

**Estrategia de Comunicación Para Mejorar la Gestión de la Organización Solidaria
Participativa Fundación Conexión Más Amor**

Yunis Patricia Castro Rocha

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2024

Resumen

El documento tiene como fin mostrar el desarrollo y los resultados obtenidos en las distintas fases del diplomado de profundización en construcción de redes de comunicación hasta llegar a la presentación de una estrategia de comunicación que permita fortalecer aspectos organizativos y comunicativos de la organización social participativa Fundación conexión más amor. La estrategia de comunicación que se proyecta busca no solo mejorar la eficiencia y efectividad de la comunicación interna y externa de la Fundación, sino también fortalecer su identidad y cohesión organizacional, promoviendo una mayor participación y compromiso de todos sus miembros y aliados.

Durante este trabajo se logrará apreciar como la comunicación tiene enfoques tan amplios, capaces de analizar y entender dinámicas sociales, relaciones y conexiones que se gestan entre los grupos sociales y a su vez proporcionar soluciones que coadyuven en la conformación de equipos de trabajo más comprometidos y responsables con los objetivos, misión y valores de las organizaciones, así también generar transformaciones sociales significativas para el desarrollo integral de las comunidades.

Palabras clave: Comunidad, Redes sociales, Comunicación participativa, Socio praxis, Estrategia.

Abstract

The purpose of the document is to show the development and results obtained in the different phases of the in-depth diploma in the construction of communication networks until the presentation of a communication strategy that allows strengthening organizational and communicative aspects of the participatory social organization Fundación conexión más amor.

The communication strategy that is projected seeks not only to improve the efficiency and effectiveness of the Foundation's internal and external communication, but also to strengthen its identity and organizational cohesion, promoting greater participation and commitment of all its members and allies.

During this work, it will be possible to appreciate how communication has such broad approaches, capable of analyzing and understanding social dynamics, relationships and connections that are developed between social groups and in turn provide solutions that help in the formation of work teams more committed and responsible with the objectives, mission and values of the organizations. As well as generate significant social transformations for the integral development of communities.

Keywords: Community, Social networks, Participatory communication, Sociopraxis, Strategy.

Tabla de Contenido

Introducción.....	8
Aprestamiento.....	10
Conceptualización	13
Informe de Identificación y Conceptualización.....	13
Implicación	19
Informe Sociopráxico.....	19
Construcción.....	25
Informe de Investigación	40
Proyección	46
Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional	46
Conclusiones.....	53
Referencias Bibliográficas.....	55

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información de la OSP</i>	11
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva de la OSP</i>	16
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	23
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	27
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	31

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma Fundación Conexión Más Amor* 25

Figura 2 *Conjuntos de Acción*..... 26

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	59
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	60
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	61
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	62
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	63
Apéndice F <i>Enlace entrevista cualitativa</i>	64
Apéndice G <i>Registro fotográfico</i>	65
Apéndice H <i>Enlace de socialización o devolución</i>	66

Introducción

La investigación Acción (IA) combina la teoría y la práctica de manera activa y participativa, permitiendo que los investigadores y las comunidades en este caso las organizaciones sociales participativas (OSP) trabajen juntos para comprender, analizar y abordar problemas específicos en contextos reales. Esto es fundamental para buscar soluciones más efectivas y sostenibles, ya que se basa en la experiencia directa y el conocimiento local. Además, fomenta la colaboración, el empoderamiento y la capacidad de generar cambios significativos a nivel individual y comunitario.

Este trabajo es un compilado de diferentes momentos del diplomado de profundización en construcción de redes de comunicación, necesarios para el diseño de una estrategia comunicativa orientada a mejorar las falencias comunicativas y organizativas de las organizaciones sociales participativas, sobre todo proporcionando elementos que fortalezcan las relaciones en red y las redes sociales de comunicación.

En ese sentido, la fase 1. Aprestamiento, se orientó hacia la identificación de perspectivas e interés del estudiante con relación al diseño metodológico del curso y a la identificación de una organización social participativa (OSP) con posibilidad de ser intervenida para el desarrollo de procesos de transformación social.

Ya en la fase 2. Conceptualización se mostró el desarrollo de una Investigación Acción con la OSP Fundación conexión más amor en su fase inicial, integrando el socio praxis como enfoque participativo para realizar un diagnóstico que permita la formalización de la intervención y de paso a los demás procesos.

En la fase 3. Implicación, se aplica las técnicas observación participante y entrevista cualitativa para realizar un informe sociopraxico que permita reflexionar frente a las dinámicas

de la Organización Social Participativa Fundación conexión más amor, en términos de sus relaciones en red, lo que incluye reconocer algunos aspectos como su interacción en y con las redes sociales, su comunicación participativa interna y externa y como se relaciona o establece alianzas y diálogos con la comunidad.

En la fase 4. Construcción, se utilizan herramientas como el sociograma para tener una representación de las relaciones y conexiones de la organización social participativa, de manera que se puedan analizar su estructura, interacciones sociales dentro y fuera de la organización identificando afinidades y conflictos. En este apartado también se presenta una matriz de posicionamiento que permitirá conocer el estado actual de la OSP con relación a la integración y percepción en sus relaciones en red y una matriz comparativa que vislumbrará el comportamiento, gestión, ejecución de acciones, similitudes y contraposición con los otras OSP, revisando así sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para proyectar soluciones estratégicas para el mejoramiento y fortalecimiento de diferentes procesos.

En la Fase 5 denominada proyección, se presenta una propuesta estratégica que se centra en la planificación de acciones para el fortalecimiento organizativo y comunicativo de la organización social participativa, diseñadas teniendo en cuenta las necesidades y problemáticas identificadas a lo largo del curso metodológico, en esta estrategia se contempla la ejecución, evaluación y sostenibilidad de la estrategia de comunicación. Se establecen indicadores de éxito que favorezca un seguimiento periódico para medir el impacto de las acciones implementadas. También se desarrollan planes para la actualización y mejora continua de la estrategia, asegurando que la Fundación pueda adaptarse a futuros desafíos y oportunidades comunicativas.

Aprestamiento

En esta fase se realizó la identificación de tres organizaciones sociales participativas para posteriormente establecer contacto con una de ellas e iniciar un proceso de diagnóstico, conceptualización e intervención mediante técnicas sociopráxicas, que conducirán hacia el diseño de una propuesta que conlleve a mejorar procesos internos y externos en términos de sus relaciones, comunicación participativa, comunitaria y su gestión.

Por consiguiente, la organización social participativa- (OSP) seleccionada fue la Fundación conexión más amor, Los unos por los otros. Esta es una organización sin ánimo de lucro, que contribuye al desarrollo de las comunidades, barrios y comunas vulnerables, dando prioridad a los sectores desfavorecidos en la ciudad de Cartagena, mediante acciones integrales.

La Fundación conexión más amor, ha estado trabajando por alrededor de casi 5 años con la población de niños de 0 a 12 años y jóvenes hasta los 16 años. Desde su objetivo constitucional que es mejorar la calidad de vida mediante la promoción y prevención en salud, educación y desarrollo la integración social de niños, adolescentes miembros de familias desestructuradas en ambientes marginales por medio de programas y proyectos eficaces de apoyo a su educación e integración social.

Tabla 1*Ficha de Identificación General*

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
Fundación Conexión más Amor	<p>La FUNDACIÓN CONEXIÓN MAS AMOR, Los unos por los otros Es una organización sin ánimo de lucro, que se constituyó para llevar a cabo a los siguientes fines:</p> <p>Coadyuvar al desarrollo de las comunidades, barrios y comunas vulnerables, dando prioridad a los sectores vulnerables de la ciudad de Cartagena, mediante acciones integrales y específicas a través de la organización popular, la investigación social, la orientación vocacional, la capacitación y difusión, la prevención, rehabilitación, infraestructura comunitaria.</p>	<p>Hace unos meses tuve la oportunidad de trabajar con esta organización para el desarrollo de una actividad académica, por lo que me gustaría seguir conociendo sus procesos y poder aportar significativamente a la transformación de sus comunidades.</p> <p>Por otro lado, considero que, aunque se encuentra legalmente constituida, se puede mejorar la forma como se ejecutan algunos procesos desde la comunicación organizacional y la comunicación publicitaria, para fortalecer el equipo y las acciones que se implementan para la gestión de diferentes</p>	<p>La participación comunitaria, ya que esta OSP, fomenta el empoderamiento de las personas a través del reconocimiento de sus realidades, la valoración de sus habilidades y competencias a favor de su comunidad, esto se da mediante voluntariados.</p> <p>Medir el impacto de los programas y las estrategias para la mejora continua.</p> <p>La oportunidad de generar alianzas estratégicas con sectores públicos y privados.</p> <p>Todo esto se podría lograr mediante la visibilización de la OSP en los entornos</p>	<p>Cambios en las dinámicas sociales.</p> <p>Financiamiento limitado y sostenibilidad a largo plazo de la propuesta.</p> <p>La falta de capacidad instalada, recursos humanos y operativos que apoyen el proceso de investigación.</p> <p>La falta de compromiso y participación en el proceso, ya que, aunque es una fortaleza, también puede resultar difícil la coordinación especialmente en contextos donde existe desconfianza hacia este tipo de propuestas.</p>

Desarrollar programas de educación y prevención de enfermedades Infectocontagiosas, proveer de asistencia social educativa, de salud, alimentación y medicina a las personas que posean estas enfermedades o el virus que las causa.	proyectos y desarrollo de actividades.	digitales, utilizando herramientas tecnológicas y estrategias de comunicación efectiva como redes sociales, sitios web interactivos, campañas digitales que permitan involucrar a la comunidad y movilizar apoyo.
Cultivar valores que ayuden a los moradores de las comunidades, barrios y comunas vulnerables a ser mejores ciudadanos cada día.		

Nota. Elaboración propia con información proporcionada por la OSP.

Conceptualización

Informe de Identificación y Conceptualización

Como se ha manifestado desde la etapa de aprestamiento, la OPS seleccionada es la fundación conexión más amor; una organización sin ánimo de lucro que aporta a la transformación social de su territorio mediante la implementación de acciones encaminadas a mejorar las condiciones de vida y oportunidades de familias de estrato socioeconómico 1 y 2 que se encuentran en situación de vulnerabilidad, especialmente la primera infancia y adultos mayores. Dentro de las acciones integrales de esta se destacan: coadyuvar al desarrollo de las comunidades, barrios y comunas vulnerables, través de la organización popular, la investigación social, la orientación vocacional, la capacitación y difusión, la prevención, rehabilitación, infraestructura comunitaria, proyectos sociales, ambientales y de autogestión económica comunitaria.

Estas razones demuestran la pertinencia de la selección en conjunto con sus características, sus dinámicas organizativas y comunicacionales que guardan relación con el concepto de lógicas de horizontalidad en las relaciones en red, el cual abandera la inexistencia de jerarquías rígidas entre los miembros de una organización y más bien fomenta la participación y la igualdad en la toma de decisiones. Precisamente en esta OSP se promueve la colaboración, el intercambio de ideas y la toma de decisiones colectivas, lo que fortalece la confianza y el sentido de pertenencia de sus miembros favoreciendo la gestión.

Sin embargo; aunque la fundación tiene una filosofía institucional y cultura organizacional basada en la comunicación horizontal, como en toda organización se presentan problemáticas en los procesos comunicativos, sobre todo en su participación en los entornos digitales, ya que, aunque tienen redes sociales no se evidencia una constante difusión de

contenido, lo que indica que están desaprovechando esos beneficios de la construcción de relaciones en red sólidas que les permita ampliar el impacto de sus funciones y establecer una marca que identifique su contribución a la transformación social.

Desde la postura de Kamlongera y Mafalopulos (2008):

Los problemas relacionados con la comunicación son aquellos que tratan temas relacionados con la participación de la población, sus percepciones, la adopción de la innovación y el cambio de conducta. Esta clase de problemas generalmente corresponden al cambio de conciencia, en el conocimiento, en las actitudes y las prácticas. (p. 14).

Por consiguiente, la fundación debería analizar sus prácticas y procesos para identificar otros problemas comunicativos y organizativos que limitan las posibilidades de cambio y adaptación efectiva en los encuentros físicos y espacios de interacción digital.

Explicado desde otro contexto, lo investigado hasta el momento nos lleva a vislumbrar oportunidades de intervención teniendo en cuenta el alcance de los objetivos y la misión de la OSP, analizando los aspectos relevantes, que serían sus fortalezas, sus debilidades, carencias y oportunidades en su interacción con la sociedad.

Por otra parte, es fundamental que esta organización aproveche esas características de horizontalidad para integrar la perspectiva externa, de sujetos con interés en las causas sociales o de otras organizaciones con objetivos similares para generar alianzas, ya que las redes sociales son una herramienta útil para fomentar la colaboración. “Las redes inundan nuestro mundo. Actualmente el concepto de red es uno de los más poderosos en el análisis de la realidad social. De hecho, la realidad social se entiende mejor si la consideramos como un entramado de redes sociales: la estructura social es como una red” (Requena, 2008, p. 1).

De hecho, en el abordaje temático de la entrevista realizada como diagnóstico inicial, la fundación reconoció que durante el huracán Iota, una de sus publicaciones en la red social Facebook, hizo que más de treinta personas y alrededor de cuatro fundaciones se unieran para ayudar alrededor de cincuenta familias afectadas; esto evidencia el poder de las redes sociales de comunicación y las relaciones que se generan a partir de situaciones adversas o intereses en común. Desde el aporte de Macionis y Plummer (2011): “Las redes son un campo de conexiones y relaciones: un conjunto de nodos (puntos clave) y un conjunto de lazos (o enlaces) que conectan algunos o todos estos nodos. Los nodos pueden ser personas, grupos, incluso países” (p. 165). Lo que ejemplifica perfectamente en la situación expuesta.

Para resumir, las intencionalidades de Investigación -Acción que se propone desde el diseño metodológico del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación (DCRSC) ofrecerá un panorama encaminado hacia el fortalecimiento comunicacional, articulando lo social participativo con lo comunicacional de manera contextualizada, generando un impacto positivo en la organización y sus beneficiarios.

Tabla 2*Ficha Descriptiva*

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La fundación conexión más amor tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de niños, adolescentes y miembros de familias desestructuradas que se encuentran en ambientes vulnerables, mediante la promoción del deporte, la salud, la educación, el emprendimiento contribuyendo así al bienestar, desarrollo e integración social por medio de programas y proyectos eficaces.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Fomentar el deporte, la educación, el desarrollo sostenible y la participación social en comunidades con recursos económicos, sociales y físicos limitados.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Se realizan dos reuniones generales en el año, en las que participa la junta directiva para conocer los avances de su cronograma de trabajo anual y tomar decisiones respecto a la planificación para el siguiente periodo. El resto del año se reúnen solo cuando se requiere planificar una actividad no contemplada en su proyección.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Los miembros permanentes y actores de la fundación son individuos de distintas edades y géneros. Algunos con formación titulada, otros se encuentran profesionalizándose. Los voluntarios son no profesionales y profesionales, dentro de estos se pueden encontrar médicos, trabajadores sociales, ingenieros, productores audiovisuales, psicólogos, entre otros. Los actores externos son hoteles que realizan donaciones como parte de su responsabilidad social, institución educativas y universidades, otras empresas de distintos sectores productivos.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	En la parte administrativa son cinco personas, los cuales conforman el estatuto de la organización: Representante legal, gerente, subgerente, secretaria, tesorero. 23 voluntarios que apoyan los diferentes procesos y actividades que desarrollan durante el año
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	No existen líderes de proyectos o programas estipulados, ni comités, los cargos son los que se conocen de acuerdo con los estatutos, no obstante, la entidad considera no tener cargos jerarquizados o muy estructurados, ya que cuando hay actividades se postulan y delegan funciones a quienes son elegidos para estas, quienes deben comunicar al resto del equipo los avances, requerimientos y resultados mediante un informe de gestión.
Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	Existe sentido de pertenencia y colaboración entre los miembros de la organización así como una participación democrática de todos los miembros en la toma de decisiones y en la implementación de actividades y proyectos. Además, se estimula la capacidad de liderazgo de cada persona, fomentando así un ambiente participativo y dinámico.
Formas de	Con relación a la participación interna el equipo es participativo,

participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	colaborativo y propositivo al momento de la planificación, toma de decisiones y ejecución de actividades. En cuanto a la participación externa, la fundación trata de vincular a los padres de familia y tutores en los procesos, de manera que les ayuden a mejorar lineamientos y formas de llevar a cabo los proyectos, programas y sean parte activa de la formación integral de sus hijos.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	Los canales de comunicación que utilizan para el intercambio de información son la mensajería instantánea (WhatsApp) y mediante correo electrónico y la integración en espacios físicos cuando se ejecutan las actividades.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	La fundación tiene redes sociales (Instagram y Facebook), en este espacio es donde movilizan la mayor parte de información relacionada con la gestión a favor del beneficio social, económico y ambiental, Sin embargo, actualmente no cuenta con recursos para tener una página web.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	<p>Los proyectos que estan desarrollando son los siguientes:</p> <p>El ropero, que es un almacén de prendas de segunda que les permite a las personas de escasos recursos acceder a vestimentas a bajo costo.</p> <p>Huertas ecológicas con el fin de fomentar la agricultura en el departamento y como una forma de sostenimiento para las familias.</p> <p>Proyecto de nutrición con el apoyo del banco de alimentos que busca la implementación de comedores comunitarios en barrios vulnerables de la ciudad de Cartagena.</p> <p>Transformado vidas, que consiste en realizar remodelaciones a bajo costo para mejorar el entorno y las viviendas de los niños.</p> <p>Cuidando el medio ambiente, que se aborda desde el reciclaje como proyecto sostenible el cual buscan fortalecer con el tiempo para generar oportunidades de empleo y como una fuente de ingresos adicional para la organización.</p>
	<p>Tambien se trabajan programas que surgieron a partir de las necesidades de los proyectos.</p> <p>Como el programa de prácticas profesionales que les facilita los espacios a los estudiantes universitarios para que pongan en práctica el conocimiento adquirido durante su formación académica y los voluntariados orientados hacia las personas que quieran contribuir desde sus habilidades y competencias en el desarrollo de los proyectos.</p>
	<p>Por otro lado, está el plan padrino que ofrece acompañamiento en</p>

Logros de proyectos exitosos.	<p>procesos educativos, deportivos y recreativos, que va de la mano con el programa educativo.</p> <p>Tambien cuentan con un programa psicosocial que permite realizar el análisis y acompañamiento a los beneficiarios antes, durante y despues de la intervención de la OSP.</p> <p>Por otra parte, está el programa deportivo y artístico del que surgió un equipo de Beisbol que se llama los gloriosos del Pozón y el equipo femenino de patinaje. Este promueve la salud y el aprovechamiento del tiempo libre a través del deporte y va de la mano con el programa recreativo que dirige los eventos y actividades. Por último, el grupo pastoral con el apoyo de una iglesia cristiana, para educar en la fe y promover la espiritualidad en la población.</p> <p>Dentro de los logros más significativos se encuentran el reclutamiento de uno de los integrantes del equipo de béisbol los gloriosos del pozón a la liga departamental, quien hoy hace parte del equipo de beisbol de Bolívar.</p> <p>Además, el evento de clausura de fin de año, ya que se benefician aproximadamente entre 150 y 350 niños.</p> <p>Y finalmente el poder beneficiar a cien familias con mercados durante la pandemia por la Covid 19 y el huracán Iota.</p>
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales. Otros aspectos para comentar.	<p>Las mayores dificultades son el recaudo de recursos económicos, que dificultan la logística, limita el alcance de sus objetivos y la frecuencia en las que se realizan las actividades durante el año.</p> <p>Considero que deberían aumentar la frecuencia de las reuniones, ya que son encuentros de interacción e intercambios de perspectivas que les puede ayudar a diseñar propuestas para mejorar procesos, gestionar recursos y alianzas.</p> <p>Por otro lado, no contar con un lugar propio para reunirse, tambien es una dificultad que no se menciona. El no tener un punto de encuentro físico con sus beneficiarios implica una carga logística adicional.</p> <p>Respecto a la comunicación en medios y redes, me parece pertinente actualizar oportunamente las redes sociales y visibilizar la organización aprovechando los recursos tecnológicos y su importancia de visibilización en la sociedad contemporánea.</p>

Nota. Elaboración propia con información proporcionada por el coordinador Jesfran Franco.

Implicación

Informe Sociopráxico

La Sociopraxis es un enfoque bastante interesante que integra la teoría y la práctica social para la transformación de las realidades. Su eje principal es la acción social y la reflexión crítica sobre esta, con el propósito de generar cambios sociales significativos. Según Villasante (s. f.) el ejercicio de socio praxis nos da una oportunidad de tener una participación, reflexiva y autocrítica de la situación o actividad presenciada. En este contexto, el ejercicio de observación participante realizado con la OPS fundación conexión más amor, no lo considero del todo un ejercicio sociopráxico de participación activa, ya que el análisis básicamente se realizó mediante la revisión fotográfica y videográfica de una actividad y a partir de la narrativa de la persona que acompaña el proceso de levantamiento de información, esto resulta complejo en el sentido en que no puedo identificar factores o elementos comunicativos, sociales, organizacionales que se dieron en el momento y que me permitirán determinar herramientitas y mecanismos de intervención para este OSP a favor del mejoramiento de sus procesos.

No obstante, se pude evidenciar mediante la revisión de las memorias, que esta actividad generó un impacto positivo en sus participantes, ya que se reflejan emociones como la alegría, el entusiasmo, el agradecimiento en los niños y sus familias, indicando que este encuentro seguramente favoreció su bienestar, debido a que este tipo de actividades integran a los sujetos, generan espacios de socialización, colaboración, trabajo en equipo y reciprocidad. Estas acciones además recargan de energía a los miembros de la fundación al cerrar exitosamente un ciclo, permitiéndoles iniciar otro año con nuevas metas y objetivos focalizados.

Por otro lado, en cuanto a la entrevista cualitativa realizada se evidencia algunos aspectos muy valiosos para el fortalecimiento de la organización sobre todo en la relación con la

comunidad y con otros actores estratégicos que realizan actividades sin ánimo de lucro similares a estas.

De acuerdo con Vélez (2016):

Las redes sociales se pueden utilizar como “armas” de la masa humana, es decir, de la sociedad civil interpretada por Requena “como aquello que alude a las organizaciones, movimientos y asociaciones; así como a las relaciones entre ellas, es decir, aquello que no es ni estado ni mercado pero que necesita de ellos para sobrevivir [...]”. (p.33)

Vemos que las redes sociales son herramientas poderosas para unir personas y organizaciones y le han permitido a esta OSP, establecer alianzas de colaboración mutua con otros grupos sociales para impulsar y gestionar procesos, conforme a lo narrado por el coordinador de proyectos y programas de desarrollo de la fundación. Esto también guarda similitud con lo que manifiesta Gallego (2011), quien define los grupos sociales como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia.

Para esta organización los objetivos que quieren alcanzar con sus redes sociales se basan en la visibilización que les permita recibir apoyo por parte de organizaciones gubernamentales, públicas y privadas para seguir beneficiando a más personas; Sin embargo, una de los factores que consideran más desafiantes en este camino es la carencia de recursos económicos, específicamente para poder realizar más actividades y para utilizar beneficios premium de las herramientas tecnológicas o redes sociales que tienen, ya que consideran que para expandirse a nivel internacional y tener mayor alcance local necesitan pagar por servicios de publicidad y mercadeo extras, pero más adelante observaremos que no se requiere de esa inversión para poder

establecer una marca, reconocimiento y alcance en redes; la clave está en identificar las fortalezas como organización y las oportunidades que brindan estas y otras plataformas de uso gratuito.

En este ejercicio también se pudo observar que la fundación no cuenta con estrategias comunicativas establecidas para fomentar la comunicación participativa externa, pero internamente si se generan acercamientos, se intercambian ideas y se toman decisiones utilizando los canales de comunicación disponibles. Aunque algunas limitaciones o barreras lingüísticas y culturales no son tenidos en cuenta al interactuar en redes, ya que su participación en entornos digitales es de manera intuitiva, resulta necesario fortalecer estos elementos para que su contenido sea inclusivo.

Es evidente que la organización tiene claro sus objetivos misionales y reconoce como la retroalimentación de la comunidad ha sido de gran importancia para mejorar sus procesos, ya que esta ha participado en la identificación de sus necesidades para poder focalizar las ayudas y con un apoyo primordial en la ejecución de las actividades.

En cuanto a otros desafíos y limitaciones que se evidencian desde el análisis cualitativo, la inseguridad a la que se enfrentan este tipo de organizaciones al intervenir poblaciones vulnerables, donde el acceso es complejo, existe resentimiento por parte de algunos grupos o simplemente por desconfianza, de esta manera las acciones como talleres, capacitaciones, jornadas de salud y demás se realizan en puntos estratégicos o instalaciones de uso de la fundación, lo cual es una desventaja en cuanto al reconocimiento de su gestión y el alcance de su impacto socioambiental y económico, dado que en algunas ocasiones son las personas quienes tienen que acercarse a estos sitios para poder obtener estos beneficios.

Tambien resulta razonable añadir como la comunicación participativa desde un enfoque de la colaboración y horizontalidad facilitó el desarrollo de estas acciones de transformación social que aparentemente son sencillas, pero al mismo tiempo significativas para las relaciones en red. Así mismo este trabajo investigativo puso a la luz que la organización si promueve la participación de la comunidad, aunque no tengan estrategias determinadas.

Resumiendo lo planteado estas actividades contribuyeron a una experiencia satisfactoria de la Sociopraxis en la práctica de recolección de información en la Fundación Conexión más amor, porque proporcionan entendimiento de las funciones de la organización y su vínculo con la comunidad desde los espacios físicos y sus entornos digitales.

Tabla 3*Diario de Campo*

OSP: Fundación Conexión más amor Hora inicio: 1:00 p.m.	Actividad: Clausura fin de año Hora finalización: 5:00 p.m.	Fecha: 29 de diciembre de 2023 Lugar: Iglesia cristiana Tierra de Dios.
Participantes: 30 niños con sus padres de familia o acudientes y miembros de la organización.		Investigador: Yunis Patricia Castro Rocha
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>El acercamiento con la actividad se dio a través de la revisión de memorias fotográfica y videográfica, debido a que la organización cuenta con un plan de trabajo establecido en el que se indica que la próxima actividad está planificada para el mes de julio de 2024, por lo tanto, este ejercicio descriptivo de la observación se apoya en el levantamiento de información mencionado y en la reseña del encuentro facilitada por el coordinador de proyectos de la fundación.</p> <p>El objetivo principal de esta actividad es agradecer a las familias que acompañan los diferentes procesos de la fundación, brindándoles un espacio lúdico-recreativo diferente a los niños, retribuyendo los beneficios que obtiene la fundación a través de la solidaridad de otras organizaciones.</p> <p>En ese sentido se puede decir que esta clausura de fin de año es una de las actividades más significativas para la</p>	<p>Los eventos de cierre o clausura permiten la interacción e intercambio de experiencias, que a su vez ayudan a mejorar procesos posteriores en cuanto a la planificación y ejecución. Además, considero que son espacios para desconectarse de la rutina y en donde aflora el don de dar sin esperar nada a cambio.</p> <p>Para los niños estos eventos proporcionan una oportunidad para que celebren y disfruten de momentos festivos en compañía de familiares y amigos. Esto refuerza los lazos familiares y comunitarios, creando un sentido de pertenencia y cohesión social.</p> <p>Por otra parte, estas celebraciones suelen estar asociadas con actividades recreativas y lúdicas que fomentan la creatividad y la diversión. Además, participar en juegos y actividades festivas, les posibilita a los niños momentos de alegría y diversión que son esenciales</p>	<p>Las celebraciones de fin de año suelen estar llenas de tradiciones y rituales que transmiten valores culturales y familiares, por eso aunque no vivencie esta actividad directamente, ver la alegría que reflejan estos niños en cada fotografía o video, me generó una profunda satisfacción y me motivó a participar en este tipo de actividades más seguido, ya sea donando recursos materiales, económicos, mi tiempo o aportando desde mi quehacer a la visibilización de estos actos para que más personas se unan a estas causas.</p> <p>Algunos pensarán que es solo un día para entregar regalos a veces no de muy buena calidad, pero más allá de eso está el significado de compartir, reír, apreciar los momentos, la bondad hacia el prójimo y el poder mirar con orgullo el impacto que se logró con solo un gesto de solidaridad.</p> <p>Considero que este tipo de</p>

organización porque no solo es el cierre de todas las actividades desarrolladas durante el año, sino que se trata de un encuentro de conexión entre los niños y sus familias, donde se sienten homenajeados. Es un día de juegos y obsequios en el que se intercambian sonrisas.

Por otro lado, en comparación con años anteriores se observa que el número de participantes fue menor, ya que la fundación no logró recaudar los recursos suficientes para beneficiar a más familias, por ende, se realizó la actividad de acuerdo con la identificación de necesidades y la constancia en la participación durante el año.

para su bienestar emocional y desarrollo integral.

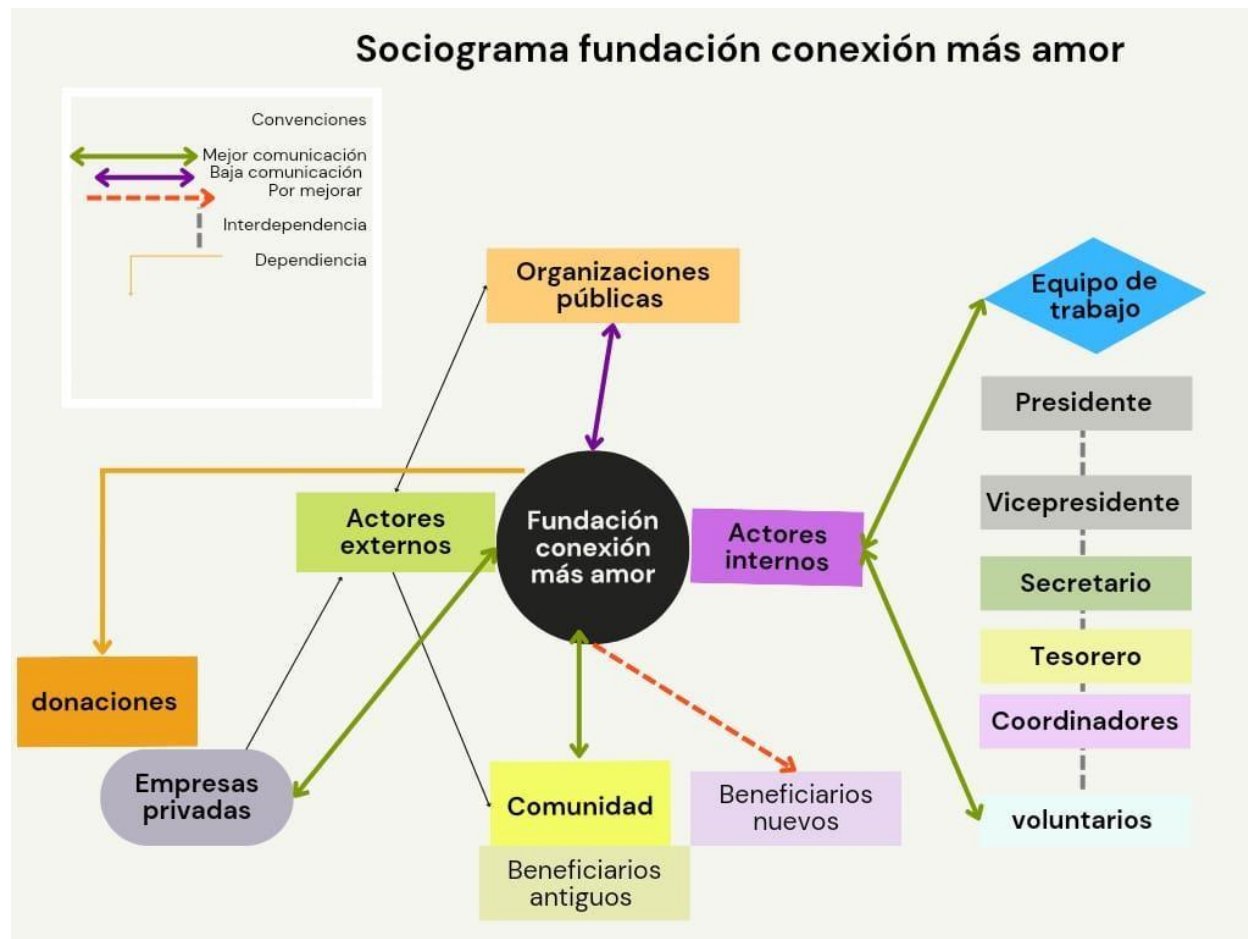
fundaciones deben contar con más apoyo gubernamental y de la sociedad en general no solo para ejecutar este tipo de actividades, sino para poder desarrollar sus planes de acción que están dirigidos hacia el mejoramiento de la calidad de vida de las familias vulnerables y el desarrollo integral de las comunidades.

Nota. Elaboración propia con base a la información recolectada en la OSP

Construcción

Figura 1

Sociograma Fundación Conexión Más Amor



Fuente. Elaboración propia con información recolectada de la OSP.

Figura 2*Conjuntos de Acción*

Fuente. Elaboración propia con información facilitada por la OSP

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Equipo directivo y miembros activos	El equipo de trabajo de la fundación conexión más amor, se mantiene comprometido con su filosofía institucional y objetivo social procurando contribuir al desarrollo socioambiental y económico de las comunidades desde la buena comunicación, planificación e implementación de propuestas.	Las diferentes responsabilidades (académicas, laborales, familiares) de los miembros de la organización limitan su presencia y participación en algunas actividades. Sin embargo, esas ausencias se compensan desde otro tipo de gestiones que no requieren específicamente la asistencia presencial a los eventos.	Las interferencias en la toma de decisiones, sobre todo aquellas en las que se relacionan ideologías y creencias religiosas y la falta de tiempo de algunos miembros del equipo directivo para coordinar reuniones, lo que impide el fortalecimiento y cumplimiento de algunos procesos.	No aplica
Voluntarios	Estos son profesionales y/o personas del común que de manera desinteresada ponen al servicio de la OSP sus conocimientos y habilidades, mostrando interés por la labor que realiza la OSP.	Su vinculación, permanencia y compromiso es opcional y voluntaria previa a acuerdos establecidos con la junta directiva de la fundación.	No aplica	No aplica
Empresas u organizaciones públicas (tipo gubernamental)	No aplica	Los apoyos de entidades gubernamentales, solo se han recibido en situaciones	No aplica	No se evidencia compromiso, comunicación o interés constantemente por apoyar a

Empresas u organizaciones privadas	<p>Son actores estratégicos para la consecución de recursos que permiten la ejecución del plan de acción de la organización. Aquí también se presenta una reciprocidad al cumplir su responsabilidad social y ambiental a través de estas donaciones, además, la OSP les otorga un certificado con el que pueden evidenciar su compromiso con la transformación social en sus informes de gestión e incluso es un documento que utilizan para obtener beneficios en las declaraciones de renta anual.</p>	<p>específicas. Como, por ejemplo: durante la crisis sanitaria por la Covid 19 y durante la tormenta IOTA.</p>	<p>Su contribución es voluntaria, así como la naturaleza de los recursos que ofrece a la fundación.</p>	<p>estas organizaciones sin ánimo de lucro, aun cuando en sus funciones se contempla el fortalecimiento institucional e interinstitucional de estas. Actividad económica diferente.</p>
------------------------------------	---	--	---	---

<p>Otras organizaciones sociales participativas (Fundación casa del Alfarero, Fundación Afroinfantil Amor a Barú, Fundación sembrando sonrisas)</p>	<p>Al compartir objetivos similares, la cooperación se convierte en una estrategia para ayudar a más personas al realizar acciones conjuntas. Fortaleciendo así sus relaciones internas y externas, lo que les facilita la gestión y la carga logística al momento de desarrollar diversos procesos y proyectos.</p>	<p>Cada organización debe procurar la planificación de sus estrategias para captar recursos y mantener sus aliados y cooperantes, puesto que cada una tienen una población objetivo que beneficiar.</p>	<p>No aplica</p>	<p>No aplica</p>
<p>Familias beneficiadas (antiguos y nuevos)</p>	<p>Al ser los principales beneficiarios mantienen una relación estrecha con la OSP, que refleja agradecimiento y disposición para participar en las actividades y convocatorias.</p>	<p>No aplica</p>	<p>En ocasiones la comunidad actúa de forma despectiva en función de los beneficios que obtiene, lo que nos es favorable teniendo en cuenta que las intervenciones se realizan de acuerdo con las necesidades priorizadas e identificadas.</p>	<p>No aplica</p>
<p>Agencias publicitarias y medios</p>	<p>La entidad cuenta con el apoyo de la agencia: Kokoa publicidad, quienes le ofrecen sus</p>	<p>No se está aprovechando adecuadamente los servicios ofrecidos por la agencia Kokoa Publicidad para</p>	<p>Es una empresa externa, no tiene relación laboral con la OSP, su apoyo es voluntario.</p>	<p>No aplica</p>

servicios de diseño e impresión de material de promoción de manera gratuita previa a solicitud, exceptuando dominio de página web, lo cual representa una ventaja para el posicionamiento y visibilización de la OSP.	lograr generar un impacto en comunidades digitales que dinamice su presencia y visibilice la importante labor que realizan.
---	---

Nota. Elaboración propia con base a la información facilitada por la OSP

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP Fundación Conexión más amor	OSP 1. Fundación entre seres	OSP 2. Fundación Santo domingo	OSP 3. Fundación Puerto de Cartagena
Fines u objetivos (Misión y Visión)	La Fundación conexión más amor, Los unos por los otros Es una organización sin ánimo de lucro, que se constituyó para llevar a cabo a los siguientes fines: Coadyuvar al desarrollo de las comunidades, barrios y comunidades vulnerables, dando prioridad a los sectores vulnerables de la ciudad de Cartagena, mediante	Su objetivo es promover la transformación personal y comunitaria de la población ubicada en las faldas de la Popa de la ciudad de Cartagena, a través de proyectos productivos de desarrollo económico y social. Apoyando con proyectos alternativos comunitarios que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de familias vulnerables y vulneradas, niños, niñas, jóvenes, personas de la tercera edad, naturales y jurídicas. Misión Somos una organización sin ánimo de lucro que, en alianza con el corazón de colombianos y extranjeros, genera oportunidades de inclusión y desarrollo integral a la	La Fundación Santo Domingo es una Fundación familiar que desde hace muchos años lidera y articula proyectos con aliados estratégicos de todo el territorio nacional, para generar cambios visibles y sostenibles en sus principales líneas de trabajo: salud, educación, medio ambiente y desarrollo territorial; impulsando la calidad de vida y el progreso de las personas en Colombia. Su interés se centra en hacer inversiones de alto impacto que sean sostenibles en el tiempo y que transformen país a través de iniciativas innovadoras que solucionen los desafíos más relevantes en las regiones y que puedan ser replicables y escalables al	La Fundación Puerto de Cartagena contribuye con la transformación social de niños, niñas, adolescentes y jóvenes de Cartagena, promoviendo habilidades socioemocionales, el acceso a la educación superior, empleabilidad, emprendimiento, innovación y protección de medio ambiente Misión La Fundación Puerto de Cartagena contribuye al empoderamiento de las comunidades vulnerables de Cartagena en su proceso de gestión para una mejor calidad de vida. Visión Lograr en 2023 el fortalecimiento institucional que nos permita la creación de nuevos programas, la

acciones integrales y específicas a través de la organización popular, la investigación social, la orientación vocacional, la capacitación y difusión, la prevención, rehabilitación, infraestructura comunitaria. Desarrollar programas de educación y prevención de enfermedades infectocontagiosas, proveer de asistencia social educativa, de salud, alimentación y medicina a las personas que

población en situación de vulnerabilidad, mediante formación en habilidades y destrezas para la vida, creación, fortalecimiento y acompañamiento a emprendimientos y unidades productivas, y gestión de apoyos económicos; para un presente con esperanza de un futuro libre, digno y próspero.

Visión

En el 2030 somos reconocidos como una organización de carácter social referente, profundamente comprometida con el desarrollo humano y productivo de las personas y comunidades más vulnerables del Caribe Colombiano.

resto del territorio nacional.

ampliación de cobertura y la generación de mayores transformaciones sociales en nuestros beneficiarios.

posean estas enfermedades o el virus que las causa.

Localización	Barrio el Pozón Sector los ángeles manzana p lote 6 Cartagena, Bolívar,	Barrio Torices, Carrera 14 N° 43 – 132, Cartagena de indias.	Cartagena de indias Sede Getsemaní Calle del Carretero – Calle 29 #10-27 Sede Megabarrío Bicentenario Vía La Cordialidad Km 1 manzana 24 lote 17 Sede Barú	Cartagena de Indias Mamonal Km 1 Instalaciones de Contecar
Miembros	-Representante legal y presidente Karen Ester Gómez Villa -Representante legal suplente y vicepresidente Aníbal Rafael Beltrán Cantillo -Revisor Fiscal Wilson José Miranda Pérez Otros miembros		Los miembros de esta fundación están organizados de la siguiente manera: -Comité de familia: que son los encargados de elegir la junta directiva y aprobar donaciones -Junta directiva, quienes deciden líneas estrategias y miembros de otros comités. -comité de auditorías -comité de asesores y decisiones. Dirección ejecutiva	Equipo junta directiva

de la junta
directiva
Luz Dary Correa
Diaz
Camila Andrea
Beleños
Martínez
Camila Alicia
Perez Palmera
Mercedes Teresa
Polanco
Coordinador de
proyectos
productivos
Jesfran Franco
Berrio.
Voluntarios
Comunidad

Jose Francisco Aguirre
(director ejecutivo)
Comité directivo conformado
por:
Victoria Arciniegas (directora
de estrategias y operaciones)
Juan Céspedes (director de
desarrollo urbano e
inmobiliario)
Paola Maury (directora de
talento humano)
Jose Bedoya (director de
desarrollo empresarial)
Angela Puerta (directora de
comunicaciones)
Eker Machado (secretario
general y director jurídico)
Marina Carrillo (directora
financiera)
Álvaro González (director de
territorio Cartagena)

Proyectos
desarrollad
os

El ropero, que es
un almacén de
prendas de
segunda que les
permite a las
personas de
escasos recursos
acceder a

Mujer empresaria, apoyando
propuestas empresariales
Conservación de la actividad
pesquera.
Centro de formación Entreseres
orientado hacia fortalecer la
capacitación y mano de obra de
comunidades beneficiarias.

Esta fundación lidera proyecto
a nivel nacional, no obstante,
en este apartado se listan los
proyectos haciendo énfasis en
los territoriales desarrollados
en la región caribe,
específicamente en la Isla de
Barú y en Bicentenario

Escuela de música Puerto azul
Eco guardianes
Programa sonriendo juntos
Escuela socio deportiva
Programa escuela inteligente
Formación de madres
comunitarias para mejorar la
atención a la primera infancia

vestimentas a bajo costo.
 -Huertas ecológicas con el fin de fomentar la agricultura en el departamento y como una forma de sostenimiento para las familias.
 -Proyecto de nutrición con el apoyo del banco de alimentos Transformado vidas, que consiste en realizar remodelaciones a bajo costo para mejorar el entorno y las viviendas de los niños.
 -Cuidando el medio ambiente, apostando al reciclaje como

(Cartagena)
 Educación
 -Atención integral a la primera infancia
 -Fundación Educativa Instituto Ecológico Barbacoas, una de las instituciones que funciona desde 1997 en el corregimiento de Santa Ana, Isla de Barú. En este proyecto junto con Alianza educativa se promueve el acceso a la educación de calidad a 637 niños, niñas y jóvenes de esta comunidad. Con metodologías de aprendizaje bilingüe, medio ambiente, y orientación vocacional hacia el turismo.
 -Todos al Cole en conjunto con el Ministerio de educación, la fundación pies descalzos y educate a Child.
 -Si estudio en convenio con Lumni Colombia y las mejores universidades del país en el que se promueve el acceso y permanencia a la educación superior.
 Salud

Juventud líder donde se desarrollan programas como semilleros de investigación, becas vive bien, grupos de teatro,
 Programa de fortalecimiento de juntas de acción comunal
 Programa de fortalecimiento de pescadores
 Actividades comunitarias integradoras
 Proyectos de infraestructura comunitaria
 Patios productivos

proyecto
sostenible.
-Plan Padrino
-Voluntariados
-Prácticas
profesionales.

Programas de salud sexual y
reproductiva.
Cuidados de la salud mental.
Hábitos de vida saludable.
Proyectos vacunaton, podcast
que locura, programa porque
quiero estar bien.com, dilo
frentiao.
Ambiente
-Restauración de Bosque seco
tropical
-Conservación de áreas
protegidas.
-Programas de herencia
ambiental
Desarrollo social y empresarial
-Isla Barú 2030. Impacto
colectivo.
-Construcción de vivienda
Bicentenario
- juntémonos por Cartagena
-Escuela de oficios hoteleros y
turísticos
-fortalecimiento del sector
social.

Aliados	Empresas que apoyan: Franber construcciones y	Fundación indufrial Enrique Zurek Mesa USAID ONU migración
---------	---	---

ANDI
Cámara de comercio
Cartagena
Colectivo Traso

Instituciones y organizaciones
públicas y privadas de orden
nacional e internacional como
Revel fundación

acabados	Fundación Amanecer	Fundación Promigas	Instituto colombiano de	
Fitz Roy SAS	Fenalco	Fundación pies descalzos	Bienestar familiar	
Coarconst	Fundación puerto Bahía	Fundación corona	SENA	
Hotel Holliday	Hotel las Américas	Alcaldía de Barranquilla	Fundación música Colombia	
Inn Express	ICA	Alcaldía de Cartagena	EPA Cartagena	
Bocagrande	Alcaldía de Cartagena	Center for international	Colegio Mayor de Bolívar	
Hotel Nácar	SENA	Development (Harvard	Juntas de acción comunal de los	
Hotel Sophia	AUNAP	University)	barrios Ceballo, Albornoz, Arroz	
Opa		Fundación Santa fe de Bogotá	barato, Santa Clara, Nuevo	
constructores		Parners of the Americas	oriente, San Isidro bajo y	
Nelson Jiménez		CAMACOL	Colonias	
Contador		VALOREM	Contecar	
H&H ingeniería		Ministerio de vivienda	Sociedad portuaria de Cartagena	
Otras		Lumni	Profamilia	
fundaciones		Enseña por Colombia	Universidad Tecnológica de	
Fundación		Universidad del Norte	Bolívar	
sembrando		Ministerio de Educación	Unicolombo	
sonrisas		Escuela de artes y oficios	Bellas artes y ciencias de	
Fundación casa		Santodomingo	Bolívar	
del Alfarero		Fundación tiempo feliz	Fundación Bolívar Davivienda	
(Santa Ana)		Entre otras organizaciones	Fundación Real Madrid	
Fundación		públicas y privadas nacionales	Music Übers Meers	
Afroinfantil		e internacionales.		
amor a BARÚ				
(Santa Ana)				
Antigüedad	Más de 5 años.	Nació desde el 31 de agosto de 1999	Más de 63 años de antigüedad.	19 años de funcionamiento.
Descripción de sus	Su página o red social principal	Sus alianzas son valiosas para el desarrollo de sus propuestas y	Esta fundación por sus años de antigüedad ha creado una	Tienen una página web muy bien estructurada, llamativa, sus

redes
sociales

es Facebook, aunque también cuentan con Instagram, en ambas la participación es limitada, si bien han publicado posts alusivos a su objetivo social o gestión que adelanta directamente. Se precisa aumentar la interacción con su comunidad virtual. En cuanto a otro tipo de redes sociales han desarrollado proyectos en conjunto con otras organizaciones participativas solidarias en diferentes

proyectos. Tienen una página web que ofrece información general a los internautas y quienes quieran conocer lo que hace la organización. En contraste sus redes sociales referenciadas en el sitio web no conduce a estas para evidenciar sus dinámicas e interacción en estos entornos.

marca sólida, que les ha permitido establecer alianzas estratégicas significativas y reales a nivel nacional e internacional. En espacios físicos y entornos digitales. La OSP mantiene activa todas las redes sociales con más tendencia Instagram, Facebook, YouTube, X, LinkedIn e incluso un espacio para transmisión de su podcast. Estos escenarios son interactivos, lo que facilita el acceso a información e intercambio y complementariedad de información

redes sociales y participación en otros espacios digitales y no tecnológicos son dinámicos, evidenciando constantemente su gestión y participación social. Tienen Instagram, Facebook, YouTube, X, LinkedIn, aunque este último es del grupo puerto de Cartagena. Esto permite llegar a un público diverso con intereses.

	sectores, generando alianzas importantes a partir de esos intereses en común.			
Tipo de comunidad ética	Su convicción es clara, coadyuvar al mejoramiento de la calidad de vida, teniendo en cuenta necesidades de las comunidades y habilidades de su equipo de trabajo y sus aliados.	Trabajan para minimizar la desigualdad, la vulnerabilidad y la exclusión social. Bajo la creencia que todos somos creados a imagen y semejanza de Dios, por tanto, igualmente capaces y merecedores de las mismas oportunidades. Además, contribuyen al empoderamiento de las personas y, a las comunidades para promover la participación en su propio desarrollo.	Realizan cada intervención con la motivación de aportar a la transformación social y desarrollo sostenible de las comunidades del país, fortaleciendo sus procesos internos para abordar sus metas, objetivos y responsabilidades con compromiso y transparencia.	Esta OSP le apuesta al cambio a través de programas de formación complementaria con innovación social centrados en la familia como pilar fundamental de la sociedad.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	Información proporcionada por el coordinador Jesfran Franco y exploración de sus redes.	Página web de la OSP https://www.fundacionentreseres.org	Sitio web oficial de la fundación https://fundacionsantodomingo.org	Página web oficial de la fundación https://fundacionpuertocartagena.org

Nota. Elaboración propia con información suministrada por la OSP y producto de investigación realizada en web oficiales de las fundaciones.

Informe de Investigación

Las relaciones en red, es decir, las conexiones que establecen las organizaciones con otras entidades y con la comunidad, son fundamentales para potenciar su impacto y alcance, permitiéndoles construir y fortalecer sus relaciones para mejorar sus resultados y ampliar su influencia, generando así oportunidades que contribuyen al desarrollo comunitario y personal.

Uña y Martín (2009) afirman que “La densidad de las relaciones sociales es variable, pero suele ser mayor que la de una simple interacción”, (p. 122). Es por eso por lo que este informe se realiza desde una visión analítica de las relaciones actuales y futuras de la organización social participativa Fundación conexión más amor, ya que como manifiesta Requena (2008) “el análisis de redes es una forma de comprender los procesos sociales” (p. 1).

Durante esta investigación se encontró que esta Fundación mantiene relaciones con una variedad de actores, incluyendo otras OSP, ubicadas en zonas urbanas como la fundación sembrando sonrisas del barrio el Pozón y otras en áreas rurales como la fundación Afroitantil amor por Barú y la fundación Casa del alfarero localizadas en comunidades de la Isla de Barú, con las que han liderado proyectos de forma cooperativa ampliando el impacto de su objetivo social.

Otras relaciones que se tejen en este engranaje se orientan hacia las alianzas con empresas privadas de diferentes sectores económicos, en las que se encuentran hoteles, constructoras de obras civiles y de acabados, empresas contables, de servicios, agencias publicitarias y turísticas, las cuales colaboran a menudo en forma de patrocinio o donaciones, con servicios o productos, proporcionando financiamiento y otros recursos necesarios. Estos recursos en el caso del sector hotelero, están representados por lo general, en productos de liquidación, recambio o de segundo uso, los cuales se encuentran en perfecto estado, de forma

que la OSP los puede entregar directamente a las familias priorizadas o pueda comercializarlos mediante su programa “el ropero” para obtener ingresos adicionales que subsanen la compra de otros elementos, herramientas e insumos que se requieren para el desarrollo de otras actividades. En estas relaciones se presenta reciprocidad en términos de beneficios, ya que las empresas cumplen con su responsabilidad social y obtienen una certificación que sustenta su gestión, además de obedecer a sus valores y filosofía institucional.

Por otra parte, los vínculos que se presentan con la comunidad se analizan diferentes perspectivas; la relación con los beneficiarios antiguos y nuevos y por otra parte las interacciones con los voluntarios, evidenciando que con el grupo poblacional antiguo existe una mayor y mejor comunicación por la antigüedad de la relación, entendiéndose que esto se debe a que han surgido conexiones socioemocionales por la afinidad e interés de ambas partes, el grado de favorecimiento y por ser actores cercanos a los procesos que ha desarrollado la entidad durante todos los años de funcionamiento. En contraposición, con las familias beneficiarias nuevas, apenas se están estableciendo contacto, puesto que ingresarán a un proceso de caracterización para identificar la necesidad de intervención que les permita ser parte del grupo principal de beneficiarios y pilotos de los programas o proyectos. Con los voluntarios la relación es buena, ya que estos sujetos son los que manifiestan interés de pertenecer a esta iniciativa y aportan desde sus habilidades y competencias de manera flexible teniendo en cuenta sus intereses individuales de contribuir a la transformación social de las comunidades y la similitud con las intencionalidades colectivas de la organización.

Todos los vínculos descritos, sobre todo este último coincide con Light y Keller, citados por Madariaga:

Las redes sociales son el tejido de relaciones entre un conjunto de personas que están unidas directa o indirectamente mediante varias comunicaciones y compromisos que pueden ser vistos como una apreciación voluntaria o espontánea, siendo heterogénea y a través de los cuales cada una de ellas está buscando dar y obtener recursos de otros. (Madariaga et. al, 2003, p. 14).

Por otro lado, en cuanto a su interacción con las entidades gubernamentales como Alcaldías, gobernación, hospitales públicos, instituciones educativas y otras de índole regulatoria, se observa poca comunicación, lo que es una desventaja que impide acceder fácilmente a recursos públicos y limita la participación de la fundación en la construcción de políticas locales.

Las motivaciones y situaciones que han suscitado la construcción de esta red de contactos y apoyo ha sido la similitud de visiones y misiones, favoreciendo la formación de relaciones armoniosas. Dado que las partes involucradas están alineadas en sus objetivos y valores, la cooperación se vuelve más fluida, efectiva y frecuente lo que favorece que las organizaciones se mantengan informadas mutuamente sobre sus actividades, desafíos y logros y que también se fomente un ambiente de confianza y colaboración. El compartir recursos, ya sean financieros, materiales o de conocimiento, fortalece esas relaciones, ya que la reciprocidad y la ayuda mutua crean un sentido de comunidad y apoyo entre las organizaciones.

En la fundación conexión más amor, no todo es perfecto en sus relaciones internas y externas, por eso es probable que se presenten conflictos ya sea por las ideologías, diferencias en algunos objetivos y prioridades divergentes que pueden generar tensiones, llevar a desacuerdos sobre la dirección y las estrategias a seguir.

Algunos aspectos como la falta de comunicación o la comunicación ineficaz que se presenta en ocasiones, así como la desinformación, la competencia por recursos igualmente puede causar malentendidos y conflictos, generar desconfianza y tensiones entre las partes. Es más, en las relaciones internas específicamente la falta de claridad en los roles y responsabilidades puede causar fricciones. Si no está claro qué se espera de cada miembro en una colaboración, se ocasionan problemas de coordinación y ejecución.

Otro tema que teje las relaciones de este OSP es la comunicación horizontal y participativa que se caracteriza por la equidad y la inclusión de todos los miembros de la organización y sus actores en el proceso comunicativo. Este tipo de comunicación fomenta un ambiente en el que cada persona tiene voz y puede expresar sus ideas, opiniones y preocupaciones sin la barrera de jerarquías rígidas.

Un ejemplo claro de comunicación horizontal y participativa se puede observar en las reuniones internas y comunitarias, donde los miembros se reúnen para discutir temas relevantes y tomar decisiones colectivas. En estas reuniones, cada participante tiene la oportunidad de expresar su punto de vista y contribuir a la toma de decisiones, estas conductas agudizan el sentido de pertenencia y mejora la calidad de las decisiones.

En la fundación conexión más amor, las formas de comunicación que posibilitan la cohesión y armonía social incluyen el diálogo abierto, la escucha activa y la retroalimentación crítica y respetuosa. Los pocos espacios presenciales que tienen al año les permiten a las personas compartir libremente sus pensamientos y sentimientos, creando un espacio seguro y respetuoso para la interacción, en estos entornos se promueve la escucha activa para garantizar la comprensión de los temas que socializan y evitar malentendidos.

Otro aspecto que conviene analizar en las relaciones en red de la OSP es el contexto de la Socialidad y la comunidad donde se distinguen varias características fundamentales que fortalecen el tejido social y promueven el bienestar colectivo. En el marco de la Socialidad se resalta la capacidad y disposición de los miembros de la OSP para interactuar y formar vínculos sociales, creando una red de apoyo mutuo y solidaridad, en la que se mantiene una comunicación regular y abierta formal e informal. Haciendo mención de las características de interacción con la comunidad, esta va más allá de la simple interacción social, implicando un sentido de pertenencia y propósito compartido entre sus miembros fomentando la identidad colectiva, la responsabilidad mutua, la colaboración, cooperación y la participación, la comunicación y empatía. Esto se ve reflejado en las dinámicas comunicativas y en las interacciones que se presentan con la población objetivo en los eventos y actividades. No obstante, con actores del sector público este vínculo es débil, puesto que no se presentan espacios regulares que promuevan esta conexión, esto retoma lo aludido por Small y Adler (2019) de la discusión sobre las formas de la comunidad en la sociedad contemporánea “a partir de ideas como familiaridad pública o vitalidad urbana, donde el rol del espacio en la formación de vínculos sociales, principalmente débiles o efímeros es determinante”.

Para concluir, se comparten recomendaciones para fortalecer la red y la comunicación, para lo cual se propone mantener una comunicación clara y constante con todos los cooperantes, aliados y colaboradores. La fundación debería establecer canales de comunicación eficientes para asegurar un flujo de información dinámico y una comunicación efectiva.

Otra de las propuestas es diversificar alianzas, explorar nuevas oportunidades de colaboración con sectores no tradicionales, como empresas tecnológicas y medios de comunicación, puede abrir nuevas puertas para la fundación.

Promover el desarrollo de programas conjuntos en colaboración con otras organizaciones como lo han venido haciendo, pero esta vez estableciendo responsabilidades y acuerdos e integrándolos en sus planes de acción anual. Esto puede fortalecer las relaciones y maximizar el impacto. Ejemplo de los proyectos pueden incluir campañas de sensibilización, eventos comunitarios, o programas educativos.

También se precisa establecer mecanismos de evaluación continua de las relaciones en red, con retroalimentación de todos los miembros internos y externos para intercambiar conocimiento propuestas y recursos con el objetivo de ampliar el alcance de sus metas y objetivos.

Lo anterior es muy valioso para mejorar la gestión y posición de la fundación. Pues Abelló y Madariaga (1999) aluden que “el uso de una red social busca la supervivencia para satisfacer necesidades básicas, desarrollo, que se utiliza para mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social” (p. 19). Por ende, para finalizar cabe mencionar que las relaciones en red son un componente esencial para el éxito de cualquier fundación, ya que, a través de estas, los miembros de la red obtienen un apoyo recíproco, la entidad puede asegurar recursos, intercambiar perspectivas, ampliar horizontes, mejorar la calidad de sus programas y su permanencia, participar activamente en la formulación de políticas públicas, fortalecer y expandir estas relaciones, teniendo en cuenta la evaluación continua, para maximizar el impacto y contribuir de manera significativa al desarrollo y transformación de las realidades de sus miembros y beneficiarios.

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

En este espacio se presenta una estrategia de comunicación para mejorar la gestión de la organización social participativa Fundación conexión más amor como resultado de todo el proceso investigativo realizado durante cada fase.

Por consiguiente, teniendo en cuenta los antecedentes y el diagnóstico realizado en la fundación con la colaboración de uno de sus miembros se determinó que existen algunas falencias y situaciones por mejorar que se listaran en este apartado a manera de contextualización, ya que ameritan la intervención oportuna desde diferentes aspectos de la comunicación, aprovechando el poder de influencia que esta representa para movilizar acciones, pues así lo manifiesta Pérez (2008):

La comunicación no es neutral, ejerce el poder de la influencia y tiene la capacidad de modificar nuestra percepción de la realidad y del conflicto y de movilizar a la acción es porque en la comunicación emergen, se figuran y coparticipan las jerarquías de valores que mueven el mundo. (p. 452).

Por lo que para solventar las necesidades y proponer soluciones focalizadas con aras a la mejora continua de la fundación y sus procesos se presentan un conjunto de acciones que se ejecutaran conforme a su relevancia.

El objetivo general de la estrategia de comunicación interna y externa de la Fundación Conexión Más Amor es fortalecer los procesos comunicativos promoviendo la cohesión y la colaboración dentro de la organización, así como sus valores, reflejando estos en las actividades e interacción con la comunidad externa. Esto se logrará mediante la implementación de canales y mecanismos de comunicación claros y efectivos que permita fomentar la participación constante

de todos los miembros, potenciando la visibilidad y el impacto de las acciones de la fundación en la sociedad.

Sus objetivos específicos se centran en 1. Mejorar las relaciones internas entre los miembros y voluntarios fomentando además el sentido de pertenencia y responsabilidad por y para la fundación. 2. Incrementar la presencia de la fundación en redes sociales y medios de comunicación. 3. Captar nuevos donantes que apoyen de manera frecuente durante el año. 4. Concienciar e informar sobre la importancia de apoyar y proteger a las comunidades más vulnerables brindándoles oportunidades que contribuyen a su desarrollo.

Por lo anterior, la presente estrategia se proyecta desde diferentes fases: identificación, planificación, ejecución, revisión o evaluación para vislumbrar oportunidades de mejora a mediano y largo plazo. Del mismo modo, las acciones que se proponen tiene en cuenta su público objetivo como los miembros de la fundación (activos suscritos o no a los estatutos de conformación y voluntarios), beneficiarios, es decir comunidades favorecidas en especial niños y jóvenes, aliados y donantes potenciales, que son las personas que hacen parte de la red social y aquellos interesados en apoyar causas sociales o con posibilidad de convertirse en padrinos de la OSP y la comunidad en general interesada en temas relacionados con el desarrollo comunitario.

En la fase de identificación, mediante el ejercicio sociopráxico se construyó un sociograma y un gráfico de conjuntos de acción basado en las relaciones y vínculos que mantiene la fundación con otros actores, como aspectos fundamentales para construir ciudadanías orientadas hacia la transformación social. Villalobos (2012): Resalta como construir ciudadanías entre diversos actores, posibilita el dialogo en momentos difícil. De allí la importancia de crear y mantener de redes sociales sostenibles y comprometidas.

Las herramientas mencionadas permitieron identificar los siguientes aspectos o problemáticas: poca frecuencia en encuentros presenciales y actividades, falta de claridad entre los miembros en cuanto a los roles y responsabilidades, poca interacción de la fundación en entornos digitales, comunicación ineficaz o inexistente con las organizaciones públicas y/o gubernamentales, participación inconstante o limitada de donantes y aliados. Además de canales de comunicación informales, en los que la información se puede fragmentar. Por otra parte, también se evidencia la no estandarización de algunos procesos.

En la fase de planeación, para mejorar la comunicación interna se proyecta aumentar la interacción y la colaboración entre los miembros del equipo estableciendo canales de comunicación tradicionales como comunicaciones escritas, comunicados y boletines impresos o digitales que se pueden enviar a través de correo electrónico oficial, esto servirá para formalizar procesos, por ejemplo tener soporte de solicitudes y documentos que evidencien la gestión, también se proponen otros canales como la creación de grupos tipo comités en aplicaciones de mensajería instantánea como lo vienen haciendo, pero esta vez estableciendo normas de Netiqueta como parámetros controladores para que se mantenga el orden en las conversaciones evitando desviar los temas importantes que se socialicen a través de este medio.

También se plantea la idea de establecer cronogramas y planes de acción con roles y responsabilidades definidas para cada actividad que se desarrolle, procurando siempre socializarlo con el grupo con el fin de prevenir malentendidos. Así como talleres y capacitaciones en diversos temas, especialmente comunicación efectiva y efectiva, redacción de mensajes claros, trabajo en equipo, liderazgo y actividades de bienestar que sean espacios de encuentro, esparcimiento e intercambio de ideas potenciando las características de horizontalidad que mantiene la organización.

Otra acción viable sería aumentar la frecuencia de las reuniones de dos que se realizan actualmente a cuatro reuniones anuales, es decir una cada trimestre, para la toma de decisiones, evaluación de la gestión y como espacio de interacción donde estén todos o la mayoría, ya por las diversas ocupaciones ajenas a la fundación los miembros no se ven si no previo o durante las actividades.

En cuanto a las estrategias para fortalecimiento de la comunicación externa, se propone ampliar las redes sociales y dinamizar las existentes, ya que actualmente las personas tienen afinidades diversas y cambiantes, por lo que es preciso diseñar contenido en función de las necesidades e intereses actuales captar más público. Interpretando a García (2020) en los espacios virtuales los usuarios pueden expresarse, compartir, encontrarse, socializarse creando una identidad en torno a una temática específica. Entonces, García (2020) afirma que: “la identidad colectiva es la clave para la fidelización de estas personas en torno a un canal de información”. (p. 64). Esto es precisamente lo que necesita la organización para maximizar su impacto.

Además, sería ideal la creación de un blog o sitio web que tenga elementos hiperactivos e interactivos y que mantenga cohesión con las redes sociales. Para estas últimas propuestas lo más pertinente es definir roles, o sea una persona o un grupo para encargue de generar los contenidos y publicarlos en estos entornos procurando mantener la actividad e interacción con los seguidores. Este puede ser un miembro de la OSP con habilidades y competencias informáticas o un voluntario que funcione como especie de Gestor de comunidades.

Por otro lado, para ampliar la red considero importante identificar medios de comunicación comunitarios, alternativos o quizá tradicionales, prensa local, radios y emisoras donde se pueda tener la posibilidad de pautar sin generar un costo económico adicional, sino más

bien contar las historias de las personas que benefician previo consentimiento de ellos, generando guiones persuasivos e informativos que incentiven el interés, colaboración y participación de la sociedad con la OSP.

Como se mencionó en la fase anterior, se identificó que la comunicación con entidades gubernamentales, es baja o inexistente, lo cual, se debería mejorar, para ello es necesario estar pendiente de las convocatorias locales y regionales y acudir a estas, para participar en la construcción de políticas públicas y acceder a los recursos que disponen estos entes para el desarrollo de este tipo de organizaciones, recursos pueden estar representados en apoyos económicos, acompañamiento a través de capacitaciones y talleres de fortalecimiento tanto para los miembros como para las comunidades.

Por último, para solucionar la problemática de la baja participación de algunos donantes y poder captar nuevos, es importante crear contenido con mensajes de valor que promuevan el objetivo social de la organización y que a su vez sea persuasivo en cuanto a los beneficios de ayuda social, despertando el interés de los donantes. Otro aspecto relevante es captar la atención de voluntarios que pongan su conocimiento al servicio de la fundación, ya que estos pueden ayudar desde sus relaciones a ampliar el impacto y cobertura de las conexiones.

Parte de la planeación incluso implica no el diseño de contenido de valor, si no la creación de mensajes claves que generen impacto de acuerdo con el público objetivo. Para el diseño e implementación del contenido de valor se comparten algunas sugerencias como mostrar las historias de impacto, los testimonios de los niños y familias beneficiadas, compartir información a través de infografías y videos que permitan visualizar como la fundación está haciendo la diferencia, crear artículos y publicaciones para el blog que incluya información de los programas, proyectos y eventos significativos, generar informes sobre los avances de los

proyectos y socializarlos con la comunidad ya sea en encuentros presenciales o en conexiones sincrónicas transmitidas a través de redes sociales como Facebook e Instagram.

Establecer un plan de comunicación que incluya un cronograma que guíe las acciones a desarrollar y sus tiempos o frecuencias. A manera de ejemplo, para las redes sociales diseñar publicaciones y subirlas cada 2 días o de forma semanal, crear boletines y enviarlos de manera mensual o trimestral, el blog o sitio web podría actualizarse quincenal, los eventos y actividades podrían realizarse trimestralmente en vez de dos encuentros al año.

Para llevar a cabo estas acciones se requiere asignar algunas responsabilidades. El gestor De Comunidades gestionará las redes y el sitio web. Otra persona puede encargarse de crear las infografías y todo lo relacionado con el contenido visual, el coordinador de proyectos y el de voluntariados podría liderar la organización de los eventos y actividades y otro individuo de la organización sería responsable de redactar los boletines y comunicados en este caso puede ser la secretaria u otro que tenga disponibilidad y conocimiento de los diferentes acontecimientos importantes de la gestión de la OSP en el cumplimiento de su misión.

En la fase de ejecución, se debe tener presente el plan de acción propuesto con probabilidad de cambios conforme a las necesidades priorizados, igualmente en esta fase se implementarían las acciones para mejorar los aspectos internos como externos, así mismo se recomienda que el desarrollo de estas actividades esté acompañado de compromisos, para el caso de las redes sociales se sugiere fomentar la participación mediante encuestas, preguntas abiertas y concursos, realizar eventos que involucren a la comunidad digital e interactuar con los seguidores en estos espacios, es decir responder mensajes, comentarios y atender a las observaciones y críticas respetuosas de la misma manera.

Para la fase de revisión y evaluación se debe establecer unos indicadores. Los indicadores de las redes sociales estarían marcados por el número de seguidores y el alcance de las publicaciones, para las donaciones sería cantidad de nuevos donantes y monto recaudado, la participación en eventos se mediría por el número de asistentes y voluntarios.

Para resumir, el análisis de estos indicadores permitirá tener métricas que sirvan de eje para ajustar la estrategia según los resultados. La forma más adecuada para evaluar la estrategia sería trimestralmente y la socialización de esta se puede realizar en las reuniones que se proponen para mejorar la comunicación interna. Adicionalmente es muy importante implementar las sugerencias y comentarios recibidos por los donantes, voluntarios y beneficiarios, estar atentos a las nuevas tendencias y herramientas de la comunicación e información para mantener la estrategia actualizada.

Conclusiones

El primer acercamiento con la fundación el cual se dio a través de la solicitud y posteriormente una entrevista, fue sumamente necesario no solo para formalizar la intervención, sino también para realizar un análisis y diagnóstico preliminar en el que se han identificado desafíos y obstáculos que su vez se traducen en oportunidades de aprendizaje y crecimiento para la organización y para mí como investigadora. Además de que será un insumo valioso para la fase de implicación.

Es fundamental la disposición de las organizaciones para identificar sus necesidades y poder cumplir con los objetivos e intencionalidades del DCRSC. Así como la experticia del investigador para coordinar acciones conjuntas, proponer, planificar e implementar estrategias efectivas que sigan aportando a la mejora continua de estas organizaciones sociales participativas que contribuyen al desarrollo comunitario.

Las redes sociales de comunicación son herramientas útiles para generar colaboración, trabajo en equipo y movilizar acciones a favor de la colectividad.

La Sociopraxis como metodológica cualitativa de las ciencias sociales y humanidades muestra un panorama en donde se complementan adecuadamente las acciones y la intervención o práctica para transformar desde la investigación y la comunicación los entornos partiendo de sus realidades, lo que es ideal para las organizaciones no gubernamentales, ya que su funcionamiento depende de las relaciones que mantienen con la sociedad, sus beneficiarios, otras organizaciones.

La comunicación participativa, comunitaria y la horizontalidad promueve la participación de los miembros de una comunidad permitiéndoles tener voz y participar activamente en el proceso de intercambio de información y toma de decisiones. Este tipo de comunicación fomenta la colaboración y el diálogo, permitiendo que las personas expresen sus ideas, necesidades y

preocupaciones, y trabajen juntos para encontrar soluciones y alcanzar objetivos comunes, esto es precisamente lo que se percibe en los ejercicios sociopráxicos, que llevan a redescubrir el concepto de comunidad y la realidad de los sujetos colectivos.

Las redes sociales o conexiones juegan un papel fundamental en las dinámicas de las organizaciones siendo esenciales para el desarrollo de sociedades cohesionadas y solidarias, ya que fortalecen el tejido social, promueven un ambiente de apoyo y colaboración, que mejora el alcance e impacto de proyectos sociales, ambientales y económico, contribuyendo al cambio y desarrollo sostenible de las comunidades.

Implementar estrategias de comunicación efectivas que tengan en cuenta las necesidades e intereses de las partes involucradas es fundamental para potenciar el desarrollo organizacional y la cohesión social, ya que estas permiten la difusión clara y precisa de información y al mismo tiempo fomenta la construcción de relaciones sólidas y de confianza tanto dentro como fuera de la organización. Al brindar la oportunidad de intercambiar ideas de forma abierta y respetuosa, además promueven la innovación facilitando la resolución de problemas. Una comunicación estratégica inclusiva y adaptada a los diversos contextos sociales garantiza que todas las voces sean escuchadas, enriqueciendo así el proceso de toma de decisiones y fortaleciendo el sentido de pertenencia entre los miembros. Por tanto, las estrategias de comunicación son pilares para lograr objetivos comunes y asegurar el éxito sostenible a largo plazo de organizaciones como la fundación conexión más amor, que posee recursos limitados y que depende del apoyo de otras organizaciones y actores sociales para la sostenibilidad de su objetivo social.

Referencias Bibliográficas

Avilés, J. Ponce, A. Ramírez, Y. (2020). *La planificación de la comunicación institucional: estrategias, planes, campañas y programas*.

<https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/1123/1342>

Beller Taboada, W. (2018). Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica.

Bonilla Artigas Editores.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.ELB121679&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Beltrán, L. (1979). “*Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”. Open this document with

Bernal, C. Navarro, C. & Santoveña, S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación*. Ediciones Octaedro. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820)

CIMAS - *Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible*. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader (2010), *Manual de Metodologías participativas* (p.27).

http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf

CIMAS - *Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible*. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader. (2010). *Manual de Metodologías participativas* (p.27).

http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf

Cueto Gómez, I. (2019). *Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental*. [tps://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060](https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060)

- Felipe, & Greene Z., Margarita. (2021). *Comunidades, sociabilidad y entorno construido*. *Bitácora Urbano Territorial*, 31(1), 7-14. Epub June 15, 2021. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n1.91144>
- 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>
- Fundación Puerto Cartagena (s.f). <https://fundacionpuertocartagena.org>
- Fundación Santo Domingo (s.f). <https://fundacionsantodomingo.org>
- Fundación Seres (s. f). <https://www.fundacionentreseres.org>
- 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>
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI*.
Open this document with ReadSpeaker docReader
<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. *Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed.*
<https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. *Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed.*
<https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica*. Open this document with ReadSpeaker docReader Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.
<https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/>
- 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://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>
- Pérez, R. (2008). *Estrategias de Comunicación (4ta edición)*. Barcelona, España: Ariel
ReadSpeaker docReader. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo) <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Rodríguez de Ávila, U., Paba Argote, Z. L., & Paba Barbosa, C. (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>
- 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>
- 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>

Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*. *Quórum*

Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900)

Villasante, T. (s.f.). *La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. Open this

document with ReadSpeaker docReader <http://www.ecosad.org/laboratorio->

[virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-](http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-)

[acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf](http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf)

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

núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1)

Apéndices

Apéndice A

Carta de Solicitud o Intención presentada a la OSP

Turbaco, abril 23 de 2024

Señores
Fundación Conexión más amor
Atn. Karen González
Representante legal
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Yunis Patricia Castro Rocha** identificado(a) con C.C. **1047460984** del municipio de Cartagena, actualmente me encuentro cursando el programa de **Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD-** y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social.

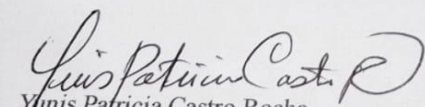
Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el **Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación**. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas 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 acogiendo a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

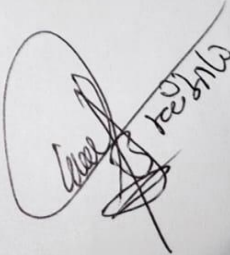
La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar 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 cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, 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,

Atentamente,


Yunis Patricia Castro Rocha
Cel. 3043314583
E-mail: yunispcastro@gmail.com / ypcastro@unadvirtual.edu.co



Apéndice B

Carta de Aprobación

Cartagena de indias, 4 de abril de 2024

Señora

Yunis Patricia Castro Rocha
Estudiante de Comunicación Social UNAD

Cordial saludo,

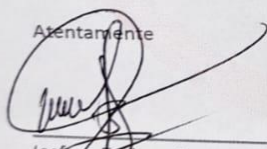
Es un placer para mí dirigirme a usted en respuesta a su propuesta de investigación-acción.

Después de revisar detenidamente los detalles de su solicitud, me complace informarle que aceptamos su propuesta para desarrollar su investigación en la fundación, convencidos de que esta iniciativa tiene el potencial de generar un impacto significativo en la organización al ser una oportunidad para fortalecer algunos procesos comunicativos y seguramente aportará de manera positiva a nuestros objetivos .

Quedo a su disposición para dar continuidad a las próximas etapas y lo que se requiera para iniciar formalmente nuestra colaboración y avanzar en esta importante iniciativa de investigación-acción.

Agradezco su interés por poner sus conocimientos a disposición de nosotros.

Atentamente



Jesú Enrique Franco Berrio
Director Programas y Proyectos
Fundación Conexión mas Amor los unos por los otros

Dir Administrativa: Centro Comercial Outlet la Plaza Torre 2 Local 4
Cel: 3233931219 Tel. (605) 6430419
Email: Fundaciónconexionmasamor@gmail.com
Turbaco – Bolívar

Apéndice C

Preguntas orientadoras entrevista inicial

1. ¿Cuáles son los Objetivos, propósitos e intenciones de ayuda social de la fundación?
2. ¿Qué actividades, proyectos, iniciativas, está desarrollando la fundación para cumplir sus objetivos?
3. ¿Con que frecuencia se reúnen los integrantes de la organización y que características tienen esos encuentros? Por ejemplo, los temas que abordan, si asisten todos, si es para planificar eventos, tomar decisiones, en fin.
4. ¿Cuántas personas integran la fundación y el alcance de sus funciones?
5. ¿Cuál es su población objetivo o la cobertura de sus intenciones de ayuda social?
6. ¿Como está organizada la fundación?, ¿tienen equipos, comités de trabajo, está por cargos?
7. ¿Cuál es la forma de participación al interior y hacia el exterior de la OP?.
8. ¿Cuáles son las formas de comunicación interna, actores, tipo? etc.
9. ¿Cuáles son las formas de comunicación externa, actores, tipo?, etc.
10. Me puede decir si tienen Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo actualmente.
11. Puede compartir los Logros de proyectos exitosos.
12. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades para desarrollar sus objetivos sociales?

Apéndice D

Enlace entrevista inicial

https://drive.google.com/file/d/17s2VtsERGEGiEZ9D78WfZF7_beRvGRnh/view?usp=drivesdk

Apéndice E

Preguntas entrevista cualitativa

Redes sociales

1. ¿Cuáles son los principales objetivos que quieren alcanzar a través de sus redes sociales?
2. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan al gestionar sus redes sociales?
3. ¿Han colaborado con otras organizaciones o individuos en redes sociales? Si es así, ¿pueden compartir algún ejemplo de una colaboración exitosa?

Comunicación participativa

4. ¿Qué estrategias han implementado para fomentar la comunicación participativa tanto internamente como con la comunidad?
5. ¿Cómo abordan las barreras lingüísticas y culturales en la comunicación con diferentes grupos de la comunidad?
6. ¿Puede proporcionar un ejemplo de un cambio o mejora que se haya implementado gracias a la retroalimentación de la comunidad?

Relaciones con la comunidad

7. ¿Cómo construyen y mantienen relaciones sólidas con la comunidad?
8. ¿De qué manera involucran a la comunidad en la toma de decisiones y planificación de proyectos?
9. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan al intentar involucrar a la comunidad de manera participativa?

Apéndice F

Enlace entrevista cualitativa

<https://youtu.be/9ulXPFIu7WQ?si=C9GCLDrGhRp3r3Bn>

Apéndice G

Registro fotográfico



Apéndice H

Enlace de socialización o devolución de la estrategia

https://youtu.be/FDlTbz1h72A?si=JxtLu9_cDtU_Q5