

**Estrategia Comunicacional Participativa en la Organización Unidos Hacia el Cambio
(UHC)**

Valeria Vásquez Lozano

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

El proyecto tiene como fin mostrar el funcionamiento de La organización social "Unidos Hacia el Cambio" es una fundación dedicada a la satisfacción de las necesidades de las comunidades vulnerables del municipio de Yumbo. Su misión es mejorar la calidad de vida de aquellos que se encuentran en situaciones precarias, centrándose en áreas críticas como el apoyo a madres cabeza de familia, la mejora de viviendas, la entrega de mercados y la promoción del desarrollo social.

A través de sus esfuerzos, esta organización se ha convertido en un pilar fundamental para el progreso de la comunidad. Además de estas acciones concretas, "Unidos Hacia el Cambio" también promueve actividades para el desarrollo social de las comunidades. Organizan talleres, capacitaciones y eventos que fomentan la educación, la participación cívica y el fortalecimiento de los lazos comunitarios.

Palabras clave: Comunidad, Transformación, Desarrollo social, Participación, Bienestar.

Abstract

The purpose of the project is to show the functioning of The social organization "Unidos Hacia el Cambio" is a foundation dedicated to meeting the needs of vulnerable communities in the municipality of Yumbo. Its mission is to improve the quality of life of those in precarious situations, focusing on critical areas such as supporting mothers who are heads of households, improving housing, providing markets and promoting social development.

Through its efforts, this organization has become a fundamental pillar for the progress of the community. In addition to these concrete actions, "Unidos Hacia el Cambio" also promotes activities for the social development of communities. They organize workshops, trainings and events that encourage education, civic participation and strengthening community ties.

Keywords: Community, Transformation, Social development, Participation, Well-being.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Conceptos en contextos socio comunicacionales	9
Informe de identificación y conceptualización.....	9
Acopio organizativo y comunicacional	14
Informe Socio práctico	14
Procesamiento y análisis de datos.....	19
Informe Investigación.....	19
Proyección comunicacional	29
Conclusiones.....	33
Referencias Bibliográficas	35

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de información descriptiva</i>	11
Tabla 2 <i>Diario de campo</i>	17
Tabla 3 <i>Matriz comporativa</i>	22
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	26

Lista de figuras

Figura 1 <i>Mapa de relaciones</i>	27
Figura 2 <i>Sociograma conjunto de acción</i>	28

Lista de apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	37
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	38
Apéndice C <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	39
Apéndice D <i>Preguntas Cualitativas</i>	40
Apéndice E <i>Entrevista cualitativa</i>	42
Apéndice F <i>Evidencia Fotográfica</i>	43
Apéndice G <i>Devolución del proyecto</i>	44

Introducción

Unidos Hacia el Cambio (UHC), es una organización social con una profunda misión: velar por la satisfacción de las necesidades de las comunidades vulnerables en el municipio de Yumbo. A través de su incansable labor, la organización se ha convertido en un faro de esperanza para aquellos que se enfrentan a situaciones precarias en esta región de Colombia. Su enfoque abarca diversas áreas, desde el apoyo a madres cabeza de familia hasta la mejora de viviendas, la entrega de mercados y la promoción del desarrollo social.

En el siguiente informe, se dará a conocer el fruto del trabajo que se ha llevado a cabo para la organización social Unidos Hacia el Cambio. Mediante la ejecución de una visita de campo, entrevistas y análisis de datos a la fundación, con ello se logró conocer el propósito de la interacción entre el progreso social de una comunidad y la mejora participativa de sus canales de comunicación, con el fin de optimizar la recopilación de información y posterior análisis para su debido proceso.

En una de las visitas tuvimos la oportunidad de realizar una entrevista a dos de los integrantes de la organización el cual nos arrojó datos muy importantes como lo son objetivos, metas, dificultades, mejoras y su trayectoria por más de 10 años. Los datos recopilados durante esta entrevista fueron procesados y analizados para identificar patrones de relación que ayudarán a comprender como el desarrollo social de la comunidad entrelaza con el fortalecimiento de las redes sociales. Mediante el informe de investigación podremos conocer como la fundación incluye a sus actores principales desde una comunicación activa y participativa generando así la solución de problemas comunes.

Conceptos en contextos socio comunicacionales

Informe de identificación y conceptualización

La comunicación ha sido un factor determinante para el desarrollo del mundo, esta ha contribuido con la necesidad humana de interacción e intercambio de mensajes por lo que ha proporcionado diferentes canales para el intercambio de información que con el tiempo han evolucionado garantizando una serie de beneficios significativos los cuales hemos adoptado de forma natural conectándonos con el avance tecnológico. Así lo afirma Uña y Martín, (2009):

“La densidad de las relaciones sociales es variable, pero suele ser mayor que la de una simple interacción”. (p. 122).

La comunicación participativa y la comunicación horizontal son enfoques de comunicación que han evolucionado en respuesta a las necesidades cambiantes de la sociedad y las demandas de una comunicación más efectiva y democrática. Blake y Haroldsen (1979):

"Todo acto de comunicación de masas puede ser descompuesto en cinco elementos: comunicadores que transmiten determinado mensaje a través de un canal a una audiencia buscando cierto tipo de efecto. De igual modo, la comunicación no verbal fue definida como la transferencia de un significado que conlleva ausencia de representaciones simbólicas sonoras". (p. 21).

La organización social Unidos hacia el cambio hace parte de esos grupos que lideran formulas especiales para generar un impacto en la sociedad que permita llegar a las comunidades más vulnerables del municipio de Yumbo, su enfoque trasciende cumpliendo con las necesidades básicas de personas con escasos recursos, sino que también aporta al desarrollo social, laboral y psicológico de las madres cabeza de familia con índice de pobreza. Cabe resaltar que esta OSP fomenta la empatía y el sentido de pertenencia en la comunidad, así como lo afirma Beltrán

(1976): “hay que generar transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad”. (p. 16).

Los espacios de participación que genera esta organización va desde visitas a los barrios más vulnerables del municipio llevando pequeños mercados e información de convocatorias laborales para aquellos que lo necesitan, entre otros eventos sociales así como los afirma

Gumucio & Tufte (2008): “los procesos de encuentro dialógico entre actores públicos y privados donde sus integrantes mismos definen lo que quieren hacer, a partir de lo que ya son, y desde ahí la comunicación aporta el trabajo colectivo necesario para lograr los cambios deseados”. (p. 25).

Tabla 1*Ficha descriptiva organización social unidos hacia el cambio UHC*

Aspecto	Descripción
Tipo de Práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objetivo social.	La Organización social unidos hacia el cambio tiene un impacto en el municipio de Yumbo, se crea teniendo en cuenta las necesidades en la comunidad hace unos 12 años, en los cuales han realizan trabajo social en los barrios más vulnerables. Este trabajo social beneficia a la comunidad en emprendimientos, mejoramiento de vivienda, convocatorias laborales, mejoramiento de accesibilidad, ayuda a madres cabeza de familias de esta manera cumplen con su objetivo de velar por estas personas.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	La organización social busca llegar a todos los rincones del municipio en donde con su trabajo social puedan ayudar a muchas familias y madres cabeza de familia.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Realizan reuniones una vez al mes para revisar las necesidades que llegan por medio de la comunidad, información que trae la secretaria.
Características de Participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Las personas que integran esta organización son empleados de empresas privadas o de entidades públicas, personas que se han formado con un liderazgo comunitario.
Tamaño de organización de la OSP (Número de integrantes, cobertura territorial).	252 integrantes
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	Fundador Jhon Édison Chávez Directora y trabajo social Romelia González 1 Tesorera 2 secretarias 1 conductor Y dos fundaciones que se vinculan con ellos para ayudar con la contratación con el estado.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	Lo que más caracteriza a los vínculos al interior de la fundación es la capacidad de participación, de aportación de saberes de cada uno de los integrantes que hace parte de los diferentes ejes de la organización y la capacidad de siempre estar buscando formas y acciones que hagan un espacio de libre participación y construcción.
Formas de Participación al interior y hacia el exterior de la PSO.	La participación interior se realiza con una lluvia de ideas y necesidades, estas se estructuran validando cual es el trabajo para seguir y al exterior se ejecutan teniendo la proyección que se tenga para generar un impacto social.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	Como se mencionó anteriormente dentro de la organización existen reuniones mensuales con todo el equipo de manera presencial con los implicados en los procesos. También usan la comunicación interna vía WhatsApp.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc	En cuanto al tema externo, su comunicación está ligada de manera directa a los canales de social media: Facebook, Instagram, WhatsApp Business. La comunicación se da a través de publicaciones de contenido estático, en video y transmisiones en vivo a través de las plataformas de social media.
Planes, Cronogramas, Metas. Proyectos en desarrollo.	Manejan un cronograma de trabajo y un plan de actividades, para llevar el orden de los objetivos que quieren ser alcanzados. Otro punto muy importante para el próximo año es lograr un comedor comunitario para las personas en condición de calle una vez al mes.
Logros de proyectos exitosos.	Los logros exitosos fueron haberles dado a 7 familias su casa en su sitio propio.

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.

La principal dificultad es que a veces se necesita articular con la administración y estas no abren las puertas para las organizaciones sociales.

Otros aspectos a comentar.

Este año la organización social está atravesando por diferentes procesos que serán determinantes en su crecimiento y proyección estas serán claves para seguir ayudando a la población vulnerable del municipio de Yumbo.

Fuente. Elaboración propia.

Acopio organizativo y comunicacional

Informe Socio práxico

Este informe sobre mi visita de campo a la organización social Unidos hacia el cambio en el municipio de Yumbo, en lo que pude ver conocí cómo opera la fundación en relación a su componente social, se pudo evidenciar como toda su práctica está basada en la articulación de diversas metodologías participativas conocidas como la sociopraxis, cuya metodología se refiere a Villasante (s.f.): “a la utilización de estrategias y herramientas que permiten el análisis de los procesos sociales desde un enfoque combinado de teoría y práctica”. (p. 127).

Mencionado esto, me parece importante recalcar como a lo largo de 10 años la Organización social Unidos hacia el cambio, ha trabajado mano a mano con la comunidad, pues esta se ha enfocado en la mejora de viviendas, ayudas a madres cabeza de familia, jóvenes en proceso de definir su situación militar, brindar ayudas a comunidades vulnerables, búsqueda de empleo, entre otros. Con esto logran de alguna manera articular con las comunidades haciéndolas participes de todas las actividades programadas intercambiando ideas y buscando soluciones orientados a resolución de conflictos, empoderamiento, cambio de mentalidad y transformación social. Esto es un punto muy importante, pues hace que el ejercicio comunicativo de la fundación vaya en doble vía, en donde no solo se emiten mensajes y contenidos, sino que además toda esa retroalimentación de la comunidad se ve reflejada en la creación de nuevos proyectos y en espacios educomunicativos para los habitantes de la zona.

Algo que pude evidenciar en la última entrevista realizada es que la fundación no solo busca velar por las madres cabeza de familias, sino que también tiene un comité estratégico el cual busca ayudar y solucionar los problemas de muchos jóvenes yumbeños orientándolos a la búsqueda de sus talentos deportivos o culturales, esto le da un valor agregado a la fundación ya

que tiene los brazos abiertos a todas las comunidades vulnerables que de alguna u otra forma quieren salir adelante.

Se evidencio que hay algunos eventos o actividades que no son visibilizadas en sus redes sociales por lo que ellos viene trabajando en un proceso de fortalecimiento de su presencia, es necesario crear una ruta de comunicación que permita difundir de manera masiva esa importante labor formadora que están realizando, no solo para que la comunidad lo tenga presente, sino, para que el resto del municipio de Yumbo tenga conocimiento de cómo una fundación como la es unidos hacia el cambio está generando un impacto local y comunitario aportando a la transformación social de un entorno histórico y socialmente marginado y estigmatizado.

Fresno, Paunero & Marqués, (2014); Chadi de Yorio (2007), indican que observar los procesos de interacciones entre los diferentes actores involucrados, es importante para examinar las relaciones entre los miembros de la comunidad, y así analizar las redes sociales entre los miembros de la fundación, entre los miembros de la comunidad y entre la fundación y la comunidad.

A través de la sociopraxis, conocí también cómo la fundación logra cada vez más acercamientos en diferentes puntos de contacto con la comunidad, con el fin de comprender el papel de la situación social y la comunicación en la integración. Esta visita de campo, aunque corta, fue demasiado valiosa y enriquecedora para el proceso de recolección de datos de información, pues fue un proceso dinámico, colaborativo entre el funcionario de la organización que me atendió y me guio durante el tiempo que estuve en las instalaciones.

De acuerdo con Chadi de Yorio (2007): "la Socio praxis es empleada para mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad y para promover el bienestar social". (p. 12). Según esto, La organización social unidos hacia el cambio desde su ejercicio comunitario y

comunicativo, ha creado diversos espacios con el fin de comprender, identificar y atender las necesidades de la comunidad, es así como han logrado ayudar a diferentes personas del municipio que vivían situaciones vulnerables.

Finalmente, y después de haber concluido mi visita de campo a la Organización social unidos hacia el cambio , me quedo con varios aprendizajes y pensamientos, entre ellos la necesidad urgente de crear un plan de comunicación robusto y más estructurado que aporte a la visibilidad y masividad de la labor que la fundación realiza, no solo por el esfuerzo en sí mismo de mantenerse en medio de muchas dificultades, sino por la magnitud de las ideas y acciones que se están realizando, que incluso personas de la misma comunidad desconocen. Considero que desde la fundación se puede aportar enormemente para el desarrollo del pueblo yumbeño.

Personalmente ha sido muy gratificante encontrarme con una fundación como está dentro de mi municipio, en primer lugar, porque desconocía totalmente su existencia y segundo porque tiene una gran visión y oportunidad de crecimiento y consolidación, por eso considero tan oportuno y preciso todo este ejercicio y la elección de este OSP, como fuente principal para el desarrollo general de toda esta actividad.

Tabla 2*Diario de Campo*

OSP: Organización social unidos hacia el cambio	Actividad: Día de Entrevista	Fecha: 29/09/2023
Hora Inicio: 2:00 PM	Hora de Finalización: 4:30 PM	Lugar: Instalaciones
Participantes: Administrador de empresas, Juan David Quintero	Investigador: Valeria Vásquez Lozano	DCRSC
Descripción: (de lo observado)	Interpretación: (de lo observado)	Desahogo: (qué siente el investigador frente a lo observado)
<p>Entrevista (2:30 P.M. – 4:00 P.M.)</p> <p>El viernes 29 de septiembre del 2023, llegué a la organización social unidos hacia el cambio a las 2:00 de la tarde, fui recibida por Juan David Quintero integrante de la fundación. Al llegar a la fundación observe que el espacio es grande tiene algunos espacios para realizar reuniones, de oficinas y espacios para actividades con la comunidad.</p>	<p>Iniciamos la entrevista con mucha emoción ya que el administrador no estaba acostumbrado a realizar entrevista sin embargo con mucha amabilidad se mostró abierto, conciso y con ánimo de llevar a cabo la entrevista. Al momento de dar inicio primero hablamos sobre cuál era el propósito de esta entrevista, el espacio que íbamos a usar y las preguntas que le iba a realizar mientras conversábamos. De forma muy amena se fueron respondiendo las preguntas además de darme ejemplos de proyectos que habían hecho como fundación, también se orientó a resaltar desde su área de trabajo y como él apoya a ciertas comunidades con necesidades específicas. Al finalizar la entrevista no solo hablamos sobre los desafíos que tiene día a día la fundación si no de como esta quiere permanecer y crecer en el municipio para así poder ayudar a otras</p>	<p>Desde que llegue a la fundación sentí que era un lugar agradable, aunque tuve que esperar un lapso de 30 minutos mientras esperaba al administrador, me tome el tiempo para prepararme, ubicarme en una oficina donde me prestaron el espacio y organizar los equipos que iba a utilizar para realizar la entrevista.</p> <p>La secretaria que me recibió al llegar fue muy amable me recibió de una forma muy agradable ofreciéndome algo de tomar, cuando llego el administrador no paso mucho tiempo para empezar a dialogar, la entrevista duro un poco más de 20 minutos, tiempo suficiente para conocer más a fondo la</p>

comunidades que lo necesitan, lo importante fue aclarar que la fundación tiene los brazos abiertos para todos los simpatizantes que se quieran sumar sin importar su estatuto social o nivel académico, lo que realmente importa es el don por el servicio.

organización, sus objetivos y plan de trabajo.

Pienso que con toda la información adquirida fue suficiente para el desarrollo de esta actividad, cumpliendo así con los objetivos con los que llegue en busca de entrevistar a una persona con alto nivel de conocimiento de la fundación.

Nota. Elaboración propia.

Procesamiento y análisis de datos

Informe Investigación

Unidos hacia el Cambio se presenta como una red de relaciones y vínculos entre diferentes actores. Los actores principales son los miembros de la organización, las madres cabeza de familia y las comunidades vulnerables en Yumbo. Las motivaciones que unen a estos actores son la solidaridad, la búsqueda de soluciones a problemas comunes y el deseo de mejorar las condiciones de vida de las personas.

Las relaciones en la organización se tejen en torno a temas como el bienestar de las madres cabeza de familia, la mejora de viviendas, la entrega de mercados y el desarrollo social de las comunidades más necesitadas. Estos temas son el núcleo de las acciones de la organización y son el punto de convergencia de sus miembros.

Las relaciones en Unidos hacia el Cambio se caracterizan por su fuerte componente de sociabilidad y comunidad. Los miembros trabajan de manera colaborativa y solidaria para lograr objetivos comunes. Existe un sentido de pertenencia y compromiso con la causa, lo que crea un sentimiento de comunidad entre los miembros y las comunidades beneficiadas.

Durante la investigación, se realiza entrevistas con miembros del equipo de la fundación y se llevó a cabo una observación participante en la que se registraron las diferentes formas de interacción y comunicación que se daban en la organización.

Uno de los hallazgos más importantes es que la organización fomenta la comunicación horizontal y participativa. Se promueve el diálogo abierto entre los miembros y se toman decisiones de manera consensuada. Las reuniones regulares son espacios donde se evidencia la participación de todos los miembros.

Las formas comunicacionales que utiliza la organización es la comunicación abierta y transparente para lograr el consenso y la armonía social. Se fomenta el respeto a las opiniones de cada miembro, lo que contribuye a la toma de decisiones consensuadas. Además, se promueve una comunicación empática que fortalece los lazos de solidaridad entre los miembros.

A pesar de los esfuerzos por mantener una comunicación armoniosa, pueden surgir conflictos debido a diferencias de opinión o a la gestión de recursos limitados. Estos conflictos son una parte natural de cualquier organización y deben ser abordados de manera constructiva

una de las recomendaciones para fortalecer la comunicación es establecer protocolos claros de comunicación que definan roles y responsabilidades además de fomentar la escucha activa y la empatía en las interacciones entre los miembros, de esta manera implementar estrategias de resolución de conflictos para abordar desacuerdos de manera constructiva.

Las posibles recomendaciones para fortalecer la red es buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones que compartan objetivos similares esto permite ampliar la base de miembros para aumentar la diversidad de talentos y recursos. Por ende, posibilita realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de las acciones y ajustar estrategias según sea necesario.

Según Beltrán (1979):” la comunicación horizontal se refiere a la interacción que se establece entre iguales, donde no hay una jerarquía o posición de poder que influya en la conversación”. (p. 22). En la fundación, se evidencia una comunicación horizontal y participativa, ya que la organización es gestada en gran parte por la comunidad y busca promover cambios sociales de manera participativa y sostenible.

De acuerdo con las metodologías participativas descritas en el Manual De Metodologías Participativas del CIMAS, la fundación promueve la participación activa y horizontal de la

comunidad en la toma de decisiones y en la construcción de contenidos, a través de diversos mecanismos como las reuniones de trabajo, las redes sociales y la participación de la comunidad.

Unidos hacia el Cambio es una organización comprometida con la satisfacción de las necesidades de las comunidades vulnerables en Yumbo. Su enfoque en la comunicación horizontal y participativa, junto con un sentido de comunidad sólido, son fortalezas clave. Sin embargo, es importante abordar los posibles conflictos de manera constructiva y seguir fortaleciendo la red a través de alianzas y evaluaciones continuas.

Tabla 3

Matriz de comparativa

OSP	Organización social unidos hacia el cambio UHC	Corporación hacia un valle solidario	Asodecores	FFF Cali
<p>Fines u objetivos Misión-Visión</p>	<p>Tiene como objeto social velar por satisfacer las necesidades de las comunidades vulnerables del municipio de Yumbo, las acciones que esta organización realiza van desde la gestión de procesos en pro del bienestar de las madres cabeza de familia, mejora de viviendas, entrega de mercados y actividades para el desarrollo social de los que más necesitan.</p>	<p>Tiene como objetivo principal mejorar la calidad de vida de las comunidades más vulnerables en el Valle del Cauca. Su enfoque se centra en proporcionar acceso a educación, atención médica y recursos básicos a través de programas de desarrollo comunitario. Han establecido alianzas con escuelas locales para brindar apoyo educativo, y también realizan campañas de salud y donación de alimentos en áreas necesitadas.</p>	<p>Su enfoque está en el bienestar de recicladores de base, quienes hacen posible que podamos reciclar y así contribuir a un mundo más saludable y sostenible.</p>	<p>Se enfoca en brindar acompañando y preparación para el egreso y el proceso de transición del hogar de protección a la vida autónoma de los jóvenes que no tuvieron la oportunidad de crecer en medio familiar, beneficia a los adolescentes y jóvenes del sistema de protección de la Regional Valle Del Cauca.</p>
	<p>Misión Nuestra misión es promover el cambio positivo y el bienestar de las comunidades vulnerables en el municipio de Yumbo. Nos dedicamos a gestionar procesos que satisfacen las necesidades fundamentales de las madres cabeza de familia, mejorar las condiciones de vivienda, proporcionar asistencia con la entrega de alimentos básicos y desarrollar actividades sociales que fomenten el progreso de quienes más lo necesitan.</p>	<p>Misión Somos un grupo Humano que contribuye al bienestar alimentario de poblaciones vulnerables del país, mediante la entrega oportuna y permanente de alimentos altamente nutritivos.</p>	<p>Misión Somos una organización prestadora del servicio público de aseo, en la actividad de aprovechamiento, que busca mejorar la calidad de vida de la población local y protegiendo el medio ambiente. Trabajamos por el emprendimiento, liderazgo e inclusión de las y los recicladores de base, en la cadena productiva de la economía circular,</p>	<p>Misión La misión de la Fundación es acompañar y orientar a los jóvenes aun en protección, egresados de protección y población vulnerable a proyectar su potencial juvenil y a capacitarse para asumir su autonomía.</p>
	<p>Visión Nuestra visión es ser una</p>	<p>Trabajando con responsabilidad para</p>		<p>Visión La visión de la Fundación es desarrollarse en el contexto social colombiano como generadora de programas sociales para jóvenes y como experta en el campo del egreso</p>

organización líder y de referencia en la generación de cambios significativos en la vida de las comunidades vulnerables en Yumbo. Buscamos construir un municipio donde todas las madres cabeza de familia y personas vulnerables tengan acceso a oportunidades de crecimiento personal y desarrollo económico, vivan en condiciones dignas, y gocen de una calidad de vida mejorada. Aspiramos a ser un modelo de eficiencia y colaboración, trabajando en estrecha alianza con la comunidad y otras organizaciones para crear un futuro más próspero y equitativo para todos.

suministrar a nuestros beneficiarios productos que cumplen la normatividad y altos estándares de calidad, con un balance nutricional óptimo para el consumo humano, comprometidos con el bienestar de la gente, contribuyendo al desarrollo económico, social y cultural de la región.

Visión
Continuar destacándonos como una empresa reconocida por su liderazgo, competitividad y servicio en el suministro de alimentos institucionales en Colombia. Con el objetivo de apoyar programas sociales del estado e incursionando en el sector privado-social con el fin de brindar mayor calidad de vida a los beneficiarios y a quienes participan en estos procesos con alta calidad humana y técnica en armonía con la naturaleza.

para que su actividad sea reconocida como una profesión justa, rentable y valorada por la sociedad.

Visión
En el año 2023 seremos reconocidos como la organización de recicladores líderes en la prestación del servicio de recolección del material aprovechable por el impacto social de nuestro trabajo, la calidad de nuestros productos y servicios, la fortaleza financiera, la fidelidad, participación y compromiso contribuyendo a la solución de la problemática ambiental (residuos sólidos) de Cali D.E.

de jóvenes de instituciones de protección.

Localización Yumbo- Valle

Cali-Valle

Cali-Valle

Representante legal

Cali-Valle

Miembros	Gerente Directora secretaria Lideres sociales Colaboradores sociales	No se encuentra información	Supervisor de micro y macro ruta Asesora Comercial Supervisor de ECAS/ registro de entrada de material	No se encuentra información
Proyectos desarrollados	<p>Programa de Apoyo a Madres Cabeza de Familia: Este programa incluye talleres de capacitación, asesoramiento y apoyo emocional para ayudar a las madres solteras a adquirir las habilidades necesarias para obtener empleo o iniciar sus propios negocios.</p> <p>Mejora de Viviendas: ejecución de proyectos de construcción o renovación de viviendas en comunidades necesitadas. Esto podría implicar la construcción de nuevas viviendas o la reparación de las existentes para asegurarse de que sean seguras y adecuadas.</p> <p>Distribución de Alimentos y Canastas Básicas.</p> <p>Educación y Capacitación para el Empleo: Ofrecer programas de formación y capacitación para</p>	RECRE-ARTE es un programa que centra sus esfuerzos en potencializar el sano desarrollo de la niñez del Valle del Cauca, mediante talleres gratuitos de música, danza y canto, que buscan ocupar constructivamente el tiempo libre de los menores.	<p>Campañas educativas de separación en la fuente en Instituciones Educativas, Colegios, etc.</p> <p>Certificación mensual del pesaje del material donado discriminado (%) dando cumplimiento al PGIRS.</p> <p>Recolección, clasificación, pesaje y comercialización del material reciclable a multiusuarios en general (aprovechamiento) por medio del reciclador de oficio.</p>	<p>Programa Etapa 0 Trabajamos con adolescentes y jóvenes a partir de los 14 años.</p> <p>Programa Punto de Referencia Ofrece a los jóvenes egresados de protección, a los adolescentes viviendo en protección y a todos los jóvenes vulnerables, incluyendo madres cabeza de familia.</p> <p>Proyectos de Vida Durante un periodo no superior a 2 años, y en una casa que facilita la Fundación, los jóvenes tienen la oportunidad de vivir una experiencia de fortalecimiento en 4 aspectos clave: nivelación académica y educación formal, inclusión sociolaboral, desarrollo y crecimiento personal.</p>

	mejorar las perspectivas de empleo de las personas en la comunidad.		No se encuentra información	
Aliados	Empresas aledañas Alcaldía de Yumbo Gestores sociales	No se encuentra información	No se encuentra información	Fellow ship for future Apaec El Gestor 19 años
Antigüedad	12 años	19 años	Página web y redes sociales donde resaltan la labor de los recicladores en pro de generar sentido social y sentido de pertenencia por cada uno de ellos.	Esta fundación maneja su página web en la cual resalta su labor social con la comunidad.
Descripción de sus Redes sociales	Su red social fuerte es Facebook en la cual promocionan y publican todas las actividades que como equipo realizan.	Esta fundación maneja su página web en la cual resalta su labor social con la comunidad.		
Tipo de comunidad ética	Cuidado y Compasión Solidaridad Responsabilidad Social Inclusión y No Discriminación Promoción del Empoderamiento	Honestidad Orientación al servicio Respeto Compromiso Trabajo en equipo	Trabajo en equipo Resiliencia Respeto Compromiso social	Inclusión social Solidaridad Respeto
Fuentes (de dónde extrajo el estudiante la información para esta matriz	Página web y redes sociales Representante legal	Página web y redes sociales	Página web y redes sociales	Página web y redes sociales

Nota. Elaboración propia.

Tabla 4*Matriz de posicionamiento*

Clases Sociales o Actores Sociales	Posicionamientos sobre el tema del proceso			
	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Jhon Édison Chávez Gerente	X			
Fundaciones Externas	X			
Alcaldía de Yumbo	X			
Empresas Aledañas		X		
Gestores sociales	X			
Instituciones Educativas	X			
Lideres Sociales	X			
Comunidad Yumbeña	X			
Colaboradores UHC	X			

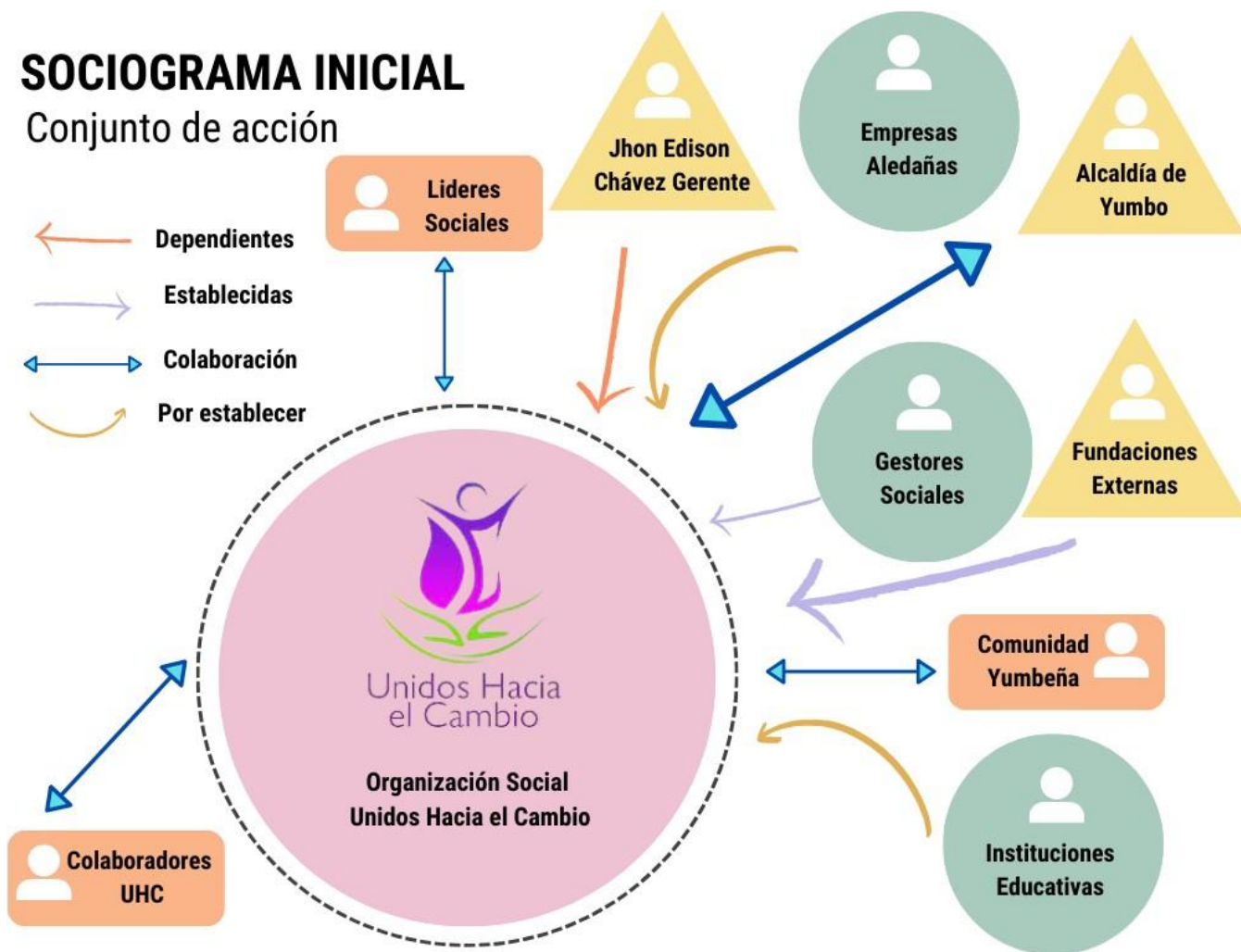
Nota. Elaboración propia.

Figura 1*Mapa de Relaciones*

Nota. Elaboración propia.

Figura 2

Sociograma



Nota. Elaboración propia.

Proyección Comunicacional

Abordando la situación actual de la Fundación Unidos Hacia el Cambio en el municipio de Yumbo, centrándose en la perspectiva de las redes sociales. Se propone un análisis que busca respaldar una posición propia, basada en la experiencia directa y en la revisión de diversos autores, como Santos Requena, Gallego, Kamlongera, Mafalopulos, Villasante, Gutiérrez y Chadi de Yorio. Se examinará la estrategia de comunicación de Unidos hacia el Cambio en el contexto de las redes sociales, se evalúa su impacto en la construcción de comunidades y se analiza la importancia de las redes sociales en el ámbito del trabajo social.

Según mi experiencia en la fundación y su relación con las redes sociales se pudo evidenciar que, aunque manejan redes sociales estas no son tan activas o no promueven su objetivo social ya que no profundizan en llegar a otros segmentos de mercado. Para el diseño de esta estrategia se consideró realizar un método SMART el cual analizó por medio de un proceso de investigación de campo y el análisis de problemas, algunas áreas críticas y posteriormente la definición de sus objetivos de comunicación, así como lo sugiere Kamlongera (2008): “Los objetivos de comunicación tratan directamente temas como conciencia, conocimiento, actitudes, prácticas, conductas y participación. Cada uno de ellos representa un nivel de comunicación, que debe ser tratado en forma separada”. (p. 19).

Objetivo: Mejorar la Presencia en Redes Sociales

Específico: Incrementar en un 20% la interacción en las redes sociales de la organización en los próximos seis meses, medido mediante likes, comentarios y compartidos.

Medible: Utilizar herramientas analíticas para hacer un seguimiento mensual del crecimiento de la interacción en las plataformas sociales.

Alcanzable: Implementar una estrategia de contenido atractivo y participativo, centrado en las necesidades de la audiencia, para estimular la participación.

Relevante: Aumentar la presencia en redes sociales es crucial para fortalecer la visibilidad y el compromiso de la comunidad en línea.

Temporal: Lograr el aumento del 20% en los próximos seis meses.

Objetivo: Fortalecer la Segmentación de Audiencias

Específico: Desarrollar mensajes específicos para donantes, voluntarios, beneficiarios y socios estratégicos, adaptados a sus necesidades e intereses particulares.

Medible: Evaluar la efectividad mediante encuestas de satisfacción y análisis de la respuesta a los mensajes segmentados.

Alcanzable: Implementar un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para personalizar la comunicación de manera eficiente.

Relevante: La segmentación permitirá una conexión más profunda y significativa con cada grupo de interés.

Temporal: Implementar la nueva estrategia de mensajes segmentados en los próximos tres meses.

La estrategia propuesta para la Fundación Unidos Hacia el Cambio se centra en dos pilares fundamentales: mejorar la presencia en redes sociales y fortalecer la segmentación de audiencias. Estos elementos están diseñados para potenciar la visibilidad, participación y apoyo a la organización, optimizando la relación con donantes, voluntarios, beneficiarios y socios estratégicos. A continuación, se desglosan los fundamentos conceptuales y contextuales de esta estrategia.

La Mejora y la presencia en Redes Sociales mediante un contenido comunitario, dinámico y de valor es crucial en la era digital. La creación de contenido comunitario establece una conexión más profunda con la audiencia. Publicaciones dinámicas y de valor no solo informan, sino que también generan interacciones significativas. Este enfoque busca construir una comunidad en línea comprometida y activa, así como afirma Villalobos, O. (2012): “La ciudadanía en la era de las redes sociales se expresa en la búsqueda de inclusión y en la posibilidad de ejercer derechos “. (pág. 7) teniendo en cuenta el poder y visibilidad que le puede dar tanto a la fundación como a sus beneficiarios.

El alcance en redes sociales no solo se trata de la cantidad de seguidores, sino de la calidad de la interacción. Estrategias como el uso de hashtags relevantes, colaboraciones con influencers y la promoción cruzada pueden expandir significativamente la visibilidad de la Fundación.

Se debe optar por implementar herramientas de monitoreo para evaluar la efectividad de las estrategias en tiempo real, la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios en la dinámica de las redes sociales garantiza una presencia constante y relevante.

Teniendo en cuenta la función de la organización social se debe velar por mantener buenas conexiones con los simpatizantes y asociados pues este es el grupo de interés lo cual es clave ya que en el futuro se pueden articular en diversos eventos o actividades comunitarias llegando a tener un mayor expansión, es por esto que el fortalecimiento de estos lazos generaran una comunicación asertiva, efectiva y una conexión emocional más fuerte, esto se lograría desarrollando mensajes específicos para cada segmento. Las colaboraciones estratégicas con otras organizaciones o empresas que compartan objetivos similares pueden fortalecer la posición

de la fundación. La segmentación precisa ayudará a identificar oportunidades de colaboración que beneficien a cada grupo de interés.

Comprendiendo el contexto digital, la presencia en línea es esencial. La estrategia se ajusta a la realidad actual, donde la mayoría de la audiencia potencial está activa en plataformas digitales y consume información a través de redes sociales. La audiencia actual espera una participación más activa y personalizada. La estrategia reconoce este cambio y se adapta a la necesidad de construir relaciones significativas en lugar de simplemente difundir información.

La efectividad de la estrategia se medirá no solo por métricas de redes sociales, sino también por el impacto real en la comunidad y el logro de los objetivos de la fundación. Establecer indicadores claros permitirá una evaluación precisa de los resultados.

En conclusión, la estrategia propuesta para la Fundación Unidos Hacia el Cambio se fundamenta en la adaptación a las dinámicas digitales, la personalización de la comunicación y la medición constante del impacto. Al integrar estos elementos, la organización estará mejor posicionada para alcanzar sus metas, fortalecer sus relaciones y generar un cambio significativo en la comunidad a la que sirve.

Conclusiones

El desarrollo de una comunidad está relacionando en gran parte al fortalecimiento participativo que tiene en sus diferentes redes de comunicación y la comunidad. Con esta visita de campo en la Organización social unidos hacia el cambio, puedo confirmar que las redes sociales de comunicación son de gran importancia para el desarrollo social de una comunidad, gracias a los espacios que se crean para interactuar, compartir conocimientos, ideas, y así mejorar sus habilidades de dialogo, comunicación y relacionamiento.

De esta visita la conclusión y a su vez tarea más importante es la necesidad urgente de fortalecer los procesos de comunicación de la fundación de adentro hacía fuera con la comunidad en espacios presenciales, pero sobre todo digitales, para ampliar así el alcance y visibilidad de la labor que la fundación realiza y que sin duda puede aportar con creces a la construcción del municipio.

Esta fundación es una organización con visión, con mucho potencial de crecimiento que necesita usar herramientas de comunicación disponibles de manera asertiva para masificar su labor, para que esa visibilidad se convierta en más alianzas, más colaboradores y más ideas para hacer de la fundación sea un proyecto que siga impactando no solo el municipio si no pensar a nivel nacional.

Esta organización social posee un gran potencial dentro de la comunidad y cuenta con una audiencia comprometida. Sin embargo, es crucial implementar una estrategia de comunicación coherente y robusta para potenciar su presencia en las redes sociales y consolidar su reconocimiento en el mercado local.

Es esencial que la fundación genere contenido valioso y atractivo para su audiencia. Esto se puede lograr mediante la creación de programas y la producción de material audiovisual de alta calidad. Asimismo, se sugiere reforzar la estrategia de mercadeo para atraer anunciantes y generar ingresos adicionales, permitiendo un crecimiento sostenible y una expansión efectiva en la comunidad. Para mejorar el posicionamiento en línea, la fundación debería incorporar herramientas tecnológicas y optimizar su presencia en la web. Esto no solo impulsaría su visibilidad en los motores de búsqueda, sino que también contribuiría a fortalecer su impacto en línea.

Referencias Bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). *Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies*.
En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko
 Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Aparici, R., Covi, D., Ferrés, J., Gabelas, J., García Mantilla, A., Gutierrez, A., Huergo, J.,
 Kaplún, M., De Oliveira, I., Orozco, G., Osuna, S., Prieto, D., Quiroz, M., Scolari, C., &
 Valderrama, C. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0* (1.ª ed.) [Digital]. Editorial
 GEDISA. <https://zoboko.com/download-pdf/pj3lm30j/educomunicacion-mas-alla-del-20?hash=2e4a1158d49ddb3f29a38bb1a6f81929>
- Barrios, R. A. (2015). *La radio colombiana frente al reto digital*. hdl:20.500.12010/8977.
<http://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/8977>
- Beltrán, L. (1979). “*Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”. *Revista Comunicación y
 Sociedad*, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.
<http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Cueto Gómez, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a
 procesos de educación ambiental*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio Editorial.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción
 al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Editorial UOC. [https://elibro-
 net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1) (p,25)

- Gallego, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano*. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Martín, P. (1999). *El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad*. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 129-151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>
- Noguera Vivo, J. M. author. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicacion: 50 ideas para comprender el escenario online. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>
- Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. Reis. Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs. 137-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Servaes, J. (2007). *Comunicación participativa: ¿El nuevo paradigma?* Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=36712>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>

Apéndices

Apéndice A

Carta de intensión

Yumbo, septiembre 04 de 2023

Srs. Organización social Unidos Hacia el Cambio

Cordial saludo

Mi nombre es Valeria Vásquez Lozano identificado(a) con C.C. 1.118.307.514 del municipio de Yumbo, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social. Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

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

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

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

Mil gracias por su atención, Atte.

Valeria Vasquez Lozano

Cel:3156926912

E-mail: vale.vasquez02@hotmail.com

Apéndice B

Carta de aprobación



Unidos Hacia el Cambio

**Organización Social
Unidos Hacia el Cambio**

 Cra 6 #5-53-
Belalcázar, Yumbo

 3108768105

8 de septiembre, 2023

Señorita: Valeria Vásquez Lozano
Estudiante de comunicación social
Universidad Nacional Abierta y distancia UNAD

Apreciada estudiante:

Encontramos que de acuerdo a la carta de solicitud que Usted nos envió en días pasados, hemos leído y aprobado esta solicitud en el marco de su proceso universitario como trabajo de grado en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD-.

Para nosotros es un placer poder contribuir en este proceso de educación y esperamos de igual manera que pueda aportar al desarrollo de la comunidad de Yumbo y su organización con sentido social, por medio de este diplomado en Construcción de redes sociales.

Para constancia de ello se firma en Yumbo a los ocho (8) días del mes de Septiembre del años 2023.

Atentamente:

Romelia González S

Romelia González Serrano
Directora Organización Social

@Unidoshaciaelcambio

Apéndice C

Entrevista ficha descriptiva: <https://voca.ro/17tMDNPId9z1>

Apéndice D

Preguntas entrevista cualitativa

Preguntas Red Social

1. ¿Cómo ha evolucionado la red de colaboradores y voluntarios de la fundación desde su inicio hasta la fecha? ¿Qué desafíos han enfrentado en la expansión de esta red?
2. ¿Cuáles son los principales beneficios que han experimentado al establecer alianzas con otras organizaciones o individuos en su labor de ayuda a personas necesitadas?
3. ¿Cómo mantienen la motivación y el compromiso de los miembros de su red social a largo plazo? ¿Existen estrategias específicas que hayan demostrado ser efectivas?
4. ¿Como manejan las redes sociales de la fundación y en qué aspectos cree que puede mejorar?

Preguntas Comunicación Participativa

1. ¿Cómo involucran a las personas beneficiarias en la toma de decisiones y en la planificación de los programas y proyectos de la Fundación?
2. ¿Qué estrategias de comunicación utilizan para asegurarse de que las voces de las personas beneficiarias sean escuchadas y tenidas en cuenta?
3. ¿Cómo abordan los desafíos de la comunicación intercultural o intergeneracional al trabajar con una variedad de personas vulnerables en la comunidad?

Preguntas Comunidad

1. ¿Cuáles son algunos ejemplos de programas o iniciativas que han tenido un impacto significativo en la comunidad en términos de desarrollo y bienestar?
2. ¿Qué planes tienen para el futuro en términos de expansión de su presencia en la comunidad o la implementación de nuevos proyectos?

3. ¿Cómo mantienen la sostenibilidad de sus proyectos a largo plazo y qué medidas toman para asegurarse de que los beneficios perduren en la comunidad después de que los proyectos hayan concluido?

Apéndice E

Entrevista cualitativa: <https://on.soundcloud.com/V5ZVH>

Apéndice F

Evidencia fotográfica



Apéndice G

Devolución del proyecto. <https://www.youtube.com/watch?v=gc8BoKM10-o>