

**Creando Redes Sociales: Un Proyecto Participativo en
la Fundación Creinser**

Mario Alberto González Guzmán

Asesor

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

La comunicación participativa en una organización es fundamental para llevar a cabo mejoras internas y externas, donde el objetivo es difundir la misión y visión de la OSP. Por lo tanto, es indispensable crear estrategias que involucren a todos los miembros y permitan que cada uno contribuya al tema comunicacional, formando una red social participativa que afiance los lazos entre todos los que forman parte de la OSP. Es importante capacitar a toda la comunidad y dar a conocer los canales de comunicación disponibles para llevar a cabo los procesos comunicacionales necesarios. Esto permitirá lograr un posicionamiento interno sólido, fortaleciendo la red social y brindando espacios de conocimiento y ayuda interna. De esta manera, se evitarán malentendidos o rumores que puedan dañar la organización en temas relacionados con la comunicación. Además, la comunicación participativa también es esencial para establecer una relación de confianza y transparencia con las alianzas estratégicas de la OSP. La retroalimentación constante de los miembros es importante para mejorar los procesos comunicacionales. Es relevante que los miembros de la OSP estén capacitados y dispuestos a escuchar las opiniones y sugerencias de los demás y de esta manera se genera una comunicación participativa. Asimismo, la participación de la comunidad también permite establecer alianzas estratégicas con proveedores y otros actores sociales lo que puede generar beneficios para la organización en términos de innovación, calidad y eficiencia. En resumen, la comunicación participativa es un elemento clave para el éxito de la OSP, tanto en el ámbito interno como externo y debe ser una prioridad en la gestión de la organización.

Palabras claves: comunicación, participación, comunidad, organización, canales

Abstract

Participatory communication in an organization is essential to carry out internal and external improvements, where the objective is to disseminate the mission and vision of the OSP. Therefore, it is essential to create strategies that involve all members and allow each one to contribute to the communication issue, forming a participatory social network that strengthens the ties between all those who are part of the OSP. It is important to train the entire community and make known the communication channels available to carry out the necessary communication processes. This will allow us to achieve a solid internal positioning, strengthening the social network and providing spaces for knowledge and internal help. In this way, misunderstandings or rumors that could harm the organization in issues related to communication will be avoided. In addition, participatory communication is also essential to establish a relationship of trust and transparency with the OSP strategic alliances. Constant feedback from members is important to improve communication processes. It is relevant that OSP members are trained and willing to listen to the opinions and suggestions of others and in this way participatory communication is generated. Likewise, community participation also allows establishing strategic alliances with suppliers and other social actors, which can generate benefits for the organization in terms of innovation, quality and efficiency. In summary, participatory communication is a key element for the success of the OSP, both internally and externally, and must be a priority in the management of the organization.

Keywords: communication, participation, community, organization, channels

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aportes en el foro.....	14
Retroalimentación al aporte de un compañero.....	16
Preguntas Entrevista Cualitativa	17
Fotografías encuentro	18
Informe sociopráxico	19
Informe de investigación.....	43
Temas que tejen las relaciones, desde la armonía o el conflicto	43
Características de las relaciones como sociedad y comunidad.....	43
Formas, hechos o situaciones donde se evidencia la comunicación horizontal y participativa	44
Formas comunicacionales que posibilitan el consenso y la armonía social	44
Formas comunicacionales que generan conflicto	44
Recomendaciones para fortalecer la comunicación.....	44
Recomendaciones para fortalecer la red	45
Estrategia de Comunicacional	46
Conclusiones.....	52
Referentes bibliográficos	54

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha descriptiva Fundación Creinser</i>	10
Tabla 2 <i>Diario de campo</i>	23
Tabla 3 <i>Matriz comparativa</i>	26

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Consolidado Fotografías encuentro</i>	18
Figura 2 <i>Sociograma</i>	25

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta solicitud</i>	56
Apéndice B <i>Carta aprobación</i>	57
Apéndice C <i>Entrevista inicial</i>	58
Apéndice D <i>Entrevista cualitativa</i>	59
Apéndice E <i>Devolución – validación de la estrategia</i>	60

Introducción

Actualmente contamos con la oportunidad de generar espacios comunicacionales que nos permiten de alguna u otra manera dar a conocer situaciones o características importantes de una organización, institución o empresa.

Además, contamos con las herramientas suficientes para brindar espacios de comunicación donde se permita la interacción entre la comunidad, esto se conoce como un modelo participativo, en el cual se llevan a cabo por medio de un emisor a un receptor pasando por otro importante elemento que componen la cadena de comunicación.

Por consiguiente, es importante destacar que, a través de las diferentes herramientas y haciendo un buen uso de la tecnología, se obtiene información de primera mano y casi que de inmediato. Las nuevas tecnologías brindan espacios donde lo digital es lo protagonista y se puede sacar provecho a diferentes plataformas que de alguna u otra forma cambian nuestra manera de consumir contenido y comunicarnos.

Es por esta razón, que los modelos comunicacionales en una organización deben ser muy relevantes a la hora de destacar valores y principios fundamentales de la compañía. Allí, es donde radica toda la parte de enfocar y segmentar el público objetivo, el cual será el consumidor final de las comunicaciones e informaciones que se quieran transmitir a través de los canales de comunicación con los que dispones la organización, en este caso específico, las redes sociales.

Por esta razón, un buen manejo de las redes sociales permite, no solo llevar a cabo publicaciones e integración con la comunidad online, sino lograr proceso de comunicación participativa donde la comunidad tenga la posibilidad de hacer parte de la organización o empresa.

Además, es importante resaltar que las redes sociales nos permiten llegar a un público objetivo para dar a conocer los valores y principios de la organización, asimismo, nos ayudan a alcanzarlos objetivos, la misión y visión de esta.

Actualmente contamos con la oportunidad de generar espacios informativos que nos permiten tener información de primera mano y casi que de inmediato, las nuevas tecnologías brindan espacios donde lo digital es parte protagónico y se puede sacar provecho a diferentes plataformas que de alguna u otra forma cambian nuestra manera de comunicación siendo esta una opción de participación ciudadana.

La investigación comunicacional y, el acercamiento directo con la organización, permiten llevar a cabo procesos exploratorios, los cuales son esenciales para lograr presentar diferentes estrategias comunicacionales que contengan procedimientos internos para llegar a cumplir los objetivos propuestos por la organización.

Tabla 1*Ficha descriptiva Fundación Creinser*

Aspecto	Descripción
Tipo de Práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objetivo social.	La OSP atiende a población con todo tipo de discapacidad en todas las áreas en los municipios de impacta en la Sabana Centro
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Atender integralmente a la población con todo tipo de discapacidad prestándole un servicio en las áreas de la salud, la educación y de formación laboral
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	A nivel operativo se reúnen todos los días para organizar temas del día a día ya que el Trabajo es constante. A nivel directivo, se reúnen cada tres meses o cada vez que se requiera de manera extraordinaria
Características de Participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Contamos con un organigrama, en el cual se da a conocer la parte administrativa, el representante legal (abogado). Además, tenemos miembros del área de la salud y la educación, revisor fiscal, Contador público, tesorero, 35 profesionales, fonoaudiólogos, psicólogos, trabajadores sociales, ingeniero Ambiental, ingeniero de sistemas, directores logísticos, ingeniera industrial e ingeniero multimedia.

Tamaño de organización de la OSP (Número de integrantes, cobertura territorial).	Actualmente hay más de 40 personas aparte de los beneficiaries de la fundación que llegan a ser más de 500 personas con discapacidad
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	La estructura organizacional está compuesta por la parte administrativa en la cual están los miembros fundadores quienes son la junta directiva, secretaria, equipo financiero, personal operativo y servicios generales y aliados estratégicos
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	Más de 200 familias con un vínculo social directamente con la OSP, la cual presta el servicio con personal profesional y capacitado en las diferentes áreas. Dividiendo esto en la línea de los profesionales y la línea de los beneficiaries.
Formas de Participación al interior y hacia el exterior de la PSO.	Se cuentan con varios programas: la línea social, la línea de inclusión laboral y con los aliados estratégicos empresariales, una línea Ambiental, un Vivero como parte inclusive y la línea artesanal con un alto impacto social siendo reconocidos por trabajar en la disminución de las barreras sociales para conseguir una inclusión de la población con discapacidad, incluyendo características de dignidad y equidad integridad dentro de los procesos

Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	Se tienen correos electrónicos institucionales, mensajes vía WhatsApp y la comunicación directa entre los integrantes de la Fundación incluyendo las herramientas de apoyo virtual
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	A nivel externo tenemos una página web, WhatsApp institucional, redes sociales Facebook e Instagram, entre otras
Planes, Cronogramas, Metas. Proyectos en desarrollo.	Actualmente trabajamos con el municipio de Cajicá, pero contamos con demasiados proyectos que nos han permitido trabajar con municipios de Sabana Centro. A future es proyectar los negocios inclusivos con aliados estratégicos que atiende la oportunidad de generar algún ingreso para nuestra población con vínculos laborales. Además, tenemos aliados estratégicos internacionales que nos apoyan en lo referente a la economía circular. Por último, queremos abrir sedes en varias ciudades del país.
Logros de proyectos exitosos.	Muchos, pero para destacar algunos: a nivel departamental hemos sido reconocidos como una experiencia exitosa, asimismo, a nivel internacional con un programa de alto impacto social para la población con discapacidad. Recibimos por parte de la CAR por el Trabajo Ambiental que llevamos a cabo en la Fundación, entre otros a nivel municipal en diferentes áreas.

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.

El factor económico es supremamente importante para lograr nuestro objetivo social ya que la inversión es grande para lograr los recursos necesarios. Nos hace falta un profesional que gestione proyectos logrando un buen manejo de la imagen corporative, lo cual permitiría proyectarnos hacia el exterior y de esta manera obtener recursos desde otros países

Otros aspectos para comentar.

Ninguno

Nota. Se basa en la información obtenida de manera presencial con la Fundación.

Aportes en el Foro

“La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación”, tomado del artículo Adios a Aristoteles: La Comunicación "horizontal

Gracias a los modelos de comunicación que se han presentado a lo largo de los años, hemos logrado identificar problemáticas y situaciones comunicación que se realizan a través de ejercicios lineales, interactivos y transaccionales. A continuación, nombraremos algunos modelos que cambiaron la manera de comunicarnos.

Como primera contextualización tradicional, está Aristóteles, quien inicialmente definió que la comunicación se compone por tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, lo cual percibió como "la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión".

Por otro lado, Laswell, siguiendo la contextualización de Aristóteles, añadió a los elementos ya propuestos, el cómo y para que, es decir que concatenando todos los elementos quedaría de la siguiente manera

Quien

Dice que

En cual canal

A quien

Con qué efecto

De esta manera, la teoría clásica “Estimulo-Respuesta” tomó varias variables que permitieron dar más fuera a su contextualización, variables como la Fuente y el Receptor. Desde

ese momento, la noción de transferencia comenzó a tener un impacto positivo en las demás contextualizaciones propuestas por otros críticos de la comunicación.

En cuanto al enfoque de Comunicación Participativa, es importante iniciar nombrando la Comunicación Vertical, un modelo en el cual la antidemocracia es la protagonista ya que en este se destaca lo dominante, impositivo, monólogo y la manipulación, es decir una comunicación cero democrática.

Por esta razón, se inició una solución para salir de la comunicación vertical a una comunicación horizontal, donde se permitiera brindar espacios para la participación de las masas y lograr un Comunicación Participativa y lógicamente democrática.

Retroalimentación al Aporte de un Compañero

Lizeth

Cordial saludo

Hoy en día la comunicación permite llevar procesos de participación, en los cuales las personas pueden intervenir en la toma de decisiones o simplemente en lo que se quiere comunicar por parte del emisor, esto ha logrado una democracia donde los individuos pueden e interactuar entre sí para buscar cambios sociales en las comunidades y la sociedad, esto es importante respaldarlo con una frase de Díaz Bordenave "A pesar de lo que sea que Marshall McLuhan pueda argumentar, el contenido de los medios de comunicación social es significativo para el desarrollo de las personas y por consiguiente para el desarrollo nacional".

Por esta razón es importante destacar una parte de tu análisis donde mencionas que todo método o enfoque comunicacional debe tener como fin cambios sociales y humanos, los cuales permiten la interrelación y transmisión de mensajes con sentido social.

Por su parte, hay que saber diferenciar lo que es información de comunicación ya que son dos maneras de comunicar diferentes y para esto podemos apoyarnos con la teoría de un analista argentino quien dice lo siguiente: "La comunicación no es un acto sino un proceso por el cual una individualidad entra en cooperación mental con otra hasta que ambas llegan a constituir una conciencia común ... La información es, por el contrario, sólo una transcripción unilateral del empuje de un Emisor a un Receptor ... La irradiación de mensajes sin retorno de diálogo, proveniente de informantes centralizados, no puede identificarse con la co-actividad intersubjetiva que es la comunicación." (Nosedá/43).

Preguntas Entrevista Cualitativa

Con respecto a las redes sociales con las que cuenta la Fundación ¿Con qué frecuencia realizan publicaciones y que tipo de publicaciones?

¿Cómo han aportado las redes sociales a los objetivos de la Fundación?

¿Cómo manejan las redes desde el área de comunicaciones?

¿Han realizado pautas publicitarias en las redes para promocionar los servicios de la Fundación?

Las redes sociales nos permiten llevar a cabo procesos de comunicación participativa, los cuales son fundamentales para lograr articular procesos sociales ¿Qué actividades han llevado a cabo para lograr esta participación?

Hay personas y organizaciones públicas o privadas que son sensibles al contenido publicado en las redes y más cuando se trata de personas con discapacidad, ¿Cuentan con alguna política o protocolo para realizar las publicaciones?

Hoy en día las redes sociales son una herramienta tecnológica que permite llegar a miles de personas interesadas en algún tema en especial o simplemente quieren estar enteradas de lo que sucede alrededor ¿De qué manera las redes han logrado impactar a la comunidad cercana a la Fundación?

Hay herramientas que permiten medir la efectividad y los alcances de las redes ¿En la Fundación cómo realizan esta medición de las publicaciones? ¿Cuál ha sido el resultado?

En la actualidad existen personas profesionales y capacitadas en el manejo de redes sociales, las cuales darían un enfoque determinado y un manejo de estrategias comunicacionales, ¿Cuáles serían las expectativas al contar con una persona idónea en el manejo de las redes?

Figura 1

Consolidado Fotografías encuentro



Nota. Fotografías tomadas de manera propia.

Informe Sociopráxico

Luego de haber contactado vía telefónica a la señora Lucy Castillo, directora general de la Fundación Creinser, organización sin ánimo de lucro ubicada en el municipio de Cajicá, Cundinamarca y quien amablemente me concedió unos minutos para presentarme en nombre propio y como estudiante de Comunicación Social de la Universidad Abierta y a Distancia – UNAD y, de esta manera presentar el Diplomado de Grado, el cual consiste en la construcción de redes para la comunicación, logré entender el objetivo de la OSP y, de esta manera, iniciar un proceso de recolección de datos para brindar el siguiente informe sociopráxico.

Después de charlas y entrevistas, tanto virtuales como presenciales (trabajo de campo), se evidencia que la OSP cuenta con dos redes sociales: Facebook e Instagram, la cuales cuentan con más de 500 seguidores que permiten una comunicación participativa, asimismo, tienen una página web donde publican información pertinente y de interés para la comunidad de Cajicá y Sabana Centro.

Por esta razón, se llevó a cabo una visita a las instalaciones de la Fundación Creinser para evidenciar, de manera personal, las diferentes actividades y conocer de cerca los objetivos planteados por esta en temas relacionados con la misión y la visión.

El pasado 29 de septiembre siendo las 13 horas, la Directora nos atendió una entrevista donde logramos observar los procesos comunicacionales y de participación que tiene la OSP, los cuales tienen muy bien diseñados, definidos y enfocados a su público objetivo.

Además, se evidencia como resaltan el uso de las redes como medio de comunicación e información para lograr una comunicación participativa, sin embargo, se observa la falta de una persona capacitada en medios digitales y de comunicación, más específicamente, un Community Manager que diseñe estrategias de comunicación para construir, ampliar y administrar la

comunidad online por medio de las herramientas analíticas que les permitan medir cómo los usuarios entienden y perciben a la Fundación, esto para llegar al objetivo de comunicación de la empresa.

Cabe destacar que, en la entrevista con la Directora, resaltó como la Fundación respeta los derechos de las personas con discapacidad ya que en sus redes no muestran ningún tipo de interés a través de mensajes alusivos a la discapacidad, es decir, no desean mostrar tristeza hacia ellos, todo lo contrario, en sus publicaciones se ven noticias y eventos positivos en los cuales las personas tienen algún tipo de reconocimiento, ya sea en el ámbito académico como laboral.

También se observó el área de docentes quienes son los encargados de brindar espacios de formación académica, la cual no es nada sencilla, son docentes profesionales y muy bien preparados para sumir estos retos de la Fundación, asimismo, cuentan con aulas adaptadas para generar un ambiente ideal para la formación en valores.

Las personas con discapacidad cuentan con útiles y material didáctico que les permite interactuar entre ellos y, de esta manera, trabajan a diario en el valor de la amistad que, sin duda alguna, se refleja en sus rostros de felicidad.

En la parte social, la Fundación cuenta con alianzas y convenios que les permite llevar a cabo procesos de inclusión laboral en tecnología, administración, logística, entre otros.

Actualmente, la OSP tiene un vivero a disposición de sus integrantes que les permite aprender y mostrar todas sus habilidades.

El aprendizaje con el trabajo de campo es demasiado, se puede ver como las personas con discapacidad cuentan con unos valores éticos y morales que nos enseñan a apreciar la vida. Al tener contacto directo con ellos, se puede llegar a pensar como en muchas ocasiones somos

inconscientes de lo maravillosa que es la vida y que vivimos maltratando de manera irresponsable.

Por otra parte, la Fundación tiene una gran oportunidad ya que tiene una Emisora Radial en el municipio, llamada “Cajicá Radio Internacional” con la frecuencia 94.4 FM, la cual les permite llegar a toda la comunidad cajiqueña y de Sabana Centro, por ello, es que llevan a cabo procesos sociales con la comunidad. Además, les funciona como un canal de comunicación masivo que les permite anunciar sus objetivos, misión y visión para que la sociedad esté al tanto de todas sus acciones.

Por consiguiente, es importante resaltar que la emisora se articula de manera permanente con las redes sociales para realizar procesos comunicativos en pro de la atención y los beneficios de las personas con discapacidad.

Recolectando esta información para este informe sociopráxico, se evidenciaron diferentes acciones que la OSP realiza pensando en la comunidad y/o población con discapacidad. Esto se evidencia en las personas más cercanas a esta comunidad, como son los familiares y cuidadores quienes dan testimonios del arduo trabajo que realiza la Fundación con sus seres queridos quienes necesitan de apoyo y de respeto ante una sociedad que los maltrata y en muchas ocasiones los ignoran con actos de desprecio y exclusión.

Finalmente, en la práctica del trabajo de campo, no se puede dejar de nombrar a las personas que hacen un trabajo silencioso y que tiene una responsabilidad enorme en el proyecto de la Fundación, estas personas son los psicólogos, fonoaudiólogos, enfermeros, asistentes de cocina, personal de servicios internos y generales, administrativos, contadores, personal de tecnología y directivos, sin ellos la Fundación Creinser no tendría la oportunidad de ayudar y ser

solidarios con las más de 400 personas con discapacidad que a diario necesitan de personas entregadas y comprometidas con las situaciones sociales que demanda esta labor.

“Contar con un equipo tan unido y comprometido, ha sido una alegría enorme ya que esto nos ha permitido alcanzar innumerables reconocimientos como Fundación, tanto a nivel nacional como en el exterior; estamos en procesos de llegar a países donde la falta de “Empatía” es escasa, que nos lleva a ayudar y comprender los sentimientos de los demás, permitiéndonos tener una perspectiva cercana con las personas que necesitan de nuestra ayuda y solidaridad. Es por esto por lo que como Directora deseo mostrar el proyecto de trabajar para las personas con discapacidad, derribando la brecha de la desigualdad y contando con procesos de inclusión que muestren las grandes virtudes de esta población”, expresó Lucy Castillo directora de la OSP.

Tabla 2*Diario de campo*

OSP:	Actividad: Visita	Fecha:
Fundación Creinser	presencial a la Fundación	septiembre 29 de 2023
Hora Inicio: 1:20 p.m.	Hora Finalización: 1:50 p.m.	Lugar: Cajicá
Participantes: Directora de la Fundación Lucy Castillo	Investigador: Mario González Guzmán	DCRSC
Descripción: (de lo observado)	Interpretación: (de lo observado)	Desahogo: (qué siente el investigador frente a lo observado)
En la visita a la Fundación se observa que tienen todo muy bien organizado por edades, es decir las personas con discapacidad menores de edad, están en salones aparte de los mayores de edad. Además, algo muy interesante es que en su objetivo principal no está el mostrar lastima por las personas, al contrario, buscan resaltar la identidad de cada persona tal y como es, sin	A través de lo observado, logramos interpretar como es la vida de las personas con discapacidad, asimismo, cuáles son sus necesidades y lo que la Fundación busca día a día para brindar oportunidades de inclusión a estas personas. Es importante resaltar la importancia que se le da a cada persona como única e irrepetible.	Siento una satisfacción enorme al visitar y conocer una Fundación donde velan por la integridad de las personas con discapacidad. Es para mí un orgullo poder estar presente en momentos donde se evidencian procesos inclusivos ya que esto brinda muchas oportunidades y se

pensar en recibir lastima por las personas que los visitan. Por otro lado, es importante resaltar como la Fundación a cargo de la Directora ha logrado procesos de inclusión que han permitido brindar espacios laborales y académicos a los integrantes de la esta.

De esta manera, se logra interpretar como la Fundación logra espacios de reconocimiento personal, llevando a cabo procesos integrales de formación.

logra tener en cuenta una sociedad que de alguna u otra manera ha sido marginada por una sociedad poco inclusiva.

También se observó el acompañamiento, dedicación, paciencia y amor, por parte de los cuidadores y la manera de enseñar, la cual se destaca en todas las actividades que realizan, actividades que suelen publicar en redes a manera de visualización y no de lastima como lo recalcan a diario.

Nota. Elaboración propia.

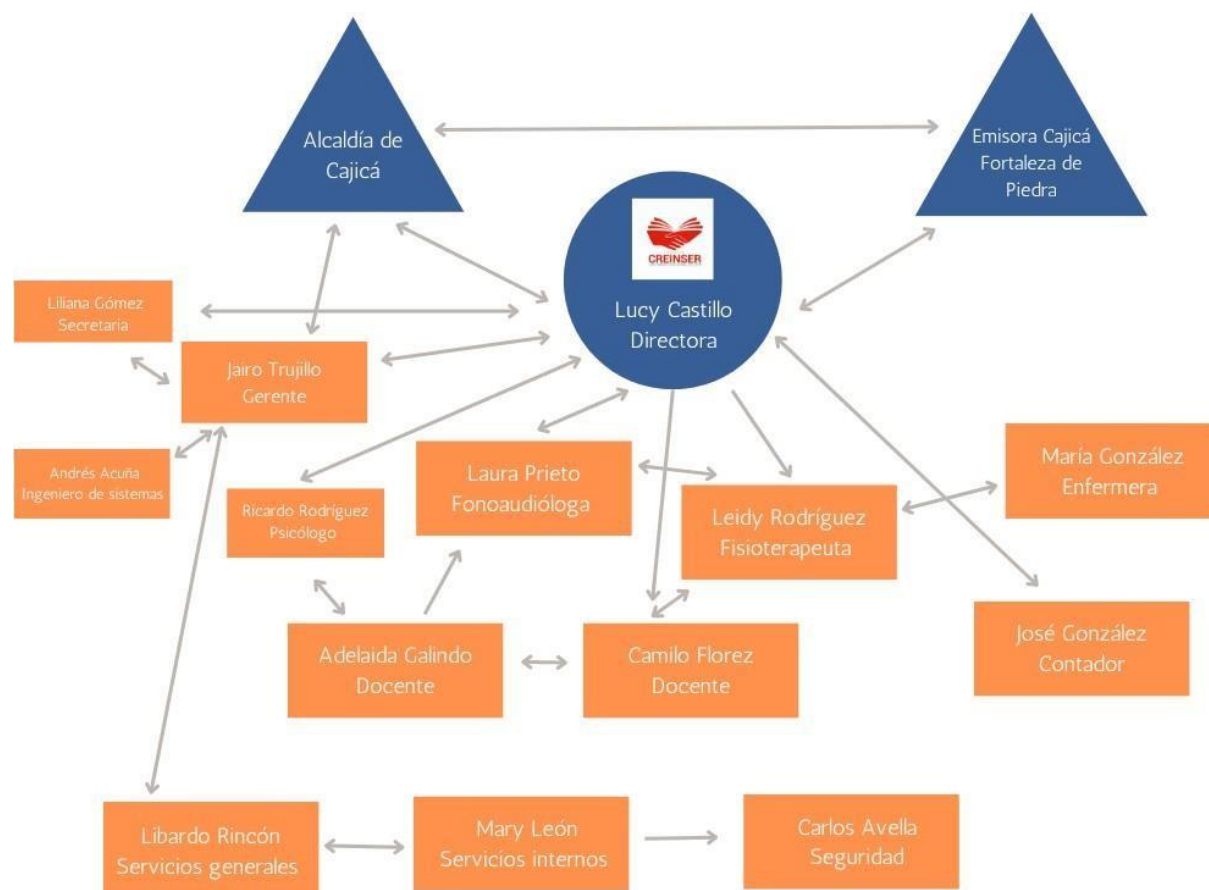
Figura 2*Sociograma**Fuente.* Elaboración propia.

Tabla 3

Matriz comparativa

OSP	OSP Fundación Creinser	OSP 1 Fundación Fe	OSP 2 Fundación Saldarriaga Concha	OSP 3 Ideal Fundación
Fines u objetivo	La Fundación CREINSER tiene como objetivo brindar servicios de inclusión laboral, reciclaje tecnológico y certificados académicos para personas con discapacidad en todo el país.	Misión Con fe transformamos corazones por la felicidad de las personas con discapacidad cognitivas y sus familias	La Fundación Saldarriaga Concha es una entidad sin ánimo de lucro. Fue fundada en Colombia en 1973 con la misión de “Transformar a Colombia en una sociedad inclusiva con énfasis en las personas mayores y personas con discapacidad».	Somos una organización sin ánimo de lucro creada hace 59 años, trabajando con dedicación por la formación, capacitación e inclusión social y laboral de personas en condición de
Misión- Visión	A través de su programa de inclusión laboral, la fundación busca ayudar a las personas con discapacidad a encontrar empleo y a integrarse en la sociedad de	Visión Líderes en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas con discapacidad cognitiva y sus familias.	En 2023 llegamos a 50	

manera activa y productiva.

Además, su programa de reciclaje tecnológico permite que las personas con discapacidad tengan acceso a tecnologías modernas y actualizadas, lo que les permite tener una mejor calidad de vida. Finalmente, a través de nuestros programas de certificación académica, la fundación ayuda a las personas con discapacidad a obtener los conocimientos y habilidades necesarias para alcanzar sus objetivos

años de existencia con la satisfacción de haber realizado importantes acciones para cumplir esa misión y continuar el legado de los fundadores. Hoy, incidimos en políticas públicas para posicionar la inclusión en la agenda nacional, aportamos a la evolución de conceptos, lineamientos y acciones a través del conocimiento aplicado propio y de otros, fortalecemos las capacidades de individuos discapacidad. Ayudamos a nuestros beneficiarios a adquirir las habilidades y competencias necesarias para incorporarse a la vida social y laboral.

educativos y profesionales. La Fundación CREINSER es una organización sin fines de lucro que se dedica a mejorar la vida de las personas con discapacidad y a promover la inclusión y la igualdad en la sociedad.

y comunidades, y exploramos y traemos al país tendencias globales del sector social.

Localización

El Tejar, Cajicá	Cra.59B # 129-45 Bogotá	Calle 72 No. 7-64 Oficina	Carrera 57B #
Cajicá, Cundinamarca	D.C.	202 Bogotá D.C.	67A-69Bogotá,
Colombia			Colombia

Miembros

Lucy Castillo, Directora	Director general	Director	Director
General, Jairo Trujillo, Gerente	Gerente	Gerente General	general
Fonoaudiólogos	Enfermeros	Enfermeras	Presidente
Fisioterapeutas	Médicos	Médicos	Gerente
			Enfermeros

Psicólogos	Psicólogos	Fonoaudiólogos	Psicólogos
Enfermera	Terapeutas	Psicólogos	Fonoaudiólogo
Docentes	Personal administrativo	Terapeutas	os Terapeutas
Secretaria	Personal de aseo y	Personal administrativo	Administrativ
Ingeniero de sistemas	mantenimiento	Personal de aseo	osPersonal de
Contador	Personal de seguridad	Personal de cafetería	aseoSeguridad
Personal servicios generales		Personal de seguridad	
Personal servicios internos		Personal de transporte	
Seguridad			

Proyectos	Inclusión laboral	Proyecto Madres	El efecto cacao tiene	Adaptación Laboral
desarrolla dos	Ayudamos a las personas y a las empresas a crear un vínculo laboral, profesional y personal, esto lo logramos vinculando a las personas, a empresas y el seguimiento de estos. Además, brindar asesoría y acompañamiento a las empresas para la adaptación del puesto laboral.	gestantes y lactantes A través de capacitaciones y/o asesorías individuales, ofrecemos una mirada diferente en torno a la discapacidad: Madres Gestando un Corazón: Damos a conocer a madres gestantes, las situaciones que al presentarse pueden determinar la aparición de una discapacidad (factores de riesgo) y qué hacer en	página web Con el propósito de dejar un legado útil para los aliados, las comunidades y el sector cacaocultor, El Efecto Cacao desarrolló su propio sitio web Además, se diseñó un apartado especial para que las y los emprendedores de todas las regiones puedan hacer contacto con potenciales nuevos clientes, facilitando su apertura a	El Programa de Adaptación Integral de la Fundación Ideal permite a los beneficiarios adquirir las habilidades y competencias necesarias para incorporarse a la vida social y laboral, a través de la inmersión en un ambiente real de trabajo y convertirse en ciudadanos y trabajadores activos. Para esto, nuestros beneficiarios son capacitados y formados en

residuos de aparatos eléctricos y electrónicos obsoletos, contamos con licencia ambiental, cumplimos con la normatividad vigente en cuanto a las fases de recolección, clasificación, recuperación y disposición final.	caso de que esta situación sea una realidad.	nuevos mercados. Así mismo, se abrió un espacio para que los cacao cultores puedan consultar las cartillas de Soy Cacaocultor y el Manejo Integrado de Plagas y Enfermedades, teniendo a la mano todas las herramientas para desarrollar exitosamente sus cultivos.	diversas actividades de tipo productivo y en el desarrollo y adquisición de valores, habilidades y conceptos, que les permiten desenvolverse en diferentes situaciones, enfrentar problemas sociales, manejar sus emociones y elegir la mejor forma de actuar frente a diferentes situaciones de la vida social y laboral
Bachillerato certificado Certificados académicos para personas con discapacidad en Colombia. Su objetivo es brindar a los alumnos con discapacidad una formación matemática y académica	Madres Transformando un Corazón: Acompañamos a familias con hijos con discapacidad cognitiva, promoviendo la expresión de emociones de forma adecuada, intervención en crisis y psicoeducación en duelo (afrentamiento de la madre). Acompañamiento a Profesionales de la Salud:	El Efecto Cacao es una alianza para el desarrollo global (GDA) entre USAID	Inclusión laboral Desde el ámbito

<p>adecuada a sus necesidades.</p>	<p>Apoyamos a los profesionales de la salud desde lo emocional cuando se da a conocer el diagnóstico de discapacidad cognitiva a las madres y familia, bajo componentes de sensibilización y humanización.</p> <p>Programa de niñez</p> <p>Fomentamos el desarrollo de niños con discapacidad cognitiva entre los 0 y los</p>	<p>Colombia, Fundación Luker, Luker Chocolate, Enel Colombia, Fundación Saldarriaga Concha, Universidad EAFIT e IDH (la Iniciativa de Comercio Sostenible) que busca fortalecer la cadena productiva del cacao y contribuir a mejorar las condiciones de vida de los productores y sus comunidades, brindando oportunidades en 4 subregiones de Colombia: Urabá, Bajo Cauca, Huila y</p>	<p>empresarial, cada día se consolida con más fuerza la inclusión de personas en condición de discapacidad. Por esta razón, la Fundación prepara a la empresa interesada en acoger a un beneficiario, teniendo en cuenta los procesos que son factores de éxito para realizar una inclusión eficaz.</p> <p>Identificamos el perfil Ideal de nuestros beneficiarios, sus necesidades, expectativas y deseos para</p>
------------------------------------	---	--	---

12 años, a través de apoyos terapéuticos (psicología, fonoaudiología, fisioterapia y terapia ocupacional) con una experiencia de más de cinco décadas, lo cual nos convierte en líderes en el desarrollo infantil.

Primera Infancia (0-5 años): Brindamos atención especializada a los más chiquitines, fomentando la participación de los padres dentro de las terapias para que refuercen en casa lo

Tumaco.

su proceso de inclusión. Trabajamos con personas interesadas en alcanzar su superación personal, dispuestas a romper los límites culturales, laborales, familiares y económicos, para lograr su autorrealización.

aprendido y se encuentren con otros padres que están pasando emocionalmente por la misma situación.

Infancia Intermedia (6-12 años): Fomentamos la independencia, la autonomía, la resolución de conflictos y las secuencias instruccionales de los más grandecitos, que le ayudarán a vincularse con mayor facilidad en la sociedad.

Jóvenes y adultos

Trabajamos con los jóvenes desde los 13 años en adelante, preparándolos a través de apoyos psicopedagógicos (educación especial, psicología, fonoaudiología y/o terapia ocupacional), para hacerlos adultos funcionales y partícipes de actividades cotidianas como cualquier joven, hasta donde su capacidad lo permita.

Habilidades Ocupacionales

Adquisición de destrezas que le permitan a los jóvenes lograr una inclusión laboral y social, para que puedan desarrollarsu proyecto de vida.

Habilidades Adaptativas

Adquisición y refuerzo de habilidades básicas con aquellos jóvenes a quienes se les dificulta la realización de actividadesde la vida diaria.

Aliados

Alcaldía de Cajicá

Emisora Cajicá Radio

Internacional

Cafam

Bienestar Familiar

Compensar

Emermédica

Fundación John

Gelsa

HUS

Corporación universitaria

Iberoamericana

Icontec

Jansen

Koller

Konrad Lorenz

Kreston

Fundación Probono

SLC

Secretaria de Educación del Pelikan

Meta

Declick México

BBVA

Johnson & Johnson

Universidad del Rosario

Antigüedad

<p>20 años de experiencia en servicio de inclusión laboral, académica y social de personas con discapacidad</p>	<p>55 años promoviendo la inclusión social de la población en condición de discapacidad cognitiva y sus familias.</p>	<p>50 años para que la inclusión y la equidad en la educación sean una característica del sistema a nivel nacional y no solo un valor agregado dirigido a unas poblaciones específicas</p>	<p>59 años trabajando con dedicación por la formación, capacitación e inclusión social y laboral de personas en condición de discapacidad.</p>
---	---	--	--

Descripción de sus	Facebook	Twitter	Facebook	YouTube
Redes sociales	Esta red social la utilizan para publicar sus retos, metas y proyectos de una manera provechosa ya que su objetivo es dar a conocer las aptitudes de las personas con discapacidad	Una red social que les permite tener comentarios en sus diferentes publicaciones logrando interacción entre sus publicaciones	A raíz de todos los logros durante más de 50 años, esta red social ha sido de gran ayuda para mostrar ala sociedad actual como se	En esta red promocionan la Fundación a través de los videos de proyectos y testimonios
	Instagram	Facebook	ha venido trabajando en	Twitter
	A través de esta red social, la Fundación da a conocer por medio de imágenes, todas las actividades en las que se destacan todos sus integrantes, ya sea en ámbito laboral como en el académico y social	Por medio de publicaciones orgánicas sobre sus proyectos inclusivos y actividades destacadas	laFundación LinkedIn Una red social que graciasa los perfiles de los profesionales ha permitidoestar en la memoria de empresarios y organizaciones	Una red social que les permite comunicación bidireccional con sus seguidores ya que permitela interacción con sus publicaciones
		Instagram		Instagram
		Por medio de las imágenes		Con las imágenes de sus

de sus diferentes proyectos	YouTube	proyectos y actividades
sociales logran atraer la	Los testimonios y	de inclusión logran
atención del público	proyectos los difunden	destacar muchos
objetivo	a través de esta red con	aspectos importantes de
YouTube	la que cuentan con un	la Fundación
Una red social donde	número importante de	Facebook
publican vides para	seguidores Instagram	Las publicaciones que
promocionar sus diferentes	Las imágenes que se	realizan de manera
actividades sociales y, de	publican son de bastante	orgánica les han
esta manera obtener el	ayuda para lograr un	permite llegar a miles
prestigio y ayudas	posicionamiento de	de personas que no
necesarias para lograr el	marca que les permite	conocen la Fundación,
objetivo propuesto	lograr alianzas	asimismo, empresas y
		organizaciones que
		pueden apoyar el
		objetivo de esta

			TikTok	
			Una red social que	
			permite llegar a miles de	
			personas ya que cuenta	
			con videos que permiten	
			dar a conocerlos	
			proyectos con personas	
			con discapacidad	
Tipo de comunidad ética	Una comunidad con unos valores éticos y morales que se destacan ya que permiten llevar a cabo procesos de inclusión participativa ante la comunidad del municipio de Cajicá y sus alrededores. Además, gracias a sus proyectos sociales y comunitarios logran	Una comunidad con importantes valores éticos y morales, los cuales hacen énfasis en su manera de tratar a las personas con discapacidad quienes son el centro de atención en la Fundación	La comunidad de la Fundación es bastante amplia y cuenta con valores éticos y morales que permiten llegar a cumplir el objetivo propuesto por la Fundación	Con pasión y dedicación han logrado consolidar una comunidad entregada a sus labores cotidianos, los cuales les permite lograr su misión y sus objetivos, siempre con el pensamiento ético de apoyar los procesos de inclusión tanto

atención, permitiendo que las personas con discapacidad sean las protagonistas ante la sociedad.

laboral como educativo.

Fuentes (de dónde extrajo el estudiante la información para esta matriz	Página web www.fundacioncreinser.com	Página web www.fundacionfe.org	Página web www.saldarriagaconcha.org	Página web www.idealfundacion.org
--	--	--	--	--

Fuente. Elaboración propia.

Informe de Investigación

La OSP como una red de relaciones y vínculos (actores, situaciones, motivaciones).

En las diferentes observaciones y charlas realizadas con la Directora y demás miembros de la Fundación Creinser, organización sin ánimo de lucro ubicada en el municipio de Cajicá, la cual, cuenta con personas profesionales y calificadas para llevar a cabo todos los procesos internos y externos que llevan a cabo dentro de su objetivo principal que, sin duda alguna genera relaciones con otras organizaciones tanto privadas como públicas, donde se realizan trabajos mancomunados que permiten lograr alianzas y relaciones fuertes para alcanzar la misión de la Fundación.

Es importante resaltar los vínculos que a lo largo de los 20 años de funcionamiento han forjado con las familias, cuidadores y organizaciones externas, vínculos que les ha ayudado a tejer una red de comunicación entre los actores y las diferentes situaciones que logran en cada paso que dan, asimismo, los proyectos desarrollados con la población con discapacidad han sido una motivación para cada uno de los integrantes de la Fundación permitiendo ser reconocidos en una sociedad que aún ataca a los menos favorecidos y vulnerables.

Temas que tejen las relaciones, desde la armonía o el conflicto

La Fundación Creinser ha logrado tener éxito en sus proyectos tanto internos como externos gracias a las relaciones que tejen a diario desde lo armónico ya que los temas de solidaridad son la constante en la organización.

Características de las relaciones como sociedad y comunidad

Una de las principales metas de la Fundación es ser vista por sus importantes labores sociales, las cuales llevan a cabo a diario con sus más de 400 personas con discapacidad, esto

hace que la comunidad esté agradecida por las innumerables acciones que brindan a estas personas ya sea en el ámbito académicos como en el laboral.

Formas, Hechos o Situaciones donde de Evidencia la Comunicación Horizontal y Participativa

La comunicación participativa es una de las virtudes de la Fundación ya que a través de sus acciones internas y externas permiten que otros actores sociales participen en sus proyectos, logrando unir fuerzas para trabajar en pro de las personas con discapacidad.

Los hechos y/o situaciones donde se evidencia la comunicación participativa son las actividades dentro y fuera de la Fundación, donde las personas con discapacidad muestran sus habilidades. Esta participación también se da gracias al buen uso de las herramientas tecnológicas y las redes sociales, las cuales permiten llegar a muchas personas que no saben nada de la organización.

Formas comunicacionales que posibilitan el consenso y la armonía social

La Fundación cuenta con diferentes canales de comunicación que les posibilita una comunicación horizontal, sin embargo, la mejor manera ha sido la verbal ya que les permite contar de manera directa lo que son, lo que hacen y lo que logran a través de sus proyectos.

Formas comunicacionales que generan conflicto

Sin lugar a duda las redes sociales son un arma de doble filo ya que con frecuencia reciben rechazos por personas que de alguna u otra manera no tienen afecto hacia las personas con discapacidad.

Recomendaciones para fortalecer la comunicación

Crear comités enfocados a lograr una promoción y comunicación más efectiva, donde la ayuda de un profesional se vea reflejada en los procesos comunicativos, estrategias

comunicativas que permitan a la Fundación posicionar su nombre, no solamente en el municipio, sino a nivel nacional.

Recomendaciones para fortalecer la red

A través de un material fotográfico y audiovisual de calidad, enfocado al objetivo, misión y visión de la Fundación se puede llegar a un reconocimiento en la sociedad, no solo como una Fundación que ayuda a personas con discapacidad sino como una Fundación que brinda espacios de reflexión y conciencia social para la comunidad en general, donde se brinden espacios para cambiar el pensamiento y llegar a cambios sociales importantes.

Algunas citas del artículo “Diseño participativo para una estrategia de comunicación” de Paolo Mefalopulos and Chris Kamlongera *“Se puede definir una estrategia como una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado”*.

“Entre más detallado y completo sea el perfil, serán más efectivos el diseño de los mensajes y de los temas de discusión”.

Estrategia de Comunicacional

Introducción

A través de la investigación comunicacional que se ha venido realizando a la Fundación CREINSER, ubicada en el municipio de Cajicá, Cundinamarca durante septiembre y octubre de 2023, se propone, con fines de fortalecimiento comunicacional interno, la creación e implementación de un manual de comunicaciones. De esta manera, se incentiva a todos los participantes en las relaciones de comunicación directa e indirecta el promover un sistema comunicativo sano, asertivo y participativo. Logrando así fortalecer los canales de emisión y, a su vez, la transmisión de mensajes que mantengan en alto la imagen de la organización, las relaciones internas y procesos con las partes interesadas.

Por consiguiente, y dado que La Fundación permanece en constante comunicación con los diferentes grupos internos, así como la continua necesidad de mantener informados a todos los miembros de esta, en una relación bidireccional, se sugiere que la organización ponga en funcionamiento diversas estrategias y tácticas de comunicaciones internas.

A continuación, se presenta una estrategia de comunicación interna para la Fundación, la cual se encuentra alineada a los principios y valores de la OSP y trata de resolver algunas necesidades de comunicación interna. Siempre buscando garantizar la transparencia y pluralidad en la transmisión del mensaje.

Alcance

Los lineamientos definidos en esta estrategia aplican a todos los colaboradores que, ejerciendo sus funciones, realizan y transmiten mensajes por medio de los canales dispuestos. El fin de esta, es ser una herramienta que ayude a cualquier colaborador, profesor, directivo y administrativo a entender cómo comunicarse de

manera asertiva y directa. Se espera que todos los implicados lean y promuevan su implementación en los procesos comunicativos.

Objetivos

La calidad de las relaciones interpersonales y formales dentro de la Fundación es un tema por tratar para la institución y su productividad como OSP. Por esta razón, se plantean objetivos con base a las necesidades comunicacionales:

Establecer y limitar los canales de comunicación que se usarán para la transmisión de mensajes formales y directos.

Presentar los procesos y directrices definidos para la comunicación.

Garantizar que las comunicaciones mantengan, en el ambiente de la OSP, un lugar seguro, cómodo y amigable para trabajar.

Optimizar la gestión interna y de sus colaboradores, para preservar en ellos un espíritu activo frente al sentido de pertenencia con la misión, visión, valores y principios de la Fundación.

Alcanzar, como organización, un nivel interno de prestigio. Donde toda la comunidad pueda sentirse orgullosa de promover un lugar favorable para trabajar y apoyar.

Preservar, mejorar y promover la imagen visual institucional y corporativa, dentro y fuera de las instalaciones.

Lineamientos Generales

La Coordinación de Comunicaciones será la encargada de gestionar y garantizar, apoyada por la Gerencia y los demás colaboradores de las distintas áreas, que los procesos definidos en esta estrategia sean desarrollados y cumplidos por todos.

La Coordinación de Comunicaciones será responsable de incentivar las debidas capacitaciones para el cumplimiento de las comunicaciones internas.

Los canales propuestos en esta estrategia serán los únicos que, de manera interna y formal, se utilizarán para la transmisión de información oficial.

El uso de otros canales o medios para la comunicación interna no serán tomados en cuenta como canal institucional formal.

Los canales propuestos para la comunicación interna tienen como fin último: formalizar y simplificar las vías de acceso a la información interna, optimizar los procesos comunicativos que promuevan la consecución de logros y objetivos institucionales y facilitar la comunicación directa de toda la comunidad.

La prioridad es proporcionar información asertiva y de calidad mediante la utilización de las herramientas dispuestas. Por esta razón, la Coordinación de Comunicaciones es responsable de la socialización y capacitación de la presente estrategia de comunicación.

Términos y Definiciones

Comunicación Interna. es un proceso bidireccional donde se establece una conexión entre un emisor y un receptor por medio de canales establecidos para este propósito

En la Fundación Creinser, la comunicación interna cuenta con vertientes que afectan también a nivel externo. Algunos procesos a nivel interno tendrán repercusiones a receptores fuera de la organización, por lo que preservar la identidad es un factor clave en este concepto.

Emisor. es el individuo que se encarga de generar, concertar y transmitir una información de interés a través de un canal determinado.

Receptor. es el individuo que, de manera activa, recibe y comprende un mensaje o información transmitida por algún medio dispuesto para ello.

Canal. es la plataforma, escenario o medio a través del cual se envían los mensajes. Este da la posibilidad de interactuar y re-direccionar en función de crear contactos directos entre el emisor y el receptor.

Grupos de interés. se conforman de las personas y áreas interesadas en recibir e interpretar mensajes que se transmiten únicamente de manera interna. Son los grupos con los que se establece una mecánica de comunicación bidireccional y que pueden emitir y recibir información. Entre estos grupos se encuentran:

Gerente General

Administrativos

Profesores

Áreas, desarrollo y canales

En función de un buen desarrollo de las comunicaciones, se pretenderá dividir las especificaciones y lineamientos por áreas, según el manejo de la información, además de delimitar los canales por los que cada agente emisor debe transmitir los mensajes.

Gerente General

La Gerencia controla la parte financiera, el mantenimiento, el desarrollo del personal, la infraestructura física y tecnológica y los servicios de alimentación; por lo que su papel es importante en el manejo de la información asertiva y efectiva.

Desde la Gerencia, se desglosan la mayoría de las actividades administrativas que hacen parte de la organización.

Debido a esto, su flujo comunicativo se centrará en relaciones directas o comunicados escritos, siendo los canales principales los siguientes:

Correo electrónico institucional

WhatsApp

Comunicación directa

Comunicación entre administrativos

Los canales que se utilizarán dependen de qué administrativo y qué proceso se esté desarrollando, por lo que solo se desarrollarán dos herramientas para gestionar los procesos.

Correo electrónico institucional

WhatsApp

Cada área debe desplegar sus estrategias por medio de correo electrónico institucional y WhatsApp, sin generar un canal extra a los demás procesos de la organización. Por tal motivo, todas las solicitudes que circulen de manera interna serán tramitadas por estos canales, dejando a la posteridad de una posible revisión un fácil acceso a los procesos previos.

Comunicación de administrativos con docentes

Para garantizar una comunidad informada y alineada, todos los comunicados informativos de interés general serán enviados por el grupo de difusión de WhatsApp, esto con el objetivo asegurar la completa recepción y comprensión del mensaje. Otra clase de comunicados, con un carácter más formal, serán emitidos a través de correo electrónico institucional.

Canales

Los canales de comunicación propuestos para el correcto funcionamiento de los procesos comunicacionales serán limitados y con lineamientos específicos para un uso adecuado: **Correo electrónico:** el correo electrónico “@fundacioncreinser” contendrá todas las comunicaciones oficiales y formales que se manejen. Este canal también debe usarse para

gestionar procesos operativos y administrativos con el fin de que quede registrado el proceso y su consecución.

Es recomendable que cada correo contenga un asunto explicativo y que en su cuerpo se explique en las primeras líneas la solicitud.

Para no perder el hilo de una conversación, suele ser útil enviar un correo concopia a otras partes interesadas.

WhatsApp. el uso de un medio personal como canal institucional implica que es el más efectivo y directo. Por tal motivo, las comunicaciones emitidas directamente al celular personal son necesarias. Es importante reconocer que su inmediatez lo convierte en herramienta esencial en los procesos de comunicación interna, convirtiéndose, durante la jornada laboral, en canal prioritario para las áreas que así lo requieran.

Es un medio personal, por lo que no es recomendable abusar de su uso.

Cada comunicado debe tener un propósito, teniendo un receptor o intención de informar.

No es prudente usarlo como chat de esparcimiento.

Comunicación directa. la manera más efectiva, personal y necesaria de comunicarse es de forma personal. Es imprescindible mantener una sana comunicación en los espacios laborales, por lo que relacionarse directamente con los compañeros de trabajo también hace parte de los canales designados.

Conclusiones

Por medio de este trabajo podemos concluir lo importante que son las redes sociales y los canales de comunicación dentro de una organización, en este caso específico la OSP – Fundación Creinser ubicada en el municipio de Cajicá, Cundinamarca cuenta con perfil en Facebook e Instagram, los cuales no ha sido utilizados de la mejor manera, por ende, aún siguen sin ser reconocidos en la comunidad cercana y aledaña del municipio.

Además, es importante concluir que, sin estar muy activos en las diferentes plataformas, han logrado tener la atención del sector público y privado, los cuales han terminado con alianzas fructíferas, permitiendo llevar a cabo proceso de inclusión a una sociedad que necesita oportunidades en diferentes áreas, tanto laborales como de educación.

Finalmente, al llevar a cabo procesos informativos y/o comunicativos de manera digital utilizando de manera recurrente las nuevas tecnologías y sus diferentes alcances, se puede llegar a comunidades que de alguna u otra manera no tiene acceso a la OSP, es decir no cuentan con la información pertinente a la hora de lograr algún contacto directo, esto también se resume a la falta de presupuesto por parte de la OSP y poder mantener informados de lo que sucede dentro de esta a una comunidad o sociedad que reside alrededor.

El trabajo de campo realizado arrojó algunos detalles, ya que al adentrarnos en la OSP podemos analizar de manera personal como esta dedica tiempo y esfuerzo para lograr su objetivo, misión y visión. Para esto, llevan a cabo la utilización y el manejo de las redes sociales junto con la emisora que les brinda un espacio masivo de comunicación muy relevante. Además, gracias a las publicaciones realizadas en las redes han podido tener una comunicación participativa donde la comunidad puede interactuar con lo que ofrece y realiza la Fundación.

Gracias a las nuevas tecnologías y sus diferentes alcances, se puede llegar a comunidades que de alguna u otra manera no tiene acceso a la OPS, es decir no cuentan con una comunicación directa para enterarse o simplemente participar, la opción de lo digital es la mejor manera de estar informados de lo que sucede alrededor de esta.

Las estrategias comunicacionales son un ayuda importante a la hora de llevar a cabo cambios internos en una organización, esto integrado con diferentes canales de comunicación permiten cambiar la manera de pensar de los miembros de la OSP, en este caso específico, la estrategia brinda importantes cambios comunicacionales para que la Fundación CREINSER mejore la calidad de las comunicaciones internas para luego crear una estrategia hacia lo externo

Referencias Bibliográficas

- Beller Taboada, W. (2018). *Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica*.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679>
- Beltrán, L. (1979). “*Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”.
<http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Fresno, M. D. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>
- Gallego, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano*.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Kamlongera, C. M. (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>
- Ramos Ramos, P. (2016). *Técnicas para hablar en público*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/105382>
- Rodríguez de Ávila, U. P. (2014). *Guía Práctica para la presentación de informes de investigación y artículos científicos (Normas APA) 6a. ed.*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/70094>

Vélez, G. (2011). *Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación.*

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>

Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy.*

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>

Apéndices

Apéndice A

Carta solicitud

FUNDACIÓN CREI

FUNDACIÓN CREI
INSER

FUNDACIÓN CREI

Yo, estudiante del programa de Comunicador Social, quien se encuentra cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y estoy a punto 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 estudiante propone una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones serán parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

El estudiante propone, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, y importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciará la importancia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Se solicita a la organización que me permitan realizar en 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.

Atentamente,
Mag. Gustavo J. Magaña

Al

Tel: 3165281472
mail: magonzalezguz@unadvirtual.edu.co

Recibido
[Firma]

Apéndice B

Carta aprobación



Cajicá, viernes 08 de septiembre de 2023

Señor
Lic. GOMIERN.
Especialista de Comunicación

Cardinal

En nombre de la **FUNDACIÓN CREINSER**, agradecemos haber sido contactado para llevar a cabo el trabajo académico investigativo, como una acción de fortalecimiento comunicacional dirigida a nuestra comunidad.

Luego de analizar la propuesta de investigación comunicacional, le informamos que la Fundación otorga la aprobación para realizar el trabajo investigativo con fines académicos para su Diplomado de Grado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

Por esta razón, permitimos a la Universidad del Atlántico el desarrollo de la investigación.

Cardinal

LUCY STELLA CASTILLO VENEGAS

Directora de Comunicación

Apéndice C

Entrevista inicial

https://soundcloud.com/mario-gonzalez-349413244/entrevista-osp-fundacion-creinser?si=7bd148043e7d4570a7266c91e9d0184b&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

Apéndice D

Entrevista cualitativa

https://youtu.be/_DijPiZaWiQ

Apéndice E

Devolución – validación de la estrategia

https://drive.google.com/file/d/1DXB5BBwVzHKZs2GpbMo5_pT9utLgLrHk/view