af9-3153121eafe2/content>

Zapata, I. (2021). *Teletón informe de gestión año 2021. Bogotá: Teletón.*

<https://teleton.org.co/wp-content/uploads/2022/03/Informe-Gestio%CC%81n-Teleto%CC%81n-an%CC%83o-2021.pdf>

Anexos

Anexo N°1 Estructura del consentimiento informado para la aplicación de instrumento de recolección de información

Consentimiento Informado

Proyecto de investigación: Estrategia de Fundraising para fortalecer el acompañamiento en Salud de Niños, Niñas y Adolescentes Oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes del proyecto una clara explicación de la naturaleza del mismo, así como de su rol en el cómo participe.

El presente trabajo de investigación es conducido por Keisy Yissela Rodríguez Andrade estudiante de la Maestría en Gerencia Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la ciudad de Bogotá; la meta de este trabajo es brindar una estrategia a la Fundación Huellitas en el alma que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos por medio de una herramienta de Gerencia Social llamada “Fundraising”.

Si usted accede a que su hijo o hija participe en este estudio es posible que sea fotografiado o grabado. Con estas evidencias se pretende dar veracidad al trabajo de campo realizado, además, se protegerá su identidad.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será anónima y solo será utilizada para fines académicos, si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo, -----, padre/madre de -----
----- autorizo voluntariamente su participación en este trabajo de investigación, conducido por Keisy Yissela Rodríguez Andrade. He sido informado(a) que la meta del proyecto es brindar una estrategia de Fundraising a la Fundación Huellitas en el alma que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos.

Anexo N°2 Consentimiento informado para el trajo de campo y el uso de la información de la entrevista con los menores de edad

Consentimiento Informado

Proyecto de investigación: Estrategia de Fundraising para fortalecer el acompañamiento en Salud de Niños, Niñas y Adolescentes Oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

El propósito de esta ficha de consentimiento, es proveer a los participantes del proyecto una clara explicación de la naturaleza del mismo, así como de su rol en el cómo participe.

El presente trabajo de investigación es conducido por Keisy Yissela Rodríguez Andrade estudiante de la Maestría en Gerencia Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la ciudad de Bogotá; la meta de este trabajo es brindar una estrategia a la Fundación Huellitas en el alma que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos por medio de una herramienta de Gerencia Social llamada "Fundraising".

Si usted accede a que su hijo o hija participe en este estudio es posible que sea fotografiado o grabado. Con estas evidencias se pretende dar veracidad al trabajo de campo realizado, además, se protegerá su identidad.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será anónima y solo será utilizada para fines académicos, si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo, Pineeth Gonzalez-----, padre/madre de Julietth Ortiz
----- autorizo voluntariamente su participación en este trabajo de investigación, conducido por Keisy Yissela Rodríguez Andrade. He sido informado(a) que la meta del proyecto es brindar una estrategia de Fundraising a la Fundación Huellitas en el alma que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos.

Consentimiento Informado

Proyecto de investigación: Estrategia de Fundraising para fortalecer el acompañamiento en Salud de Niños, Niñas y Adolescentes Oncológicos en la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

El propósito de esta ficha de consentimiento, es proveer a los participantes del proyecto una clara explicación de la naturaleza del mismo, así como de su rol en el cómo participe.

El presente trabajo de investigación es conducido por Keisy Yissela Rodríguez Andrade estudiante de la Maestría en Gerencia Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la ciudad de Bogotá; la meta de este trabajo es brindar una estrategia a la Fundación Huellitas en el alma que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos por medio de una herramienta de Gerencia Social llamada "Fundraising".

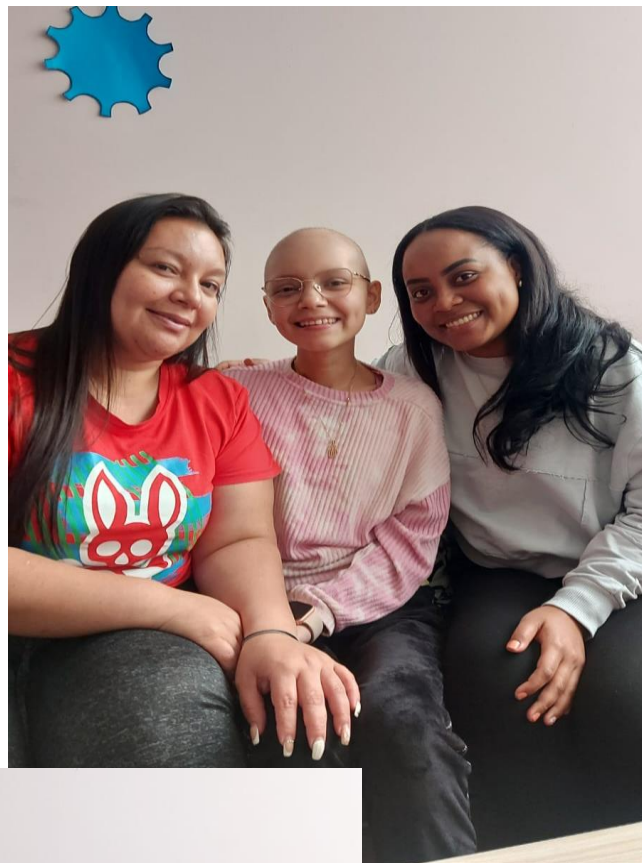
Si usted accede a que su hijo o hija participe en este estudio es posible que sea fotografiado o grabado. Con estas evidencias se pretende dar veracidad al trabajo de campo realizado, además, se protegerá su identidad.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será anónima y solo será utilizada para fines académicos, si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento.

Desde ya le agradecemos su participación.

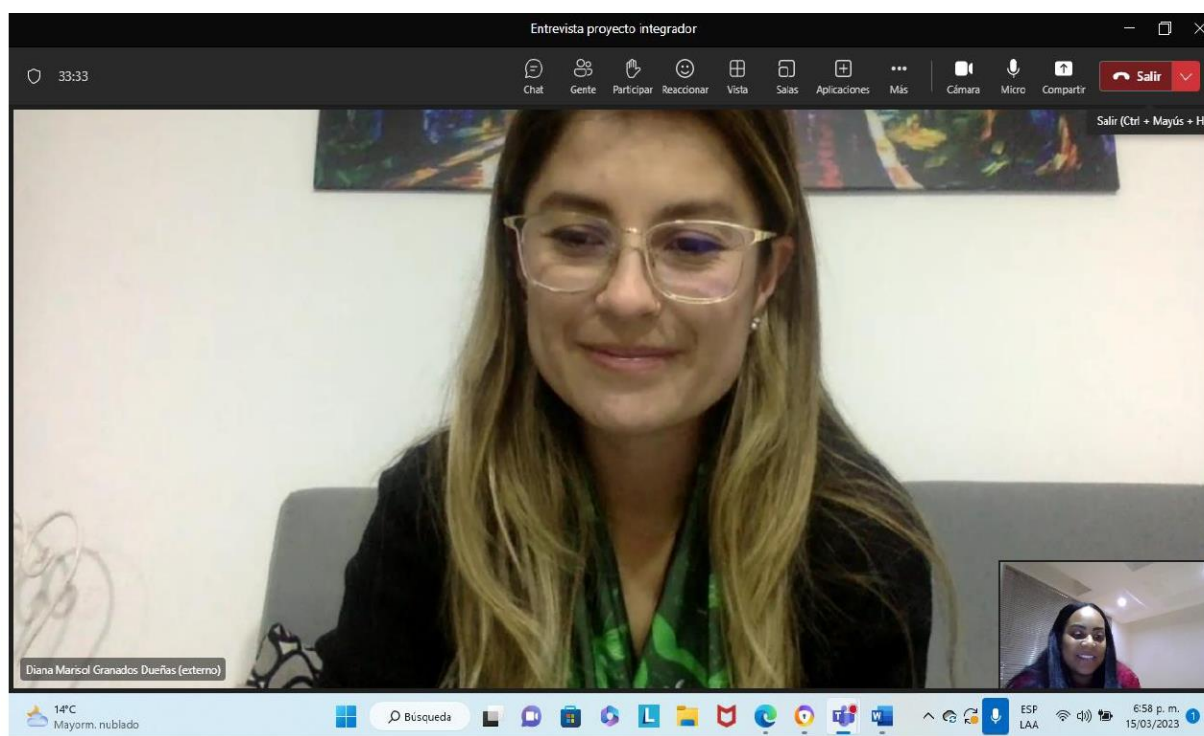
Yo, Albaluz Betancur, padre/madre de Isaí Andica Betancur
 ---- autorizo voluntariamente su participación en este trabajo de investigación, conducido por Keisy Yissela Rodríguez Andrade. He sido informado(a) que la meta del proyecto es brindar una estrategia de Fundraising a la Fundación Huellitas en el alma que permita fortalecer el acompañamiento en salud de los niños, niñas y adolescentes oncológicos.

Anexo N°3 Evidencias fotográficas del trabajo de campo





Anexo N°4 Evidencia fotográfica de la entrevista a los Expertos en recaudación de fondos en la modalidad virtual



**Anexo N°5 Evidencia fotográfica de la entrega del resultado de la campaña de
Fundraising a la Fundación Huellitas en el Alma**



Anexo N° 6 Instrumento validado por expertos

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS, MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL Formato de validación del Instrumento de INVESTIGACIÓN

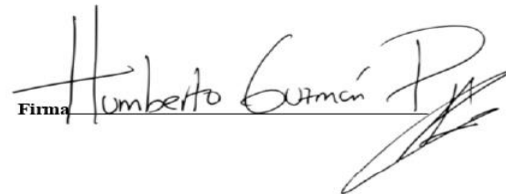
FECHA: 7 de marzo del 2023

Objetivo General de la Investigación: Formular una estrategia de Fundraising para fortalecer el acompañamiento en salud de Niños, Niñas y Adolescentes Oncológicos de la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

N°	PREGUNTAS	CLARIDAD DE LA REDACCION		COHERENCIA INTERNA		RELEVANCIA DEL CONTENIDO		CLASIFICACIÓN			OBSERVACIÓN
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	ESCENCIAL	UTIL, PERO NO ESCENCIAL	NO ESCENCIAL	
1	¿Cuáles cree que son los métodos o medios más efectivos para el recaudo de recursos económicos?	X		X		X		X			NA
2	¿Cuál es la experiencia que tiene en la búsqueda de recursos económicos y que tiempo dedica para ello?	X		X		X		X			
3	¿Cuál es la experiencia que ha obtenido al participar en convocatorias públicas o privadas y que beneficios obtuvo de ellas?	X		X		X		X			
4	¿Cuáles son los medios o herramientas que utiliza para tener aliados estratégicos que contribuyan a promoción del acompañamiento en salud de los usuarios oncológicos?	X		X		X		X			
5	¿De qué manera la fundación promueve el proyecto de vida de los beneficiarios?	X		X		X		X			
6	¿Qué estrategias se emplean para la promoción del bienestar de los beneficiarios de la fundación?	X		X		X		X			
7	¿Cuáles beneficios ha obtenido por la recaudación de aportes económicos?	X		X		X		X			
8	¿Cuál es el aporte de la fundación para promover las habilidades personales de los beneficiarios?	X		X		X		X			
9	¿Cuáles son los recursos que se cuentan para la atención de los niños/as y adolescentes oncológicos?	X		X		X		X			
10	¿Cómo promueven la fidelización de los patrocinadores?	X		X		X		X			
11	¿Qué casos exitosos ha tenido por el recaudo de recursos económicos?	X		X		X		X			
12	¿Qué utilidad ha generado el uso de Redes sociales para la recaudación de fondos?	X		X		X		X			

Validado por: Humberto Guzmán Prieto

Profesión: Docente investigador, administrador de empresas de la Universidad Nacional de Colombia con Maestría en Dirección de la Universidad del Rosario.

Firma 

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS, MAESTRÍA EN GERENCIA SOCIAL
Formato de validación del Instrumento de INVESTIGACIÓN

FECHA: 7 de marzo del 2023

Objetivo General de la Investigación: Formular una estrategia de Fundraising para fortalecer el acompañamiento en salud de Niños, Niñas y Adolescentes Oncológicos de la Fundación Huellitas en el Alma de la ciudad de Bogotá.

Nº	PREGUNTAS	CLARIDAD DE LA REDACCION		COHERENCIA INTERNA		RELEVANCIA DEL CONTENIDO		CLASIFICACIÓN			OBSERVACIÓN
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	ESENCIAL	UTIL, PERO NO ESENCIAL	NO ESENCIAL	
1	¿Cuáles cree que son los métodos o medios más efectivos para el recaudo de recursos económicos?	X		X		X		X			
2	¿Cuál es la experiencia que tiene en la búsqueda de recursos económicos y que tiempo dedica para ello?	X		X		X		X			
3	¿Cuál es la experiencia que ha obtenido al participar en convocatorias públicas o privadas y que beneficios obtuvo de ellas?	X		X		X		X			
4	¿Cuáles son los medios o herramientas que utiliza para tener aliados estratégicos que contribuyan a promoción del acompañamiento en salud de los usuarios oncológicos?	X		X		X		X			
5	¿De qué manera la fundación promueve el proyecto de vida de los beneficiarios?	X		X		X		X			
6	¿Qué estrategias se emplean para la promoción del bienestar de los beneficiarios de la fundación?	X		X		X		X			
7	¿Cuáles beneficios ha obtenido por la recaudación de aportes económicos?	X		X		X		X			
8	¿Cuál es el aporte de la fundación para promover las habilidades personales de los beneficiarios?	X		X		X		X			
9	¿Cuáles son los recursos que se cuentan para la atención de los niños/as y adolescentes oncológicos?	X		X		X		X			
10	¿Cómo promueven la fidelización de los patrocinadores?	X		X		X		X			
11	¿Qué casos exitosos ha tenido por el recaudo de recursos económicos?	X		X		X		X			
12	¿Qué utilidad ha generado el uso de Redes sociales para la recaudación de fondos?	X		X		X		X			

Validado por: Dr. Brayan Alexander Guzmán Azuero




Profesión: Docente investigador, Ingeniero Ambiental de la Universidad de Cundinamarca

con maestría en Gerencia Social de la Universidad Minuto de Dios.

Firma _____



Anexo N°7 Declaración de renta Fundación Huellitas en el Alma

 <p style="font-size: 8px;">POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA</p>	Declaración de renta y complementario para personas jurídicas y asimiladas y personas naturales y asimiladas no residentes y sucesiones líquidas de causantes no residentes, o de ingresos y patrimonio para entidades obligadas a declarar	PRIVADA	110					
1. Año 2021 Espacio reservado para la DIAN		4. Número de formulario 1116609569864						
		 (415)7707212489984(8020) 000111660956986 4						
Datos del declarante	5. No. Identificación Tributaria (NIT) 9 0 1 2 3 3 1 3 4 7	6.DV. 7	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres		
11. Razón social FUNDACION HUELLITAS EN EL ALMA								
Si es una corrección indique: <input type="checkbox"/> 25. Cód. anterior <input type="checkbox"/> 26. No Formulario								
29. Fracción año gravable siguiente (Marque "X") <input type="checkbox"/> 30. Renuncio a pertenecer al Régimen tributario especial (Marque "X") <input type="checkbox"/> 31. Vinculado al pago de obras por impuestos (Marque "X") <input type="checkbox"/> 32. Pérdidas fiscales acumuladas años anteriores, sin compensar <input type="checkbox"/> 0								
Datos informativos: 33. Total costos y gastos de nómina <input type="checkbox"/> 0 34. Aportes al sistema de seguridad social <input type="checkbox"/> 0 35. Aportes al SENA, ICBF, cajas de compensación <input type="checkbox"/> 0								
Patrimonio	36. Efectivo y equivalentes al efectivo	36	8,536,000	Rentas	76. Renta presuntiva	76	0	
	37. Inversiones e instrumentos financieros derivados	37	0		77. Renta exenta	77	0	
	38. Cuentas, documentos y arrendamientos financieros por cobrar	38	717,000		78. Rentas gravables	78	0	
	39. Inventarios	39	0		79. Renta líquida gravable	79	0	
	40. Activos intangibles	40	294,000		Ganancias ocasionales	80. Ingresos por ganancias ocasionales	80	0
	41. Activos biológicos	41	0			81. Rentas deudores régimen Ley 1116 de 2006, Decretos 560 y 772 de 2020	81	0
	42. Propiedades, planta y equipo, propiedades de inversión y ALCMV	42	2,532,000			82. Utilización, pérdidas fiscales acumuladas (Inc. 2, Art 1º, Decreto 772 de 2020)	82	0
	43. Otros activos	43	0			83. Costos por ganancias ocasionales	83	0
	44. Total patrimonio bruto	44	12,079,000			84. Ganancias ocasionales no gravadas y exentas	84	0
	45. Pasivos	45	36,542,000			85. Ganancias ocasionales gravables	85	0
46. Total patrimonio líquido	46	0	86. Sobre la renta líquida gravable	86		0		
Ingresos	47. Ingresos brutos de actividades ordinarias	47	0	Impuesto sobre las rentas líquidas gravables		87. De dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa del 10% (base casilla 54)	87	0
	48. Ingresos financieros	48	0			88. De dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa del artículo 240 E.T. (base casilla 55)	88	0
	49. Dividendos y/o participaciones no constitutivos de renta ni ganancia ocasional (incluye capitalizaciones no gravadas)	49	0			89. De dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa del 27% (base casilla 56)	89	0
	50. Dividendos y/o participaciones distribuidos por entidades no residentes en Colombia a una CHC y prima en colocación de acciones.	50	0		90. De dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa del artículo 240 ET (base casilla 53)	90	0	
	51. Dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa general provenientes de sociedades y entidades extranjeras o de sociedades nacionales	51	0		91. Impuesto de dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa del 33% (base casilla 52)	91	0	
	52. Dividendos y/o participaciones gravadas recibidas por personas naturales sin residencia fiscal (año 2016 y anteriores)	52	0		92. Total impuesto sobre las rentas líquidas gravables	92	0	
	53. Dividendos y/o participaciones gravadas recibidas por personas naturales sin residencia fiscal (año 2017 y siguientes)	53	0		93. Descuentos tributarios	93	0	
	54. Dividendos y/o participaciones gravadas al 10%	54	0		94. Impuesto neto de renta	94	0	
	55. Dividendos y/o participaciones gravadas a la tarifa general (EP y sociedades extranjeras - utilidades generadas a partir del año 2017)	55	0		95. Impuesto de ganancias ocasionales	95	0	
	56. Dividendos y/o participaciones provenientes de proyectos calificados como mecenazgo gravados al 27%	56	0		96. Descuento por impuestos pagados en el exterior por ganancias ocasionales	96	0	
Costos y deducciones	57. Otros ingresos	57	103,655,000	Liquidación privada	97. Total impuesto a cargo	97	0	
	58. Total ingresos brutos	58	103,655,000		98. Valor inversión obras por impuestos hasta del 50% del valor de la casilla 97 (Modalidad de pago 1)	98	0	
	59. Devoluciones, rebajas y descuentos en ventas	59	0		99. Descuento efectivo inversión obras por impuestos (Modalidad de pago 2)	99	0	
	60. Ingresos no constitutivos de renta ni ganancia ocasional	60	0		100. Crédito fiscal artículo 256-1 E.T.	100	0	
	61. Total ingresos netos	61	103,655,000		101. Anticipo renta liquidado año gravable anterior	101	0	
	62. Costos	62	0		102. Saldo a favor año gravable anterior sin solicitud de devolución y/o compensación	102	0	
	63. Gastos de administración	63	59,488,000		Retenciones	103. Autorretenciones	103	0
	64. Gastos de distribución y ventas	64	0			104. Otras retenciones	104	0
	65. Gastos financieros	65	180,000			105. Total retenciones año gravable a declarar	105	0
	66. Otros gastos y deducciones	66	76,384,000			106. Anticipo renta para el año gravable siguiente	106	0
67. Total costos y gastos deducibles	67	136,052,000	Sobretasas instituciones financieras	107. Anticipo sobretasa instituciones financieras año gravable anterior	107	0		
Renta	68. Inversiones efectuadas en el año	68		0	108. Sobretasas a instituciones financieras	108	0	
	69. Inversiones liquidadas de períodos gravables anteriores	69		0	109. Anticipo sobretasa instituciones financieras año gravable siguiente	109	0	
	70. Renta por recuperación de deducciones	70		0	110. Saldo a pagar por impuesto	110	0	
	71. Renta pasiva - ECE sin residencia fiscal en Colombia	71	0	111. Sanciones	111	0		
	72. Renta líquida ordinaria del ejercicio	72	0	112. Total saldo a pagar	112	0		
73. Pérdida líquida del ejercicio	73	32,397,000	113. Total saldo a favor	113	0			
74. Compensaciones	74	0	114. Valor impuesto exigible por Obras por Impuestos Modalidad de pago 1	114	0			
75. Renta líquida	75	0	115. Valor total proyecto Obras por Impuestos Modalidad de pago 2	115	0			

981. Cód. Representación

Firma del declarante o de quien lo representa


982. Código Contador o Revisor Fiscal

Firma Contador o Revisor Fiscal 994. Con salvedades

983. No. Tarjeta profesional

2 0 2 2 3 8 8 1 2 0 5 4 5 7

997. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora



2 0 2 2 022-04-19 / 10:19:08 PM 2:19:08

Fecha Asume de Recibo - Firmado

980. Pago total \$ 0

996. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo

0 91000885096401

Anexo N°8 Arquitectura básica de la campaña de Fundraising

**FUNDACIÓN HUELLITAS
EN EL ALMA**



**Sabías que en
Colombia cerca de
300.000 niños/as y
adolescentes entre
0 a 19 años tienen
cáncer ?**

**Contribuye a que muchos
de estos niños puedan tener
un acompañamiento en
salud, durante el proceso de
tratamiento y rehabilitación
de la enfermedad.**



**Búscanos en nuestras
redes sociales**



**Fundación huellitas en el
alma**



**Fundación huellitas en el
alma**



@huellitas en el alma

**Haz tu donación entre el 20
de abril al 05 de diciembre
de 2023**

**A través de la cuenta de
Nequi 3232914701
(Desde 15mil pesos)**