

INFORME ANUAL DE RESULTADOS

2023





INFORME ANUAL DE RESULTADOS 2023

Introducción	3
Informe según los procesos organizacionales	5
2.1. Planeación estratégica y organización interna	
2.2. Comunicaciones	
2.3. Agenda pública	
2.4. Gestión de proyectos	
Agradecimientos	13
Anexos	14



El 2023 fue un año de estructuración: administrativa, de productos, proyectos y procesos. Desde estos pilares el reto ahora es darle proyección y sostenibilidad. Traemos la experiencia de estar desde el 2011 dedicadas a promover el trabajo decente en el trabajo doméstico, pero como organización de la sociedad civil, nacimos a finales del 2021.

Ser una organización joven nos ha traído el reto de cultivar raíces fuertes para sostener los procesos que nos llevarán a alcanzar nuestros objetivos, al tiempo que visionamos nuestra participación dentro del ecosistema de trabajo doméstico y cuidado, siempre buscando lo colectivo como esencia. **En este sentido, nuestras acciones han estado orientadas a alcanzar nuestra misión, visión y objetivos estratégicos:**

Misión

Promovemos el posicionamiento del trabajo doméstico y de cuidado como un sector económico estructural, incentivando la formalización laboral y las condiciones de vida dignas de las trabajadoras domésticas a través de proyectos sociales, políticos, académicos, culturales y empresariales.

Visión

En el 2026, la Fundación Hablamos de Trabajo Doméstico será un referente legítimo y confiable como promotora de derechos y de dignidad para el trabajo doméstico y de cuidado en Colombia.

Objetivos

- Incentivar la formalización del trabajo doméstico remunerado.
- Promover la transformación cultural para la valoración y el cambio de creencias sobre el trabajo doméstico y de cuidado.
- Impulsamos el fortalecimiento de la estructura gremial del trabajo doméstico remunerado.

A partir de este marco estratégico, presentamos nuestros principales avances, logros y dificultades del año 2023, en lógica de los cuatro procesos organizacionales definidos; estos son:

- **Planeación estratégica y organización interna**
- **Comunicaciones**
- **Agenda pública**
- **Gestión de proyectos**





Informe según los procesos organizacionales

2.1. Planeación estratégica y organización interna

En nuestro segundo año de constitución establecimos y documentamos los procesos que nos permiten la proyección de nuestros objetivos y metas, así como el seguimiento de las mismas, todo esto siendo coherentes con nuestro marco estratégico misional.

La planeación estratégica en todas sus fases (definición y seguimiento de objetivos, metas, indicadores) la concebimos como la herramienta que nos permite **“construir la casa”** desde sus bases, entendiendo que los cimientos son fundamentales para que podamos crecer.

La estructuración de los cuatro procesos: Planeación estratégica, Comunicaciones, Agenda pública y Gestión de proyectos nos permitió tomar decisiones estructurales para la Fundación:

- Organizamos la gestión contable y tributaria de la Fundación.
- Obtuvimos la habilitación de la DIAN en el Régimen Tributario Especial.
- Recibimos formalmente la donación semilla de Open Society Foundations.
- Vinculamos laboralmente y a tiempo completo a la dirección de proyectos.
- Realizamos una gestión de clima de talento humano permanente.
- Iniciamos la estrategia de personas voluntarias y aliadas a la organización.

2.2. Comunicaciones

Para la Fundación, el 2023 significó continuar en la consolidación del proceso de comunicación que permita la caracterización, atracción y el fortalecimiento de los vínculos con los públicos de interés, definidos en tres grupos: **empleadoras o empleadores, trabajadoras domésticas y tomadores de decisión (principalmente gubernamentales).**

Ello implicó la búsqueda y análisis de las narrativas en los mundos del trabajo, de las mujeres y de las familias. Esto, para avanzar en el eje central para la producción

de contenidos y productos para las redes sociales, escenario en el que nos concentramos. Con base en esta exploración, buscamos promover la importancia del trabajo doméstico y de cuidado inspiradas en una comunicación para el cambio, basada en derechos y en la esperanza o narrativa positiva.

En el 2023 hicimos un cambio en la agencia de comunicaciones, proveedora externa de comunicaciones. Pasamos de Morales.Com a Duende. Este proceso nos permitió afinar los procesos, las líneas gráficas, los canales e insumos, y los conceptos estratégicos. Con Duende y la junta directiva logramos definir la estrategia de marca o *tagline*, como: “Orden en la Casa”. A partir de este ejercicio y buscando eficiencia en los recursos económicos, tomamos la decisión de que en el 2024, una vez finalizara el contrato con Duende, empezaríamos a hacer todo el proceso de comunicaciones *In house*, con la contratación directa de una persona de diseño gráfico.

Es fundamental construir relaciones sólidas basadas en la confianza, de tal manera que mantengamos una comunicación fluida y frecuente.

Avanzamos en acciones en comunicación digital que apuntan a una estrategia informativa para la promoción de la valoración del trabajo doméstico remunerado y de cuidado.

Entre los principales avances de 2023, destacamos:

2.2.1. Sitio web

Salimos al aire con un nuevo rediseño del sitio con secciones y servicios nuevos para facilitar el acceso a la información. Pasamos del dominio

Trabajadorasdomesticas.org a **trabajodomestico.org**, conservando el redireccionamiento de la anterior URL a la nueva.



Destacamos tres nuevas secciones para promocionar contenido: el *blog*, de corte editorial; suscripción a un correo masivo (o *newsletter*) y la herramienta de datos **Valor Doméstico**, que recoge información estadística sobre el trabajo doméstico remunerado en Colombia.

Las secciones que los usuarios pueden encontrar allí son:

- **Todo sobre trabajo doméstico, con las subsecciones: legislación nacional, legislación internacional, investigaciones, y arte.**
- **Valor doméstico**, primera herramienta estadística en línea, de datos sobre trabajo doméstico remunerado.

- **Noticias**
 - **El *blog***
 - **Quiénes somos.**
 - **Preguntas frecuentes.**
 - **Servicios para contratar bien**, con 5 subsecciones o módulos para facilitar la formalización laboral: calculadoras laborales, contratos laborales, preguntas frecuentes, consultorios jurídicos gratuitos y empresas para ayudar en la afiliación.
-



2.2.2. Redes sociales

Mantuvimos contenido permanente para nuestras cuatro redes sociales. El crecimiento en redes ha sido de manera orgánica, sin pauta publicitaria.

- **Equis (antes Twitter):** dirigido en especial a tomadores de decisión gubernamentales. Buscando cercanía con las audiencias cambiamos de nombre a @EmpleoEnElHogar. Su crecimiento en seguidores fue de 2 % y finalizamos el 2023 con 5010 seguidores.
- **Facebook:** dirigida en especial a trabajadoras domésticas. Cerramos el 2023 con 3000 seguidores, con un crecimiento de 5 %. Destacamos cómo, una de las transmisiones en directo correspondiente al proyecto Saber Contratar, tuvo un alcance de 2100 cuentas, lo que no se tradujo en un incremento de seguidores o igual número de personas conectadas a la transmisión.
- **Instagram:** enfocada a los empleadores y empleadoras. Es la cuenta con mayor crecimiento: pasamos de 170 a contar con 3844 seguidores.
- **YouTube:** esta red nos sorprende porque durante el 2023 hicimos pocas publicaciones de contenido, no obstante, estas han permitido su crecimiento de 5 %, al pasar de 1580 seguidores a 1650.

Para 2023, mantuvimos un crecimiento constante en redes sociales, en promedio de un 3 % mensual, cifra que se repite en el *engagement*.

Un aspecto que para la Fundación será uno de los principales retos para el 2024 es el fortalecimiento de la interacción con los usuarios y en este año concluido logramos incrementarlo con la recepción de mayor número de consultas relacionadas, en su mayoría, qué hacer para la afiliación de la empleada doméstica a la Seguridad Social. La temática de las interacciones nos muestra que las necesidades de nuestras audiencias siguen centradas en el trámite para la formalización laboral.



2.2.3. Relacionamiento con medios de comunicación

En 2023 fuimos invitadas como fuente de consulta para temas noticiosos o como parte de informes especiales. Participamos en cuatro medios nacionales y dos internacionales: una publicación liderada por la OIT y el pódcast mexicano Capitalismo Consciente. [Ver los programas en anexo.](#)



Columnas de opinión

Publicamos columnas de opinión, gracias a gestiones interinstitucionales, tales como: periódico El Colombiano (3 columnas), Medellín Cómo Vamos (Situación de las Mujeres de Medellín), y la Universidad de los Andes (*blog* de Derecho y Género): [consulta las publicaciones en anexo.](#)



Saber Contratar

“Salimos al aire” con el proyecto Saber Contratar, una alianza con el Consultorio Jurídico de EAFIT y Symplifica. Buscamos construir un modelo para acercarnos a las audiencias, con cuatro objetivos: ofrecer información periódica sobre contratación formal, ofrecer un mecanismo que acerque a las personas interesadas al proceso de afiliación, crear una comunidad interesada en el trabajo doméstico, construir un repositorio de piezas y videos sobre contratación formal que pueda ser consultado en cualquier momento. Sólo en las dos primeras sesiones hubo más de 120 reproducciones de los videos publicados después de cada sesión en vivo.

2.3. Agenda pública

En nuestro enfoque misional se encuentra apoyar las acciones que conduzcan al posicionamiento del trabajo doméstico remunerado, entre ellas está la permanente interlocución con el Estado, las empresas y la academia. El 2023 fue un año estratégico para la incidencia en la agenda pública en el marco de las elecciones locales y regionales. **En este sentido participamos en los siguientes procesos de incidencia:**

2.3.1. Incidencia en agenda estatal y de gobierno

2.3.1.1. Participación en la Mesa de Economía del Cuidado de Antioquia (y Medellín). Apoyamos la incidencia con candidatos/as a la Alcaldía de Medellín y Gobernación de Antioquia para posicionar en su agenda la economía del cuidado y especialmente el sistema de cuidado de Medellín, el plan de cuidado de Antioquia, y el trabajo doméstico remunerado.

2.3.2. Presencia en la definición de agenda política de cuidado de Medellín

2.3.2.1. Hicimos parte del equipo motor del proyecto de Corporación Región: Medellín, la ciudadanía tiene la palabra, con el fin de participar en la construcción de agenda pública en el marco de las elecciones locales y la formulación de planes de desarrollo.

2.3.2.2. Participamos en la semana de Economía Feminista de Bogotá.

2.3.2.3. Fuimos consultantes sobre Reforma laboral y pensional, por parte de Proyecto Digna de la Universidad de los Andes.

2.4. Generación de conocimiento

2.4.1. Valor Doméstico: creamos la primera herramienta de datos, digital, especializada en trabajo doméstico

remunerado en Colombia. Simultáneamente, socializamos la herramienta con los principales aliados del ecosistema, e iniciamos un proceso de socialización con actores estratégicos y de apropiación de la herramienta con un grupo de socias del sindicato Unión de Trabajadoras Afrocolombianas del Servicio Doméstico - UTRASD.

- 2.4.2. Investigación sobre el impacto de la legislación colombiana en la formalización laboral del trabajo doméstico remunerado**, la cual presentamos en el Congreso de Cuidados de la Universidad de los Andes.
- 2.4.3. Co-convocamos y presentamos una investigación en el Congreso de Cuidados** organizado por la Universidad de los Andes y el Tecnológico de Monterrey.
- 2.4.4. Ponencia en el Congreso “Emprendimiento, liderazgo y formalización laboral”** de la Universidad de Cundinamarca.
- 2.4.5. Ponencia en el Congreso de *Marketing Sostenible*** de EAFIT.
- 2.4.6. Consultantes en investigaciones** nacionales e internacionales, como la que realizó la investigadora Peini Wang como parte de su tesis titulada “Interwoven Lives: Investigating the Social Dynamics between Professional Women and Domestic Workers in Bogotá, Colombia”.

2.5. Ruta empleadores y empleadoras

- 2.5.1.** Iniciamos la exploración para indagar posibilidades de una ruta que estimule la representatividad de empleadores y empleadoras de trabajadoras domésticas, como parte esencial para el avance del sector.
- 2.5.2.** Abrimos puentes con organizaciones internacionales de empleadores de Francia y España. Asistimos al Foro Europeo de Cuidado Doméstico (Domestic & Home Care European Forum - Efsi) y Feria de servicios personales y empleo a domicilio, en París.

3

Gestión de proyectos

Para cimentar la sostenibilidad de la organización, durante el 2023 comenzamos la gestión y diseño de los siguientes proyectos:

- 3.1. **Mecanismo, tipo sello o modelo empresarial de cuidado** para reconocer y promover en las empresas su corresponsabilidad con prácticas de cuidado con enfoque de género, con un capítulo específico para trabajo doméstico remunerado y su formalización.
- 3.2. **Curso de Economía del Cuidado:** avanzamos sustancialmente en el convenio con la universidad EAFIT para diseñar un curso de educación continua sobre Economía del Cuidado.
- 3.3. **Saber Contratar:** iniciamos un modelo de sesiones en línea de divulgación y afiliación laborales de trabajo doméstico, con la universidad EAFIT y Symplifica.
- 3.4. **Valor Doméstico:** como proyecto para la generación de conocimiento, incidencia y apropiación de las trabajadoras domésticas remuneradas. [Ver aquí](#)

4

Retos 2024 en clave de objetivos estratégicos:

- 4.1. Continuar fortaleciendo la Fundación, a través de la estructuración de un esquema de sostenibilidad económica, que diversifique nuestras fuentes de ingresos, en 4 vías:
 - 4.1.1. Gestión de cooperación y filantropía
 - 4.1.2. Oferta de servicios: Sello empresarial de cuidado
 - 4.1.3. Curso de Economía del Cuidado en alianza con EAFIT
 - 4.1.4. Estrategias de donaciones
- 4.2. Fortalecer los procesos de apoyo a la organización en dos vías:
 - 4.2.1. Creación de Comité o grupo de personas para apoyo en diseños estratégicos de la Fundación
 - 4.2.2. Estrategia de voluntariado

4.3. Orientar la gestión de proyectos en tres vías:

- 4.3.1. **Incidencia pública:** desarrollar una estrategia de incidencia pública a partir de la herramienta de datos e indicadores Valor Doméstico, que permita la gestión de políticas y acciones que promuevan la garantía y protección de los derechos laborales del sector de trabajo doméstico remunerado en Colombia.
- 4.3.2. **Pedagogía:** promover el aumento de formalización laboral en el sector del trabajo doméstico remunerado por medio del fomento de la valoración cultural de este trabajo y la pedagogía en contratación laboral dirigida a trabajadoras domésticas y empleadores (as).
- 4.3.3. **Vinculación del sector empresarial:** reconocer y promover buenas prácticas de cuidado con enfoque de género en el sector empresarial y privado, por medio del otorgamiento de un sello.

4.4. Estructurar y posicionar el modelo interno de comunicaciones

Basadas en la narrativa positiva o de la esperanza para todos los mensajes que sean emitidos por la Fundación, ejercicio que se verá plasmado sobre todo en las redes sociales y la página web.

Además, se dará inicio a la estrategia de relacionamiento con los públicos a través del boletín digital por suscripción (*newsletter*), que mantiene suscripción permanente en la página web.

En este sentido, una de las principales metas para este año es alcanzar un mayor crecimiento en las redes sociales con la ejecución de campañas, mayor visibilidad con los *reels* y producción de videos nuevos para el canal de YouTube.

En esa misma ruta también el reto está en iniciar la publicación de contenidos en los perfiles de Valor Doméstico, con el fin de avanzar en la proyección de esta herramienta creada por la Fundación.

La página web tiene su foco especial, sobre todo en la generación de contenidos de actualidad con nuestras propias notas y las entradas en el *blog*.



Agradecimientos

Los evidentes avances de la Fundación, como institución al servicio de una causa social, no habrían sido posibles sin el compromiso personal, creativo, intelectual y técnico del equipo de trabajo, particularmente en sus áreas de Proyectos y Comunicaciones. Así mismo, agradecemos el compromiso del área contable. Simultáneamente, hemos tenido la fortuna de contar con una junta directiva afectuosa, crítica y presente para iluminar el camino, ofrecernos sus ideas y recibir su visión. Al mismo tiempo, hemos atraído a un número importante de voluntarios y voluntarias de alta calidad humana y profesional, cuyos aportes nos han servido técnica, económica y psicológicamente. Por último, el ecosistema de personas y organizaciones del sector social, del sector empresarial relacionado con Cuidados, y de las organizaciones de trabajadoras domésticas, han significado el motor que nos impulsa como parte de un engranaje en el cual esperamos seguir aportando sin descanso para que la vida de las trabajadoras domésticas en Colombia y el mundo alcance niveles de bienestar deseables, gracias a sus grandes aportes al bienestar de las sociedades.





Relacionamiento con medios de comunicación

La mujer inconforme que está transformando vidas en América Latina

[Ir a escuchar](#)

“Quedamos en el limbo”. ¿Quién habla sobre las cuidadoras remuneradas en el 8M?

[Ir a leer](#)

10 años creciendo con el ecosistema social del trabajo doméstico

[Ir a leer](#)

Cambio es Trabajo Doméstico Decente: el llamado de las trabajadoras en Colombia

[Ir a leer](#)

Crecen las voces de las mujeres emprendedoras

[Ir a leer](#)

Derechos de las trabajadoras de servicio doméstico

[Ir a leer](#)

Columnas de opinión publicadas en medios

La lenta evolución del trabajo doméstico decente

[Ir a leer](#)

La ropa sucia no sólo se lava en casa

[Ir a leer](#)

Las piezas que faltan

[Ir a leer](#)

Informe Medellín Cómo vamos

[Ir a leer](#)

Economía del cuidado

Blog Facultad de Derecho, Universidad
de los Andes

[Ir a leer](#)

**La casa, ese difícil lugar de trabajo para
las empleadas domésticas**

Andrea Londoño Sánchez
Directora



Hablemos de
Trabajo
Doméstico